

LUE LISÄÄ LEHDESTÄ, KATSO VIDEO VERKOSSA  
Toimittajien käsityksiä monikanavaisesta journalismista  
Keskisuomalaisessa ja Savon Sanomissa

Aki Jörgensen  
Journalistiikan pro gradu -tutkielma  
Tammikuu 2009  
Viestintätieteiden laitos  
Jyväskylän yliopisto

## JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO

Tiedekunta – Faculty <b>HUMANISTINEN</b>	Laitos – Department Viestintätieteiden
Tekijä – Author Aki Jörgensen	
Työn nimi – Title Lue lisää lehdestä, katso video verkossa – Toimittajien käsityksiä monikanavaisesta journalismista Keskisuomalaisessa ja Savon Sanomissa	
Oppiaine – Subject Journalistiikka	Työn laji – Level Pro gradu -tutkielma
Aika – Month and year Tammikuu 2009	Sivumäärä – Number of pages 133 + liitteet
Tiivistelmä – Abstract	
<p>Internet on peruuttamaton osa arkeamme, mutta lehtitaloissa leivän pöytään tuo yhä paperinen sanomalehti. Verkkojournalismin apostolit toivovat paperilehtien jäävän historiaan ja perinneväki liputtaa printin vahvuuksien puolesta, mutta toiset uskovat julkaisukanavien täydentävän toisiaan.</p> <p>Tarkastelen tässä tutkimuksessa Keskisuomalaisen ja Savon Sanomien vuoden 2008 toimintamallia. Kysyn näissä lehdissä työskenteleviltä kuudelta printtitoimittajalta ja kuudelta verkkotoimittajalta, kuinka kahden julkaisukanavan välille päivittäisessä työssä rakennetaan yhteyksiä. Muodostavatko maakuntalehden paperilehti ja verkkolehti heidän mielestään kokonaisuuden?</p> <p>Tutkimuksen taustaksi kartoitan verkkojulkaisemisen ja perinteisen julkaisemisen eroja ja yhtäläisyyksiä sekä niitä toiveita ja pelkoja, joita sanomalehtien verkkojulkaisemiseen kohdistuu. Empiirinen aineistoni koostuu 12 teemahaastattelusta, joita analysoin sisällönanalyysin keinoin.</p> <p>Lopputuotteiden, paperilehden ja verkkolehden, osalta tutkimuksen tulos on optimistinen. Haastateltavien mielestä kaksi julkaisukanavaa muodostavat toimivan kokonaisuuden, jossa molempien kanavien seuraaminen on mielekästä. Sen sijaan niiden rinnakkaisessa tekemisessä on yhä runsaasti parannettavaa. Erityisesti puutteita on verkkolehden huomioimisessa uutistyon suunnittelussa, ideoinnissa ja myös arkisessa työnjohdossa. Lisäksi verkon journalistista hyödyntämistä hidastavat sekä tekniset että henkiset rajoitteet, joista jälkimmäisillä haastateltavat tarkoittavat esimerkiksi omien uutisten suojelua paperilehden aikataulun mukaan.</p> <p>Tutkimuksen perusteella haastatellut toimittajat uskovat valitun tien olevan pohjimmiltaan oikea. Jotta julkaisukanavat täydentäisivät toisiaan tulevaisuudessakin, tulee paperilehdestä ja verkkolehdestä kehittää selkeästi omanlaisiaan. Kärjistäen se tarkoittaa verkon syrjäyttävän printin ensisijaisena uutislähteenä, ellei se ole jo tehnyt niin. Se ei kuitenkaan tarkoita, ettei paperisellakin lehdellä olisi oma funktionsa myös tulevaisuudessa.</p>	
Asiasanat – Keywords verkkojulkaiseminen, verkkojournalismi, verkkojulkaisut, maakuntalehdet, internet, monikanavaisuus, toimitustyö, Keskisuomalainen, Savon Sanomat	
Säilytyspaikka – Depository Jyväskylän yliopisto / Tourulan kirjasto	

# SISÄLLYS

1 JOHDANTO.....	1
1.1 Tutkimuskysymys .....	2
1.2 Työn rakenne ja tutkimusmenetelmä .....	5
1.3 Käsitteistä.....	6
2 LYHYT INTERNETHISTORIA .....	10
2.1 Galaksien välinen tietokoneiden verkko: internetin kehitys.....	11
2.2 Kokeilemaan uutta välinettä: sanomalehtien tie internetiin.....	15
2.3 Muuttuneessa maailmassa: verkkolehdet tänään .....	19
3 MONIKANAVAISUUS KESKISUOMALAISESSA JA SAVON SANOMISSA .....	22
3.1 Maakuntalehteä sähköisen välineen nopeudella: kehitys.....	23
3.2 Kahden talon yhteinen verkkotoimitus: muutos .....	25
3.3 Verkko tukee päätuotetta: strategia .....	28
4 VERKKOJULKAISEMISEN OMINAISPIIRTEET .....	31
4.1 Verkottuneisuus.....	32
4.2 Reaaliaikaisuus.....	34
4.3 Multimediaalisuus.....	35
4.4 Vuorovaikutteisuus .....	36
4.5 Yhteisöllisyys.....	38
4.6 Arkistomaisuus .....	40
4.7 Globaalisuus .....	40
4.8 Henkilökohtaisuus.....	41
5 VERKKOLEHDEN JA PAPERILEHDEN MUODOSTAMA KOKONAISUUS.....	44
5.1 Kolme väitettä, miksi verkkolehti pelastaa sanomalehden .....	46
5.1.1 Mediakentän mukautuvin uutisoija .....	46
5.1.2 Vuorovaikutusta elävien lukijoiden kanssa.....	48
5.1.3 Journalismin perinteisiä hyveitä korostaen.....	50
5.2 Kolme väitettä, miksi verkkolehti tuhoaa sanomalehden.....	52
5.2.1 Ilmaisuus johtaa kannibalisaatioon .....	53
5.2.2 Yhteisöllisyys syrjäyttää sisällön.....	57
5.2.3 Kävijäkilpailu vääristää todellisuudenkuvan .....	61
6 TUTKIMUSAINEISTO .....	63
6.1 Haastateltavista.....	64
6.2 Haastatteluista ja aineiston käsittelystä.....	66

7 UUTINEN KAHDESSA MEDIASSA .....	69
7.1 Verkkolehti ja paperilehti täydentävät toisiaan .....	69
7.2 Verkon uutiskriteerit ovat matalammalla .....	73
7.3 Kenelle verkkolehteä tehdään? .....	76
7.4 Verkkoon kirjoittaminen.....	80
7.5 Vuorovaikutteisuudesta .....	83
7.6 Multimediaalisuudesta .....	88
7.7 Viittaaminen välineestä toiseen .....	90
8 UUTISTYÖ MONIKANAVAISESSA TOIMITUKSESSA.....	94
8.1 Verkkojulkaisemisen suunnittelu ja johtaminen .....	95
8.2 Printtitoimittajat verkon sisällöntuottajina .....	97
8.3 Verkon julkaisemisen aikataulut .....	103
8.4 Yhteistyö Jyväskylän ja Kuopion välillä.....	107
9 MAAKUNTALEHDEN TULEVAISUUS.....	110
9.1 Kehityksen paikkoja ja parantamisen varaa .....	111
9.2 Maakuntalehti vuonna 2018.....	117
9.3 Korvaako verkkolehti paperilehden?.....	120
10 PÄÄTELMIÄ .....	122
10.1 Sittenkin kohti parempaa sanomalehteä? .....	124
10.2 Yleisö jakautuu, ja hyvä niin .....	126
10.3 ”Kaikki muuttuu, eikä mitään silti menetetä” .....	129
LÄHTEET .....	134

LIITE 1 : Tutkimuksessa haastatellut toimittajat

LIITE 2: Haastattelukysymysten runko

# 1 JOHDANTO

Viestinnän emeritusprofessori Osmo A. Wiion mukaan tulevaisuuden ennustamisessa epäonnistutaan useimmiten siksi, että läheinen tulevaisuus yliarvioidaan ja kaukainen tulevaisuus aliarvioidaan (Wiio 1986). Esimerkiksi 1950-luvulla sähköisen viestinnän innokkaimmat puolestapuhujat uskoivat television tekevän sanomalehdistä nopeasti uutisvälineinä tarpeettomia. Toisin kävi. Samalla vuosikymmenellä tietokoneetkin tekivät jo tuloaan, mutta niiden kiihkeimmät kannattajat eivät aavistaneet, millaisen maailman henkilökohtaisten tietokoneiden yleistyminen toisi tullessaan. Wiion mukaan tulevaisuuden ennustaminen menee usein pieleen siksikin, että ihmiset käyttävät tekniikkaa aivan toisiin tarkoituksiin kuin mihin laitteiden keksijät sen alun perin tarkoittivat (Wiio 2002, 195-196). Erityisen sattuvasti näihin ennustamisen sudenkuoppiin on osuttu internetin kohdalla.

Kun suomalaiset 1990-luvulla ottivat internetin omakseen, syöksyivät sinne yleisön perässä nopeasti perinteiset joukkoviestintäyritykset. Suurin osa sanomalehtitaloistakin näki alusta asti verkon mahdollisuutena, mutta järin merkittävänä sellaisena ne eivät sitä pitäneet. Verkkoon oli kyllä syytä kiiruhtaa, ne katsoivat. Kiireen syyt vain eivät olleet järin journalistiset: verkkoon oli mentävä varautuen tulevaisuuteen tai pyrkien valtaamaan lehdille mielestään kuuluva tila ja turvaamaan näin selustansa kilpailijoilta. Sanomalehdistön uskottiin säilyttävän asemansa pitkään ja verkon kautta houkuteluvan nuorisokin takaisin lehtien pariin. Epäiltiinpä verkkoa joissain lehtitaloissa jopa ohimeneväksi muoti-ilmiöksi. Lehtien taloutta uuden viestintävälineen ei juuri uskottu horjuttavan. (Heinonen 1997, 51-54.)

On vuosi 2008, ja internetin tavoitavuus alle 40-vuotiaiden suomalaisten parissa on lähes sata prosenttia (Tilastokeskus 2008). Yksikään joukkoviestintäyrittäjä ei taatusti ole enää pitkään aikaan vähätellyt internetin vaikutusta. Suomen mediakentän perinteiset valtiat, vahvat maakunnalliset sanomalehdet, ovat siirtäneet toimituksellisia resurssejaan verkkoon joko harkitusti tai pakon edessä. Samalla kun ne ovat punninneet keinoja verkkosivunsa muuttamiseksi taloudellisesti kannattavaksi, ne ovat joutuneet kuumeisesti etsimään ratkaisuja paperilehtensä levikin laskun pysäyttämiseksi. Internet on peruuttamattomasti osa arkeamme – mutta lehtitaloissa leivän pöytään tuo yhä edellisen vuosisanan mediatuote, paperilehti.

## 1.1 Tutkimuskysymys

Verkojulkaisemista ja -journalismia käsitelleissä tutkimuksissa on tarkasteltu esimerkiksi toimitusten organisaatioiden muutosta, joukkoviestintäyrittäjien ansaintamalleja ja verkkojulkaisujen toteuttamista. Alalle ominaisesti aiheesta on tutkittu niin yhteiskuntatieteiden, tietojenkäsittelytieteiden, humanististen tieteiden kuin taloustieteidenkin näkökulmista. Varhaisissa tutkimuksissa keskityttiin erityisesti verkkojulkaisemisen tekniikkaan ja verkkolehtien ulkoasuun, mutta verkkoajan edetessä huomio on siirtynyt luontevasti sisältöön.

Tämän tutkimuksen näkökulma on journalistinen. Tutkimuksen kohde on journalistinen työ toimituksessa, jossa verkkolehteä ja paperilehteä tehdään rinnakkain. Verkojulkaisemisen tekninen toteutus sekä verkkolehtien ulkoasuun ja sivustorakenteeseen kytkeytyvä käytettävyys rajautuvat tutkimuksen ulkopuolelle. Niin ikään en pureudu kovin syvälle kiperään kysymykseen verkkolehtien taloudellisesta toimeentulosta – paitsi tietenkin siinä mielessä, että uskon

niitä julkaisevien yritysten taloudellisen menestyksen olevan yhä riippuvaisempi tuotteidensa journalistisesta laadusta. Ei ole enää sanottua, että maakuntalehti tavoittaa levikkialueensa väestön lehden laadusta riippumatta.

Juuri tästä syystä tutkimukseni rajaus perustuu journalistisen työn tärkeimpään lopputuotteeseen; *uutiseen*. Sanomalehtiä on perinteisesti tilattu uutisten vuoksi, ja muilla osastoilla on siten ollut niitä täydentävä arvo (Tommila & Salokangas 1998, 210). Pohdin tässä työssä uutisen rakentumista sanomalehdessä, jossa verkkolehteä pyritään tekemään samoille lukijoille kuin paperilehteä.

Tutkimuksen empiirinen aineisto koostuu *Keskisuomalaisen* ja *Savon Sanomien* verkko- ja printtitoimittajien teemahaastatteluista. Näissä samaan konserniin kuuluvissa maakuntalehdissä verkkolehden mielletään täydentävän paperilehteä ympärivuorokautisella uutisseurannallaan ja vastaavasti paperilehden täydentävän verkkoa päivittäisellä toimitetulla, taustoitettulla ja arvoitetulla paketillaan (Roth 2008). En siis tarkastele verkkolehteä erillisenä tuotteena, vaan osana maakuntalehden journalistista julkaisutyötä.

On selvää, että kaikki lukijat eivät käytä lehteä tähän tapaan. Yhtä selvää on, että kaikki journalistitkaan eivät hyväksy ajattelutapaa varauksetta. Kyse on kuitenkin tutkimuslehdissä tehdystä linjauksesta, ja juuri sen toteuttaminen on tässä tutkimuksessa tarkastelun alla. Näkökulmassani on siis kyse rajauksesta, joka lävistää koko tutkimuksen<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Toisenlainen näkökulma olisi ilman muuta mahdollinen, ja se on monissa tutkimuksissa otettukin. Osa verkkojournalismin kannattajista esimerkiksi uskoo verkkolehden syrjäyttävän tuotteena paperilehden, ja osassa lehtitaloista mielletään verkkolehteä tehtävän eri yleisölle kuin paperilehteä. Kuitenkin World Association of Newspapersin tutkimukseen vuonna 2008 osallistuneista maailman päätoimittajista 86 prosenttia uskoi, että juuri paperilehtien ja verkkolehden tekemisestä rinnakkain tulee alan normi (World Editors Forum 2008).

Kysyn tutkimuksessani, kuinka tällaista journalismia itse asiassa tehdään. Millä tavoin näiden kahden erilaisen ja ristiriitaisenkin julkaisukanavan välille päivittäisessä uutistyyössä rakennetaan yhteyksiä? Muodostavatko aamukahvipöytään kolahtava paperinippu ja verkkosivuille päivitettävä datasisältö kokonaisuuden, jota sen tekijät ja lukijat voivat nimittää samalla nimellä, jolla ovat vuosikymmeniä kutsuneet perinteistä paperilehteään?

Konkreettisen vastauksen tutkimus antaa kysymykseen: *Millaisia käsityksiä Keski-suomalaisen ja Savon Sanomien toimittajilla on paperilehden ja verkkolehden muodostamasta kokonaisuudesta?* Toimittajien käsityksillä tarkoitan kokemuksia, asenteita, haaveita ja mielikuvia sekä mielipiteitä. Keskityn tarkastelemaan aihetta uutistyyön näkökulmasta, mutta sivuan käsittelyssäni kohdelehtien muita sisältöjä.

Keskisuomalainen ja Savon Sanomat ovat kiinnostava tutkimuskohde vuonna 2008, sillä edellisen vuoden aikana ne uudistivat verkkosivunsa, vahvistivat verkkotoimitustensa resursseja ja muuttivat organisaationsa rakennetta. Uudistuneet verkkolehdet ovat erilliset, mutta niitä tehdään yhteistyössä. Kahden lehden yhteisellä kuusihenkisellä verkkotoimituksella on yhteinen esimies. Omaa kiinnostustani selittääköön työskentelyni Savon Sanomissa<sup>2</sup>.

Koska tutkimuslehtien verkkojulkaisemisen käytännöt ovat muuttuneet niin vähän aikaa sitten, ei tutkimustani tule pitää valmiin työyhteisön tai vakiintuneiden työtapojen dokumentaationa. Alan laajemman myllerryksen näkökulmasta on sitä paitsi täysin mahdollista, että tutkimuksessa hahmottamani tilanne jää muutenkin siirtymäajaksi paperin ja sähköisen kulttuurin välillä. On

---

<sup>2</sup> Aloittaessani tutkimusta olin työskennellyt Savon Sanomissa uutis- ja kulttuuritoimittajana. Työn viimeistelyvaiheessa työskentelin Savon Sanomien taloustoimittajana, mutta tällöin tein toisinaan myös verkkotoimittajan vuoroja. Tästä uudesta näkökulmasta tutkimuskohteeseeni oli työlle kiistatonta hyötyä, mutta olen luonnollisesti pyrkinyt pitämään omat havaintoni erillään tutkimuksen aineistosta.



esimerkiksi mahdollista, että sähköinen paperi jossakin vaiheessa yhdistää nykyisen verkkolehden ja paperilehden jälleen yhdeksi ja samaksi välineeksi. Sekin on aivan mahdollista, että paperilehti tosiaan aikanaan väistyy sähköisen julkaisemisen tieltä kokonaan. Nämä mahdolliset kehityksen suunnat eivät kuitenkaan mielestäni vähennä tutkimuksen näkökulman arvoa. Päinvastoin: tänä siirtymäaikana punnitaan, säilyvätkö maakunnalliset sanomalehdet Suomen mediakentän valtiaina.

## 1.2 Työn rakenne ja tutkimusmenetelmä

Tutkimuksen aluksi lähestyn aihetta historiallisesta näkökulmasta. Koska internet poikkeaa luonteeltaan muista viestintävälineistä, luon lyhyen katsauksen sen kehitykseen. Erityistä huomiota kiinnitän luonnollisesti sanomalehtien verkkojulkaisuihin. Erikseen käyn läpi Keski-suomalaisen ja Savon Sanomien verkkojulkaisemisen historian, ja selvitän tarkemmin niiden toimintamallia.

Seuraavaksi etenen kartoittamaan verkkojulkaisemisen nykytilaa. Tarkastelen verkkolehden ja paperilehden yhteistyötä välineiden ominaispiirteiden sekä erojen ja yhtäläisyyksien näkökulmista. Erittelen verkkojulkaisemiseen kohdistettuja toiveita ja pelkoja. Samalla pohdin hieman uutisen, uutiskriteerien ja journalistin uusia vaatteita uudessa julkaisukanavassa.

Empiirinen aineistoni koostuu kuuden verkkotoimittajan ja kuuden printtitoimittajan teemahaastatteluista, joita analysoin sisällönanalyysin keinoin. Laadulliselle tutkimukselle tyypillisesti tutkimus on hypoteesiton: en suunnannut tutkimustani lukkoon lyötyjen tutkimustulosodotusten mukaan, vaikka taustasta-

ni ja tutkimuskohdetta koskevista kokemuksistani johtuen minulla olikin ennakko-oletuksia mahdollisista tuloksista (vrt. Eskola & Suoranta 1998, 19-20). En kuitenkaan lähestynyt aineistoani täysin aineistolähtöisesti, vaan hyödynsin aineiston koodauksessa myös lähdekirjallisuutta (emt., 153).

Tässä yhteydessä on vielä hyvä todeta, että verkkotutkimuksina on julkaistu hyvin monimuotoista tietokirjallisuutta. Kaikki teokset eivät kiinnostavuudessaan huolimatta täytä tieteellisen tutkimuksen kriteerejä, kuten Aula ym. (2008, 18) huomauttavat. Esimerkiksi Nicholas Negroponten kuuluisa teos (1995) sisältää heidän mukaansa ”tieteellisiä aineksia, aikalaisdialogia ja essee-tyyppistä kirjoitusta”. Tuo teos, kuten esimerkiksi verkkoskeptikko Andrew Keenin (2008) tai kehitysoptimisti Charlie Beckettin (2008) teokset, sisältävät kuitenkin huomioita ja visioita, joilla on mielestäni relevanssia verkkojournalismin tutkimukselle. Siksi en epäröi viitata niihin asianmukaisessa kontekstissa. Toki tutkimuksen lähteinä on myös tiukan tieteellistä kirjallisuutta ja aiempia tutkimuksia, joista mainittakoon tutkimuslehtien verkkotoimituksen nykyisen esimiehen Kirsi Hakaniemen (os. Ahvenaisen) pro gradu (Ahvenainen 2004). Hakaniemi selvitti monikanavaisen uutisprosessin etenemistä Keskisuomalaisen toimitusorganisaatiossa keväällä 2004.

### 1.3 Käsitteistä

Verkkojournalismista puhutaan niin monilla, osin ristiriitaisillakin, nimillä, että on tarpeen tehdä selväksi, mitä tässä työssä muutamilla käsitteillä tarkoitan.

*Verkkojournalismi* lienee suhteellisen selvä tapaus: käsitteellä tarkoitetaan kaikkea internetissä julkaistavaa journalismia. Myöhemmin tosin käy ilmi, ettei

journalismin perinteinen määritelmä välttämättä pysy verkossa entisellään. Kuutin (2006, 253) mukaan kyse on ”tietoverkkoja hyödyntävästä, erittäin reaaliaikaisesta sähköisen tiedonjakelun ja esittämisen muodosta”.

*Verkkojulkaisu* on jo hankalampi tapaus. Kuutin (emt.) mukaan käsitteellä tarkoitetaan ”yhtenäiseksi laadittua verkkoviestien kokonaisuutta, jota on tarkoitus julkaista toistuvasti”. Alasilta (2002) määrittelee verkkojulkaisun ”journalististen periaatteiden mukaan hankitusta, seulotusta ja muokatusta sisällöstä koostuvaksi, ajankohtaisuuteen pyrkiväksi verkkopalveluksi”. Määritelmät ovat toimivia, mutta laiveita. Niiden mukaan esimerkiksi eräitä harrastajaryhmien uutissivuja ja osaa blogeista voisi pitää verkkojulkaisuina<sup>3</sup>. Ilman muuta sellaiseksi tulisi lukea asiakaslehtitalo Kynämiehen tuottaman Plazan kaltaiset sivut. Perinteisten joukkoviestinten harjoittamasta verkkojulkaisemisesta saman käsitteen alle osuisivat niin televisiokanavien kuin aikakauslehtienkin verkkosivut. Tarvitaan siis rajatumpi käsite.

*Verkkolehdi* on Kuutin (emt., 254) mukaan ”tietoverkkoon säännöllisesti toimitettava, sanoma- ja aikakauslehdille tyypillistä aineistoa sisältävä yhtenäismuotoinen julkaisu tai palvelu”. Käytän tässä tutkimuksessa käsitettä sen merkitystä vielä hieman tarkentaen: tarkoitan verkkolehdellä ainoastaan paperilehtien samannimisiä verkkojulkaisuja. Termi ei ole ongelmaton. Mikään verkkojulkaisu ei nimittäin sanan varsinaisessa merkityksessä ole lehti, eikä yksikään verkon ominaispiirteitä hyödyntävä verkkojulkaisu ole palautettavissa sellaisenaan paperiseksi lehdeksi. Määritelmä on pulmallinen siksikin, että se antaa olettaa, että verkkolehdi terminä kuuluu vain rajatulle joukolle perinteisiä medioita.

---

<sup>3</sup> Kirjoittajat, jotka haluavat niputtaa blogit, kotisivut ja Facebookin kaltaiset yhteisölliset palvelut saman otsikon alle journalististen medioiden kanssa, käyttävät usein kaikista digitaalisista, verkkomaisista ja tietokonevälitteisistä sisällöistä sateenvarjotermiä ”uusi media”. Termin epämääräisyyden vuoksi vältän sitä tässä tutkimuksessa sen tietystä vakiintuneisuudesta huolimatta. (ks. Heinonen 2002, 161-163.)

Näin esimerkiksi paperilla ilmestymisensä lopettanut Taloussanommat olisi la- kannut olemasta verkkolehti ja muuttunut ”pelkäksi” verkkojulkaisuksi. Viime kädessä perustan käsitteen valinnan siihen, että Keski-suomalainen ja Savon Sa- nomat puhuvat verkkojulkaisuistaan nimenomaan verkkolehtinä (esim. Roth 2008). Verkkolehti tuntuu myös saavuttaneen vakiintuneen käsitteen aseman: takavuosina sen kanssa kamppailivat esimerkiksi käsitteet *sähköinen sanomalehti*, *digitaalinen lehti* ja jopa *kuvaruutulehti* (Kuusisto & Pippuri 1998, 14).

*Konvergenssi* tarkoittaa lähentymistä, yhdentymistä ja samankaltaistumista. En käytä käsitettä monta kertaa, mutta ajatus sen takana on syytä tuoda tässä ilmi. Viestintävälineissä tapahtuvaa konvergenssia on määritelty lukuisin tavoin, mutta useiden tutkijoiden mielestä kyse on itse asiassa kolmenlaisesta konver- genssista: aiemmin erillisten viestintävälineiden *ilmaisumuotojen* lähentymisestä, tuotannossa ja jakelussa käytettävän *tekniikan* yhdentymisestä sekä media-alan yritysten ja instituutioiden *omistuksen* keskittymisestä. (Villi 2008, 101-104.)

Kolme konvergenssia kytkeytyvät toisiinsa ja tapahtuvat samanaikaisesti. Kehi- tystä on vauhdittanut ja osin suorastaan mahdollistanut viestinnän digitalisoi- tuminen, mutta sen taustalla vaikuttavat vähintään yhtä paljon viestintäyritys- ten taloudelliset motiivit (emt., 104-105). Käyttäjän kannalta konvergenssi tar- koittaa viestintävälineiden sisältöjen ja käyttökokemusten yhdenmukaistumis- ta, joka tapahtuu erityisesti internetissä. Negroponten (1996, 26) mukaan tämä tarkoittaa, että kun sanomalehden uutisia on vanhastaan pidetty televisiouuti- sia perusteellisempina ja televisiota sanomalehteä rikkaampana aistikokemuk- sena, voivat niiden roolit verkossa sekoittua tai kääntyä kokonaan ympäri.

Pavlikin (2001) mukaan konvergenssi muuttaa journalismia neljällä tavalla. En- sinnäkin *uutissisällöt* muuttuvat uuden teknologian vuoksi. Toiseksi toimittajien *työnkuvat* muuttuvat uusien työkalujen vuoksi. Kolmanneksi toimitusten ja me-

diarytysten *organisaatiot* muuttuvat edellisistä syistä johtuen. Lopuksi muuttuvat väistämättä toimittajien ja heidän *yleisöjensä* – mukaan lukien myös lähteidensä, kilpailijoidensa ja ilmoittaja-asiakkaidensa – väliset suhteet. Lyhyesti: vaikka journalismin ydin pysyisi ennallaan, ei mikään silti ole kuin ennen.

*Monikanavaisuus* onkin itse asiassa yksi konvergenssin seurauksista. Termillä tarkoitetaan sitä, että viestinnän sisältöjä tuotetaan alun alkaen ajatellen niiden jakelua ja vastaanottoa usealla eri laitteella (Heinonen 2002, 170-171). Samoja sisältöjä voidaan versioida niin paperilehteen kuin verkkolehteenkin, jopa radioon ja televisioon. Myös monikanavaisuuden mahdollistaa tiedon digitaalisuus, koska sen ansiosta niin tekstin, kuvan kuin äänenkin välittämiseen käytetään samanlaisia bittejä (emt., 163-165). Toisaalta lukijakin voi lähestyä yhden infrastruktuurin kautta välitettyä informaatiota monella eri tavalla: hän voi lukea verkkolehteä tietokoneen ruudulta tai matkapuhelimellaan, tulostaa sen paperille tai kuunnella puhesyntetisaattorilla kaiuttimista (emt.). Heinosen tarkoittamassa mielessä monikanavaisuus onkin itse asiassa riippumattomuutta kanavista. Toimituksissa ja jopa tässä tutkimuksessa julkaisemista kuitenkin usein yhä ajatellaan kanavien olemassaoloa tai vaihtoehtoisuutta korostaen.

Olkinuoran (2006, 14) mukaan Suomessa on vain yksi aidosti *multimediallinen* mediayhtiö, SanomaWSOY, joka kustantaa sanoma- ja aikakauslehtiä ja harjoittaa radio- ja televisiotoimintaa sekä kaikkien näiden verkkojulkaisutoimintaa. Tämän tutkimuksen kohdelehdissä monikanavaisuus tarkoittaaakin ennen kaikkea sisältöjen julkaisemista sekä paperilehdessä että verkkolehdestä. Jälkimmäisessä julkaistaan kuitenkin myös radion ja television omaisia sisältöjä. Monikanavaisuudelle voisi väittää olevan tyypillistä, että se yhtäältä monimutkistaa toimituksen työprosesseja ja toisaalta monipuolistaa journalistisia loppuotteita.

## 2 LYHYT INTERNETHISTORIA

Verkkjournalismin käsittely on syytä aloittaa toteamalla, että internet ei ole ainoastaan media; se on myös paikka. Sanomalehteä luetaan ja televisiota katsotaan, mutta internetissä *ollaan* (esim. Hintikka 1996; Aula ym. 2008, 10).

Toki verkossa, kuten esimerkiksi koulussa, ravintolassa tai väitöstilaisuudessa, voi olemisen ja tekemisen lisäksi heittäytyä myös seuraajaksi tai muiden tuottamien sisältöjen kuluttajaksi. Suomen kielen sanamuotokin kuitenkin paljastaa, että netin kuluttaminen on erilaista kuin perinteisten medioiden. Hintikan mielestä on sattuva, että Suomessa liikenne- ja viestintäpolitiikasta päätetään samassa ministeriössä: internetissä liikutaan, 1990-luvun termillä *surffailtaan*, ja vietetään aikaa (Hintikka 1996).

Journalismin kannalta on ensiarvoisen tärkeää huomata, että itse asiassa internetin alkuperäinen käyttötarkoitus oli pikemminkin paikan kuin median. Internetiä ei suinkaan kehitetty joukkoviestinnän, vaan yhteydenpidon välineeksi (Heinonen 1999, 36). Verkkojen verkko sai alkunsa sotilaallisen tutkimuksen yhteydessä ja heräsi kukoistukseensa akateemisen maailman sisäisen yhteydenpidon välineenä. Heinonen (emt.) tiivistää verkkoteknologiaa kehitetyn yhtäältä Yhdysvaltain armeijan yhteysvälineiden turvaamiseksi ja toisaalta innostuneiden tietokonenörttien viestintäkanavaksi.

Lisäksi internetin historian voi tulkita niin, että verkko luotiin vain yhdistämään tietokoneet verkoksi, jonka todellisen käyttötarkoituksen määrittelevät sen käyttäjät. Aulan ym. (2008, 12) mukaan internet on suunniteltu vertaisverkoksi, joten kaikki verkossa tapahtuva viestintä on tavallaan vertaisviestintää.

Ei siis ihme, että perinteisten joukkoviestintäyritysten ei ole ollut helppoa laajentaa toimintaansa verkkoon. Joukkoviestintä määritellään tavanomaisesti ”sanomien välittämiseksi suhteellisen suurelle, ennalta rajaamattomalle yleisölle” (Kunelius 1997, 15-16). Sanomien välittämiseksi tarvitaan tekninen apuväline (*kanava*), ja näin toteutuva joukkoviestintä on Kuneliuksen mukaan ”ainakin lyhyellä aikavälillä” yksisuuntaista.

Internetin olemuksen ytimessä taas on tämän ajattelutavan vastakohta: käyttäjien ainakin näennäinen tasa-arvoisuus ja viestien kaksisuuntaisuus. Heinosen (1998, 4) mukaan journalistiset julkaisut eivät alun perin olleet verkolle ominaista viestintää, ja verkkoa on jouduttu taivuttamaan journalismin tarpeisiin. Lehtiyritysten varhaisista yrityksistä ottaa verkko haltuunsa sanomalehden kaltaisena mediana – lapioimalla sinne sellaisenaan päivän pääuutiset – tulee jopa mieleen kansantarina hölmöläisistä kantamassa auringonvaloa säkissä sisään.

## **2.1 Galaksien välinen tietokoneiden verkko: internetin kehitys**

Steinbock (1997, 21-22) näkee internetin historiassa kolme perustavaa vaihetta. Ensimmäistä hallitsi Pentagon, toista tiede- ja tutkimusyhteisöt ja kolmatta kaupalliset kuluttaja- ja yritysmarkkinat. Vaikka internet otettiin ensimmäisenä käyttöön yliopistoissa 1970-luvulla, lyötiin kipinät sille 1960-luvun sotilaallisessa tutkimuksessa. Kolmas vaihe käynnistyi 1990-luvulla kuluttajaystävällisten verkkoselainten ja -palvelujen sekä yritysten pörssiytymisten myötä (emt., 52).

Alkupiste on vuosi 1962. Tuon vuoden lokakuussa Yhdysvaltain puolustusministeriön tutkimusosaston Arpan alaisuuteen perustettiin tietokonetutkimuksen

ohjelma (Leiner jne 2003)<sup>4</sup>. Sen ensimmäiseksi johtajaksi nimitettiin MIT:n professori J.C.R. Licklider, joka jo aiemmin samana vuonna oli kirjoittanut visioistaan maailmanlaajuisesta tietokoneiden verkosta. Licklider kutsui näkemystään ”galaksien väliseksi tietokoneiden verkoksi” (*intergalactic computer network*) (Licklider 1963). Sen avulla kenen tahansa piti olla mahdollista päästä nopeasti tiedon äärelle. The Internet Societyn historiankirjoittajien mukaan Lickliderin konsepti oli hyvin lähellä nykyistä verkkoamme (Leiner jne 2003). Samana vuonna toinen amerikkalaistutkija Paul Baran julkaisi näkemyksensä ”hajauteuista viestintäverkoista”, jotka pelastaisivat Amerikan viestintäyhteydet Neuvostoliiton pelätyltä ydiniskulta (Steinbock 1997, 22). Kun verkossa olisi solmuina tarpeeksi monta tietokonetta, pääsisi viesti perille, vaikka sotilaallinen isku lamauttaisi minkä tahansa osan verkon koneista.

Kesti toki aikaa, ennen kuin näistä visioista päästiin nykyiseen tietoverkkoyhteiskuntaan, eikä kaikkia teknisiä askeleita ole syytä käydä tässä läpi. Ensimmäinen tietoverkko, Arpanet, rakennettiin amerikkalaisten yliopistojen tutkimuslaitosten välille. Ensimmäinen kahden koneen välinen yhteys otettiin Arpanetin sisällä lokakuussa 1969 (Leiner jne 2003). Verkon ensimmäiset tietokoneet sijaitsivat neljässä yliopistossa. Arpanetiä ei siis edes sen perustuvaiheessa tarkoitettu yksinomaan sotilaalliseen käyttöön, vaikka verkon perusti puolustusministeriö ja vaikka sitä myöhemmin käytettiin lukuisiin armeijan tutkimuksellisiin ja operationaalsiinkin tarkoituksiin<sup>5</sup>. Tietokoneiden laskentatehon moninkertaistaminen liittämällä ne yhteen oli monelle verkon varhaiselle kehittäjälle vähintään viestintäyhteyksien turvaamisen veroinen motivaatio. Internetin

---

<sup>4</sup> Arpa on vaihtanut nimeään tiheään. Se tunnettiin vuosina 1962-1971 nimellä Advanced Research Projects Agency (Arpa) ja vuosina 1971-1993 nimellä Defence Advanced Research Projects Agency (Darpa). Vuosina 1993-1996 nimi palautettiin Arpaksi, jonka jälkeen organisaatio on jälleen tunnettu Darpana. (Leiner jne. 2003.)

<sup>5</sup> Sotilaallinen osa erotettiin omaksi Milnet-verkokseen vuonna 1983, jolloin Arpanet jäi tiedeyhteisön käyttöön (Steinbock 1997, 34).



syntyhetkellähän tietokoneet tarkoittivat suuria keskustietokoneita, joiden suorituskyky oli heikompi kuin 1990-luvun kotitietokoneiden (Steinbock 1997, 24).

Verkon varhaiset käyttäjät löysivät nopeasti sen mahdollisuudet. Tieteellistä laskentatyötä ja tiedostojen vaihtoa tärkeämmäksi verkkosovellukseksi kohosi sähköposti. Yhtä hyvin keskustelukanavaksi kuin yleiseen tiedonvälitykseen taipuvasta keksinnöstä tuli vuosikausiksi tärkein verkkosovellus, joka mullisti ensin verkon kehityksen ja myöhemmin suuren osan yhteiskuntaa (Leiner jne 2003). Yliopistojen välinen verkko kasvoi 1980-luvun kuluessa maailmanlaajuiseksi, ja syntyneitä verkkojen verkkoa alettiin kutsua internetiksi<sup>6</sup>. Vuosikymmenen loppuun mennessä internet laajeni päätä huimaavalla vauhdilla: siihen kytkettyjen palvelinten määrä ylitti 10 000 kappaletta vuonna 1987 ja 100 000 kappaletta jo vuonna 1989 (Steinbock 1997, 36-37). Suomessa opetusministeriö käynnisti vuonna 1984 Funet-hankkeen<sup>7</sup> maan korkeakoulujen ja tutkimuslaitosten yhdistämiseksi toisiinsa (Salminen 1998). Vuodesta 1988 alkaen ne liittyivät pohjoismaiden yhteisen verkon kautta internetiin (emt.).

Internetin läpimurto suuren yleisön viestintävälineeksi tapahtui yksityisten verkkoliittymien yleistyessä 1990-luvulla. Englantilaisen Tim Berners-Leen kehittämän html-kielen<sup>8</sup> varaan rakentunut *World Wide Web* (www) mahdollisti

---

<sup>6</sup> Internet; *verkkojen välinen* (Järvinen 2003, 295). Suomen kielen lautakunnan aiempi suositus oli kirjoittaa sana isolla alkukirjaimella, mutta vuonna 2007 se päättyi pitämään molempia vaihtoehtoja hyväksyttävänä. Erisnimen käyttäminen korostaa internetin luonnetta ainutlaatuisena maailmanlaajuisena tietoverkkona, kun taas yleisnimi viittaa pikemminkin internetiin viestintävälineenä.

<sup>7</sup> Funet; *Finnish University and Research Network*.

<sup>8</sup> HTML, *Hypertext Markup Language*, on www-sivujen sisällön kuvauksessa käytetty koodaus. Sen alkuperäinen tavoite oli perinteiseen julkaisemiseen verrattuna radikaali: erottaa tekstin sisältö sen ulkoasusta niin, että sama dokumentti olisi mahdollista lukea erilaisilla tietokoneilla ja ohjelmilla. Myöhemmin sivunkuvauskieltä yhdenmukaistettiin, jotta www-sivut näyttäisivät yhdenmukaisemmilta eri järjestelmillä tarkasteltuina. (Järvinen 2003, 270; 273.)

sellaisten graafisten verkkosivujen luomisen ja selaamisen, että niitä oli ylipääntään mahdollista käyttää joukkoviestinnällisiin tarkoituksiin. Amerikkalaisen Marc Andreessenin kehittämä selainohjelma Mosaic (myöh. Netscape Navigator) avasi www:n mahdollisuudet suurelle yleisölle tammikuussa 1993.

Tavallinen kuluttajakin pääsi halutessaan Suomesta verkkoon jo 1980-luvulla. Videotex-verkossa toiminut Telesampo-palvelu sähköposteineen ja verkkopankkeineen avattiin kaupalliseen käyttöön vuonna 1987 (Kerttula 2004). Vuosikymmenen mittaan eri puolille Suomea perustettiin ”purkkeja” eli BBS:iä (*Bulletin Board System*), joihin otettiin yhteys modeemilla ja jotka tarjosivat käyttäjilleen sähköisen ilmoitustaulun, siihen liittyvän sähköpostin ja tiedostokoelman. Purkit eivät olleet osa varsinaista internetiä, mutta niiden suosio epäilemättä edisti sen yleistymistä ajan koittaessa (Järvinen 2003, 551).

Vuonna 1993 markkinoille tulivat ensimmäiset kaupalliset internet-yhteydet, jolloin maailmanlaajuinen tietoverkko lopullisesti aukesi tiedeyhteisön ulkopuoliselle Suomelle (Salminen 1998). Järvisen (2003, 805) mukaan todellinen internet-buumi alkoi Suomessakin vuoden 1994 kesällä. Ensimmäinen suurtaapahtuma, jolla oli omat www-sivut, oli tuon suven jalkapallon MM-kisat.

Kun Yhdysvaltain kansallinen tiedesäätiö purki toukokuussa 1995 vuosia ylläpitämänsä tärkeimmän runkoverkon, eivät käyttäjät huomanneet mitään (Järvinen 2003, 806). Muutoksella ei ollut enää merkitystä, sillä kaupalliset operaattorit olivat ottaneet verkkoliikenteen vastuulleen. Arpanet oli suljettu tarpeettomana jo vuonna 1990 (Leiner jne 2003). Internet oli siirtynyt kolmanteen, kaupalliseen vaiheeseensa, eikä sitä enää ollut pysäyttämisen. Esimerkiksi Suomessa internetin käyttö yleistyi 15-74 -vuotiaiden keskuudessa liki kymmenen prosenttiyksikön vuosivauhtia aina vuoteen 2001. Tuolloin internetiä käytti jo kaksi kolmesta suomalaisesta ja kasvun oli viimein loivennuttava (Sauri 2005, 228).

Keväällä 2008 internetiä käytti 83 prosenttia eli useampi kuin neljä viidestä 16-74 -vuotiaasta suomalaisesta. Käyttö oli säännöllistä, sillä 78 prosenttia väestöstä käytti internetiä vähintään kerran viikossa. Alle 40-vuotiaiden ikäryhmässä internetiä käyttivät lähes kaikki, mutta yli 60-vuotiaista suomalaisista vain neljä kymmenestä. Sukupuolten välillä mainittavia eroja oli enää vanhimpien joukossa, jossa miehet ovat hieman naisia aktiivisempia (Tilastokeskus 2008.)

Suosituimmat verkon käyttötarkoitukset olivat sähköposti, tiedonetsintä, pankkiasiat, matka- ja majoituspalvelut – sekä verkkolehdet, joita luki vuonna 2008 69 prosenttia verkon käyttäjistä. (emt.)

## **2.2 Kokeilemaan uutta välinettä: sanomalehtien tie internetiin**

Ensimmäisinä vuosikymmeninä internetin käyttöön vaadittiin arvokkaat laitteet, eikä se vielä 1980-luvun lopussakaan onnistunut ilman huomattavaa tietokoneosaamista. Niinpä vaikka verkossa oli kaiken aikaa mahdollista levittää esimerkiksi uutisia, pysyi keksintö pitkään suuren yleisön ulottumattomissa.

Ensimmäiset joukkoviestintäyritykset ottivat toki internetin käyttöönsä tiedonhankinnan ja lähteiden tavoittamisen välineenä jo 1980-luvulla (Heinonen 1999, 45-46). Heinosen mukaan suurelta osin tekniset edistysaskeleet, kuten html-kielen keksiminen, eivät sinänsä vielä houkuttelleet useimpia mediayrityksiä internetiin (emt., 40-41). Esimerkiksi linkkejä ei keksitty massamarkkinoita varten, vaan helpottamaan tutkimusten välistä viittaamista (Steinbock 1997, 39). Innovaatiot kiinnostivat vain verkon entisiä käyttäjiä, kunnes helppokäyttöiset graafiset verkkoselaimet lopulta avasivat ne kaikille sisällöntuottajille ja kuluttajille. Joukkoviestintäyritykset kiinnostuivat verkosta yleisön perässä.

Monet ensimmäisistä journalistisista verkkojulkaisuista sijaitsivat purkeissa, eivätkä siis internetissä lainkaan<sup>9</sup>. Toiset perinteiset mediat taas ottivat ensimmäiset verkkojulkaisemisen askeleensa välittämällä juttujaan uutisryhmiin. Kun amerikkalaisyritykset vuodesta 1993 alkaen alkoivat perustaa www-sivuja, olivat vakiintuneet joukkoviestintäyritykset ensimmäisten joukossa (Steinbock 1997, 263). Ensimmäisiä verkkoon menneitä medioita olivat sanomalehdet New York Times, Washington Times ja Seattle Times, televisiokanavat CNN ja ESPN sekä aikakauslehti Playboy. Erikseen on syytä mainita Wired-aikakauslehden verkkolehti – se kun esitteli ensimmäiset sponsoroidut mainostaulut eli *bannerit* ja raivasi näin tietä verkkolehtien taloudelliselle kannattavuudelle (emt.).

Suomen ensimmäisen verkkolehden tittelille on monta ottajaa. Ainakin Aamulehti ja Turun Sanomat välittivät uutisiaan jo Telesammon ja sitä vastaavan HPY:n Infotel -verkoissa (Saari 1994). Alma Media katsoo marraskuussa 1994 aloittaneen OtaOnline-palvelun olleen Suomen ensimmäinen verkkolehti (Alma Median historia 2007). OtaOnlinessa julkaistiin runsaan vuoden ajan Aamulehden, Kauppalehden ja Iltalehden materiaalia sekä Otaniemessä tuotettua omaa sisältöä. Sitä päivitettiin vähintään kerran päivässä ja se hyödynsi ensimmäisenä Suomessa monia verkkojulkaisemisen ominaispiirteitä, mutta pohjimmiltaan kyseessä oli Teknillisen korkeakoulun ja Aamulehti-yhtymän kokeilu. Lehti oli luettavissa ainoastaan TKK:n suljetussa verkossa. (Nurmi 1994; Miettinen 1995.)

Ensimmäisenä yleiseen internet-verkkoon, kenen tahansa luettavaksi ja samalla ensimmäisenä www:hen ehti Turun Sanomat, joka avasi sivunsa kesäkuussa

---

<sup>9</sup> Purkkijournalismia harrastettiin Suomessakin. Paikallislehti Korpilahdella oli vuosina 1995-1996 oma purkkinsa, joka oli saanut alkunsa opetusministeriön Freenet-hankkeesta. Purkissa toimi Korpilahden koulujen sähköinen ilmoitustaulu, jonka lisäksi siellä julkaistiin lehden uutisia. Purkki sijaitsi toimituksen 386-tietokoneessa modeemiyhteyden välityksellä, ja merkkipohjaisella palvelulla saattoi olla kerrallaan yksi käyttäjä. (Parkkonen 1997, 6, 24-25.) Mikrobittilehden vuosina 1994-2002 toiminut purkki taas kuului lajissaan maailman suosituimpiin, mutta se ei varsinaisesti sisältänyt journalistista materiaalia.

1995. Sen verkkolehdestä julkaistiin lehden pääuutiset, mielipidekirjoitukset sekä osa rivi-ilmoituksista. Lehden päätoimittajan Aimo Massisen mukaan Turun Sanomat halusi lähteä ”kokeilemaan uutta välinettä ja katsomaan millaisia mahdollisuuksia se avaa”. Hän kuitenkin lisäsi, että kokeilua ei tarkoitettu määräaikaiseksi: kun verkkoon oli menty, ei sieltä ollut enää tarkoitus lähteä pois. Turun Sanomien palvelu oli lisäksi maksuton, toisin kuin osa suljetuissa verkoissa julkaistuista edeltäjistään. (Karonen 1995.)

Internetin tasa-arvoistavan potentiaalin kannalta on sattuvaa, että paikallislehti Laukaa-Konnevesi ehätti toiseksi heti Turun Sanomien jälkeen. Se avasi säännöllisesti päivitettävän verkkolehdensä jo elokuussa 1995 (Parkkonen 1997, 23). Muista suurista sanomalehdistä Iltalehti käynnisti www-verkkolehdensä loka-kuussa 1995 kehitettyään sen OtaOnlinen kokeilun pohjalta (Suomen Lehdistö 1995). Muut pääsivät vauhtiin vuoden 1996 aikana<sup>10</sup>.

Vuonna 1997 internetissä oli jo 123 ”verkkolehdeksi luokiteltavaa” suomalaista julkaisua, joista 33 oli sanomalehtien ylläpitämiä (Sauri 2005, 230). Tunnetut joukkoviestintäyritykset valtasivat helposti jalansijansa internetissä, koska niiden brändiin yhdistettiin laatu ja luotettavuus ja koska aloittelevat verkkokäyttäjät hakeutuivat juuri niiden pariin (Kuusisto & Pippuri 1998, 71). Vähäpätöinen tekijä ei ollut sekään, että menestyville yrityksille verkkolehden perustaminen oli taloudellisesti vaivatonta ja journalistinen sisältö olemassa.

Ensimmäiset verkkolehdet eivät tietenkään heti hyödyntäneet kaikkia verkkojulkaisemisen ominaispiirteitä. Monessa mediatalossa haluttiin siirtää paperilehden hyväksi havaittu formaatti mahdollisimman kivuttomasti uuteen julkai-

---

<sup>10</sup> Esimerkiksi Keski-suomalaisella oli toki verkkosivunsa jo vuonna 1995: sen omistaman Laukaa-Konneveden lehtikin sijaitsi osoitteessa [www.ksml.fi/lkv](http://www.ksml.fi/lkv). Maakuntalehden omilla sivuilla ei kuitenkaan ollut vielä tuolloin journalistista sisältöä. (Parkkonen 1997, 21.)

sukanavaan. Sen lisäksi että varhaisten verkkolehtien sisältö oli peräisin paperilehdistä, päivitettiin niitä tavallisesti paperilehtien julkaisuaikataulun mukaan tai jopa sitä hitaammin (Heinonen 1997, 29). Kun vielä käyttäjätkin olivat tottumattomia verkkolukijoita, oli tulos huvittava: mediat siirsivät paperilehteensä tarkoitettuja pitkiä tekstisisältöjä sellaisenaan verkkolehteen, josta monet lukijat tulostivat ne oman lukumukavuutensa vuoksi ”takaisin” paperille (Kuusisto & Pippuri 1998, 10, 45). Olkinuoran (2006, 37) mukaan paperilehtien siirtäminen nettiin oli kehityksen ensimmäinen vaihe, joka todettiin pian huonoksi jakelutavaksi, ja vasta sitä seurasi ensimmäisen oikean verkkomedian kehittäminen.

Verkkojulkaisemisen alkuaika ei kuitenkaan ollut kypsä kaikille journalistisille keksinnöille. Kun Helsingin Sanomat perusti verkkolehtensä toukokuussa 1996, se sisälsi aluksi uutissähkeet, Nyt-liitteen sekä Klik!-palstan, jossa julkaistiin erikseen verkkolehteen tehtyä aineistoa. Toimitukselliset aineistot oli aluksi tarkoitettu vain paperilehden tilaajille. Vauhtiin päästyään lehti alkoi tuottaa kansainvälisestikin urauurtavia *webortaaseja*, suoraan verkkoon tehtyjä monimedia-reportaaseja. Verkkojulkaisemisen ongelmat (osittain tekniset, mutta ennen kaikkea taloudelliset) olivat kuitenkin yhä ratkaisematta. Niinpä joulukuussa 2001 osastoa supistettiin rajusti ja webortaasit lopetettiin. Helsingin Sanomien verkkolehden pääsisällöksi jäivät online-uutiset, joiden tuottamiseen myös paperilehden toimittajien oli määrä osallistua. (Rinkinen 2004, 21-23.)

Heinonen tiivistää sanomalehtien kiirehtineen verkkoon pysähtymättä pohtimaan mihin oikein olivat menossa. Hankkeiden elinkelpoisuus oli kaikkea muuta kuin selvää, mutta kun verkkoon oli rynnätty, ei sieltä ollut enää pois lähteminen. Niin verkkojulkaisemisesta tuli alan realiteetti ennen kuin sanomalehdissä oli edes mietitty, oliko internet omiaan niiden journalistiseen ilmaisuun. (Heinonen 1998, 5.)

## 2.3 Muuttuneessa maailmassa: verkkolehdet tänään

Helsingin Sanomien verkkoliite oli vuosituhaten vaihteessa sekä journalistisesti että siihen kohdennetuilta resursseiltaan aikaansa edellä. Vaikka HS.fi ei lehden laskelmien mukaan tuota omillaan voittoa vielä tätä kirjoittaessakaan, se lienee yhä Suomen ylivoimaisesti suurin verkkotoimitus. Maakuntalehdistä suurimmillekin tyypillinen vakituisten verkkotoimittajien määrä on 3-4, jonka lisäksi toimituksissa voi olla verkkotekniikan asiantuntijoita. (Ahlholm 2008.)

Parhaiten verkkoon ovat sopeutuneet talouslehdet, joista Taloussanomat jopa lakkautti paperilehtensä kokonaan vuoden 2008 alussa (Taloussanomat 2008). Kauppalehdenkin verkkojulkaisu on tehnyt voittoa jo pitkään (Jäppinen 2008). Mutta vaikka verkkojulkaisemisen taloudellisen toimeentulon perusongelmaa ei ole esimerkiksi maakuntalehdissä kyetty ratkaisemaan, ei se ole estänyt niitä panostamasta verkkojulkaisemiseen. Vuonna 2008 Sanomalehtien liittoon kuuluvista 198 sanomalehdestä 164 julkaisi uutisia myös verkossa (Sanomalehtien liitto 2008a). Useimmat määrittelevät verkkopalvelunsa paperilehteä tukevaksi, täydentäväksi tai laajentavaksi tuotteeksi (Santonen 2004, 36-37; Moilanen 2004, 50-51). Sitä pidetään myös keinona tavoittaa nuoret (Moilanen 2004, 56-57).

Sanomalehtien verkkopalvelut ovat Suomessa huomattavan suosittuja. Touko-kuussa 2008 suosituimmat suomalaiset verkkosivut olivat Ilta-Sanomien ja Ilta-lehden verkkolehdet. Kolmannellakin sijalla oli perinteinen mediayritys, MTV3. Kahdenkymmenen suosituimman sivun joukkoon mahtui vielä neljä muuta verkkolehteä (Helsingin Sanomat, Kauppalehti, Taloussanomat ja Aamulehti) ja kaksi muuta perinteistä mediayritystä (Yle ja Nelonen). Keski-suomalainen oli kävijätilastojen 67. ja Savon Sanomat 79. Perinteiset mediat ovat viime vuosina parantaneet asemiaan suosituimpien listalla. (TNS Gallup 2008.)

Kärkimedian verkkolehtien käyttäjätutkimuksen mukaan suomalaiset lukevat verkosta ennen kaikkea paikallisuutisia. Miehet ovat aavistuksen naisia innokkaampia verkkolukijoita. Suurin osa käyttäjistä on työikäisiä: alle 25-vuotiaita lukijoista on 12 prosenttia ja yli 64-vuotiaita vain 6 prosenttia. Huomioarvoista on lukijoiden uskollisuus: puolet heistä ilmoittaa lukevansa valitsemaansa verkkolehteä vähintään kerran päivässä ja lisäksi 29 prosenttia 2-3 kertaa viikossa. Keskisuomalaisen ja Savon Sanomien lukijoiden vastaukset myötäilevät yleisiä tuloksia. (Kärkimedia 2008.)<sup>11</sup>

Sanomalehtien liiton teettämän tutkimuksen mukaan 12-20 -vuotiaista nuorista sanomalehtien verkkosivuja lukee ainakin kerran viikossa 45 prosenttia. Paperilehtiä luki saman tutkimuksen mukaan ainakin kerran viikossa neljä viidestä nuoresta. Tutkimuksen mukaan nuoria kiinnostavat verkkolehdistä samat aiheet kuin aikuisiakin: ennen kaikkea kotimaan ja oman paikkakunnan uutiset, seuraavaksi eniten rikos- ja onnettomuus uutiset. (Sanomalehtien liitto 2008b.)

Mainitsin jo edellä, että kaikista verkon käyttäjistä 69 prosenttia lukee verkkolehtiä (Tilastokeskus 2008). Näiden sanomalehtien kannalta mairittelevien tulojen varjopuoli on lukemisen suhde paperilehtien tilaamiseen. Kärkimedian käyttäjätutkimuksen mukaan yli puolet verkkolehtien lukijoista, 56 prosenttia, ei tilaa talouteensa painettua lehteä lainkaan. (Kärkimedia 2008.)

Mitä toimitusten suhtautumiseen verkkolehtiin tulee, tuntuu Heinosen (1999, 74-76) vanha määritelmä osin yhä ajankohtaiselta. Hänen mukaansa journalistien suhtautuminen internetiin oli kärjistettävissä kahdeksi taipumukseksi: valankumoukselliseksi (*revolutionary inclination*) ja kehitykselliseksi (*evolutionary*

---

<sup>11</sup> Kärkimedian tutkimus toteutettiin 31 lehden verkkopalveluissa. Noin 10 000 vastaajaa käsittänyt tulos ei siis kuvaa kaikkien suomalaisten verkkolehtien käyttöä, vaan verkkolehtien lukijoiden verkkolehtien käyttöä.



*inclination*). Ensimmäinen ryhmä näkee internetin joukkoviestinnän käännekoh-  
tana: muutoksena, jonka jälkeen journalismi on perustavasti erilaista kuin ai-  
emmin. Myös jälkimmäinen ryhmä uskoo internetin muuttavan journalismin  
käytäntöjä, instituutioita ja toimittajan roolia, mutta itse journalismin pysyvän  
pohjimmiltaan ennallaan. Ensimmäinen ryhmä painottaa verkkojulkaisemisen  
ylivoimaisuutta paperiseen verrattuna, kun taas jälkimmäinen mieltää paperi-  
lehden pysyvän päätuotteena.

Heinonen määritteli vuonna 1999 jälkimmäisen ryhmän julkaisevan verkossa  
lähinnä paperilehdestä lapioituja sisältöjä, jos niitäkään, tai suhtautuvan verk-  
koon teknisenä kokeiluna. Vuonna 2008 kehityksellisen taipumuksen määritel-  
mää olisi tältä osin korjattava. Ryhmän edustajat ajattelevat kenties yhä paperi-  
lehden pysyvän päätuotteena, mutta ovat yhä useammin myös sitä mieltä, että  
verkkolehti laajentaa merkittävästi sen ilmaisukeinoja. Journalismin ydin on  
kenties tosiaan säilynyt ennallaan, mutta elinvoimaisena ja kannattavana pysyt-  
televä joukkoviestin ei enää voi sivuuttaa verkkojulkaisemista teknisenä kokei-  
luna tai täyttää verkkosivuaan lapioidulla materiaalilla. Kehityksellinen ryhmä  
ei siis enää ajattele valitsevansa joko paperi- tai verkkolehteä, vaan on valinnut  
kahden välineen synergian, monikanavaisen julkaisemisen. Tätä vaihtoehtoa  
ehdotti Heinonenkin (emt., 45).

Juuri sitä kannatettiin myös verkkolehtiudistusta suunnitelleessa sanomalehti  
Keski-suomalaisessa keväällä 2004 (Ahvenainen 2004, 89-91).

### 3 MONIKANAVAISUUS KESKISUOMALAISESSA JA SAVON SANOMISSA

Maakuntalehdet Keskisuomalainen ja Savon Sanomat kuuluvat nykyisin tasarvoisina tytäryhtiöinä samaan Keskisuomalainen Oyj -konserniin. Fuusioituminen tapahtui vuonna 2007. Keskisuomalainen osti kuitenkin Savon Sanomia tuolloin julkaisseen Savon Mediat Oy:n osake-enemmistön jo vuonna 2001, joten lehdillä on takanaan jo vuosia yhteistä taivalta. (Vuorio 2007, 334-335.)

Keskisuomalainen on maan vanhin suomenkielinen sanomalehti ja on perustettu vuonna 1871 (Keskisuomalainen Oyj). Lehden päätoimittajana toimi tutkimuksen haastattelujen aikaan Erkki Laatikainen, mutta hänen seuraajansa Pekka Mervola aloitti tehtävässä syyskuussa 2008 (Happonen ym. 2008, 9). Jyväskyläläinen ja Keski-Suomen alueelle leviävä sanomalehti on levikiltään Suomen viidenneksi suurin seitsemänpäiväinen sanomalehti ja sillä on Kansallisen mediatutkimuksen mukaan 174 000 lukijaa (Levikintarkastus Oy 2008b).

Savon Sanomat juhli satavuotista ilmestymistään vuonna 2007. Lehden päätoimittajana toimii Jari Tourunen. Kuopiolainen ja Savon alueelle leviävä Savon Sanomat on puolestaan levikiltään Suomen kuudenneksi suurin seitsemänpäiväinen sanomalehti ja sillä on 161 000 lukijaa (emt.).

Keskisuomalainen Oyj:n toimintaan sisältyy kustannustoiminnan, painotoiminnan ja jakelutoiminnan lisäksi sähköinen liiketoiminta. Siihen luetaan konsernissa verkkolehdet, näköislehdet, arkistot, juttupankki Stoori, verkon ilmoit-

tajapalvelut, uutistuotanto tv-yhtiöille sekä mobiilipalvelut. Konsernin liikevaihdosta 90 prosenttia tulee kustannustoiminnasta. (Keskisuomalainen Oyj.)

Esittelen tässä luvussa Keskisuomalaisen ja Savon Sanomien tavan toteuttaa monikanavaista julkaisemista. Aluksi käyn läpi kuinka verkkojulkaiseminen lehdissä aloitettiin, mutta ennen muuta keskityn kuvaamaan, millainen toimintamalli lehdissä otettiin käyttöön syksyllä 2007. Linjauksia tukevat paperilehdissä julkaistut, verkkolehteä lukijoille esittelevät jutut. Koska tarkastelen monikanavaista julkaisemista journalismin näkökulmasta, on tärkeää, millaisena tämä kokonaisuus lukijoille näyttäytyy.

### **3.1 Maakuntalehteä sähköisen välineen nopeudella: kehitys**

Keskisuomalaisen ja Savon Sanomien toimituksiin kannettiin tietokoneet 1970-luvun lopulla. Toimitusjärjestelmä hankittiin Keskisuomalaisen, Savon Sanomien, Kalevan, Satakunnan Kansan ja Vaasan yhteistyönä. Juttujen kirjoittamisen sähköistymisen lisäksi samalla tuli mahdolliseksi siirtää tietoa aluetoimituksista päätoimitukseen modeemin välityksellä. (Vuorio 2007, 206-207.) Kun Keskisuomalainen siirtyi täysin digitaaliseen toimitusjärjestelmään vuonna 1993, oli se ensimmäinen niin tehnyt maakuntalehti (Huovila 1998, 229).

Keskisuomalaisen verkkolehti, ”sähköinen Keskisuomalainen” näki päivänvalon lehden 125-vuotissyntymäpäivän kynnyksellä lokakuussa 1996. Aluksi verkossa julkaistiin uutisvirran ”kiinnostavimpia ja tärkeimpiä” sisältöjä, jotka poimittiin toimituksen paperilehteen tuottamasta materiaalista. Painotuksista kertoo, että lukijoille luvattiin ensi vaiheessa julkaista verkossa ”tärkeimpiä kohtaan ja talouden uutisia, mielipiteet ja pääkirjoitukset, säätiedot ja tärkeimpiä

urheilun tietoja sekä luonnollisesti nuorison Syke”. Ulkomaanuutiset, kulttuuri, teemasivujen materiaali, menotiedot sekä arkisto luvattiin verkkoon myöhemmin. Toimitus lupasi alusta asti päivittää verkkosivuja ”sähköisen välineen nopeudella”, useita kertoja vuorokaudessa, ja tuottaa ”useimmat uutiset” verkkolehteen ennen paperilehden julkaisemista. Aluksi verkkosivun lukeminen oli maksutonta, mutta se oli myöhemmin tarkoitus rajoittaa tilaajien ja erillismaksun suorittaneiden palveluksi. (Pynnönen 1996.)

Näitä lupauksia ei heti onnistuttu lunastamaan. Verkkolehteä päädyttiin alkuvaiheessa päivittämään kaksi kertaa päivässä: suurin osa sisällöstä päivitettiin iltaisin, tuoreimmat uutiset puolenpäivän aikaan. Tarkoitus oli tarjota lukijoille ”lounastunnin päätteeksi luettavaksi päiväversio tärkeimmistä uutisista”. Viikonloppuisin lehteä ei alkuaikoina päivitetty. (Keskisuomalainen 1998.)

Kuitenkin jo verkkolehden julkistaneessa lehtijutussa (Pynnönen 1996) Keskisuomalainen painotti juuri sitä näkökulmaa verkkojulkaisemiseen, joka tässä tutkimuksessa on nostettu keskiöön. *”Sähköinen lehti ei tee paperista tarpeettomaksi, sillä ainoastaan pienehkö osa uutisista tulee julki päätteen avulla. Sähköisen lehden etuna on nopeus, paperinen antaa laajemmin tietoa sekä sille taustan ja tulevaisuuden. Ideana onkin, että sähköinen lehti tukee paperista ja päinvastoin.”*, lehti lupasi (emt.). Keskisuomalaisen verkkolehti siis aloitti, kuten luonnollista oli, lapiolehtenä – mutta sen tekijät halusivat alusta alkaen tehdä siitä osan perinteistä tuotettaan.

Savon Sanomien verkkolehti aloitti kaksi vuotta myöhemmin, vuonna 1998. Aluksi sen toimintaperiaate muistutti Keskisuomalaisen kahden vuoden takaisista: jutut valikoitiin paperilehden materiaalista, ja sisällöllinen painotus oli uutisjutuissa. *”Kun sanomalehti menee verkkoon, sen päätarjontana pysyvät uutiset, sillä netti on täynnä näennäistä informaatiota, mutta tarkistettua tietoa tarjoavia sisällöntuottajia on jo vähemmän.”*, lehti perusteli linjauksensa. Lisäksi verkkolehteen

luvattiin sähköinen yleisönosasto sekä arkisto esimerkiksi urheilun otteluselostuksista ja kulttuurikritiikeistä. Päivän kysymyksellä haluttiin koukuttaa lukijat verkkolehden säännöllisiksi lukijoiksi. Kuten reaaliaikaista uutisvälitystä ei käytännössä vielä tehty Jyväskylässäkään, ei sitä Kuopiossa alkuvaiheessa edes luvattu tapahtuvan. Verkkolehti luvattiin päivittää kerran vuorokaudessa: puoliltaöin, paperilehden mennessä painoon. (Savon Sanomat 1998.)

Keskisuomalainen aloitti toukokuussa 2003 ensimmäisenä Suomessa näköislehden julkaisemisen ja vei siis ensimmäisenä paperilehtensä koko sisällön verkkoon (Keskisuomalainen Oyj). Näköislehteä ei toki tarjottu lukijoille ilmaiseksi, vaan sillä oli oma tilaushintansa. Nykyisin näköislehtiä julkaisee kaikkiaan 60 suomalaista sanomalehteä (Sanomalehtien liitto 2008a). Niiden joukossa on Savon Sanomat, joka aloitti tuotteen vuonna 2005 (Keskisuomalainen Oyj).

Kymmenen vuoden aikana molemmat lehdet kehittivät verkkolehtiensä uutistoimintaa reaaliaikaisemmaksi ja vähitellen myös monipuolisemmaksi, mutta osastot toimivat pitkään suhteellisen erillisinä paperilehdistä. Verkkotoimituksen sähköitä kyllä julkaistiin myös paperilehdessä ja paperilehden sisältöjä kiertettiin myös verkkoon, mutta välineissä viitattiin vain harvoin toisiinsa (Ahvenainen 2004, 60). Monikanavaisuutta hyödynnettiin ennen kaikkea onnettomuustilanteiden kaltaisissa äkillisissä uutistapahtumissa (emt., 68).

### **3.2 Kahden talon yhteinen verkkotoimitus: muutos**

Kehitystyön tuloksena syntynyt malli näki päivänvalon vuonna 2007. Nykyisessä mallissa Keskisuomalaisella ja Savon Sanomilla on yhteinen verkkotoimi-

tus, jolla on yhteinen esimies. Molemmissa toimituksissa työskentelee kolme verkkotoimittajaa, jotka vastaavat lehtien erillisistä verkkolehdistä.

Uudet osastot aloittivat toimintansa loppusyksystä 2007 siten, että Keski-suomalaisen uusittu verkkolehti aukesi syyskuussa ja Savon Sanomien vuodenvaihteessa. Keski-suomalainen Oyj:n vuoden 2007 vuosikertomuksessa konserni ilmoittaa yhdeksi tavoitteistaan painetun lehden ja verkkolehden ”järkeväen synergian” löytämisen. (Happonen jne. 2008, 11.)

Verkkotoimitukset sijaitsevat fyysisesti niin sanotussa uutispöydässä yhdessä uutispäälliköiden kanssa<sup>12</sup>. Molemmissa lehdissä verkkotoimittajat toimivat lehden uutispäivystäjinä. He vastaavat toimituksen uutispäivystysnumeroon, soittavat hälytyskierrot ja seuraavat uutisvirtaa. Arkisin verkkotoimittajat työskentelevät kahdessa vuorossa, viikonloppuisin yhdessä pitkässä iltavuorossa.

Verkkotoimituksen esimiehen Kirsi Hakaniemen mukaan verkkotoimittajien tehtäviä voi verrata sanomalehden toimitussihteerien työhön: molemmat tekevät itsenäisesti journalistisia arvotuksia, mutta toimivat yhteistyössä koko toimituksen kanssa. Koko toimituksen on tarkoitus osallistua verkkosisältöjen tekemiseen. Päivittäisessä uutistyössä verkkotoimittajan esimies on käytännössä sanomalehden uutispäällikkö, kun taas verkkotoimituksen esimiehen vastuulla on verkkolehden kehitystyö. (Hakaniemi 2008.)

Verkon uutisista vastaavat ennen kaikkea verkkotoimittajat käyttäen materiaalinaan oman toimituksen, STT:n ja muiden lähteiden tuotantoa. Osa uutistoitomistojen sähköistä siirtyy verkkolehteen automaattisesti, mutta verkkolehden

---

<sup>12</sup> Keski-suomalaisessa uutistoimituksen esimiehet ovat uutistuottajia, Savon Sanomissa uutispäälliköitä. Yksinkertaisuuden vuoksi käytän titteleistä alalla vakiintuneempaa, uutispäällikköä.

etusivu journalistisine arvotuksineen päivitetään aina käsin. Paperilehden toimittajien toivotaan tekevän uutissähkeet omista aiheistaan itse. Jatkuvaa päivittämistä vaativien aiheiden seurannasta vastaa pääsääntöisesti verkkotoimittaja. Vastaavasti verkkotoimittajien tuottamaa materiaalia käytetään paperilehdissä.

Keskisuomalaisen ja Savon Sanomien verkkolehtien taustalla on yhtenäinen ohjelmistokoodi, jota kehitetään samanaikaisesti molemmissa lehdissä. Valittu julkaisujärjestelmä otettiin konsernissa käyttöön ensimmäisenä Suomessa, mutta sama järjestelmä on käytössä esimerkiksi The Timesilla, The Independentillä ja Aftonbladetilla (Lämsä 2007).

Yhteisestä ohjelmistosta johtuen verkkolehdet myötäilevät rakenteeltaan ja ulkoasultaan toisiaan. Sisällöllisesti niitä päivitetään paikallisten painotusten mukaisesti. Kahden lehden verkkotoimittajat keskustelevat kaiken aikaa Skype-ohjelman välityksellä ja jakavat kiinnostavia juttuja, kuvia ja videoita. Tarkoitus on, että suurten uutistapahtumien kohdalla verkkotoimittajat voisivat jakaa keskenään tehtäviä jo työsuunnitteluvaiheessa. Menettely muistuttaa konsernin lehtien välillä jo pitkään harjoitettua juttu- ja sisältövaihtoa, mutta se tapahtuu verkkojulkaisemisen rytmin mukaisesti reaaliaikaisemmin. (Hakaniemi 2008.)

Lukijoille verkkolehtien sisältö on pääosin maksutonta. Keskisuomalaisen sivuilla poikkeuksen muodostavat näköislehti ja paperilehden juttuarkisto, jotka ovat maksullisia palveluja. Savon Sanomien näköislehti on niin ikään maksullinen, mutta vuoden 2008 ajan sen käyttö oli kestotilaajille ilmaista. Paperilehden juttuarkistoa Savon Sanomien sivuilla ei ole. Verkkolehden juttujen arkisto taas on molemmissa lehdissä vapaasti lukijoiden käytettävissä. Lukijat ovat myös

löytäneet uudistuneen verkkolehden: Savon Sanomien verkkolehden lukijamäärien voi katsoa jopa nelinkertaistuneen muutoksen jälkeen<sup>13</sup>.

Verkkotoimituksen esimiehen Hakaniemen (emt.; Ahvenainen 2004, 98) mukaan verkkolehti ja paperilehti pitäisi tulevaisuudessa erilaistaa ja niiden roolit miettiä tarkemmin. Samalla verkkolehden sisältö monipuolistuisi ja sinne tehtäisiin enemmän omaa, paperilehdestä riippumatonta sisältöä. Esimerkiksi tietyt sanomalehden nykyiset juttuformaattit eivät hänen mukaansa välttämättä enää kauaa toimi paperilehdessä, kun lukijat lukevat ne jo edellisenä päivänä verkkolehdestä tai kuulevat sähköisistä välineistä. Tämän erilaistamisen Hakaniemi kuitenkin toteaa olevan vasta alussa, ja tunnustaa, että tähän suuntaan on vaikea edetä kovin pitkälle ennen kuin verkkolehti alkaa tuottaa tuloja.

### **3.3 Verkko tukee päätuotetta: strategia**

Konsernin strategian mukaan Keskisuomalainen Oyj:n sähköinen liiketoiminta tukee pääliiketoimintaa, sanomalehtituotantoa (Happonen ym. 2008, 4). Paperilehdet ovat siis edelleen päätuotteet, joita verkkolehdet tukevat. Molempia on tarkoitus kehittää rinnakkain siten, että kokonaisuus pysyisi myös taloudellisesti kannattavana (Hakaniemi 2008).

Avainasemassa tässä on verkkolehtien tappiollisuuden taittaminen. Konsernin väistynyt toimitusjohtaja Erkki Poranen asetti eläkkeelle jäädessään aikataulun viiden vuoden päähän, jolloin nettilehtien ”pitäisi olla reilusti plussalla”. Paperilehteä hän uskoi tehtävän vielä 15 vuoden päästäkin. (Rahkonen 2008.)

---

<sup>13</sup> Viikolla 40/2007 Savon Sanomien sivua käytettiin 16 400 eri selaimella. Vuotta myöhemmin, viikolla 40/2008 vastaava luku oli 60 900. (TNS Gallup 2008.)



Sisällön kannalta tarkasteltuna verkkolehtien halutaan täydentävän paperilehtiä, ei korvaavan niitä. Ensisijaisesti tämä tapahtuu ympärivuorokautisen uutis seurannan avulla, joka muodostaa verkkolehtien rungon. Verkkolehti uudistusta johtaneen Seppo Rothin mukaan *”Asiaa voisi kuvata niin, että verkosta näet, mitä tapahtuu juuri nyt. Sanomalehti tiivistää tuoreet uutiset toimitetuksi, arvoitetuksi ja kommentoiduksi paketiksi. Lehdestä luet myös tapahtumien taustat”*. (Roth 2008.)

Verkkolehtiä tehdään sekä Keski-suomalaisen ja Savon Sanomien tilaajille että ei-tilaajille, sillä toimituksissa ajatellaan ei-tilaajienkin pysyvän näin lehden ”brändin piirissä” (Hakaniemi 2008). Liiketaloudellisesta näkökulmasta verkkolehti on siis tuote, jonka tarkoitus on saada kuluttajansa kiinnostumaan myös tuotteesta nimeltä paperilehti. Toisaalta monikanavaisuuden tavoitteisiin on kuulunut myös konsernin asiakaskunnan laajentaminen maakunnan ulkopuolelle (Ahvenainen 2004, 71).

Verkkolehden uutiskriteerit eivät ole identtiset paperilehden kanssa. Verkossa on sallittua nostaa pääjutuiksi pienempiä aiheita kuin paperilla. Paikalliset aiheet korostuvat verkossa lehteäkin voimakkaammin. Verkkolehden halutaan lisäksi olevan paperilehteä kevyempi ja viihteellisempi, eikä kaikkia paperilehden aiheita nosteta verkkoon lainkaan. Yksinomaan viihteelliseksi verkkolehteäkään ei ole linjattu, mutta *”kevyempiinkin puheenaiheisiin”* on verkossa lupa tarttua lehteä voimakkaammin. Koska verkkolehden etusivulle mahtuu rajallinen määrä juttuja, tartutaan verkossa muutenkin kursailematta päivän puhuttavimpiin aiheisiin ja jätetään tarvittaessa muut aiheet jopa kokonaan käsittelemättä. (Hakaniemi 2008.)

Erityisesti silloin, kun omalla alueella tapahtuu jotakin merkittävää tai kiinnostavaa, pyritään asia hoitamaan verkossa erityisen hyvin. Uutisia ei tällöin säästellä paperilehteen, vaan niistä kerrotaan ensimmäisenä verkossa. (Roth 2008.)

Jatkuvan uutisseurannan lisäksi verkkolehti antaa lisäarvoa sanomalehden lukijoille sisällöillä, jotka eivät paperilehteen mahdu tai sovi (Hakaniemi 2008). Tällaisia ovat esimerkiksi videot ja kuvasarjat. Verkkolehdistä on tilaa myös lukijoiden kuville, joita paperilehdissä julkaistaan harvoin. Keskisuomalaisen sivuilla toimii suoraan verkkoon tehtyjä sisältöjä julkaiseva jääkiekkosivu Kiekokeskisuomalainen. Paperilehden sisällöistä poimitaan sellaisenaan verkkoon esimerkiksi kulttuurikritiikit, pääkirjoitukset, kolumnit, osa mielipidekirjoituksista sekä nuorille suunnatun B-kannen jutut<sup>14</sup>. Kahden julkaisukanavan yhteyttä voidaan rakentaa viittaamalla paperilehdestä verkkolehteen ja toisinpäin.

Lisäksi verkkolehden ydinsisältöön lukeutuu keskustelupalsta. Kaikkia verkkolehden juttuja voi kommentoida. Keskustelupalsta on niin sanotusti jälkimodeoitu: kommentit julkaistaan verkossa ilman viivettä, mutta niiden sisältöä seurataan toimituksessa. Seppo Rothin mukaan vuorovaikutteisuuden lisääminen oli toinen verkkolehtiudistuksen kahdesta tärkeimmästä piirteestä, toisen ollessa maksuttoman sisällön kasvattaminen. *”Tavoite on, että verkkolehden käyttäjiltä tulee mielenkiintoisia aiheita, joista laaditaan juttuja paperilehteen. Sitten jutuista voi jälleen keskustella verkossa ja parhaassa tapauksessa keskustelujen sisällöstä tehdään uusia juttuja.”*, Roth totesi. (Lämsä 2007.)

---

<sup>14</sup> B-kansi (Keskisuomalaisessa) ja S2-sivu (Savon Sanomissa) on lehden toisen osan avaussivu, joka on suunnattu erityisesti nuorille lukijoille.

## 4 VERKKOJULKAISEMISEN OMINAISPIIRTEET

On olemassa tutkijoita – ja toimittajia – joiden mielestä verkkokirjoittaminen ei eroa muusta kirjoittamisesta. Heidän mielestään tekstin tuottamisen käytännöt ovat samat niin uudessa kuin vanhassakin mediassa. Heille verkko tarkoittaa vain ja ainoastaan uutta julkaisu- ja jakelualustaa. Siten journalismikin on heille verkossa pohjimmiltaan samanlaista kuin muualla.

Toisaalta on olemassa tutkijoita – ja toimittajia – joiden mielestä verkkoon tulee kirjoittaa sen omilla ehdoilla: esimerkiksi lyhyemmin, ajankohtaisemmin tai aktiivisemmin toisiin teksteihin viitaten. Heidän mielestään on selvää, että kirjoittaminen verkkoon on erilaista kuin perinteinen kirjoittaminen, josta taas seuraa, että journalismikin on verkossa omanlaistaan.

Verkkokirjoittamisen kouluttaja Anja Alasillan mukaan paperi- ja verkkotekstin välille ei ole tarpeen vetää yksiselitteistä rajaa. Yleistä kaikelle hyvälle verkkokirjoittamiselle hänen mielestään on pitkäjänteinen lukijan ajattelu, asioiden kiteyttäminen yhä paremmin sekä vuorovaikutteisuuden ja verkon läpinäkyvän luonteen huomioiminen. (Alasilta 2002, 23-35.)

Joka tapauksessa verkkojulkaisemiselle on määriteltävissä joukko sille ominaisia piirteitä. Näiden piirteiden osaava käyttö erottaa verkkojulkaisemisen muusta julkaisemisesta. Piirteitä ovat eritelleet esimerkiksi Heinonen (1998, 6-8; 2002, 169-173), Hintikka (1996, 3) sekä Kuusisto ja Pippuri (1998, 10).

Verkkojulkaisemisen ominaispiirteiden erittely tarjoaa yksinkertaisimman vastauksen kysymykseen siitä, miten perinteinen maakuntalehti voi verkossa tarjo-

ta lisäarvoa paperilehtensä journalismille. Vaikka suurin osa piirteistä oli erotettavissa jo graafisten verkkoselainten läpimurron aikaan, on niiden huomioimisesta tullut sittemmin yhä tärkeämpää. Koska niiden sulavaan käyttöön tarvittava tekniikka on jo vuosia ollut sekä tekijöiden että lukijoiden ulottuvilla, saa niiden laiminlyöminen lukijan helposti vaihtamaan verkkosivua. Harva haluaa lukea verkosta paperilehtimäisiä sisältöjä sellaisenaan. Lindblomin (2008, 149-150) mielestä Uusi Suomi, joka herätettiin syksyllä 2007 henkiin verkossa, on hyödyntänyt internetin mahdollisuuksia niin vaatimattomasti, että se on ”pikemminkin ainoastaan lehti, joka nyt vain sattuu ilmestymään verkossa”, kuin todellinen verkkolehti lainkaan.

Tässä luvussa tarkasteltavien ominaispiirteiden lisäksi on syytä todeta, että kaiken digitaalisen median ominaisuuksiin kuuluvat muokattavuuden ja monistettavuuden kaltaiset piirteet, kuten esimerkiksi Hintikka (1996, 4-5) huomauttaa. Näitä digitaalisen julkaisemisen peruspiirteitä voidaan hyvällä syyllä pitää itsestäänselvyyksinä konvergenssin aikana. Toisaalta myös Heinonen määrittelee myöhemmässä listassaan (2002, 169-173) digitaalisessa informaatiossa aina piilevän potentiaalisen monikanavaisuuden erilliseksi verkkojulkaisemisen ominaispiirteeksi. Hän tarkoittaa piirteellä käyttäjän mahdollisuutta valita päätelaitte, jolla sisältöjä vastaanottaa.

## 4.1 Verkottuneisuus

Aivan kuten internet on verkkojen verkko ja internet-sivut muodostavat loputtoman verkoston, on myös jokainen todellinen verkkojulkaisu osa tuota verkkoa. Käsite *linkki* on jo arkikieltä.

*Verkottuneisuus* tarkoittaa yhtä aikaa sisäistä hyperlinkitystä (sivujen kytkeytymistä julkaisun muihin samanaikaisesti julkaistuihin tai arkistoituihin sisältöihin) että ulkoista hyperlinkitystä (sivujen kytkeytymistä toisten sisällöntuottajien sivuihin). Edelleen voidaan erottaa hierarkkinen linkitys (yleisestä yksityiskohtiin, pääsivulta alasivulle) ja assosiatiivinen linkitys (ajatuksesta toiseen, pääsivulta toiselle pääsivulle tai alasivulta toiselle alasivulle tai oikopolku aivan toiselle, kiinnostavalle sivulle), kuten Alasilta (2002, 155-156) tekee.

Esimerkiksi Huovilan (2001, 48) mielestä verkottuneisuus on tärkein piirre, joka erottaa verkon muista välineistä. Hänen mukaansa verkottuneisuus laajentaa uutisen luonnetta: kärjen, uutisosan, taustan ja mahdollisen kommentin rinnalle tulevat linkit, joiden kautta lukija saa yhteyden aihetta aiemmin käsitelleisiin juttuihin tai sen lähteisiin. Ellei julkaisu ole verkottunut, on kyseessä oikeastaan vain paperilehden verkossa julkaistava kopio (Heinonen 1998, 32)<sup>15</sup>. Viime kädessä siis juuri linkit tekevät verkkolehdestä verkkolehden. Alasilta (2002, 291) tosin huomauttaa, ettei verkottuneisuudessa tavallaan pitäisi olla mitään uutta journalisteille: ammattitaidolla tehty lehti on jo pitkään ollut paperillakin hypertekstuaalinen julkaisu, josta syystä vaihtoehtoisuuden ideaa ei ainakaan verkkolehdessä saisi hukata.

Verkottuneisuuden edut journalismille ovat kiistattomat. Sisäiset linkit palvelevat osittain journalistisen taiton tehtävää: ne opastavat lukijan kainalojutun tai aiheeseen liittyvän keskusteluketjun äärelle. Ulkoisilla linkeillä journalisti voi tarjota yleisölleen laadukasta lisätietoa internetin informaatiotulvan seasta (Kuusisto & Pippuri 1998, 77). Ulkoisia linkejä on tosin myös vältelty, koska niiden on pelätty vievän lukijat pois oman sivuston parista.

---

<sup>15</sup> Tällainen on esimerkiksi pdf-tiedostona julkaistava, verkkosivulle sellaisenaan lapioitu julkaisu.

## 4.2 Reaaliaikaisuus

Verkkojulkaisu ei ole sidottu painokoneiden ja jakelun aikatauluihin, eikä siis ole mitään syytä, miksi sillä olisi säännöllinen julkaisuhetki tietynä kellonaikana. Paperilehti julkaistaan korkeintaan kerran päivässä. Verkkojulkaisua on mahdollista päivittää milloin tahansa, ympäri vuorokauden.

Moilanen (2004, 38-39) pitää reaaliaikaisuutta viestinten välisen kilpailutilanteen kannalta verkkojulkaisujen merkittävimpanä erityispiirteenä. Väitettä tukee se, että hänen tutkimuksensa mukaan myös suuret sanomalehdet itse pitävät merkittävimpinä kilpailijoinaan sähköisiä viestimiä ja erityisesti Yleisradiota (emt., 58). Edes televisio ei kuitenkaan, ohjelmakaavioihinsa sidottuna, voitavallisena uutispäivänä kilpailla internetin kanssa reaaliaikaisuudella. Painettu lehti ei pysty siihen millään. Verkkojulkaisu on reaaliaikainen uutisväline ja siis *vapaa ajasta*.

McLuhan (1984, 230) piti reaaliaikaisuutta vallankumouksellisena piirteenä. Hän uskoi sähköisen tiedonvälityksen mahdollistavan koko yhteiskunnan osallistumisen päätöksentekoon ja jopa tekevän tarpeettomiksi valtuutettujen ja edustajien olemassaolon. McLuhanin mielestä muutos on omiaan "hirvittämään" poliitikkojen lisäksi "vanhoja lehtimiehiä, koska se syrjäyttää lopulliset näkökannat". Selvää on ainakin, että muutos oli omiaan hirvittämään niitä sanomalehtitoimittajia, jotka olivat tottuneet kirjoittamaan juttunsa kaiken tiedonhankinnan jälkeen, päivän päätteeksi. Verkkojulkaisemisen aikakautena tämä ei enää ainakaan kiireellisten uutistapahtumien kohdalla onnistu.

### 4.3 Multimediaalisuus

Verkkajulkaisussa on mahdollista käyttää paperilehden elementtien (tekstin ja kuvan) lisäksi radion elementtiä (ääntä) sekä television elementtiä (liikkuvaa kuvaa). Näin se yhdistää kaikkien aiempien viestintävälineiden piirteet tavalla, jota esimerkiksi Huovila pitää vallankumouksellisena (1998, 245). Valokuvien ja videoiden lisäksi journalismin kannalta on hyvä muistaa, että verkkolehti tarjoaa infografiikan ja karttojen esittämiseen paljon paremmat ja vuorovaikutteisemmat mahdollisuudet kuin paperilehti. Lisäksi sillä on potentiaalisesti käytössään aivan uusiakin elementtejä, kuten katsojansa käännettävissä olevat, jopa 360-asteiset kuvat ja videot sekä animaatiot.

*Multimediaalisuuden* mahdollistaa verkkajulkaisun digitaalisuus: kaikki tieto on pohjimmiltaan ykkösistä ja nolista koostuvia merkkijonoja. Laajakaistaliittymien yleistyttyä hyvälaatuisenkaan videon käyttämiseksi ei ole enää esteitä, kuten YouTube-palvelun räjähdysmäinen suosio todistaa.

Alasillan (2002, 163-165) mukaan teksti kaipaa verkkosivuilla välttämättä rinnalleen sanatonta viestintää. Metsämäki (2000, 83) katsoo kuva- ja videopintojen monipuolisen käytön ”viejättävän, vangitsevan ja kiinnostavan”, ja auttavan siten lukijan mielenkiinnon herättämisessä ja tiedon omaksumisessa. Lisäksi verkkajulkaisu tarvitsee kuvallisia elementtejä lukijansa ohjaukseen ja opastukseen (emt., 123-125). Ääntä sen sijaan on vain harvoin käytetty verkkolehdistä irrallaan videokuvasta, vaikka siihen olisi kaikki mahdollisuudet: toimittajathan nauhoittavat usein haastattelunsa, ja nauhoilta olisi mahdollista irrottaa kommentteja verkkoon silloinkin kun videokameraa ei ollut mukana, kuten Heinonen (1998, 38-40) ehdottaa.

Multimediaalisuuteen liittyy verkkojulkaisemisen rajattomuus, jonka esimerkiksi Heinonen (1998, 6-8) on nostanut omaksi erityispiirteekseen. Verkkojulkaisua eivät sido palstamillimetrit tai sivumäärät. Verkossa on siis mahdollista julkaista materiaalia, joka paperilehteen ei mahdu: esimerkiksi kuvasarjoja, palkittujen tai oppilaitoksista valmistuneiden nimilistoja tai arkoja asioita käsitteleviä haastatteluja kokonaisuudessaan. Verkkojulkaisu on *vapaa tilasta*.

#### 4.4 Vuorovaikutteisuus

Perinteisessä joukkoviestinnässä toimittajat välittävät uutisensa suurelle joukolle kasvottomia lukijoita, joiden valittavaksi jää pelkästään sanoman vastaanottaminen tai hylkääminen (esim. Kunelius 1997, 15). Internetissä tämä malli purkautuu: kuka tahansa voi luoda uutisen, muut voivat kommentoida sitä ja tarkistaa sen paikkansapitävyyden (Hintikka 1996, 7). Journalistin ja lukijan roolit muuttuvat tasa-arvoisemmiksi ja kynnys toimituksen ja yleisön välillä madaltuu (Kuusisto & Pippuri 1998, 86). Internet on *vuorovaikutteinen* väline<sup>16</sup>.

Kapeimmillaan vuorovaikutteisuutta edustaa pelkkä palautemahdollisuus, mutta taitavat verkkojulkaisijat hyödyntävät ominaisuutta paljon monipuolisemmin. He aktivoivat verkkojulkaisunsa lukijoita panemaan itsensä likoon ja tarjoavat siten lukijoilleen mahdollisuuden antaa oman panoksensa kerrontaan (esim. Alasilta 2002, 125-128; 193-197). Verkkojulkaisun vuorovaikutteisuus tarkoittaa sekä lukijoiden ja tekijöiden välisiä kontakteja että lukijoiden keskinäistä *horizontaaliviestintää* verkkojulkaisun tarjoamissa puitteissa. Keskustelupalsta ja

---

<sup>16</sup> Varhaisissa tutkimuksissa jopa hypertekstuaalisuus (linkkien käyttö) nähdään vuorovaikutteisuuden muotona, koska lukija voi valita itse etenemisensä julkaisussa. Ks. Verkottuneisuus ja Henkilökohtaisuus.



mahdollisuus kommentoida juttuja ovatkin verkkojulkaisuissa yleisiä. Pisimmälle menevät vuorovaikutteisuuden kannattajat uskovat kehityksen vähitellen johtavan *verkostoituneeseen journalismiin (networked journalism)*, jossa yleisön ja journalistin roolit sekoittuvat (Beckett 2008).

Muiden muassa Hintikan (1996, 8-10), Olkinuoran (2006, 18) ja Aulan ym. (2008, 12-13) mielestä vuorovaikutteisuus on verkkojulkaisemisen tärkein ominaisuus. Tuotteen lopputulos ei ole ennalta määrätty, vaan syntyy teoksen ja käyttäjän yhteistyönä esimerkiksi kommentoimalla toimituksellista materiaalia tai osallistumalla keskusteluun. Internetissä yhdistyvät television nopeus ja ajankohtaisuus sekä lehdistön taustoittavuus ja ajasta riippumaton saatavuus, mutta viestien kaksi- ja monisuuntaisuus ei kuulu kummankaan aiemman välineen piirteisiin. Pavlikin (2001, 136) mukaan journalismin on muututtava yksisuuntaisesta viestinnästä dialogiseksi jo siksi, että se ylipäätään selviytyisi uudessa maailmassa, jossa jokainen voi olla sekä lähettäjä että vastaanottaja.

Vuorovaikutteisuuteen kytkeytyvät myös verkon elämyksellisyys ja jopa pelillisyyttä. Tiedon etsiminen verkon lonkeromaisesta mediakentästä näyttäytyy osalle lukijoista eräänlaisena pelinä<sup>17</sup>. Pelillisyyden voima on huomattu uutistoimituksissakin erityisesti poikkeuksellisten ja äkillisten uutistapahtumien kohdalla. Esimerkiksi Jokelan ja Kauhajoen kouluammuskeluiden päivinä syksyynä 2007 ja 2008 totuuden selvittämisestä ristiriitaisten viestien joukosta tuli osalle lukijoista peliä, johon he osallistuivat kaivamalla tietoa osallisten yhteisöllisille verkkosivuille luomista sivuista ja jakamalla sitä muille. Sirkkusen (2008, 148-149) mukaan tämä vertaisuuteen pohjautuva sisällöntuotanto on blogien ja wikipedian mullistavien piirre: sisällöt julkaistaan ensin ja editoidaan sitten yhdessä,

---

<sup>17</sup> Lasten ja nuorten pelillistä ja leikinomaista mediankäyttöä käsitellään Elina Nopparin, Niina Uusitalon, Reino Kupiaisen ja Heikki Luostarisen tutkimuksessa "Mä oon nyt online!". Lasten mediaympäristö muutoksessa (2008). Tampereen yliopisto.

jolloin yhteisö löytää uutta tietoa nopeammin kuin yksittäinen journalisti. Pelillisyyttä ei kuitenkaan ole toistaiseksi juuri onnistuttu tietoisesti valjastamaan uutisvälityksen käyttöön, ja ilmiö on jäänyt viihdeteollisuuden leikkikentäksi<sup>18</sup>.

## 4.5 Yhteisöllisyys

Toisin kuin perinteinen joukkoviestintä, verkkojulkaisu luo virtuaalisen ympäristön: tieto onkin tila, jossa liikutaan ja vietetään aikaa (Hintikka 1996, 3-4, 15-16). Tässä tilassa verkkojulkaisun lukijat ja tekijät muodostavat uudenlaisen yhteisön, joka synnyttää ja ylläpitää aktiivisesti keskustelua ja toimintaa (Kuusisto & Pippuri 1998, 86). Verkkojulkaisun *yhteisöllisyys* siis edellyttää pitkälle vietyä vuorovaikutteisuutta.

Maakuntalehteen yhteisöllisyys sopii hyvin, koska yhtenä sen historiallisista tehtävistä on aina nähty alueensa puolen pitäminen. Verkkoaajan maakuntalehdessä näkymättömiä yhteisöjä voi olla useampia: esimerkiksi keskustelupalstan aktiivikäyttäjät kokevat muita tiukempaa yhteisöllisyyttä, mutta myös keskustelujen passiiviset seuraajat voivat kokea kuuluvansa yhteisöön.

Bowman ja Willis (2005) jakavat joukkoviestintän yhteydet ilmoittajiin ja yleisiin kolmeen luokkaan. Ensimmäisessä sisältöä tuottavat pääasiassa journalistit, ja sitä markkinoidaan suurille yleisöille sekä niitä tavoitteleville ilmoitta-

---

<sup>18</sup> Viihdetuotannon puolella ns. kuhinamarkkinointia on hyödynnetty lähivuosien aikana paljonkin. Internetin kätköihin piilotetuilla pelimäisillä rakenteilla on markkinoitu esimerkiksi vuonna 2008 ensi-iltansa saaneita elokuvia *Cloverfield* ja *The Dark Knight*. Televisiosarja *Lostiin* liittyvä laajamittainen peli ajoittui sarjan vuoden 2006 tuotantotauon ajalle ja sen tarkoitus oli yhtä aikaa syventää sarjan mysteerejä ja pitää yllä fanien mielenkiintoa itse sarjaa kohtaan. Muusikot Trent Reznor ja Tori Amos taas ovat rakentaneet omia internet-pelejään faniensa etsittäväksi taiteellisin motiivein.

jille. Toisessa luokassa edellisen kaltaisen sisällön rinnalla on keskustelupalstojen kaltaisia vuorovaikutteisia sisältöjä ja mahdollisuuksia sisältöjen räätälöintiin. Tällöin osa yleisöstä ottaa aktiivisemmän roolin ja osa ilmoittajista siirtyy tarjoamaan mainontaa kohdennetuille yleisöille. Kolmannessa luokassa suurin osa liiketoiminnasta syntyy ylläpitämällä foorumia aktiiviselle osallistumiselle ja yhteisöllisyydelle. Suurimman osan varsinaisesta sisällöstä luovat tällöin aktiiviset yleisöt, vaikka osa yleisöstä pysyy passiivisena. Liikevoitto tehtäisiin Bowmanin ja Willisin mukaan kohdennetulla mainonnalla ja käyttäjiltä perittävillä maksuilla. Useimmat verkkolehdet edustanevat keskimmäistä luokkaa.

Keskustelupalsta sopii verkkolehden erinomaisesti: uutisten välittäminen verkossa alkoi nimenomaan uutisryhmien ja purkkien keskustelujen lomassa levinneillä uutisilla. Keskustelupalstan käyttö ei myöskään ole vaikeaa, sillä se vertautuu yhtäältä sanomalehtien yleisönosastoihin ja toisaalta internetin suosituimpaan sovellukseen, sähköpostiin. Keskustelupalstoilla on kuitenkin ollut hieman arveluttava ja sivulliset karkottava maine. Palstat ovat helposti päätyneet verkon veteraanikäyttäjistä muodostuvien sisäpiirien haltuun (Alasilta 2002, 255-256). Niinpä palstojen käyttäjäkunta ei vielääkään välttämättä vastaa niin sanottua suurta yleisöä. Internetin myöhäisten omaksujien lisäksi nuorimmat, verkon parissa kasvaneet käyttäjät, saattavat pysyä poissa perinteisten viestinten keskustelupalstoilta, koska he viihtyvät paremmin omissa yhteisöissä kuten Irc-galleriassa ja Habbo Hotelissa.

Nykyisin keskustelupalstan ja palautteen rajaa hämärretään usein tarkoituksella. Keski-suomalaisen ja Savon Sanomienkin verkkolehdissä kaikkia juttuja voi kommentoida julkisesti, ja nämä kommentit rakentuvat keskustelupalstan tavoin. Näin yleisö voi tavallaan haastaa toimituksen ottamalla kantaa sen juttujen sisältöön. Avointen keskustelupalstojen mainetta – ja laatua – ovat parantaneet myös rekisteröintipakot ja etu- tai jälkikäteiset moderoinnit.

## 4.6 Arkistomaisuus

Multimediaalisuuden yhteydessä mainitulla vapaudella tilasta on toinenkin olennainen seuraus: verkkojulkaisun ei tarvitse antautua ajan hampaisiin kuten muiden välineiden. Sen jutut voivat, toimituksen niin halutessa, olla lukijan saatavilla kuinka kauan tahansa. Verkkojulkaisu muodostaa siis vähitellen juttuarkiston, jonka tueksi on tavallisesti kehitetty hakuominaisuuksia. Lisäksi toimitus voi itse tarjota lukijoilleen uusien juttujen yhteyteen linkkejä aiempiin samaa aihetta käsitelleisiin juttuihin (ks. Verkottuneisuus).

Haettavuus on mahdollista toteuttaa myös sähköisten dokumenttien niin sanottuja metatietoja hyväksikäyttäen, jolloin aiemmat jutut on voinut löytää aihe- tai henkilöhakusanoilla pelkkien tekstihakujen sijaan. Lähes samasta asiasta on kysymys toistaiseksi lähinnä blogeissa esiintyvässä *taggaamisessa* eli juttujen sisältöjen kuvaamisessa vapaamuotoisilla termeillä (Majava 2008, 91-93).

Parhaimmillaan näin on syntynyt tuote, josta lukijat ovat olleet valmiita maksamaan. Arkistomaisuus on siis toistaiseksi ollut verkkojulkaisujen talouden kannalta yksi niiden merkittävimpiä ominaispiirteitä.

## 4.7 Globaalisuus

Verkkojulkaisu ei ole sidottu paperilehden levikkialueeseen tai jakelun rajoitteisiin. Se on luettavissa kaikkialla, minne maailmanlaajuinen tietoverkko ulottuu. Internetin ansiosta Suomessakin on The New Yorkerin lukijoita. Suomalaisen verkkojulkaisun maailmanvalloitusta rajoittaa tietysti useimmiten kieli, mutta

niitäkin on markkinoitu esimerkiksi ulkosuomalaisille ja toisella puolella maata asuville kesämökkiasukkaille. Verkkojulkaisu on *vapaa paikasta*.

Paikkasidonnaisuuden poistumisella on paradoksaalinen seuraus: verkkolehti- en luetuinta sisältöä ovat paikallisuutiset, joihin lehdissä myös panostetaan eniten. Tosin Paasosen (2008, 36) mukaan internetin käyttö on aina myös paikallista, koska sitä ei voi erottaa käyttäjänsä sosiaalisista, kulttuurisista, taloudellisista ja poliittisista kehyksistä. Verkkolehti on siis ”globaali paikallislehti”.

Yhteisöllisyyden ominaispiirteen vuoksi verkkolehti saattaa aikanaan osoittautua jopa paremmaksi alustaksi paikallisjournalismille kuin paperilehti. Paikallinen ja alueellinen keskustelu, jota perinteisestikin on käyty maakuntalehtien palstoilla, sopii erinomaisesti verkkolehden keskustelupalstalle. Kansainvälisestikin ainutlaatuinen esimerkki verkon valjastamisesta paikallisyhteisön käyttöön on kyyjärveläinen Nopola News, ”sähköinen paikallislehti”, jota päivittävät Kyyjärven kunnan toimijat ja vapaaehtoiset kansalaisjournalistit.

## 4.8 Henkilökohtaisuus

Paperilehti kolahtaa samanlaisena jokaisen tilaajan postiluukusta. Verkkojulkaisussa on sen sijaan mahdollista tarjota lukijoille työkaluja, joilla he voivat vaikuttaa julkaisun sisältöön ja ulkoasuun. Lehdet voivat siis antaa yleisönsä *räätälöidä* (*customize*) verkkojulkaisua omien kiinnostustensa mukaisesti – ja samalla ohittaa journalistien agendan. (esim. Heinonen 1998, 29-32.)

Vaikka henkilökohtaisuuden ominaispiirteen voi nähdä vastakkaisena yhteisöllisyyden kanssa, on sekin miellellävissä yhdeksi vuorovaikutteisuuden muo-

doista. Metsämäen mukaan useimmat ihmiset eivät halua lisää tietoa ylipääntään, vaan nopeasti ja helposti tietoa juuri siitä mistä ovat kiinnostuneita (2000, 23). Niinpä hyvät verkkojulkaisut hänen mukaansa palvelevat lukijaa tunnistamalla hänet ja tarjoamalla juuri haluttua aineistoa. NegroPonten (1996, 161-163) usein lainatun mielipiteen mukaan ihanteellinen sanomalehti olisi kullekin lukijalle räätälöity henkilökohtainen sanomalehti, johon olisi suodatettu vain ne aiheet ja jutut, joista kukin lukija on kiinnostunut. NegroPonten jatkaa, että lukija olisi valmis maksamaan tällaisesta tiiviistä "Omat Sanomat -lehestä" etenkin arkipäivisin: viikonloppuisin hänellä saattaisi yhä olla aikaa ja halua lukea juttuja aiheista, joita ei tiennyt olevan olemassakaan.

Räätälöinnin vastustajat vetoavat usein uutisten kokonaiskuvan hämärtymiseen siirryttäessä näin kauemmaksi valmiiksi jäsennetyistä ja arvotetuista journalistisista tuotteista. Pavlik (emt., 191-192) vastaa näihin pelkoihin vakuuttaen, että jopa uutisisältöä suodattavia agenttiohjelmiä käyttävät ihmiset haluavat jatkossakin tietää, mitä yleisesti ottaen on tapahtunut. Yleisöjen sirpaloitumista Pavlik ei kiistä, mutta sitä hän pitää joka tapauksessa väistämättömänä<sup>19</sup>.

Ominaisuutta on toistaiseksi hyödynnetty enemmän yhteisöllisissä verkkopalveluissa kuin journalistissa verkkojulkaisuissa. Santosen (2004, 64-65) mukaan suomalaisissa verkkolehdistä räätälöintiä ei käytetä voitontavoittelun strategiana, vaikka sitä harjoitettaisiinkin. Myös tämän tutkimuksen kohdelehdet, Keski-suomalainen ja Savon Sanomat, tarjoavat lukijoilleen mahdollisuuden tilata uutisia RSS-syötteinä<sup>20</sup> osastoittain. RSS-syötteissä on tavallaan kyse karkeas-

---

<sup>19</sup> Toinen ja mahdollisesti merkittävämpi uhka uutisvirran kokonaisuuden hahmottamiselle saattaa itse asiassa kohdistua heihin, jotka heittäytyvät uutisjanssaan suodattamattomien verkkolehdisten pääsivujen varaan. Tähän palataan myöhemmässä luvussa.

<sup>20</sup> RSS; *Rich Site Summary* tai *Really Simple Syndication*. Uutissyötteet sisältävät yleensä samat tiedot kuin itse verkkosivutkin, mutta tarjoavat vaihtoehtoisen tavan seurata uutisotsikoiden

ta räätälöinnistä, vaikka lukija voikin valita syötteen vain koko osastosta (mm. maakunta, viihde, urheilu) eikä toistaiseksi tietystä aiheesta. Ahvenaisen (2004, 92) mukaan Keski-suomalaisessa uskotaan, että räätälöinnistä voi tulla tiedonvälityksen tärkeä osa. Vuonna 2008 RSS-syötteitä tai muita selainpohjaisia uutispalveluja käytti 19 prosenttia suomalaisista verkkokäyttäjistä, kun tavanomaisia verkkolehtiä heistä luki 69 prosenttia (Tilastokeskus 2008).

Jos räätälöinti toteutetaan automaattisesti, liittyy siihen laillisuusongelma: osa käyttäjistä ei missään nimessä halua, että heistä kerätään tietoja, ja kaikilla on joka tapauksessa oikeus tietää, jos näin tehdään. Räätälöinti mahdollistaa uudenlaisia ansaintastrategioita, sillä kiinnostuksensa paljastanut lukija on helppo myydä ilmoittajille. Tähän tapaan toimii esimerkiksi verkkokirjakauppa Amazon, joka tarjoaa käyttäjilleen tuotteita aiempien tilausten ja sivulla tapahtuneesta surffailusta keräämiensä tietojen perusteella (Keen 2007, 174-177).

## 5 VERKKOLEHDEN JA PAPERILEHDEN MUODOSTAMA KOKONAISUUS

Muiden muassa Pavlikin (2001) ja Beckettin (2008) mukaan konvergenssi ja siihen liittyvät taloudelliset, kulttuuriset ja teknologiset muutokset ovat johtamassa uuden, potentiaalisesti aiempaa paremman journalistisen muodon syntyyn. Kumpikaan näistä kehityksen kannattajista ei silti kiistä, ettei kehitykseen sisältyisi riskejä. Kun kuka tahansa voi julkaista tuottamiaan sisältöjä globaalissa internetissä, vaarassa ovat esimerkiksi journalismin totuudellisuus, tarkkuus, lähdekäytännöt ja sisällön aitous.

Pavlik (emt., 43-45) erottaa verkkojulkaisemisen kehityksestä kolme vaihetta. Ensimmäisessä vaiheessa journalistit lähinnä lapioivat sisällöt verkkoon päätuotteestaan kuten paperilehdestä, hyödyntämättä verkon ominaispiirteitä. Tällöin internet nähtiin toimituksissa lähinnä kulujen vähentämisen ja helppojen uusien voittojen tekemisen mahdollisuutena, jonne lapioitiin paperilehden sisältöjä sellaisenaan (Heinonen 1999, 78-79). *Lapiolehdet* todistivat kirjaimellisesti viestintäfilosofi Marshall McLuhanin (1984, 38) kuuluisaa teesiä, jonka mukaan ”uuden välineen sisältö on aina ensin vanha väline”. Tosin ensimmäiset verkkolehdet olivat myös tekniikan vankeja, sillä varhaiset verkkoyhteydet eivät kannustaneet esimerkiksi liikkuvan kuvan julkaisemiseen<sup>21</sup>.

Pavlikin määrittelemässä verkkojournalismin toisessa vaiheessa journalistit luovat verkkoon sisältöjä myös suoraan ja käyttävät juttujensa lisänä jonkin

---

<sup>21</sup> Esimerkiksi Yleisradio alkoi lähettää televisiuutisiaan verkossa vasta vuonna 2000. Kun Jyväskylän yliopiston opiskelijavetoinen yliopistotelevisio muuttui Netti-tv Visioksi loppuvuo-



verran verkon ominaispiirteitä. Kolmannessa vaiheessa, joka vuonna 2001 oli Pavlikin mukaan maailmanlaajuisesti vasta syntymäisillään, verkkojournalismi edustaa uutta journalismin muotoa, jossa uutiskerronta on perustavanlaatuisesti toisenlaista kuin perinteisissä medioissa. Erityisesti se on vuorovaikutteisempaa, eikä kolmannen vaiheen verkkolehteä enää pidetä paperilehden sivutuotteena. Tämäkin näkemys myötäilee McLuhania (emt., 70-78), jonka mukaan välineet elinkaartensa myöhemmässä vaiheessa kohtaavat, risteytyvät ja synnyttävät lopulta uusia muotoja, kuten radio (ääni) muutti sekä uutisen muotoa että äänielokuvan keksimisen myötä elokuvakerrontaa.

Suuri osa Suomen verkkolehdistä edustaa todennäköisesti edelleen Pavlikin toista vaihetta. Useissa niistä on kuitenkin nähtävissä piirteitä kehityksestä kohti journalismin uutta muotoa. Ainakin niissä tuntuvat kehityksen kasvukivut, jotka, kuten myös Pavlik totesi, muodostavat potentiaalisia uhkia sisällölle.

McLuhanin toisen kuuluisan teesin mukaan ”väline on viesti”. Monitulkintaisella iskulauseellaan McLuhan tarkoitti ainakin sitä, että jokainen uusi teknologinen (viestintä)väline luo kokonaan uuden inhimillisen toimintaympäristön. Tuolla ympäristöllä taas on jo sellaisenaan merkityksensä yhteiskunnalle, riippumatta siitä, mitä sisältöjä välineellä välitetään. Sähköisen viestinnän luoman ympäristön merkitystä McLuhan piti erityisen vallankumouksellisena, koska se tiivistää maapallon maailmankyläksi, jonka asukkaiden on pakko sitoutua ja osallistua toistensa elämään heimokulttuurien tapaan (emt., 25, 70-73).

McLuhan kuoli joulukuussa 1980, eikä siis nähnyt maailmanlaajuisen tietoverkon läpimurtoa. Monet hänen näkemyksistään sopivat kuitenkin erinomaisesti juuri vuorovaikutukselliseen, yhteisölliseen ja globaaliin internetiin. Internetin

---

desta 2000, oli se tiettävästi maan ensimmäinen suoraan verkkoon tehtyjä videoita säännöllisesti julkaissut media. (Katainen 2003, 37-42.)

merkitys yhteiskunnalle ja käyttäjilleen on alusta lähtien ollut suurempi kuin vain vanhan sisällön välityskanavan. Samoin verkko on jo vaikuttanut esimerkiksi sosiaalisten kontaktiemme muodostumiseen paljon enemmän kuin verkkolehdissä on osattu hyödyntää vuorovaikutteisuutta.

## **5.1 Kolme väitettä, miksi verkkolehti pelastaa sanomalehden**

Tässä luvussa käsittelen verkkojulkaisemista journalismin kannalta rintaman molemmilta puolilta. Esittelen ensin kolme väitettä, joiden perusteella verkkojulkaiseminen tulee pelastamaan sanomalehdet ja joiden vuoksi sen koko potentiaali olisi syytä ottaa käyttöön. Sen jälkeen nostan esiin kolme väitettä, joita uskomalla verkkojulkaisemisen voi pelätä suorastaan tuhoavan sanomalehdet.

### *5.1.1 Mediakentän mukautuvien uutisoija*

Kun paperilehti alkaa julkaista reaaliaikaisia verkkouutisia, se siirtyy kilpailemaan sähköisten välineiden kanssa. Kilpailu on sitä verisempää, jos se luopuu omien uutistensa säästämistä paperilehteen. Kun nopeus nousee sanomalehti-journalistinkin arvoasteikon kärkipäähän, on muutoksella oltava vaikutuksensa. On paradoksaalista, että samaan aikaan kun uutisoinnin nopeutuminen on pakottanut sanomalehdet panostamaan yhä enemmän taustoittavaan ja toisaalta ennakoivaan journalismiin, ovat ne verkkolehdissään pyrkineet television ja radion niskan päälle mediakentän mukautuvimpana nopeana uutisoijana.

Kuneliuksen (2000, 24-25, 60-62) haastattelemat journalismia arvioivat ihmiset olivat sitä mieltä, että reaaliaikaisuutta tai nopeutta ei yksinomaan voi pitää hyvän journalismin ominaisuuksina. Uutisten merkityksen pohdinta, tapahtuneen taustoittaminen, mahdollisten tulevaisuuksien valottaminen, useiden näkökulmien asettaminen vastakkain ja hiljaisten näkökulmien nostaminen keskusteluun ovat ominaisuuksia, joita ei ole mahdollista toteuttaa reaaliajassa. Nämä taas ovat arvoja, jotka moni on perinteisesti liittänyt juuri sanomalehtiin. Kunelius tulkitseekin, että reaaliaikaisessa maailmassa jutun uutuus ja tuoreus ovat itsestäänselvyyksiä – ja hyvän journalismin pitäisi sisältää jotain enemmän.

Verkkjournalismin tuomat mahdollisuudet ovat moninaiset, sillä verkon ominaispiirteet täydentävät hyvin käytettyinä erinomaisesti sanomalehden journalistista työkalupakkia. Pavlik (2001, 4-27) kutsuu tätä uutta, aiempaa parempana pitämäänsä journalismin muotoa kontekstuaaliseksi journalismiksi (*contextualized journalism*), koska lukijalle voidaan uusien kerrontamuotojen avulla antaa entistä monipuolisempi kuva uutisten kontekstista ja tilanteesta. Esimerkiksi multimediaalisuus vapauttaa tarinankerronnan perinteisten medioiden rajoitteista, verkottuneisuus tuo lähteet ja aiemmat jutut yleisön ulottuville ja henkilökohtaisuus mahdollistaa kunkin lukijan omien kiinnostuksenkohteiden seuraamisen aiempaa paremmin. Uutisten asettaminen kontekstiinsa kuuluu tietysti kaikkien medioiden journalistien hyveisiin, mutta Pavlikin mukaan paperilehtiä rajoittaa sen tavoittelussa tila ja sähköisiä medioita aika.

Uudessa ympäristössä journalistin tulkitsijan roolin merkitys kasvaa entisestään. Toimittajien on ymmärrettävä tapahtumien taustat ja osattava selittää niiden merkitykset lukijoille. Verkkolehdistä tarvitaan yhä myös tiiviitä uutissähkeitä, mutta Pavlikin mukaan ne eivät riitä. Hän uskoo, että mediat onnistuvat säilyttämään yleisönsä vain muuttamalla tietoisesti journalismiaan kontekstuaalisemmaksi. (emt., 218-219.)

### 5.1.2 Vuorovaikutusta elävien lukijoiden kanssa

Kaikista verkkojulkaisemisen ominaispiirteistä vuorovaikutteisuus ja yhteisöllisyys ovat kenties vastuussa merkittävimmästä muutoksesta. Perinteisen journalismin yleisösuhte, jossa toimittajat ovat jokseenkin etäällä yleisöstään, murtuu verkossa väistämättä. Jo yksinomaan toimituksiin saapuva palaute moninkertaistui verkkojulkaisemisen myötä (esim. Heinonen 1998, 17-27; Beckett 2008, 18-19). Sittemmin yleisön rooli uutisten tuotannossa ja levityksessä on tullut yhä aktiivisemmaksi siten, että osa lukijoista ei mielestään enää edes tarvitse journalisteja portinvartijoikseen (esim. Bowman & Willis 2005).

Alasillan (2002, 53-56) mukaan on merkityksellistä, että verkossa teksteihin vastataan toisilla teksteillä. Verkkokirjoittajan tulee siis tuottaa tekstiä "eläville lukijoille". Verkossa journalisti on ja hänen on oltava aiempaa tietoisempi kohdeyhmästään. Lisäksi toimittajan kannattaa seurata juttuaan ja sen herättämiä reaktioita verkossa myös sen julkaisun jälkeen, sillä keskustelupalstoilta ja blogeista kumpuaa palautteen ohessa myös jatkojuttujen aiheita.

Vuorovaikutteisuuden vallankumouksellisuuden kannattajien mielestä on tehtävä vielä enemmän. Osa tutkijoista on sitä mieltä, että itse uutisen käsite on laajentunut tai laajenemassa verkkojulkaisemisen myötä. Vuorovaikutteisessa journalismissa toimituksen sanoma voisi olla vain osa kokonaisuutta, joka muodostuisi toimituksen ja yleisön yhteistyönä palautteen, kommenttien ja keskustelun myötä (esim. Heinonen 1998, 109-110).

Beckettin (2008, 52-58) mukaan toimitusten on päästettävä lukijat mukaan toimituksellisen prosessin kaikkiin vaiheisiin siten, että uutiskerronta muuttuu eräänlaiseksi asiantuntijoiden, yleisöjen ja journalistien väliseksi keskusteluksi. Kun yleisön rooli laajenee sekä lähteeksi että sisällöntuottajaksi, Beckett uskoo

vuorovaikutteisuuden paitsi ratkaisevan journalismin yleisökadon, myös synnyttävän tuotteen, josta ollaan valmiita maksamaan<sup>22</sup>.

Hujanen (2007, 257-259) taas pitää yhtenä lehtien laskevien levikkien syistä sitä, että osa ihmisistä ei enää koe esimerkiksi maakuntalehtien välittämää yhteisöllisyyttä omakseen. Hän uskoo sanomalehden pärjäävän mediamarkkinoilla vain, jos se pystyy jatkuvasti uusiutumaan yhteiskunnallisesti merkittäväksi julkiseksi tilaksi (emt., 259). Olkinuora (2006, 20-22) tulkitsee, että yhteisöllisyys on itse asiassa ollut koko lehdistön historian selkein menestystekijä. Kenties maakuntalehti palaa yhteisöllisen verkkolehtensä ansiosta lähelle lukijoitaan, ja alkaa taas kiinnostaa heitäkin, jotka eivät nyt tilaa asuinpaikkakuntansa lehteä?

Pitkälle viedystä vuorovaikutteisuudesta seuraa kuitenkin uskottavuusongelma. Vapaaehtoisten päivittämän verkkotietosanakirja Wikipedian logiikalla toimiva uutissivu Wikinews on äärimmäisen vuorovaikutteinen, muttei välttämättä kovin uskottava tai edes kiinnostava media (ks. Beckett 2008, 152-155). Osa tutkijoista katsoo, että virheellinen tai vääristelty tieto ei ole uhka, koska verkon yhteisöllinen luonne tekee siitä samalla itsekorjautuvan (esim. Hintikka 1996, 7). Toisten mielestä itsekorjautuvuuteen ei voi täysin luottaa, koska virheellisen tiedon tarkoituksellinen levittäminen on verkossa niin helppoa (esim. Kuusisto & Pippuri 1998, 72). Wikipedia tarjoaa tukea molemmille näkökan-

---

<sup>22</sup> Beckett mainitsee muun muassa profeetta Muhammedia esittävien pilapiirrosten tapauksen vuodelta 2005. Tapauksen aikaan hän toimi englantilaisen Channel 4 News -ohjelman päätoimittajana. Beckett kertoo miettineensä toimituksessa pilapiirrosten julkaisemisen poliittista merkitystä samaan aikaan kun hänen yleisönsä oli – verkossa – itse asiassa jo nähnyt kyseiset piirrokset ja keskusteli niistä täyttä päätä. Beckett päättelee tapauksen osoittavan, ettei journalismia ole olemassa erillään todellisuudesta, ja että vuorovaikutteinen journalismi voi ottaa tästä tosiseikasta enemmän irti. (Beckett 2008, 139-142.)

noille: toiset pitävät sitä itsekorjautuvuuden vuoksi yhtä luotettavana kuin sanakirjoja<sup>23</sup>, mutta tavallisesti sitä suositellaan käytettäväksi vain lähtökohtana.

Kuusiston ja Pippurin (emt.) näkemykseen siitä, että vuorovaikutteisuus korostaa journalistin ammattitaidon merkitystä vastuun ja luotettavuuden vaatimuksen lisääntyessä, on helppo yhtyä. Ammattitaidon merkitystä painottaa myös Alasillan (2002, 203-205) huomio, jonka mukaan aitoa dialogia syntyy vain, jos alkuperäinen verkkosisältö on riittävän kiinnostavaa. Päävastuu vuoropuhelun laadusta ja laajuudesta kuuluu siis hänen mielestään verkkojulkaisun varsinaiselle tuottajalle, ei yleisölle (emt., 246).

### *5.1.3 Journalismin perinteisiä hyöntejä korostaen*

Alasillan (2002, 26-29) mukaan internet on muuttanut koko kulttuuriamme kirjallisemmaksi. Monet aiemmin puhelimitse tai kasvokkain hoidetut asiat sujuvat nyt verkossa sähköpostitse tai keskustelupalstoilla. Vaikka tekstin rinnalle ovat tulleet muut kerrontamuodot (ääni, kuva ja video), tarkoittaa tämä tarjolla olevan tekstin määrän moninkertaistumista. Niinpä Alasilta tähdentää tiivistämisen taidon olevan olennainen osa verkkoajan viestintävalmiutta (emt., 45-52).

Kiteyttäminen on toki aina kuulunut hyvän kirjallisen ja journalistisen ilmaisun tunnusmerkkeihin, mutta verkossa vaatimukset korostuvat. Ytimekkään ja kiintoisan tekstin kirjoittaminen vaatii usein enemmän aikaa ja vaivaa kuin pitkän ja vaikeaselkoisen. Alasilta näkee kehityksen positiivisena: hänen mukaansa verkossa tekstin on oltava ”kaikin puolin parempaa kuin paperilta luettavan –

---

<sup>23</sup> Runsaasti julkisuutta saanut selvitys, jossa Wikipedian paikkansapitävyyttä vertailtiin Encyclopedia Britannicaan, julkaistiin tiedelehti Naturen numerossa 438 (joulukuu 2005).

myös lyhyempää” (2002, 135). Suuntaus näyttää heijastuvan paperilehtiinkin: esimerkiksi Savon Sanomissa otettiin vuonna 2007 käyttöön merkkirajat<sup>24</sup>.

Tiiviyyden lisäksi verkossa korostuu toinenkin paperilehden perinteinen journalistinen hyve, terävyys. Huovilan (2001, 47) mukaan verkko on luonteeltaan selailuväline, jonka tarjontaa vastaanottaja selaa ja valitsee siitä itseään kiinnostavat jutut. Alasillan (2002, 49) mukaan verkkolukijan perusote on ”silmäilevä ja hieman kärsimätönkin”, ja siksi verkkotekstissä asiaan on mentävä jo otsikossa ja alkukappaleessa. Paperilehden perinteiset välineet lukijan koukuttamiseen, kuvia unohtamatta, ovat käytössä verkossakin – niillä on vain yhä suurempi merkitys.

Tavallaan verkkolehden käytettävyyttä journalismin kannalta vain korostaa, ettei lukijan tarvitse klikata eteensä yhtään epäkiinnostavaa juttua tai osastoa. Paperilehdestäkin voi jättää lukematta itseä kiinnostamattomat osat, mutta tois-  
laiseksi niiden tuloa postiluukusta ei voi estää. Kuutin (1999, 18-19) tutkimuksessa yli puolet haastatelluista ilmoitti olevansa kiinnostunut mahdollisuudesta tilata sanomalehdestä vain tietyt, heitä kiinnostavat osat. Tällaisista lukijoista paperilehti voi tuntua tuotteelta, jonka tilaaja maksaa turhasta.

Sitä paitsi lisääntyvä palaute ja aiempaa parempi tieto lukijoiden kiinnostuneisuudesta vaikuttavat vähitellen myös uutiskriteereihin ja siihen, mistä lehdissä ylipäättään kirjoitetaan (Kuusisto & Pippuri 1998, 61-62). Keskisuomalaisessa ja Savon Sanomissakin seurataan tarkkaan verkkolehden juttujen lukutilastoja.

---

<sup>24</sup> Tämän tutkimuksen puitteissa on tosin jälleen mahdotonta arvioida, kuinka paljon internetin olemassaololla on tekemistä paperilehtien juttupituuksien kehityksen kanssa. Pulkkinen (2008, 61) mukaan juttupituuksien lyhentämiseen on pyritty aktiivisesti 1990-luvulta alkaen ja lyhyemmän kirjoittamisen puolesta puhuvat myös lukemistottumukset.

Koska tekstin määrä kulttuurissamme lisääntyy ja toimittajien lähteetkin ovat internetissä ajoittain lukijoiden tavoitettavissa, nousevat myös yleisön laatuvaatimukset. Perinteinen portinvartijan rooli ei enää riitä toimittajan työn merkityksen perustelemiseksi, vaan tarvitaan tiedonmurujen sijaan entistä taustoittavampaa, selittävämpää ja kantaaottavampaa journalismia (Heinonen 1999, 83-84). Nämäkin lukeutuvat journalismin perushyveisiin. Samalla ammatin perinteiset vaatimukset, kuten uutisvainu, oivaltava kirjoitustaito ja kriittisyys, eivät ole muuttuneet verkossa miksikään (Heinonen 1998, 101-103). Verkko vaikuttaisi näin kaikin tavoin korostavan journalistisen ammattitaidon merkitystä – ja siis parantavan journalismin laatua.

## **5.2 Kolme väitettä, miksi verkkolehti tuhoaa sanomalehden**

Suomen sanomalehtien levikkien vuosikymmeniä jatkunut kasvu kääntyi laskuun juuri ennen internetin aikakautta. Esimerkiksi Keski-suomalaisen ja Savon Sanomien levikit olivat 1950-luvulta lähtien kasvaneet rinnan bruttokansantuotteen kanssa, kunnes kehitys katkesi 1990-luvun alun laman myötä. Kun bruttokansantuote kääntyi jälleen nousuun, oli osa ihmisistä luopunut sanomalehdistä täysin. (Mervola 1998, 60-62.)

Levikin lasku oli osin jopa tarkoituksellista. Esimerkiksi Savon Sanomat vetäytyi lamavuosina levikkialueensa taloudellisesti kannattamattomilta paikkakunnilta (Vuorio 2007, 305-309). Tosiasia kuitenkin on, että sanomalehtien levikit ovat jatkaneet laskuaan 2000-luvullakin, osin jopa kiihtyen. Samalla kun yhä useampi ihminen on alkanut nauttia uutispuuronsa ensisijaisesti internetistä, on esitetty väitteitä verkkojulkaisemisen vaarallisuudesta sanomalehdistölle.



### 5.2.1 Ilmaisuus johtaa kannibalisaatioon

Hujasen (2007, 228-234) mukaan sanomalehdillä ei ole enää paikkaa kaikkien ihmisten kotona, vaikka niitä sinänsä luettaisiin mielellään. Lehteä ei esimerkiksi ehditä lukea aamuisin, ja iltaisin sen sisältö tuntuu vanhentuneelta (emt., 113). Osa ihmisistä ei yksinkertaisesti enää tarvitse lehteä täydentämään radion, television ja internetin uutisointia (emt., 234-238). Olkinuoran (2006, 28-29) haastattelututkimuksen mukaan ihmiset luopuvat ensimmäisenä sanomalehdestä, toisena radiosta, kolmantena televisiosta ja vasta viimeisenä internetistä, jos jostakin mediasta pitää luopua. Levikkiä tuijottavia maakuntalehtiä ei välttämättä lohduta, vaikka lukijat viihtyisivät juuri heidän ilmaisessa verkkolehdes- sään päivänsä aikana – eivätkä he välttämättä tee sitäkään, sillä verkossa lukijoiden ajasta kilpailevat monet muutkin kuin journalistiset palvelut.

Internetin läpimurto ja maakuntalehtien aseman murros eivät olleet kytköksissä toisiinsa, mutta verkkoyhteyksiä vedettiin koteihin samoihin aikoihin, kun sanomalehden tilaus alkoi tuntua yhä useammasta epäoleelliselta. Osa lehtitaloista näki verkon aluksi taivaan lahjana, joka vapauttaisi journalismin paino- ja jakelukustannuksista ja kääntäisi levikin verkkolukijoiden myötä nousuun (Sparks 1996, 23-24; Heinonen 1999, 78-79). Sitten monet haaveet ovat kaatuneet, koska verkkouutisista ei ole alkuvuosien kokeilujen jälkeen onnistuttu laskuttamaan lukijoita. Kuvaavaa on, että vaikka Moilasen (2004, 104) tutkimuksessa sanomalehdet uskoivat verkkolehtien maksullisten sisältöjen tulleen viimein jäädäkseen, ovat sekä Helsingin Sanomat että Keski-suomalainen avanneet silloisia maksullisia sisältöjään ilmaisiksi tutkimuksen jälkeen.

Olkinuora (2000, 123-124) uskoi vuonna 2000, että verkko ei pystyisi muuttamaan sitä historiallista tosiasiaa, että ihmiset ovat valmiita maksamaan luotettavasta journalismista. Kuusi vuotta myöhemmin hän myönsi, että toisin kävi:

uutiset muuttuivat internetissä ilmaisiksi (Olkinuora 2006, 32). Verkkoon aina liittynyt maksuttomuuden ideaali ei yrityksistä huolimatta osoita murtumisen merkkejä. Vaikka yksi taho pyytäisi sisällöistään rahaa, tarjoaisi joku toinen käytännössä samaa sisältöä ilmaiseksi, joten käyttäjien enemmistö ei näkisi syytä maksaa. Ongelmaa mutkistavat Google Newsin ja Ampparien kaltaiset palvelut, jotka kokoavat yhteen valmista uutisisältöä eri verkkojulkaisuista vedoten verkon vapaaseen linkitysoikeuteen (Sirkkunen 2008, 137-138).

Sanomalehtien tulot tulevat perinteisesti kaksilta markkinoilta: lukijoilta ja ilmoittajilta (esim. Kunelius 1997, 71-75). Verkkolehtien tulot tulevat käytännössä yksinomaan ilmoittajilta, joilta sitä paitsi usein peritään verkossa sanomalehti-ilmoitusta pienempiä hintoja. Ilmoitusten lisäksi verkkolehdet saavat vähäisiä tuloja näköislehdistään ja arkistopalveluistaan. Käytännössä tilanne mahdollistaa vapaamatkustamisen, jossa osa lukijoista tyytyy verkkolehden veloituksesta saatavilla olevaan sisältöön ja jättää paperilehden tilaamatta.

Kestämättömäksi ansaintalogiikan ongelman tekee se tosiseikka, että verkkolehtien sisältö syntyy edelleen kytköksissä paperilehtiin ja siis myös niiden taloudelliseen perustaan. Kun mediat kilpailevat yleisöistä julkaisemalla verkkolehdissään yhä enemmän paperilehtiensä sisältöjä, ne jakavat ilmaiseksi sitä tuotetta, johon niiden talous perustuu. Tätä epätervettä kehitystä on kutsuttu *kannibalisaatioksi*. Jopa optimisti Pavlik (2001, 157-158) kannustaa kirkasotsaisimpiakin verkkojournalisteja kantamaan huolta menestyksekkään liiketoimintamallin löytämisestä, sillä viime kädessä vain tukeva taloudellinen perusta mahdollistaa kriittisen, resursseja vievän laatujournalismin harjoittamisen.

Kun Helsingin Sanomat 2000-luvulla kehitti verkkojulkaisemistaan kohti nykyistä, lukijan kannalta paperilehdestään varsin riippumatonta tyyliään, lehden levikki jatkoi jyrkkää laskuaan (Hujanen 2007, 37-41). Sekä Keski-suomalainen

että Savon Sanomat, joiden verkkojulkaiseminen oli tuolloin vaatimattomampaa, onnistuivat samaan aikaan hidastamaan levikkinsä laskua. Iltapäivälehtien verkkolehdet taas ovat parhaillaan Suomen luetuimmat verkkosivut (TNS Gallup 2008), mutta niiden paperilehtien levikit syöksyvät alaspäin (Levikintarkastus Oy 2008a). Näiden lukujen ei luulisi ainakaan kannustavan maakuntalehtiä kehittämään verkkolehtiään itsenäisiksi uutisvälineiksi.

Mitä useampi luopuu paperilehdestä, sitä harvempien kannettavaksi molemmissa julkaisukanavissa käytettävän sisällön tuottaminen jää. Tällöin viestintäyritykset päätyvät käyttämään yhä vähemmän rahaa toimitustyöhön tai nostamaan paperilehtensä hintaa. Molemmat toimenpiteet ovat omiaan edelleen laskemaan levikkiä. Asiantuntijat ovatkin verkon buumivuosista lähtien muistuttaneet mediataloja siitä, että onnettominta, mitä sanomalehdet voisivat tehdä, olisi perinteisen päätuotteensa kehittämisen laiminlyöminen (Heinonen 1998, 87). Jos lukija todella saa ilmaisesta verkkolehdestä kaiken minkä paperisesta – ja verkon ominaispiirteiden ansiosta sitä paitsi enemmän – ei hän varmasti loputtomiin pulita tilausmaksuja pelkän tottumuksen vuoksi.

On kuitenkin tärkeää huomata, että verkkomainonta ei välttämättä enää kauaa ole yhtä kannattamatonta liiketoimintaa kuin se on tähän asti ollut. Verkkomainonta kasvoi vuoden 2008 ensimmäisellä vuosineljänneksellä yli 30 prosenttia edellisen vuoden vastaavasta ajasta, kun paperilehdissä ilmoitettiin samaan aikaan 14 prosenttia vähemmän kuin vuosi sitten (Kallionpää 2008). Ruotsissa verkkomainonta ohitti vuoden 2007 kolmannella vuosineljänneksellä televisio-mainonnan tuotot (emt.). Mikäli lehtitalot onnistuvat ohjaamaan tämän mainonnan kehityksen verkkolehtiinsä, näyttää niiden tulevaisuus valoisammalta. Tähän asti ne ovat jopa jarrutelleet verkkolehtensä markkinointia lukijoille ja ilmoittajille, sillä ne ovat pelänneet sen kasvavan suosion haittaavan paperilehden myyntiä (Moilanen 2004, 62).

Verkkomainonnan potentiaali on suurelta osin hyödyntämättä. Santonen (2004, 60) huomauttaa, että jos verkkolehdet erottautuisivat toisistaan nykyistä paremmin, ne kilpailisivat samalla eri ilmoitustuloista ja olisivat siten taloudellisesti vahvempia. Mahdollisuudet täsmämainontaan ovat niin ikään verkossa mittaamattomasti printtiä paremmat (ks. emt., 51). Olkinuora (2000, 123) puolestaan toteaa verkon tarjoavan mahdollisuuden kysyntäpohjaiseen ostamiseen, kun perinteinen mediamarkkinointi perustuu tarjontaan ja herätteisiin. Verkossa ostotapahtuma on vieläpä mahdollista ulottaa mainoksen sisään markkinoinnin ”viimeisenä lenkinä”.

Olkinuora jatkaa, että tämä vaatii tietenkin markkinoijalta ymmärrystä verkon luonteesta. Ainakin tieto on karttumassa: myös Keskisuomalainen ja Savon Sanomat pyrkivät tarjoamaan ilmoittaja-asiakkailleen ”lähes reaaliaikaista” tietoa ilmoitusten tavoittavuudesta ja toimivuudesta kohderyhmissä (Linnavirta jne 2008, 16). Samalla kun mediayhtiöiden liiketoimintamallit näin muuttuvat yhä ilmoitusrahoitteisemmiksi, on mahdollista, että niiden painopisteet siirtyvät vähitellen pois tilausmaksullisista paperilehdistä (Olkinuora 2006, 34).

Verkon yhteisöllisyyden voimaan uskovat Bowman ja Willis (2005) toteavat, että tulevaisuudessa yhä suurempi osa uutistoiminnan arvosta syntyy sellaisen yhteisöllisyyden ylläpitämisestä, joka kiinnostaa yleisöjä ja jossa mainostajien kannattaa ilmoittaa. Tällaisessa julkaisussa yhä suuremman osan varsinaisesta sisällöstä tuottavat aktiiviset yleisöt, kun perinteisessä mallissa toimittajat tuottavat sisältöjä, joista yleisö on valmis maksamaan ja joiden yhteyteen myydään ilmoituksia. Yhteisöllisyyden negatiivisista puolista kuitenkin heti seuraavassa.

### 5.2.2 Yhteisöllisyys syrjäyttää sisällön

Verkkoapostolien avaintermi on viime vuodet ollut yksi verkkojulkaisemisen ominaispiirteistä, yhteisöllisyys. Yhä suurempi osa verkon käyttäjistä viettää päivittäin tuntikausia niin sanottujen Web 2.0 -sovellusten parissa. Käsitteellä tarkoitetaan verkkosovelluksia, jotka perustuvat käyttäjien muodostamiin sosiaalisiin verkostoihin tai yhdessä tuottamaan informaatioon sekä liiketaloudellisesti tämän aktiivisen käyttäjäjoukon markkinoimiseen ilmoittajille (Majava 2008, 87). Näitä ovat esimerkiksi verkkotietosanakirja Wikipedia, videokirjasto YouTube ja kontakti- ja ajanvietesivu Facebook, joiden lisäksi blogit muodostavat omat sosiaaliset verkostonsa. Monien tutkijoiden mielestä nämä verkon uudet toimintamahdollisuudet vaikuttavat koko julkisuustilan rakenteeseen ja luonteeseen: joukkoviestinnän ja sen suurten yleisöjen ajasta siirrytään pienten yleisöjen ja yhteisöjen tuottamien sisältöjen aikaan (ks. esim. Sirkkunen 2008).

Äänekkään verkkokriitikon Andrew Keenin (2007) mielestä kehityssuunta on suorastaan vaarallinen. Hänen mielestään yhteisöllisten verkkosivujen tiedon kakofonia uhkaa syrjäyttää ammattimaisen journalismin ja kulttuurituotannon. Keen toteaa, että sen sijaan, että ihmiset käyttäisivät internetiä uutisten, informaation tai kulttuurin etsimiseen ja kuluttamiseen, he käyttävät yhä useammin yhteisösivuja korvaamaan uutiset, informaation ja kulttuurin.

Journalismin osalta tämä tarkoittaa sitä, että paikkansapitävyydeltään epävarma, laadultaan kyseenalainen ja kaupallisilta kytköksiltään hämärä tieto kilpailee huomiostamme ammattimaisen, luotettavan journalismin kanssa. Eikä ainoastaan huomiostamme, sillä yhteisöllisten sivujen suosio murentaa myös taloudellista perustaa perinteisen median ja kulttuurintuotannon alta (emt., 16).

Kehitykseen positiivisesti suhtautuvat näkevät verkon mediajulkisuuden jo tällä hetkellä perinteistä joukkoviestintää monipuolisempana, ja toivovat sen kehittyvän edelleen vuorovaikutteisemmaksi (Sirkkunen 2008, 154-155). Heistä verkkolehdistäkin pitäisi hyödyntää Web 2.0:n aatetta nykyistä paremmin.

Majava (2008, 88-90) tulkitsee, että käyttäjien roolin kasvussa on kyse verkon kehityksestä perinteisen joukkoviestinnän tavoin toimivasta viestintäkanavasta toiminta-alustaksi ja siten tavallaan paluusta www:n alkuperäisen ideaalin äärelle. Helppokäyttöisten yhteisöllisten sovellusten ansiosta verkosta on tullut Tim Berners-Leen vision mukaisesti ”kirjoitettava”, eli sellainen jossa kaikki lukijat ovat potentiaalisia sisällön tuottajia ja toimittajia (emt.).

Journalismin kannalta yhteisöllisyyden toinen vaaranpaikka onkin, kuinka tässä kehityksessä käy journalistin ammatin. Vaikka toimittajan työn katsottaisiin pysyneen verkkojulkaisemisen aikana ytimeltään entisellään, on tiedonvälitys mullistunut. Tiedon hankkimisen mahdollisuudet ovat avautuneet, eikä toimittaja enää välttämättä ole ensimmäinen tiedonsaaja. (Olkinuora 2000, 119-120.)

Kuusiston ja Pippurin (1998, 65) mukaan osa lukijoista ei enää halua toimittajien välittävän heille tietoa, vaan etsii sitä mieluummin alkuperäisestä lähteestä, jos se on verkossa. Heinonen taas epäili vuonna 1998, että journalismin perinteiset lähteet, kuten yritykset ja puolueet, saattavat perustaa verkkoon omia julkaisujaan pyrkien sivuuttamaan journalistisen prosessin (Heinonen 1998, 115). Näin on sittemmin käynytkin, mutta perinteiset journalistit tuntuvat varsin hyvin vastanneen haasteeseen. Toinen kysymys on, kestäkö ammatin asema, kun haaste kohoaa lukijoiden riveistä. Kuten Beckett (2008, 15) sanoo: kysymys ei ole siitä, onko bloggaaminen journalismia, vaan siitä, määritteleekö se journalismin käsitteen uudelleen.

Huomattava osa bloggaajista pitää sivujaan journalistisina, vaikka vain ani harva sivuista täyttää sanan perinteiset määritelmät. On tapauksia, joissa bloggaajat todella ovat löytäneet tärkeitä näkökulmia ja uusia tietoja uutisaiheisiin ennen journalisteja. Mutta voiko verkossa julkituoduista mielipiteistä tulla osa uutista, ja jos voi, onko yleisöllä enää mahdollisuutta erottaa tätä mielipidettä ammattimaisesti tuotetusta uutisisällöstä? Tai voiko journalistien käsitys siitä, mikä on uutisarvoista, muuttua yhdeksi vaihtoehtoiseksi käsitykseksi?

Heinonen (1999, 81-82) uskoo, että suurin osa yleisöstä on verkossakin vain tyytyväinen, että joku tuottaa heille arvotettua journalismia uutisarvoisista tapahtumista. Tällöin journalismin uudenlainen, aiempaa läheisempi yleisösuhte olisi vain omiaan vahvistamaan kansalaisyhteiskuntaa ja journalismia. Toimitajan ammatti-identiteettiin ja rooliin kehitys tosin vaikuttaa väistämättä. Heinonen (1998, 123) kutsuu keskeisimpänä pitämäänsä uutta ammattikäytäntöön liittyvää vaatimusta *journalistin sosiaalisiksi ammattitaidoksi*: verkossa toimittaja kohtaa yleisönsä välittömämmin, useammin ja jyrkemmin kuin aiemmin.

Toistaiseksi yleisö tuntuu yhä luottavan perinteisiin medioihin<sup>25</sup>. Jatkossa tilanne voi kuitenkin olla toinen, sillä samaan aikaan lehtitoimittajan ammattia arvostetaan yhä vähemmän<sup>26</sup>. Myös Pavlik (2001, 106-111) tunnistaa vaaran: vaikka aikatauluista ja paikoista vapaa journalismi on täynnä mahdollisuuksia pa-

---

<sup>25</sup> Esimerkiksi Sanomalehtien liiton Tiedotusvälineiden luotettavuus -kyselyn mukaan 91 prosenttia vastanneista piti oman sanomalehden uutisia erittäin tai melko luotettavina. Kyselyn perusteella sanomalehtien luotettavuus on pikemmin vahvistunut kuin heikentynyt verkkoviestinnän aikakautena, sillä esimerkiksi vuosilta 1995 ja 1997 vastaava luku oli 81 prosenttia. (Sanomalehtien liitto 2008c)

<sup>26</sup> Suomen Kuvalehden ammattien arvostustutkimuksen mukaan lehtitoimittajien arvostus oli vuonna 2007 pudonnut runsaassa kymmenessä vuodessa yli sata sijaa, sijalle 273. Tv-toimittaja oli sijalla 217 ja päätoimittaja sijalla 182. Kun toimittajat vielä 1990-luvulla olivat arvostuksessa jopa palomiesten ja poliisien edellä, ohittavat heidät nykyisin varastomies ja sekatyöntekijäkin. (Lappalainen 2007.)

rempaan journalismiin, täytyy toimittajien edelleen pitää tärkeimpänä mielessä vanhat arvonsa, kuten faktojen tarkistaminen ja monipuolinen lähteidenkäyttö.

Pavlik kuitenkin huomauttaa, että luotettava uutislähde on sellainen mediasta riippumatta, kunhan kuluttajien verkonlukutaito vahvistuu. Hänestä verkko-median on itse asiassa oltava luotettavuuden kanssa jopa tarkempaa kuin perinteisen median, sillä verkossa yleisö huomauttaa pienistäkin virheistä. Samoin yleisö vaihtaa herkästi palvelua, jos jokin uutislähde menettää sen silmissä uskottavuutensa toistuvien virheiden vuoksi. Pavlikista useampien näkökulmien tarjoaminen aiheisiin esimerkiksi alkuperäislähteiden luo vievien linkkien avulla itse asiassa lisää median luotettavuutta, koska yleisön ei näin enää tarvitse hyväksyä jutun näkökulmaa koko totuutena. (Pavlik 2001, 126-130.)

Myös Steppin (2008) mukaan verkon yhteisöllisten palvelujen suosio ei sinänsä muuta uutisen määritelmää, vaan päinvastoin tekee luotettavasta journalismista arvokkaampaa kuin koskaan. Hän kuitenkin huomauttaa Keenin tapaan, että tuon arvon taloudellinen hyödyntäminen muuttuu kaiken aikaa vaikeammaksi, koska sisältöjä tarjotaan niin monissa paikoissa ja useimmiten ilmaiseksi. Monet voitontavoittelun keinot ovat karanneet journalistien ulottuvilta, koska joku muu on ehtinyt tarjota palvelun ensin: kotivideot julkaistaan YouTubessa, sosiaaliset yhteydet luodaan Facebookissa ja Yhdysvalloissa pikkuilmoituksetkin on napannut Craigslist-palvelu. Ongelma on siis, että vaikka ne – kuten myös blogit ja Wikinews – täydentävät ammattimaisesti tuotettuja uutisia ja kulttuuria, ne eivät korvaa niiden funktioita, vaikka kaventavat niiden elintilaa.

Bowman ja Willis (2005) huomauttavat, että yhteisöllisyyttä edustavat julkaisut ovat kypsymässä yhä merkityksellisemmiksi, omaksui valtavirtamedia niiden ideaalit tai ei. Siksi he uskovat tulevaisuuden menestyksekkäiden uutisjulkaisujen päätyvän yhteisöllisten ja ammattimaisesti tuotettujen sisältöjen järke-



vään tasapainoon. Itse asiassa edes Keen (2007, 188-190) ei toivo Web 2.0 -sovellusten loppua, vaan viestinten oppivan hyödyntämään yhteisöllisyyttä niin, että ammattimaisen journalismin ja yleisön mielipiteen raja ei hämärry<sup>27</sup>.

### *5.2.3 Kävijäkilpailu vääristää todellisuuden kuvan*

Internet-ajan käsitys uutisista ei enää ole vain tietty sanomalehden tai sähköisen lähetyksen muotoinen paketti arvotettuja ja jäsennettyjä uutisia. Esimerkiksi Huovilan (2001, 47) mukaan verkkojulkaisun tarjonnan kokonaisuus ei sen selailuluonteesta vuoksi jäsenny vastaanottajalle kuten sanomalehti tai uutislähetys. Aikamme uutiskäsitys on kuin jatkuva muutosten virta, kuten Pavlik (2001, xiv) sitä kutsuu. Tuosta virrasta kokonaiskuvan hahmottaminen on väistämättä vaikeampaa kuin arvotetusta ja jäsennetystä sanomalehdestä.

Jatkossa kokonaiskuvan hahmottaminen uhkaa mennä vielä vaikeammaksi. NegroPonten (1996, 161-163) mielestä verkko antaa lukijalle mahdollisuuden puuttua uutisvalintaan. Kun perinteisen sanomalehtien uutiskriteerit ovat toimituksen hallinnassa, antaa verkkolehti lukijan näkemykselle suuremman merkityksen ja mahdollistaa sellaisetkin uutiset, jotka oletetun yleisen kiinnostuksen puutteen takia olisivat aiemmin jääneet toimituksen roskakoriin.

NegroPonte näkee muutoksen positiivisena, journalismin norsunluutorneja madaltavana kehityksenä. Toisin voi kuitenkin käydä, jos verkkolehden kävijämäärien tuijottaminen johtaa vähän kiinnostusta herättäneiden aiheiden ra-

---

<sup>27</sup> Puhuessaan Mediapäivillä Helsingin messukeskuksessa 11.4.2008 Keen oli optimistisempi kuin kirjassaan. Hän vaikutti tuolloin uskovan, että median tulevaisuus on sittenkin ammattimaisten journalistien käsissä, kunhan he vain onnistuvat verkossa yhdistämään perinteisen osaamisensa ja yhteisöllisyyden.

jautumiseen pois median agendalta. Päivittäisistä kävijöistä ja yksittäisten juttujen lukijoista kilpaillessaan maakuntalehdetkin nimittäin päätyvät helposti otamaan aseikseen kärjistettyjen otsikkojen ja kohuaiheiden tapaiset piirteet, jotka aiemmin on yhdistetty iltapäivälehtien lööppeihin. Yksittäisten juttujen kävijämäärät menestyksensä kriteeriksi kohottaneessa verkkolehdessä sisällöt on myytävä lukijoille joka päivä hyvin samaan tapaan kuin iltapäivälehdet.

Samasta asiasta on huolissaan Olkinuora (2000, 124), joka räätälöintiä ajatellen kysyy, onko koko tiedonvälitys vääristymässä ja ovatko epämiellyttävät asiat rajautumassa tietoisuutemme ulkopuolelle, jos verkkolehti ohjelmoidaan tarjoamaan meille vain sellaisia uutisia, joita meillä on ollut tapana klikata. Keenin (2007, 83) mukaan kehitys voi johtaa yhteisten keskusteluaiheiden katoamiseen ja suorastaan todellisuudenkuvamme vääristymiseen. Verkkolehdissä on mahdollista mitata – ja niissä mitataankin – juttujen suosiota huomattavasti paperilehtiä paremmin, eivätkä nämä tulokset voi olla vaikuttamatta myös sivujen myöhempään julkaisupäätöksiin. Perinteinen pohjoismainen *omnibus-sanomalehti* ei kuitenkaan perustu niinkään suosittujen aiheiden toistuvaan käsittelyyn kuin uutisten ja aiheiden monipuolisuuteen (esim. Salokangas 1998, 54-56).

Journalismin kannalta ongelman muodostaa myös se, että huomattava osa yleisöstä ei edes tunnista edellistä ongelmaa. Kuten Pulkkinen (2008, 250) huomauttaa, ”iPod-sukupolvi” ei tunne tarvetta sellaisten jäseneltyjen ja arvotettujen kokonaisuuksien seuraamiseen, mitä sanomalehti edustaa. Pulkkinen osuvan vertauksen mukaan monille riittävät uutisvirrasta tehdyt, itseä kiinnostavat pikaiset poiminnat aivan kuten monet kuluttavat nykyisin musiikkia yksittäisinä kappaleina albumikokonaisuuksien sijaan<sup>28</sup>.

---

<sup>28</sup> Eräs ratkaisumalli ongelmaan saattaisi olla 15 minuutin välein päivitettävä pdf-verkkolehti, jollaista brittiläinen Guardian tarjosi lukijoilleen jonkin aikaa vuonna 2008. Ratkaisu yhdisteli verkko- ja paperilehtien piirteitä sisältäen tuoreimmat uutiset lehden tapaan jäseneltyinä, mutta lukijat eivät ilmeisesti löytäneet sitä.

## 6 TUTKIMUSAINEISTO

Tutkimuksen aineisto koostuu 12 toimittajan teemahaastatteluista. Teemahaastattelu on puolistrukturoitu haastattelumenetelmä, jossa haastattelun aihepiirit on valittu etukäteen, mutta kysymyksiä ja niiden tarkkaa järjestystä ei ole lyöty lukkoon. Haastateltavilla on myös mahdollisuus ottaa esille omia teemojaan. Kaikki etukäteen valitut aihepiirit käydään läpi kaikkien haastateltavien kanssa, mutta käsittelyn järjestys ja laajuus vaihtelevat tilanteen ja haastateltavan mukaan. Kaikkiaan teemahaastattelun voi sanoa muistuttavan journalistista haastattelua. (Hirsjärvi & Hurme 2008, 35; 47-48; Eskola & Suoranta 1998, 87.)

Eskolan ja Suorannan (emt., 88) mukaan teemahaastattelujen suosio aineiston keruumenetelmänä johtuu kahdesta seikasta. Ensimmäkin menetelmä on niin avoin, että vastaajat pääsevät puhumaan riittävän vapaamuotoisesti, jotta materiaalin voi katsoa edustavan vastaajien puhetta. Toisaalta ennalta valitut teemat takaavat, että jokaisen haastateltavan kanssa puhutaan edes jossain määrin samoista asioista, ja helpottavat samalla satojen sivujen litteroidun aineiston läpikäyntiä. Kun lisätään Hirsjärven ja Hurmeen (2008, 35) näkemys, että menetelmä sopii erityisesti sellaisten vähän kartoitettujen aiheiden selvittämiseen, joista osataan odottaa tutkimuksen tuottavan moniin suuntiin viittaavia vastauksia, sopivat nämä perustelut erinomaisesti myös tähän tutkimukseen.

Tutkittaessa toimittajien käsityksiä (kokemuksia, asenteita, haaveita ja mielikuvia) paperilehden ja verkkolehden muodostamasta kokonaisuudesta teemahaastattelu sopii aineistonkeruumenetelmäksi siksikin, että se myötäilee laadullisen tutkimuksen kahden tulkinnan perusluonnetta. Eskolan ja Suorannan (emt., 149) mukaan laadullisen tutkimuksen tutkimusongelma tulkitaan kah-

teen kertaan: ensimmäistä tulkintaa tutkittavasta ilmiöstä edustavat tutkittavien tulkinnat ja toista taas tutkijan niistä reflektoiden tekemät teoreettiset tulkinnat. Käyttäessäni teemahaastattelua pyrin antamaan haastateltavien omille tulkinnoille tilaa, sillä juuri niitä itse asiassa tutkin.

## 6.1 Haastateltavista

Haastattelin tutkimusta varten 12 toimittajaa. Haastateltavista kuusi työskentelee Keski-suomalaisessa ja kuusi Savon Sanomissa. Molemmista lehdissä haastattelin kolmea verkkolehden toimittajaa ja kolmea paperilehden toimittajaa eli printtitoimittajaa. Haastateltujen toimittajien luettelo on tutkimuksen liitteenä.

Molemmista toimituksissa työskentelee kolme verkkotoimittajaa. Haastattelin siis kaikki vakituisessa verkkotoimittajan virassa haastatteluhetkellä työskennelleet toimittajat<sup>29</sup>. Printtitoimittajista valitsin harkinnanvaraisesti sellaisia toimittajia, joiden tiesin kirjoittavan aktiivisesti myös verkkolehteen. Kiinnitin huomiota myös siihen, että molemmista lehdistä haastateltavaksi valikoitui yksi toimittaja, jonka toimii myös esimiehenä. Samalla joukkoon valikoitui molemmista lehdistä yksi henkilökohtaista blogia verkkolehdestä pitävä. Katsoin tämän kiinnostavaksi juonteeksi, vaikken sitä valintaperusteena käyttänytkään.

En siis edes yrittänyt etsiä näin pienen otannan tutkimukseen verkkojulkaisemisesta sivussa pysytelleitä tai siihen avoimen kielteisesti suhtautuvia toimitta-

---

<sup>29</sup> Yksi haastatelluista verkkotoimittajista, Soili Väisänen, oli haastatteluhetkellä jo valittu Savon Sanomien teematuottajaksi, johon tehtävään siirtyi vain muutama päivä haastattelun jälkeen. Työn valmistumiseen kuluneen puolen vuoden aikana useampi muukin haastatelluista verkkotoimittajista ehti siirtyä toisiin tehtäviin, mikä lienee jollain tapaa oireellista verkkojournalismin hektisyyden kannalta.

jia. Tutkimustulokset eivät tästä syystä edusta kattavasti kaikkia Keski-suomalaisen ja Savon Sanomien toimittajien mahdollisia mielipiteitä verkkojournalisista, mutta toivottavasti mahdollisimman kattavasti kirjoittavien toimittajien erilaisia kokemuksia sen tekemisestä. Oletan, että verkkojulkaisemiseen positiivisesti tai neutraalisti suhtautuvat toimittajat osaavat arvioida käytäntöjä rakentavammin kuin koko välinettä vastustavat toimittajat.

Niin ikään rajasin haastatellut tietoisesti toimituksen uutisosastojen kirjoittaviin toimittajiin. Uutispäälliköillä, valokuvaajilla, toimitussihteereillä, erikoistoimittajilla ja jopa lehtien avustajilla olisi varmasti heilläkin näkemyksensä aiheesta, mutta tämän työn puitteissa en olisi pystynyt niin laajaa lähtökohtien kirjoa käsittelemään. Kiinnostava myöhemmän tutkimuksen paikka olisikin työtäni huomattavasti laajempi haastattelututkimus koko toimitusyhteisön suhtautumisesta monikanavaiseen julkaisemiseen.

Haastatelluista viisi on miehiä, seitsemän naisia. Heidän keski-ikänsä oli haastatteluhetkellä 32 vuotta. Luku ei toki vastaa toimitusten todellista keski-ikää, ja se kertoo osaltaan käyttämästäni printtitoimittajien valintaperusteesta. Alhainen keski-ikä selittyy kuitenkin osittain jo sillä, että Keski-suomalaisen ja Savon Sanomien kuuden verkkotoimittajan keski-ikä oli haastatteluhetkellä 28 vuotta.

Koulutukseltaan heistä kolme on maistereita ja yksi lisensiaatti. Lisäksi yhden yliopisto-opinnot olivat kesken. Yliopistollisen toimittajakoulutuksen suorittaneita heistä on vain yksi. Neljä haastateltua – kaikki verkkotoimittajia – ovat suorittaneet alemman korkeakoulututkinnon. Loput kolme ovat ylioppilaita.

Kaikki haastatellut printtitoimittajat osallistuvat verkon sähköuutisten tuotantoon. Heistä yksi ottaa aktiivisesti verkkoon myös kuvia ja videoita sekä ilmoittaa kirjoittavansa ajoittain vain verkkolehdeissä julkaistavia taustajuttuja. Kaksi

haastateltua pitää, kuten mainittua, henkilökohtaista blogia. Kahden heistä työnkuvaan kuuluu esimiestehtäviä, joissa verkkolehti on huomioitava.

Vastaavasti kaikkien verkkotoimittajien juttuja julkaistaan myös paperilehdessä. Koska verkkotoimittajat toimivat lehtien uutispäivystyksenä, kirjoittavat he usein verkkoon sellaisia lyhyitä uutisia esimerkiksi onnettomuuksista, rikoksista tai julkisen sektorin tiedotteiden pohjalta, jotka julkaistaan myös paperilehdessä pikku-uutisina. Toisinaan verkkotoimittajat osallistuvat myös paperilehden suurempien juttupakettien rakentamiseen. Yksi verkkotoimittaja ilmoittaa kirjoittavansa seuraamista aiheista paperilehteen myös pitempiä juttuja.

Ottaen huomioon oman suhteeni tutkimuslehtiin, oli väistämätöntä, että tunsin kaikki Savon Sanomissa haastattelemani toimittajat entuudestaan. Vastaavasti en tuntenut Keskisuomalaisen toimittajia. On mahdollista, että tämä suhde tutkijan ja tutkittavan välillä on vaikuttanut aineistoon, mutta millä tavoin, on vaikea arvioida. Luulen, että ainakin osa haastateltavista vastasi kysymyksiini suoremmin kuin he olisivat vastanneet työyhteisön ulkopuolelta tulleelle tutkijalle.

## **6.2 Haastatteluista ja aineiston käsittelystä**

Yhtä lukuun ottamatta kaikki haastattelut tehtiin työpaikoilla, hiljaisissa toimitoissa tai kahvilan nurkassa. Yksi haastattelu tehtiin haastateltavan kotona. Useimmat haastattelut kestivät noin 50 minuuttia, lyhimmän ollessa 35 minuuttia ja pisimmän 70 minuuttia. Nauhoitin kaikki haastattelut ja litteroin ne analyysia varten. En kuitenkaan suorittanut litterointia aivan sanan, muminan tai yskähdyksen tarkkuudella, koska keskityn tutkimaan vastausten sisältöä.

Litteroinnin jälkeen järjestin ja jäsentin aineistoa lähtien liikkeelle teemahaastattelujen teemoista, kuten Eskola & Suoranta (1998, 150-152) ehdottavat. Aluksi sovelsin aineistoon määrällistä analyysiä laskiessani erilaisten näkemysten ja mielipiteiden esiintymistiheyttä aineistossa. Tärkein analyysimenetelmäni oli teemoittelu, jossa tutkija nostaa aineistosta esiin tutkimusongelmaa valaisevia teemoja (Hirsjärvi & Hurme 2008, 173). Eskolan ja Suorannan (1998, 179) mukaan teemoittelu sopii erityisesti käytännöllisiin ongelmiin. Miellän oman tutkimukseni tällaiseksi: käytännöllinen ongelmahan on, kuinka paperilehden ja verkkolehden tekeminen rinnakkain toimituksissa sujuu.

Nämä teemat, joiden mukaan olen jäsentänyt kolme seuraavaa lukua, eivät ole yhtäläiset teemahaastattelujen teemojen kanssa. Hirsjärven ja Hurmeen (2008, 173) mukaan teemoittelulle on tyypillistä, että analyysivaiheessa aineistosta esille nousevat teemat ovat lähtöteemoja mielenkiintoisempia, vaikka lähtökohdat luonnollisesti vaikuttavat teemoittelun taustalla. Kaikki seuraavien lukujen teemat eivät edes tulleet esille kaikissa haastatteluissa, koska osa niistä nousi merkittäviksi vasta haastateltavien niille antamien painoarvojen tai analyysivaiheessa niistä tekemiäni tulkintojen myötä. Kaikissa haastatteluissa esimerkiksi käsiteltiin verkkoon ja paperilehden kirjoittamisen eroja, mutta jos haastateltava ei erikseen nostanut esille juttukärkien erilaisuutta, en välttämättä ottanut sitä erikseen puheeksi.

Näiden teemojen avulla pyrin seuraavissa luvuissa vastaamaan tutkimuskysymykseen toimittajien käsityksistä paperilehden ja verkkolehden muodostamasta kokonaisuudesta. Osa teemoista on luonteeltaan sellaisia, että ne olisi mahdollista korottaa kokonaisen tutkimuksen aiheeksi ja paneutua niihin syvemmin. Tällaisiksi koin erityisesti juuri perinteisen ja verkkojournalismin eroja käsitelleet teemat. Tässä yhteydessä näihin laajoihin kysymyksiin ei ole mahdollista perehtyä niiden ansaitsemassa laajuudessa. Sen sijaan ne asettuvat tutki-

mukseessani arvoon sen mukaan, mitä ne osaltaan kertovat tutkimuskysymyksestäni.

Haastateltavien anonymiteetin säilyttääkseni sovin haastateltavien kanssa ennen haastatteluja, että pyrkisin häivyttämään haastatellun henkilöllisyyden hänen antamistaan vastauksista ja kertomistaan mielipiteistä. Uskon, että näin sain arkaluonteisistakin aiheista mahdollisimman rehellisiä mielipiteitä. Samalla tein kuitenkin selväksi, että näin pienen otannan tutkimuksessa haastatellut saattavat joka tapauksessa olla tunnistettavissa erityisesti suorista sitaateista. Tämä sopi kaikille haastateltaville. Osa olisi ollut valmis esiintymään nimellään.

Kuten sanottua, on tutkimuksen lukijan syytä huomioida, että tulokset eivät rajallisen otannan vuoksi anna ehdottoman luotettavaa määrällistä kuvaa mielipiteiden ja näkemysten yleisyydestä edes näissä toimituksissa ja keväällä 2008. Missään nimessä tulokset eivät ole yleistettävissä toimittajien näkemyksiksi kontekstinsa ulkopuolella. Niissä on siis kyse ainoastaan haastateltujen Keski-suomalaisen ja Savon Sanomien toimittajien mielipiteistä haastatteluhetkellä keväällä 2008. Kun käytän yleistettävyyteen viittaavia ilmaisuja kuten *useimpien mielestä* tai *kaikkien verkkotoimittajien mukaan*, tarkoitan nimenomaan mielipiteiden yleisyyttä tämän tutkimuksen aineistossa.



## 7 UUTINEN KAHESSA MEDIASSA

Selvitän tässä luvussa, millaisena haastatellut toimittajat näkevät journalistisen työn lopputuotteen, uutisen, sanomalehdessä, jossa verkkolehteä tehdään rinnakkain paperilehden kanssa. Kuinka haastatellut mieltävät uutisen rakentuvan kokonaisuudessa, jossa verkkolehden mielletään täydentävän paperilehteä ja paperilehden verkkolehteä, kuten Keski-suomalaisessa ja Savon Sanomissa ta-voite on? Minkälaisia eroja syntyy verkkolehden ja paperilehden uutisannin välille, ja kuinka julkaisukanavat tukevat toisiaan?

Esille tulevat sekä haastateltavien näkemykset ja kokemukset nykytilanteesta että heidän haaveensa ja toiveensa ihannetilanteesta. Esimerkiksi verkkoon ja lehteen kirjoittamisen eroja käsiteltäessä näitä mielipiteitä on vaikeaa erottaa toisistaan, sillä monet haastateltavista painottivat, että nykykäytännössä on vielä paljon parantamisen varaa. Laajemmin katsottuna haastateltavien näkemyksiin maakuntalehtien tulevaisuudesta palaan viimeisessä tutkimusluvussa.

### 7.1 Verkkolehti ja paperilehti täydentävät toisiaan

Kysyin kaikilta haastatelluilta toimittajilta haastattelujen alkuvaiheessa, mitä uutta paperilehden lukija heidän mielestään saa seuraamalla säännöllisesti myös saman lehden verkkopalvelua. Seuraavaksi kysyin saman kysymyksen toisinpäin: mitä uutta verkkolehden lukija saa tilaamalla kotiinsa myös paperilehden, eli millaisin perustein paperilehden tilaaminen on heidän mielestään edelleen mielekästä. Vastausten voi nähdä heijastelevan välineiden ydinomi-

naisuuksia. Niiden perusteella verkkolehti todella tukee ja täydentää paperilehteä kuten konsernissa tarkoitus on.

Kaikkien haastateltavien mielestä verkkolehteä kannattaa lukea, koska sieltä uutiset ovat luettavissa reaaliaikaisemmin kuin paperilehdestä. Lähes kaikki verkkotoimittajat mainitsivat lisäksi verkon multimediaalisuuden mukanaan tuomat sisällöt, kuten videot ja kuvasarjat, joita paperilehdessä ei julkaista lainkaan. Haastatellut paperilehden toimittajat eivät ilmeisesti pitäneet näitä yhtä tärkeinä ominaisuuksina. Sen sijaan osa sekä verkkotoimittajista että paperilehden toimittajista mainitsi jonkin verkkolehden vuorovaikutteisista ominaisuuksista: blogit, juttujen kommentointimahdollisuuden tai keskustelupalstan.

Se [verkkolehti] on nopea ja helppo tapa pysyä kärryillä, mitä kullakin hetkellä tapahtuu. Onnettomuudet vaikka: ajat jonkun kolaripaikan ohi ja mietit, että mitä sattunut. Käyt kattoon sivuilta.

(verkkotoimittaja, Savon Sanomat)

Verkkolehden tärkein lisäarvo sanomalehdelle on siis haastateltujen toimittajien mielestä reaaliaikaisuus. Sama ominaisuus on myös toimitusten johdossa linjattu verkkolehden tärkeimmäksi sisällöksi (Roth 2008). Osa haastatelluista tarkoitti verkkolehden korvaavan televisio- ja radiouutiset tai teksti-tv:n pääsivun vilkaisemisen. Tämä taas käy yhteen niiden näkemysten kanssa, että paperilehdet haastavat verkkolehdillään sähköiset viestimet (esim. Moilanen 2004, 38-39).

Muutama toimittaja tuntui jopa rajaavan verkkolehden lisäarvon yksinomaan reaaliaikaisuuteen huomauttaessaan, että nopeastikin verkkoon päivittyvät uutiset ovat sisällöllisesti yhtenevät paperilehden kanssa. Näiden toimittajien puheesta on aistittavissa, että heistä verkkoon kaivattaisiin myös omia sisältöjä sen sijaan, että samat aiheet täyttävät myös paperilehden.

Jos haet esimerkiksi sitä, että onko ihan omia uutisia verrattuna [paperi]lehteen, mitä lehdessä ei ole, niin semmoisia ei tällä hetkellä oikeastaan ole. Tietysti sen saa verkkopalvelun kautta, että onhan se vähän reaaliaikaisempi.

(verkkotoimittaja, Savon Sanomat)

Vain yksi haastatelluista toimittajista kiinnitti huomiota verkon arkistomaisuuteen ja samalla verkottuneisuuteen. Kiinnostavaa kyllä, tämä Keskisuomalaisen printtitoimittaja mielsi verkon jopa paperilehtä taustoittavammaksi välineeksi juuri tämän ominaisuuden ansiosta. Hänen mukaansa verkkolehdestä tulee taustoittava väline, kun uuteen juttuun liitetään linkkejä samaa aihetta aiemmin käsiteltyihin juttuihin tai vaikkapa vastakkaisen näkökulman tarjoaviin aiempiin kolumneihin. Saman kokonaiskuvan saa kyllä seuraamalla aihetta paperilehdestäkin, mutta vierasta aihetta omaksuessa hän pitää verkkolehteä parempana. Näkemys muistuttaa selvästi Pavlikin (2001, 4-27) näkemystä uudesta ja paremmasta kontekstuaalisesta journalismista, jota käsitelin aiemmin.

Siellä on taustoittavia juttuja ihan eri tavalla, kun lehdessä sä et pysty näkemään samalla, mitä tästä aiheesta on aiemmin kirjoitettu, mutta verkkolehdessä sä pystyt näkemään sen. (-)

AJ: Tuo on tietysti siinä mielessä hyvinkin jännittävä huomio, että kun aina tavataan sanoa, että nimenomaan lehti on taustoittava väline ja verkko ei sitä ainakaan ole.

- Mä oon eri mieltä siitä asiasta sen takia, että meillä, ainakin nyt uuden järjestelmän myötä, ne jutut linkataan selkeästi siihen uuteen juttuun. (-) Esimerkiksi Uusi Jyväskylä on laaja sivusto. Sinne on kerätty pitkän aikaa kaikki, ja mehän on kirjoitettu hirveästi tästä kuntaliitosasiasta.

(printtitoimittaja, Keskisuomalainen)

Kuten haastateltavat olivat yhtä mieltä verkkolehden tärkeimmästä lisäarvosta, olivat he myös yhtä mieltä paperilehden suurimmasta vahvuudesta. Kaikkien mielestä verkkolehden aktiivilukijankin kannattaisi edelleen tilata paperilehti ennen kaikkea siksi, että sieltä jutut ovat luettavissa kokonaisuudessaan, verkkolehden versioita pitempinä ja taustoittavina. Kaikkia paperilehden pääjuttujakaan ei välttämättä koskaan julkaista verkossa<sup>30</sup>.

---

<sup>30</sup> Kuten myöhemmin käy ilmi, kaikkien haastateltujen verkkotoimittajien ja joidenkin printtitoimittajienkin mielestä paperilehden juttuja säästetään liikaa paperilehteen. Osa haastateltavista

Useimmat paperilehden toimittajat ja osa verkkotoimittajistakin mielsi kuitenkin taustoittavuuden paperilehtien vahvuudeksi juttupituuksia laajemmassa mielessä. He katsoivat lukijan saavan jäsennellystä ja journalistisesti arvotetusta paperilehdestä paremman kokonaiskuvan maailman tapahtumista kuin silmäiltävästä ja selailtavasta verkosta.

Onhan sanomalehti, niin kuin joku on sanonut, että sehän on loistava käyttöliittymä, niin mun mielestä se on. Sanomalehden arvo tulee siitä, että siihen on jotkut ammattilaiset koonneet tietyn paketin ja koosteen niistä verkkolehden nopeista jutuista, taustoittaneet niitä, ihmisten haastatteluja on siellä, ja siitä voi sillä tavalla lukea sellaisen keskipaksun ja taustoitettun paketin asioista. (-) Sillä tavalla se sanomalehti auttaa ehkä hahmottamaan, mitä maailmassa on tapahtunut. Vaikka se on vähän kliseisesti sanottu, niin kuitenkin.

(printtitoimittaja, Savon Sanomat)

Hajanaisia puolustusääniä paperilehtien tärkeiksi ominaisuuksiksi saivat myös verkosta puuttuvat erikoissivut ja liitteet, ilmoitukset sekä leikeltävyys.

Kun Savon Sanomissa on näitä erikoissivuja, niin kuin Muoti ja kauneus ja Erä ja Kulluttaja, ja sitten näitä liitteitä, kuten Koulutus Plus tai Kesä Plus tai viikoittainen Koti ja asuminen Plus, niin ne tuo sitten kyllä sitä lisäarvoa lehdelle. (-) Semmoisen ehkä perus uutiskauran, niin joku selviää kyllä pelkällä verkollakin. Mutta sitten jos haluaa lehdeltä enemmän, niin kyllä mä luulen, että kannattaa edelleenkin tilata lehti.

(verkkotoimittaja, Savon Sanomat)

Joillekin on ilmoitussisältö ihan yhtä tärkeätä kuin uutiset. Joillekin tietysti saattaa olla jopa tärkeämpää.

(printtitoimittaja, Savon Sanomat)

Ainakin toistaiseksi ihmiset leikkaavat kuolinilmoituksia ja itsestään kertovia juttuja. Siinä häviää jotain, jos sä tulostat sen netistä.

(verkkotoimittaja, Savon Sanomat)

Haastatelluista vain kaksi toimittajaa mainitsi sanomalehden vahvuutena totumuksen. Heistä erityisesti vanhemmat ihmiset haluavat lukea paperilehteä tai pitävät sitä jopa verkkoa luotettavampana mediana. Tämä vastaus saattaisi olla

---

ta saattaakin itse asiassa pitää tätä julkaisukanavien välistä eroa korjaamista kaipaavana epäkohtana.

yleisempi niiden toimittajien keskuudessa, jotka suhtautuvat verkkoon tässä tutkimuksessa haastateltuja kielteisemmin. Joka tapauksessa se lienee ollut yleisempi joitakin vuosia sitten.

Muutaman toimittajan mielestä verkkolehden kattavuus alkaa olla tasolla, jolla sen lukija ei yksinkertaisesti enää katso tarpeelliseksi tilata paperilehteä<sup>31</sup>. Kaikkia lukijoita ei välttämättä kiinnosta, ettei verkossa julkaista kaikkia lehden juttuja tai vaikka kokonaiskuva jäisi sieltä hahmottomatta. Vaara tässä kehityksessä piilee ainakin silloin, jos toimituksissa ajatellaan kaiken verkkojulkaisemisen tähtäävän paperilehden menestymiseen.

Mun mielestä se vaarallisin ja pelottavin oivallus, minkä lukija saattaa siitä verkkolehden löytämisestä saada, on se, että mitäs mä sillä tilattavalla lehdellä teen. Meillä on aika laaja se palvelu, mikä meillä verkossa täysin ilmaiseksi on. Ja kyllä mä tiedän ihmisiä, jotka eivät tilaa lehteä, koska verkosta näkee niin hyvin ne uutiset. Okei, verkossa ei ole niin syvällisesti tai laajasti taustoitettu niitä asioita niin kuin on printtiversiossa, mutta niin kuin Nykäsen Matti sanoo, niin so not.

(printtitoimittaja, Savon Sanomat)

Tarviiko nykyihminen kokonaisuuksia? Jos se on oppinut siihen, että se tarvii vain tiedon sieltä, toisen täältä. Ehkä nykyihmiselle riittää, että mitä on tapahtunut, missä ja milloin. Tarviiko se enää, että miksi?

(printtitoimittaja, Keskisuomalainen)

## 7.2 Verkon uutiskriteerit ovat matalammalla

*Uutiskriteereillä* tarkoitetaan niitä merkityksiä, joita asioille ja tapahtumille uutisjournalismissa annetaan. Merkityksiin perustuvat uutisten valinta ja keskinäinen arvottaminen. Viime kädessä kyse on ammatillisista standardeista, jotka vaihtelevat paitsi yhteiskuntajärjestelmän, myös esimerkiksi lehden omistus-

---

<sup>31</sup> Jopa haastateltujen toimittajien joukossa oli yksi, joka ei lue tai tilaa paperisia sanomalehtiä lainkaan. Hänkin kuitenkin lukee paperilehteä näköislehtenä.

suhteiden, poliittisen kannan, koon tai ilmestymistiheyden perusteella. Erään jaon mukaan uutiskriteerit jakautuvat *tärkeyden, kiinnostavuuden ja tarkoituksenmukaisuuden* perusteella, jossa viimeisellä ryhmällä tarkoitetaan esimerkiksi erityislehtien yleisön rakenteesta johtuvia kriteereitä. (Kuutti 2006, 243-244.)

Kuten edellä on käynyt ilmi, Keski-suomalaisen ja Savon Sanomien verkkolehden uutiskriteerien on päätetty olevan erilaiset paperilehtien kriteereistä. Verkkolehden pääjutuiksi on sallittua nostaa paperilehteä pienempiä ja kevyempiä aiheita, erityisesti niiden ollessa paikallisesti kiinnostavia (Hakaniemi 2008). Käytäntö ei ole vieras muuallakaan: esimerkiksi Rinkisen (2004, 78-79) vuonna 2003 tehtyjen haastattelujen mukaan Helsingin Sanomien online-toimituksen paikallisten kaupunki uutisten ”rimaa pidettiin suhteellisen matalalla”, vaikka verkkolehden uutiskriteerit periaatteessa olivat samat kuin paperilehden.

Lähes kaikki haastatellut toimittajat mielsivät julkaisukanavien uutiskriteerien todella poikkeavan toisistaan Hakaniemen linjausten mukaisesti. Moni kuvaili verkon uutiskriteerejä yksinkertaisesti lehteä matalammiksi: paperilehden pikku-uutiset saattavat olla edellisenä päivänä hetken aikaa verkkolehden pääuutisia, jos ne ovat paikallisesti kiinnostavia aiheita. Vastaavasti lehden pääuutisia ei välttämättä julkaista verkossa lainkaan.

Hyvin monesti verkon pääuutinen on pikkuykkönen tuolla [paperilehdessä]. Koska se on hetkessä kiinni. Kahden auton kolari rantaväylällä kuitenkin kiinnostaa. Voidaan ajatella, että keski-suomalainen, joka menee katsomaan netistä, niin se on sille siinä hetkessä mielenkiintoinen tieto. Ei sitä kannata lehteen sen enempää rummuttaa.

(verkkotoimittaja, Keski-suomalainen)

Se [paperilehden pääuutinen] on netissä, mutta se ei ole siellä yhtään luetuimmissa uutisissa. Ei ne silleen netissä kiinnosta.

(verkkotoimittaja, Keski-suomalainen)

Erityisesti Keski-suomalaisen toimituksessa muistetaan edellisen talven uutispätkä ”Kiviä heitelty Jyväskylän jäälle” (Kärki 2008). Juttu kohosi verkkoleh-

den kaikkien aikojen toiseksi luetuimmaksi uutiseksi, vaikkei sitä koskaan julkaistu paperilehdessä<sup>32</sup>. Moni mainitsikin tuon jutun esimerkkinä erikoisuudesta tai jopa humoristisuudesta, jotka useiden haastateltavien mukaan vaikuttavat verkossa uutiskriteereinä enemmän kuin paperilehdessä.

Periaatteessa mä lähdän siitä, että kaikki, mikä kiinnittää ihmisten huomiota, on verkossa uutinen. Jos koira juoksentele viitostiellä, se on uutinen.

(verkkotoimittaja, Savon Sanomat)

Osa haastatelluista oli kuitenkin sitä mieltä, että vaikka verkkolehden ja paperilehden uutiskriteereillä olisikin eroja, eivät ne ole harkittuja tai tietoisia linjauksia. Kolme toimittajaa tarkensi tarkoittavansa, että vaikka eroja koko uutistarjontaa tarkastellen olisikin olemassa, eivät he omassa työssään erittele uutiskriteerejä kahden julkaisukanavan välillä.

Jos ajattelee niitä sisältöjä, mitä vaikka meidän osastolta menee tuonne verkkoon, niin ei siinä oo sillä tavalla eroa. Mutta sitten taas jos miettii, mitä verkossa noin muuten on, niin sellainen mututuntuma on, että se on painottunut tuonne viihteeseen ja kevyempään suuntaan. Ja urheiluun.

(yhteiskuntatoimituksen esimies, Savon Sanomat)

Semmoista puhetta kyllä esiintyy, että no joo, että tää ei ylitä paperilehden kynnystä mutta voihan sen laittaa verkkoon. (-) En mä verkkoonkaan tekis, jos mä itse teen juttuja, tekis semmoisesta aiheesta, mitä ei paperilehteen voisi laittaa. Ja yleensä ne laiteaankin. (-) Kun on kuitenkin rajallinen aika tehdä näitä juttuja, niin ehkä mieluummin tekee semmoista...tai ei ehdikään miettiä semmoisia [Jyväsjärven kivien kaltaisia] idioottiaiheita.

(verkkotoimittaja, Keski-suomalainen)

Vaikuttaa siltä, että verkkolehden uutiskriteerit kenties kannattaisi määritellä nykyistä tarkemmin. Koska verkkotoimittajan työ on käytännössä itsenäisempää kuin esimerkiksi toimitussihteerin, on vuorossa oleva verkkotoimittaja suo-

---

<sup>32</sup> Noin 450 merkin mittaisen sähkeen sisältö käy ilmi jo otsikosta. Uutissähkeestä ja sen saavuttamasta suursuosioista tuli kuitenkin hetkeksi mediabloggaajien puheenaihe: miksi lukijat klikkaavat vähämerkityksellistä juttua vakavampien uutisten sijaan? Verkkotoimittaja Ville Lämsän mukaan yli puolet kivijutun lukijoista oli itse asiassa aloittanut verkkopalvelun selaamisen juuri tuosta uutisesta, joka tarkoittaa, että linkkiä on levitetty keskustelupalstoilla ja chateissa todennäköisesti humoristisena (Lämsä 2008).

raan vastuussa siitä, miltä koko verkkolehti milläkin hetkellä näyttää. Jos verkkotoimittajilla on eri käsitykset lehensä uutiskriteereistä, vaihtelevat lehden sisällötkin heidän työvuorojensa mukaan.

Varmaan se, mikä ainakin mut erottaa noista [muista] verkkotoimittajista on se, että mä nostan ihan semmoista kuntauutista, semmoista byrokraattisempaakin, pientä kuntauutista sinne, koska mä oon huomannut, että niitä luetaan. (-) Musta tuntuu, että ne ei tiedä, että niitäkin luetaan niin paljon.

(verkkotoimittaja, Savon Sanomat)

Toimittajien käsitystä uutiskriteerien eroista on syytä verrata kahteen seuraavaan teemaan: ensinnäkin siihen, tehdäänkö verkkolehteä eri yleisölle kuin paperilehteä, ja toisekseen siihen, onko verkkoon kirjoittaminen myös otsikoiden, juttukärkien tai muiden käsittelytapojen osalta erilaista kuin paperilehteen.

### **7.3 Kenelle verkkolehteä tehdään?**

Keskisuomalaisessa ja Savon Sanomissa halutaan tehdä verkkolehteä sekä tilaajille että ei-tilaajille, koska jälkimmäistenkin katsotaan näin pysyvän lehden ”brändin piirissä” (Hakaniemi 2008). Lisäksi toimituksissa tiedetään, että huomattava osa verkkolehtien lukijoista ei tilaa paperilehteä (Kärkimedia 2008). Ja kuten edellä kävi ilmi, eroavat verkkolehtien uutiskriteeritkin paperilehtien vastaavista.

Nämä seikat huomioon ottaen on mielenkiintoista, että puolet verkkotoimittajista on sitä mieltä, että verkkolehteä ei itse asiassa tehdä eri lukijoille kuin paperilehteä. Ainakaan he eivät käytännön työssään ajattele lukijaprofiilin poikkeavan paperilehden lukijoista.



Periaatteessa mua ärsyttää hyvin paljon se ajattelu, että vain niillä klikkausmäärillä on merkitystä. Että jos joku juttu saa tuhat klikkausta ensimmäisen päivän aikana, niin silloin se on niinku, että meidän pitää keskittyä vain ja ainoastaan siihen. (-) Mun mielestä sen verkkopalvelun, ja tää on nyt puhtaasti oma mielipide, sen pitäis olla yhtä laaja-alainen ja yhtä asiantunteva kuin on paperilehtikin.

(verkkotoimittaja, Savon Sanomat)

Tällekin näkemykselle tosin löytyy oikeutus lehtitalojen tavoitteista, sillä liikeloudellisesta näkökulmasta verkkolehti-tuotteen tarkoitus on saada sen lukija kiinnostumaan myös paperilehdestä (Hakaniemi 2008).

Haastateltavien enemmistö näki lukijaprofiilit erilaisina. Useimmat arvelivat verkkolehteä tehtävän nuoremmalle yleisölle kuin paperilehteä. Moni heistä kuitenkin tarkensi heti perään, että itse asiassa Keskisuomalaisen ja Savon Sanomien verkkolehtien lukijat eivät ole erityisen nuoria. Kärkimedian tutkimuksen (2008) mukaan Keskisuomalaisen lukijoista 44 prosenttia ja Savon Sanomien lukijoista 47 prosenttia on iältään 45-64 -vuotiaita. Sen sijaan 15-24 -vuotiaita lukijoista on kummassakin lehdessä vain joka kymmenes lukija. Vaikka verkkolehteä siis haluttaisiin tehdä nuorille, tiedetään samalla, että lukijoiden enemmistö ei merkittävästi poikkea paperilehden lukijakunnasta.

Joku Idols-juttu, josta me ajatellaan, että tämä vetää tosi paljon porukkaa, kun meillä on se oletus, että nuoret on netissä ja me sillä koetetaan houkutellessa. Niin tosiasia on, että ne [lukijat] jotain karhuvideoo klikkailee, eikä niitä oo tuon taivaallista kiinnostanut se Idols-uutinen.

(verkkotoimittaja, Savon Sanomat)

Mä en ainakaan allekirjoita sitä, että se olisi nuorten media. (-) Kyllä se tahtoo olla niin, että ne keskustelupalstan vakiokävijät on myös lehden tilaajia. (-) Mutta ehkä semmoisia satunnaisia lukijoita kerää verkko moninkertaisesti verrattuna siihen, mitä kerää sanomalehti.

(printtitoimittaja, Keskisuomalainen)

Vaikka nuoria sitten pitäisikin verkkolehdestä tavoitella, ei haastateltavien mielestä ole itsestään selvää, kuinka se tapahtuu. Julkkiksista ja juoruista kirjoittamista haastatellut verkkotoimittajat eivät tunnu kokevan erityisesti omakseen,

eikä niiden seurantaan välttämättä jää tärkeämmiltä töiltä edes aikaa. Oman alueen julkkiksia, kuten Maajussille morsian -sarjan tähtiä tai Matti Nykästä, koskevien uutisten tiedetään tosin keräävän verkossa lukijoita. Verkkolehden mahdollinen viihteellisyys tuntuukin syntyvän varsinaisia viihdejuttuja selkeämmin edellisessä kohdassa mainitusta matalasta paikallisuutisten kynnyksestä: erikoiset ja humoristiset pikkutapaukset ovat verkkosivuille tervetulleita.

Siitä viihteellisemmän sisällön korostamisesta on puhuttu. [Verkkolehtiudistuksen aikainen esimies] Rothin Seppohan sitä linjasi siihen suuntaan. Mutta se ei oikein näy meidän työssä nyt mitenkään, kun sitä on jotenkin vaikea tehdä. Ja kun on tuotettu sitä viihdesisältöä, niin ei se erityisen luettua ole yleensä ollut.

(verkkotoimittaja, Keski-suomalainen)

Nuoretkin haluaa ihan oikeata faktaa. Ne haluaa ihan oikeata journalismia. Että missä vaiheessa se menee aliarvioinniksi? Siihen että nuoret haluaa vain tätä kevyttä kamaa.

(printtitoimittaja, Savon Sanomat)

Siitä haastateltavat ovat liki yksimielisiä, että verkkolehteä tehdään ”paikallismemmalle” yleisölle kuin paperilehteä. Määre saattaa tuntua ensilukemalta omittuiselta, mutta se selittyy, kun paikallisuudella ymmärretään tarkoitettavan asutuskeskuskittyyneisyyttä. Haastateltavien mielestä maakuntalehden verkkojulkaisun lukijoita kiinnostavat lähinnä oman maakunnan ja erityisesti sen suurimman kaupungin asiat. Keski-suomalaisen verkkolehti mielletään selvästi Jyväskylä-painotteisemmaksi ja Savon Sanomien verkkolehti Kuopio-painotteisemmaksi kuin paperilehdet.

Ei ole kovin yllättävää, että ulkomaanuutisia ei nähdä maakuntalehden verkkolehden tärkeänä sisältönä, mutta alueellisen edustavuuden osin tietoinen hylkääminen tekee jo huomattavamman pesäeron paperilehteen. Verkkotoimittajat perustelevat käytäntöä kiinnostavuudella.

Voi sanoa, että ”Puu kaatui Kivijärvellä” kiinnostaa kymmenen kertaa enemmän kuin Yhdysvaltojen presidentinvaalit. (-) Se paikallisuuden ylikorostuminen kertoo just siitä, että verkkoyleisö nähdään just sellaisena Keski-Suomesta kiinnostuneena poruk-

kana. Mitä se kaikkien lukija-analyysien mukaan onkin, mutta kyllähän paperilehteä tehdään silleen, että sitä seuraamalla pitäisi pysyä perillä kotimaan ja ulkomaidenkin asioista.

(verkkotoimittaja, Keskisuomalainen)

Ei meillä semmoista linjaa ole, ettei tarvii maakuntaa ottaa huomioon, mutta se liittyy siihen kiinnostavuuskriteeriin. Että usein ne on ne Kangasniemi-tyyppiset uutiset aika semmoisia että...markkinat oli siellä. (-) Mitä mä itse ainakin pidän tylsimpinä.

(verkkotoimittaja, Keskisuomalainen)

Yksi printtitoimittaja vastasi, ettei verkkoa ehkä tehdä eri lukijoille, mutta kyläkin "eri fiiliksiin". Uskon tässä piilevän tärkeän totuudensiemenen. Lukija saattaa ohittaa huomattavankin tärkeän valtakunnallisen tai kansainvälisen uutisen verkkolehdestä otsikon vilkaistuaan, mutta sama lukija saattaa hyvin tarttua samaan aiheeseen paperilehdessä, jossa uutinen taustoitetaan ja sitä kommentoidaan verkkosähköä paremmin. Sen sijaan viihteellinen tai hauska uutispätkä, jonka lukija kenties ohittaisi paperilehdessä nopeasti, saattaa keskellä päivää tarjota puheenaiheen kahvitauolle. Esimerkiksi Olkinuoran (2006, 47) mukaan kevyelle sisällölle on kysyntää, koska puheenaiheet "on tiedettävä" ja juoruista on "hauska lukea". Mikäli näin on, olisi suorastaan kohtalokasta, jos verkkolehtien luetuimpia juttuja ryhdyttäisiin soveltamaan paperilehdenkin uutiskriteereiksi, kuten jotkut uskovat tapahtuvan.

Osa verkkolehtien väitetystä viihteellisyydestä voi selittyä välineen erilaisella luonteella. Huvittelu ja hyödynhaku liittyvät uudessa mediassa läheisesti toisiinsa, mistä käytetään toisinaan termiä "infotainment" (tietohuvi). Termillä tarkoitetaan tiedonvälitystä, jossa lukijaa motivoidaan viihteen avulla, mutta vältetään pelkkään viihdyttämiseen ja visuaalisuuteen perustuvaa esitystä, jonka tiedetään ärsyttävän osaa lukijoista. (Metsämäki 2000, 83.)

Muutama toimittaja mainitsi, että verkkolehden lukijat saattavat olla paremmin koulutettuja kuin paperilehden. Jos toimittaja uskoo näin olevan ja tiedostaa sen työssään, saattaa tämä uskomus – kaikkien oletettujen lukijaprofiilien tapaan –

ohjata tietynlaiseen kirjoittamiseen. Vaikka sanomalehtikielen ja journalismin ihanteisiin kuuluu, ettei lukijalta vaadita pohjatietoja asian ymmärtämiseksi, saattaa toimittaja ”keskimääräistä koulutetummalle” lukijalle kirjoittaessaan esimerkiksi jättää ymmärrettäviksi uskomiaan käsitteitä selittämättä. Tästä saattaa olla kyse Sipilän (2008, 65-67) havainnossa, jonka mukaan verkkojulkaisun jutut edellyttävät suhteellisen usein lukijoiltaan perehtyneisyyttä aiheeseen.

## 7.4 Verkkoon kirjoittaminen

Jokainen kirjoittaja ymmärtää, että meneillään olevasta onnettomuustilanteesta on kirjoitettava toisin kuin päättyneestä tapahtumasta. Siinä missä verkkolehti kertoo, mitä juuri nyt tapahtuu, kertoo paperilehti, mitä on tapahtunut ja mitä se merkitsee. Mutta tarkoittaako tämä, että verkkolehden juttu eroaa joka tapauksessa otsikkoja, juttukärkeä ja käsittelytapoja myöten paperilehden jutusta?

Kysymys jakoi mielipiteet, mutta valtaosan mielestä ainakin otsikoinnissa on ero. Verkkolehden otsikon on koukutettava lukija nopeasti, tai muuten juttu jää lukematta. Paperilehdessä koukuttamiseen on yleensä enemmän työkaluja: ingressi tai alaotsikko, kuvitus, kuvatekstit, väliotsikot ja jopa jutun ensimmäiset rivit. Keskisuomalaisen ja Savon Sanomien verkkolehtien etusivuilla jutuista oli haastatteluhetkellä näkyvissä otsikon lisäksi pätkä jutun alusta ja mahdollinen pieni kuva<sup>33</sup>. Muutamat toimittajat luonnehtivat kyynisesti, että jos jutulleen haluaa vain paljon verkkolukijoita, ei sisällöllä ole väliä, kunhan otsikko on houkutteleva.

---

<sup>33</sup> Loppuvuodesta 2008 työkalupakkiin tehtiin kuitenkin merkittävä täydennys, kun Keskisuomalaisen ja Savon Sanomien verkkosivuille lisättiin mahdollisuus käyttää ingressiä.

Haastatellut luonnehtivat verkkolehden otsikkoja iskevämmiksi, räväkämmiksi, helppotajuisemmiksi ja houkuttelevammiksi. Otsikoissa on hyvä käyttää sanojen perusmuotoja. Lisäksi niissä viljellään henkilöiden ja paikkojen nimiä sekä selkeyden että hakukonelöydettävyyden vuoksi. Monet piirteistä ovat perinteisesti sopineet lööppeihin, toiset taas pääotsikkoja selittäviin ingresseihin.

Verkossa se otsikko pitää olla, mun mielestä, uutismaisempi kuin lehdessä. Koska lehdessä sulla on se ingressiotsikko, jolla sä voit selittää sitä ehkä hassunhauskaa pääotsikkoa. Mutta jos sulla on netissä vain hassunhauskoja pääotsikoita, se ei toimi siellä, koska netissä sun pitää tietää, mistä on kysymys.

(printtitoimittaja, Keski-suomalainen)

Liian vähän mietitään sitä, minkälaisilla otsikoilla mä lähden sen lukijan houkuttelemaan ylipäättään avaamaan [jutun etusivulta]. Ja jatkuuko se sillä tavalla, että se jaksaa sitä lukea, vai siirtykö taas eteenpäin.

(verkkotoimittaja, Savon Sanomat)

Kaksi toimittajaa kuvaili verkkolehden otsikkoja paperilehden vastineitaan tylsemmiksi. Nämä näkökulmat eivät välttämättä ole vastakkaisia: verkkolehden otsikko voi olla tiiviimpi ja siksi iskevämpi kuin paperilehden, mutta toisaalta kielikuvien tai sanaleikkien kaltaiset värit istuvat siihen huonosti. Molemmat piirteet tähtäävät otsikon viestin helppoon avautumiseen, jonka taas toivotaan johtavan jutun lukemiseen. Verkko on silmäilymedia, kuten aiemmin mainittu.

Toisaalta muutamat huomauttivat, että otsikkojen ytimekkyys ei saa johtaa lukijaa harhaan johtavaan "kikkailuun". Tällaisella tiellä uskotaan olevan lyhyet jäljet. Niinpä hyvän otsikon kriteerien ei heistä pitäisi pohjimmiltaan erota paperilehden vastaavista. Tähän velvoittavat luonnollisesti myös journalistin ohjeet: otsikoille on aina löydyttävä sisällöstä kate (Journalistin ohjeet 2005).

Samoin perustein muutama toimittaja huomautti, että juttujen kärjissä ei voi olla suurta eroa välineiden välillä: uutinen on aina uutinen. Tämä ajatus on osittain ristiriidassa sen kanssa, että toisaalta useampi haastateltu mainitsi toimitus-

ten tavoitteet kirjoittaa verkkolehden jutut eri kärjillä tai eri näkökulmista kuin paperilehden jutut ja, laajemmassa mittakaavassa, erilaistaa välineiden sisältö. Erityisesti verkkotoimittajien mielestä erilaisia kärkiä pitäisi harrastaa enemmän kuin nyt tehdään. Tähän aiheeseen palaan myöhemmässä luvussa.

Lukuun ottamatta erilaista aikakäsitystä ja otsikointia, haastatellut eivät ole yksimielisiä, minkälaista verkkojournalismin kielen pitäisi olla. Rinkisen (2004, 81-82) mukaan Helsingin Sanomien verkkolehden vuonna 2003 käyttämä verkkouutisen malli edellytti lyhyttä, selkeyttä ja iskevyyttä. Sipilä (2008, 62-65) piti saman lehden verkkouutisia syksyllä 2007 suurimmaksi osaksi kieliasultaan sujuvina ja helppolukuisina, mutta osin kankeina ja tiedotteista kopioituina.

Myös tämän tutkimuksen haastatelluista osan mielestä verkkotekstin on oltava selkeää, tiivistä ja helposti ymmärrettävää. Osa on puolestaan sitä mieltä, että verkkoon pitäisi päinvastoin kirjoittaa vapaammin ja villimmin kuin lehteen. Muutaman verkkotoimittajan mielestä verkkokielen vaatimukset ovat printtitoimittajilla – ymmärrettävästikin – verkkotoimittajia huonommin hallussa, ja heiltä tulevat verkkoversiot muistuttavat usein paperilehden etusivun vinkkiä.

Luulen, että muut kuin verkkotoimittajat ei varmaan ole orientoitunut siihen vapautteen ja villiyyteen. (-) Tietysti jos on vakava onnettomuus, ei voi olla vapaa ja villi, mutta aina kun siihen suinkin on mahdollisuus, niin yritän kyllä tehdä mahdollisimman koukuttavan otsikon.

(verkkotoimittaja, Savon Sanomat)

Alasilta (2002, 42-44) on kantanut huolta verkossa julkaistavien tekstien särjättömyydestä. Erityisesti yritysten verkkosivujen teksti hiotaan hänen mukaansa usein niin ilmeettömäksi ja ylimuodolliseksi, ettei se tunnu olevan tarkoitettu eläville ihmisille lainkaan. Perinteisten joukkoviestintäyritysten menestys internetissä viitanee siihen, että ongelma ei ole akuutti niiden verkkojulkaisuissa. Kysymys on kuitenkin pohtimisen arvoinen: voiko verkossa vallitseva ytimek-

kyyden vaatimus tukahduttaa kirjoittajan kielen neutraalimmaksi ja värittömämmäksi kuin paperilehdessä?

Pituudeltaan verkkolehden jutut ovat lähes aina paperilehden juttuja lyhyempiä. Erityisesti verkkotoimittajat toivovat tähän muutosta. He uskovat, että verkosta luettaisiin pitempiäkin juttuja, jos niitä sinne laitettaisiin. Toisaalta he myöntävät, että nykyinen verkkolehti ei kannusta pitkien juttujen julkaisemiseen. B-kannen jutut julkaistaan tällä hetkelläkin kokonaisuudessaan verkossa, mutta pitkäköinä, kieleltään vapaamuotoisina ja usein voimakkaan kuvallisina ne istuvat huonosti verkkoon. Niitä ei myöskään juuri lueta verkosta<sup>34</sup>.

Monessa suhteessa se on väärä ajatus, että verkko kaipaa vain lyhyttä ja kevyttä. Kylähän yhä enemmän ihmiset hakee sieltä syvällisempiä merkityksiä. Mutta pitäis jotenkin se formaatti löytää paremmaksi. Mä ymmärrän, että jos meillä on suurin osa kaikista muista sähköistä aina semmoinen 700-merkinen siinä ylälaudassa, niin sitten jos tulee joku hirveä jorina sinne, niin se jo vähän pelästyttää lukijaa siinä vaiheessa. Jos olisi vaikka joku Viikon haastattelu -palikka siellä, niin se vois huomattavasti paremmin aueta lukijalle. (-) [Kiekkokeskisuomalaisesta] käydään lukee pitkiä juttuja, kun siellä on Pelaaja pinnalla -palikka olemassa.

(verkkotoimittaja, Keskisuomalainen)

Kyse on osittain samasta asiasta kuin polttava kysymys omien skupprien pantaamisesta paperilehteen, ja siihen palataan myöhemmässä luvussa.

## 7.5 Vuorovaikutteisuudesta

Kaikki haastatellut toimittajat kertovat seuraavansa verkkolehtensä keskustelupalstaa vähintään satunnaisesti. Päällimmäisin motiivi palstan seuraamiselle on

---

<sup>34</sup> Toisaalta, kuten yksi printtitoimittaja huomauttaa, sanomalehden imagolle ei tee ainakaan pahaa, että hakukoneet johtavat sen sivuille haettaessa tietoa esimerkiksi näyttelijöistä tai artisteista. Näin B-kannen nuorille suunnattujen juttujen kaltaisilla sisällöillä voikin olla vaikeasti arvioitavaa, kauaskantoista arvoa.

palautteen saaminen jo tehdyistä jutuista. Toimittajia kiinnostaa, herättävätkö omat jutut keskustelua verkossa. Jonkin verran palstaa käytetään myös juttuideoiden ja jatkojuttujen lähteenä.

Kyllähän ylipäätään sähköpostin tulo jo lisäsi sitä, että saa palautetta jutuista. Mutta se, että keskustelupalstoilla voi jättää nimettömänä sen viestin tai voi kommentoida muiden antamia kommentteja, niin se on minun mielestä sitä aitoa keskustelua ja seuraamisen arvoista. Mun mielestä toimittaja menettää nykyaikana paljon, jos se ei missään vaiheessa lue, mitä hänen kirjoituksistaan kommentoidaan.

(printtitoimittaja, Savon Sanomat)

Molemmissa lehdissä palstoilta nostetaan toisinaan keskusteluja myös paperilehteen. Yksi verkkotoimittajista mainitsi keskustelupalstan olevan parempi yleisön kommenttien lähde kuin katugallup, kun taas toinen verkkotoimittaja oli täsmälleen päinvastaista mieltä. Molempien perustelut käyvät järkeen: verkkokeskustelusta nostetut mielipiteet ovat kenties harkitumpia kuin kadulla kuullut, mutta verkkokomenttien yhteyteen ei voi taittaa keskustelijoiden kasvokuvia, jotka tekisivät jutusta luettavamman. Osa toimittajista kertoi osavansa jo ennakoida, millaisista jutuista jatkokeskustelua syntyy. Tällaisia aiheita ovat aiheiden osalta erityisesti liikennejärjestelyt ja juttutyyppejen osalta henkilökohtaiset kolumnit.

Keskisuomalaisen ja Savon Sanomien keskustelupalstojen käyttöä journalismin tukena hankaloittaa kuitenkin seikka, josta haastateltavat ovat lähes yksimielisiä: palstoilla käytävän keskustelun taso on heikko. Tätä mieltä ovat kaikki verkkotoimittajat, joiden tehtäviin palstojen moderointi kuuluu, ja enemmistö printtitoimittajistakin. Osa Keskisuomalaisen toimittajista tosin katsoo palstalla käytävän keskustelun järkevöityneen viime aikoina. Ainoastaan yksi haastatelluista vaikuttaisi suhtautuvan keskustelupalstojen nykytasoon selkeän positiivisesti, mieltäen palstojen häirikkökäyttäjät yksittäisiksi.



Palstojen heikolla tasolla toimittajat tarkoittavatkin ennen kaikkea häiriökäyttäytymistä. Molempien lehtien palstoja kiusaavat heidän mukaansa samoista aiheista jatkuvia väittelyjä käyvät aktiivikeskustelijat, jotka tukahduttavat samalla muuta keskustelua. Palstoilla käydään paljon uskonnollisävytteistä keskustelua esimerkiksi naispappeudesta, ja näiden keskustelujen toimittajat kokevat polkevan paikallaan. Lisäksi palstoille lähetetään usein hyvien tapojen vastaisia tai jopa yksityishenkilöiden kunniaa loukkaavia viestejä. Palstojen johdosta on tehty ainakin yksi rikosilmoitus, ja joidenkin käyttäjien kirjoitusoikeudet on poistettu. Oman osansa tason huonouteen tuo palstoilla käytettävä kieli, jonka vaihtelevuuden vuoksi niiden lukeminen ei ole miellyttävää.

Se keskustelu on jotenkin rönsyilevää. Ihmisillä on hirveän lyhyitä kommentteja siellä, ja sitten siellä on muutama henkilö, jotka omalla tavallaan hallitsee sitä keskustelua. Kommentoi kaikkea, mutta mun mielestä ne myös tukahduttaa sitä. Ne jauhaa koko ajan samoista aiheista ja sillä tavalla tukahduttaa sitä.

(verkkotoimittaja, Savon Sanomat)

Se keskustelupalsta on niin täynnä omalaatuista porukkaa, ettei se hirveästi motivoi se keskustelujen käynnistäminen. Sinne on aikojen saatossa valikoitunut se porukka jauhamaan, jotka riitelee hyvin paljon vain keskenään aiheesta kuin aiheesta. Sille pitäisi tehdä hyvin paljon jotain, koska sehän järkevämät keskustelijat pelästyttää sieltä pois.

(verkkotoimittaja, Keski-suomalainen)

Verkkotoimittajien mukaan palstan tila johtuu ennen kaikkea siitä, että sen seuraamiseen ja esimerkiksi asiattomaan viestintään puuttumiseen ei yksinkertaisesti ole aikaa. He myöntävät auliisti, että ongelmalle pitäisi tehdä jotain, mutta resurssitilanne ei tarjoa helppoja ratkaisuja. Osa heistä pitää palstaa nykyisellään myös teknisesti liian vaikeasti hallittavana. Yhden verkkotoimittajan mukaan yksittäisen viestin poistaminen on niin vaikeaa, että urakkaan ”viitsii ryhtyä suurin piirtein vasta sitten, kun törkeän kunnianloukkauksen tunnusmerkistö selvästi täyttyy”. Tekniikkaan kiinnitti huomiota myös yksi Savon Sano-

mien printtitoimittaja, jonka mielestä palsta on lukijankin näkökulmasta sekava ja vaikea käyttää<sup>35</sup>.

Kyllä se toisaalta on niin, että meillä on se vakiokeskustelijaporukka, olkoonkin että osa niistä on mun mielestä aika ärsyttäviä, niin kyllä siinä varmaan on se arvo, kyllä se keskustelupalsta varmaan kiinnittää joitain ihmisiä tavallaan käymään siellä palvelussa. Ja onhan selvä, että ne Keski-Suomi -aiheiset keskustelupalstat, niin kyllähän tämä meidän palsta on ilman muuta suurin. (-) Että kyllä tavallaan, varsinkin maakuntalehdessä, niin kyllä sille tilaus on olemassa.

(verkkotoimittaja, Keski-suomalainen)

Kaikki haastatellut vaikuttavat siis olevan sitä mieltä, että vaikka maakuntalehden keskustelupalstalle on ehdottomasti tilaus, sen taso nykyisellään on huono. Juttujen kommentointimahdollisuuteen suhtauduttiin positiivisemmin: sen katsottiin tuottavan parhaimmillaan juuri kaivattua palautetta, keskustelua ja osoittavan joskus jopa juttujen puutteita. Jutun perään syntynyt keskustelu pysyy myös paremmin otsikon asiassa kuin keskustelijoiden itsensä aloittama.

Verkkotoimittajien enemmistö oli myös sitä mieltä, että toisinaan käytetyt ”Toimitus kysyy” -keskustelut, jotka toimitus aloittaa saadakseen tietoa jostakin aiheesta, eivät toimi. Iltapäivälehtien keskustelupalstoilta tutut kyselyt ovat ainakin toistaiseksi herättäneet maakuntalehtien lukijoissa vain ärtymystä. Lisäksi eräs verkkotoimittaja mielsi keskustelupalstan sittenkin liian hitaaksi tiedonhankinnan välineeksi: aiheesta avattu keskustelu ei yleensä syty kiinnostavaksi yhden päivän aikana, kuten toimittaja toivoisi. Osalla toimittajista oli kui-

---

<sup>35</sup> Monet internetin avoimista keskustelupalstoista, kuten tietokoneharrastajien Muropaketti tai muusikkojen Muusikoiden.net, edellyttävät käyttäjiltään huomattavasti sanomalehtien keskustelupalstoja tarkempien sääntöjen noudattamista. Kriminalisoitujen rikkeiden, kuten rasististen viestien tai laittomuuksilla kehuskelun, lisäksi näillä palstoilla valvotaan tarkkaan hyvien tapojen ja niin sanotun netiketin noudattamista. Keskusteluaiheesta poikkeamisesta, riidankylvämisestä tai televisiosarjan juonen paljastamisesta huomautetaan nopeasti, ja sääntöjen toistuvat rikkojat asetetaan kirjoituskieltoon. Tällä hetkellä sanomalehdet siis sallivat omilla keskustelupalstoillaan resurssikysymykseen vedoten sellaisen häiriökäyttäytymisen, jota yksityisten foorumien vapaaehtoisvalvojat eivät – vaikka lehdet ilmoittavat palstojensa säännöissä, etteivät ”julkaise mitään sellaista, mitä eivät painetussa lehdessäkään olisi valmiit julkaisemaan”.

tenkin kysymyksistä positiivisiakin kokemuksia, mikä saattaa viitata siihen, että työkalu vaatii toimiakseen sopivan kysymyksen. Keskisuomalaisessa Toimitus kysyy -elementin käyttämisestä on käytännössä luovuttu, mutta molempien lehtien Päivän kysymys toimii samaan tapaan, herättäen säännöllisesti myös keskustelua. Tältä osin verkkojulkaisemisen kokemukset eivät siis lehdissä vastaa niitä odotuksia, joita monet verkkojournalismin tutkijat nimenomaan vuorovaikutteisuuteen asettavat.

Ne [keskustelupalstan käyttäjät] kokee, että toimitus niinku heitä laittaa jotenkin liekaan [perustamalla Toimitus kysyy -keskusteluja]. Että yrittää ohjata, että te keskustellette nyt näistä asioista ettekä omista asioistanne.

(verkkotoimittaja, Savon Sanomat)

Toimitus ei oo kyllä kysynyt mitään varmaan marraskuun jälkeen kyseisessä palikassa. Ne ei oo oikein nekään toiminut. (-) Muutamia juttuja on tehty niiden perusteella mutta aika vähän. Koska suurin piirtein se idea varmaan, kun perustettiin tätä verkkolehteä oli, että ihan säännöllisesti tulis se yleisö tähän mukaan. Niin se ei oo lähtenyt tietenkään, se juttu.

(verkkotoimittaja, Keskisuomalainen)

Haastatelluista kahdella on henkilökohtainen blogi verkkolehdessä. Keskisuomalaisen toimittaja Pauliina Kinnusen "Villa Ilona" -blogi keskittyy toimittajan perhe-elämään häävalmisteluista kotitöihin ja syntyi Kinnusen mukaan silkasta halusta pitää blogia. Savon Sanomien yhteiskuntatoimituksen esimiehen Vesa Kärkkäisen "Tupakkimiehen tukilakko" -blogi selittää itsensä otsikollaan: pitkään tupakoinut toimittaja sinnittelee ilman piippua. Kärkkäisen mukaan blogi oli hyvä tapa sitouttaa itsensä lakkoon ja samalla kokeilla blogikirjoittamista. Kinnusen ja Kärkkäisen lisäksi haastatelluista Ville Lämsä on kirjoittanut Keskisuomalaisen koko toimituskunnan käyttöön tarkoitettuun "Virallinen totuus" -blogiin, johon muut eivät juuri olekaan kirjoittaneet.<sup>36</sup>

---

<sup>36</sup> Blogikirjoittaminen otettiin erikseen puheeksi ainoastaan näiden kolmen aiheesta kokemuksia keränneen toimittajan kanssa.

Haastateltavien tuomio blogeista on samantapainen kuin keskustelupalstastakin: toimitusjärjestelmä on niiden käyttöön kankea työkalu. Toisin kuin useimpien tavallisten ihmisten blogeja, ei verkkolehtien blogeja voi päivittää verkkoselaimella. Merkintöjä ei siis voi tehdä työajan ulkopuolella, ja erityisesti toimitusten ulkopuolisten kirjoittajien blogien päivittäminen hidastuu. Savon Sanomissa blogisivu oli haastatteluhetkellä myös vaikeasti luettava, koska kuuden eri kirjoittajan maratonille valmistautumista käsittelevät blogit järjestyivät puolen vuoden ajan kukin oman otsikkonsa alle. Näin kuusi maratonblogia täyttivät verkkolehden bloginäkömään, ja muut blogit hukkuvat niiden sekaan.

Toimittajat eivät juuri osallistu verkkolehtiensä keskusteluun, vaan tyytyvät seuraamaan sitä äänettöminä. Palstoilta nouseviin uutisaiheisiin reagoidaan siis pelkästään tarttumalla niihin ja kirjoittamalla niistä tarpeen mukaan. Toimittajat ovat vastanneet keskusteluihin lähinnä silloin, jos niissä on esitetty suoria kysymyksiä liittyen uutisten sisältöön tai toimituksen toimintaan. Nimellään keskustelupalstoille kirjoittanut verkkotoimittaja sanoi ”katuvansa sitä katkerasti”, koska palstoille kirjoittamalla hän kokee päätyneensä palstan käyttäjien silmätikuksi, jota syytetään helposti sivun ongelmista tai uutisten puutteista.

Se kuinka paljon me toimittajat osallistutaan siellä vastaamalla, niin se on hyvin vähäistä, mutta kyllä vahvoissa suunnitelmissa on, että blogin kautta mä yritän nimenomaan sitä. Se on se ajatus, että kun siellä nyt pikkuhiljaa ihmiset rupeaa kommentoimaan, kun minä kerron kotoa jotain, niin ne kertoo kotoa jotain.

(Pauliina Kinnunen, Keskisuomalainen)

## 7.6 Multimediaalisuudesta

Yhtä lukuun ottamatta kaikki haastatellut printtitoimittajat ovat käyttäneet jutuissaan videoita ja kuvasarjoja. Osa toimittajista on myös kuvannut niitä.

Videokuva edustaa puhtaimmillaan sellaisia sisältöjä, joiden käyttäminen ei ole paperilehdessä mahdollista. Samalla se edustaa niitä lähes yksin, sillä kuten aiemmin on tullut ilmi, sanomalehtien verkkolehdistä ei juuri käytetä ääntä irrallaan kuvasta tai kolmiulotteisten kuvien kaltaisia erikoiselementtejä. Kuvasarjoja taas voidaan toki julkaista paperillakin, mutta verkko tarjoaa tilan rajattomuuden vuoksi niille paremman foorumin kuin maakuntalehti. Multimediaalisten sisältöjen julkaisemista verkkolehdistä on useimmissa lehtitaloissa hankaloittanut se, että toimituksista puuttuu osaamista niiden tuottamiseen (Moilanen 2004, 77-78).

Enemmistö haastateltavista piti videoita ja kuvasarjoja ihanteellisena esimerkkinä juuri sellaisesta sisällöstä, jossa verkkolehti ja paperilehti todella pelaavat hyvin yhteen. Video tai kuvasarja uutisaiheesta antaa jotakin uutta maakuntalehden lukijalle, ja on samalla verkonomaista, paperilehdestä erillistä sisältöä. Erityisesti urheilu tarjoaa paljon hyviä videoaiheita. Uutisaiheista videot sopivat etenkin sellaisiin aiheisiin, joissa tapahtumapaikka hahmottuu videosta paremmin kuin tekstin ja pelkkien kuvien avulla. Onnettomuustilanteiden lisäksi tällainen tilanne oli esimerkiksi Jyväskylän yliopiston alueella keväällä 2008 tapahtunut talonvaltaus. Hyvä esimerkki kuvasarjan käytöstä taas on Savon Sanomissa lehden arkistosta valittu historiallisten kuvien sarja, joka julkaistiin verkkolehdestä Fidel Castron luovuttua vallasta Kuubassa.

Noin puolet haastateltavista kuitenkin piti erityisesti videoiden tähänastista sisällöllistä antia kyseenalaisena. Katsotuimmiksi videoiksi nousevat helposti erikoiset ja hauskat eläinaiheet tai vähäsisällöiset panoroinnit onnettomuuspaikalla. Yhden mielestä videot kaipaisivat nykyistä enemmän haastattelusisältöä sanattomien kuvien sijaan, toisen mielestä taas lehden videot ovat liian usein pelkkiä ”puhuvia päitä”, joissa liikkuvan kuvan mahdollisuudet jäävät hyödyntämättä. Informaatio sisällöllisten puutteiden lisäksi verkkovideoita kritisoidaan

teknisesti kömpelöiksi<sup>37</sup>. Kriittisimmät haastateltavat rajaavat videoiden arvon yksinomaan niiden suosioon lukijoiden keskuudessa.

Mä näkisin sen niin, nyt mä puhun vaikka vain kuluttajana, aina sillä verkkovideolla pitäis olla sellainen visuaalinen lisäarvo. Että miksi tästä tehdään video, että miksi sitä kuvataan audiovisuaalisesti. (-) Niin meillä on kuitenkin linjattu, että mieluummin enemmän videoita ja ne on puhuvia päitä, kuin että ei tehdä mitään.

(verkkotoimittaja, Keski-suomalainen)

Kyllä mun mielestä on aika hyvin hahmotettu kaikki ne asiat, mitkä toimii videolla. Enemmän kannattais videokuvauksessa kiinnittää huomiota siihen kuvaukseen. (-) Kun me ihmiset katotaan televisiota tunteja päivässä, niin meillähän on varmaan jonkinlainen kuva muodostunut siihen, että miten tällaisen tv-ohjelman pitäisi mennä, miten uutisen pitäisi mennä ja rakentua, miten se leikataan.

(verkkotoimittaja, Savon Sanomat)

Enemmistö tuntuu silti uskovan videoiden potentiaaliin, vaikka tuotannon nykylaatua ei erityisen hyvänä pidettäisikään. Haastatelluista ainoa, jolla ei ollut omakohtaista kokemusta uutisvideoiden tekemisestä, tosin nosti esiin niihin liittyvän eettisen ongelman. Toimittajaa huolestutti, tulisiko kuvassa esiintyviltä ihmisiltä kysyä erikseen videokuvan julkaisemisesta verkossa. Hänen mielestään toimituksesta puuttuivat selkeät ohjeet, kuinka näissä tilanteissa tulisi toimia. Muut haastatellut eivät ottaneet tätä esille.

## 7.7 Viittaaminen välineestä toiseen

Kun verkkolehteä ja paperilehteä tehdään toimituksessa rinnakkain, täytyy kahden julkaisukanavan välille rakentaa siltoja. Verkon lehtiviitteet ("Lue lisää

---

<sup>37</sup> Videoita kuvaavat ja leikkaavat ihmiset ovat maakuntalehdissä harvoin liikkuvan kuvan kerroksen ammattilaisia. Keski-suomalaisessa ongelma on osittain ratkaistu käyttämällä toimituksen ulkopuolista freelanceria, joka palkataan kuvaamaan ja leikkaamaan verkkovideot silloin, kun niiden tarve on ennakoitavissa. Kiireellisissä tapauksissa videoita kuvaavat toimituksen lehtikuvaajat, joista osa on verkkotoimittajien mukaan suorastaan innostunut videoista – osa puolestaan ei.

huomisen lehdestä”) ja lehden verkkoviitteet (”Katso video verkossa”) ovat tulleet tällä vuosituhannella median kuluttajille tutuiksi. Kysymys näiden siltojen kantavuudesta oli niitä tutkimuksen teemoja, joista printti- ja verkkotoimittajat olivat selvärajaisen eri mieltä.

Printtitoimittajat pitävät vinkkejä tarpeellisina. Heidän mielestään juuri niiden avulla maakuntalehden puolikkaat toimivat luontevasti yhteen. Kaikkien mielestä on itsestään selvää, että verkkosähkeen perään liitetään vinkki lisälukemisesta paperilehdessä aina, kun lehdessä on luvassa iso juttupaketti kyseisestä aiheesta. Yhden linja on vielä yksiselitteisempi: hän liittää sähköeseen vinkin aina, kun jutusta julkaistaan paperilehdessä vähänkin pitempi versio.

Kyllä minä pidän niistä, koska ne tavallaan palvelee molempaa lehden osaa, sekä paperilehteä että verkkolehteä.

(printtitoimittaja, Keski-suomalainen)

Paperilehden palstoilta printtitoimittajat viittaavat verkkoon aina kun siellä on lisää sisältöjä, kuten esimerkiksi video, kuvasarja tai päivän aikana etenevä seuranta kiinnostavasta uutisaiheesta. Myös pitkiä nimilistoja esimerkiksi myönne-tyistä arvonimistä on julkaistu vain verkossa, ja joidenkin haastateltujen mielestä oppilaitoksista valmistuneiden nimiä voisi harkita käsiteltävän tulevaisuudessa samoin. Erityisesti Keski-suomalaisen toimittajilla oli kokemusta myös verkkokeskustelun herättelystä paperilehdessä, sillä lehden Päivän kysymys liitetään aina paperilehdessä sen jutun perään, johon kysymys liittyy.

Sehän [lehden verkkoviite] on tarpeellista tehdä. Esimerkiksi [jäähkiekon] MM-kisojen aikaan, kun ihmiset miettii, että minkä takia Savon Sanomat ei kerro niitä ottelusel- tuksia aamun lehdessä. (-) Ei ollu yksi eikä kaksi soittajaa, vaan useita.

(printtitoimittaja, Savon Sanomat)

Mun mielestä se on jotenkin aika luontaista, ja muistuttaa niitä ihmisiä, jotka ei ehkä vielä oo hoksannut sitä, että se Savon Sanomien netti on olemassa ja siellä on samoin perustein valittua aineistoa kuin meidän lehdessä.

(printtitoimittaja, Savon Sanomat)

Verkkotoimittajien mielestä taas verkosta viitataan paperilehteen tällä hetkellä aivan liian usein. Vinkkiä lisäluettavasta paperilehdessä ei heidän mielestään pitäisi liittää verkkosähkeeseen vain siksi, että sama sisältö kerrotaan lehdessä merkkimäärissä mitattuna pitemmin. Verkkotoimittajista vinkki olisi paikallaan ainoastaan silloin, kun printissä todella julkaistaan ”kunnon paketti”, jonka vuoksi aiheesta kiinnostuneelle verkkolukijalle voi suositella jopa irtonumeron ostamista. Osan heistä mielestä vinkkaamisesta ei edes näissä tapauksissa ole erityistä hyötyä, vaan etenkin käskymuotoisiksi kirjoitetut vinkit saattavat lähinnä ärsyttää lukijoita. Verkkotoimittajia miellyttääkin, että vinkkaamisesta paperilehden ”lähes kaikkiin” omiin juttuihin oltiin heidän mielestään haastatteluhetkellä vähitellen luopumassa.

Aikaisemmin ajattelin, että se saattais lisätä esimerkiksi irtonumeromyyntiä, mutta nyt oon kyllä ruvennut miettimään, että se saattaa olla tosi ärsyttävää. Että kun nettilukija haluaa lukea siellä netissä, niin kyllä se varmaan tajuaa, että se voi lukea siitä lisää seuraavan päivän lehdestä.

(verkkotoimittaja, Savon Sanomat)

Se alkaa tuntua verkkolukijan kusettamiselta, että tässä myydään koko ajan sitä lehteä.

(verkkotoimittaja, Keski-suomalainen)

Mä inhoan varsinkin sitä ”lue lisää”. Mun mielestä huomattavasti parempi on se ”aiheesta lisää”. Silloin se ei ole niin netin surffaajan kiusaamista. Se ”lue lisää” on vähän sellaista, en tiedä, se menee jollekin sellaiselle intiimialueelle.

(verkkotoimittaja, Savon Sanomat)

Paperilehdestä verkkolehteen vinkkaamiseen verkkotoimittajat sen sijaan suhtautuivat positiivisesti. Paperilehden verkkovinkit toimivat heidän mukaansa hyvänä mainoksena verkkolehdelle. Niidenkin todellinen merkitys tosin herättää verkkotoimittajissa epäilyksiä, sillä vinkkien ei tiedetä aiheuttaneen merkittäviä kävijäpiikkejä verkkosivujen sisältöihin, mutta ainakin ne pitävät yllä mielikuvaa maakuntalehden aktiivisesta verkkosivusta, jolla kannattaa käydä. Muutama mainitsee, että jos vinkkien ansiosta lukijoita saadaan, ovat ne todennäköisesti niitä lukijoita, jotka eivät ilman vinkkejä lukisi verkkolehteä.



Jos katsoo vaikka Iltalehteä, niin en mä useinkaan mene Iltalehden lehdessä olevien nettiviitteiden perusteella sinne nettiin suoraan, mutta toisaalta ne ylläpitää mulla koko ajan sitä käsitystä, että okei, niillä tapahtuu siellä netissä jotain ja niillä on siellä kaiken näköistä hommaa ja se on kiinnostavaa.

(verkkotoimittaja, Savon Sanomat)

Eräs printtitoimittaja kuitenkin kertoi päätelleensä saamastaan palautteesta, että ”erittäin monet” todella käyvät katsomassa juttuihin liittyviä kuvasarjoja ja videoita juuri paperilehden vinkkien perusteella. Toinen koki, että ”keskustele verkossa” -vinjetti synnyttää lähes aina aiheesta oikean keskustelun. Niin ikään joidenkin levikkialueen ulkopuolisten ihmisten tiedetään ostaneen irtonumeroita luettuaan verkkolehdestä kiinnostavan oman skuupin.

Ei se varmaan [ole taloudellisesti merkittävää], joitakin yksittäisiä irtonumeroita silloin tällöin. Mutta toisaalta, jos niitä on semmoisia juttuja tarpeeksi ihmisillä jotka ei oo meidän tilaajia, niin eikö se jossain vaiheessa voi ajatella, että on se nyt helpompi, että tilaan sen, kuin että käyn joka kuukausi sen yhden numeron etsimässä jostain Ärrältä ja ostamassa sen (nauraa).

(printtitoimittaja, Savon Sanomat)

Kritiikistä huolimatta viitteet ovat todennäköisesti tulleet jäädäkseen niin kauan kuin lehdet pyrkivät tekemään kahden julkaisukanavan journalismia rinnakkain. Verkkolehden sisällöllä on ainakin joissain tilanteissa paperilehden etusivun vinkin kaltainen sivurooli. Keskisuomalainen-konsernin strategian mukaan verkkolehtien tehtävä on tukea pääliiketoimintaa, paperilehtiä (Happonen jne. 2008, 4). Toisaalta paperilehtien on linjattu mainostavan verkkolehtiä, ja se tapahtuu selkeimmin verkkoviitteillä. Muutama viitteitä kritisoinut verkkotoimittaja mainitsikin, että viitteet ovat ”ajatuksena hyvä”, vaikka piti niiden jatkuvaa viljelyä lukijoita ärsyttävänä piirteenä.

## 8 UUTISTYÖ MONIKANAVAISESSA TOIMITUKSESSA

Selvitän tässä luvussa, miten haastatellut toimittajat kokevat käytännön uutistyön tekemisen toimituksessa, jossa paperilehteä ja verkkolehteä tehdään rinnakkain. Kuinka monikanavaisuus otetaan huomioon uutistyön suunnittelussa? Miten printtitoimittajat ja verkkotoimittajat jakavat työt uutispäivän edetessä? Mitä mieltä he ovat tämänhetkisistä käytännöistä julkaista vain osa jutuista välittömästi verkossa?

Verkkotoimittajat vastasivat näihin kysymyksiin säännönmukaisesti toisin kuin printtitoimittajat. Yleistäen printtitoimittajat näkevät nykytilanteen auvoisampana kuin verkkotoimittajat. Verkkolehden ja paperilehden tekeminen rinnakkain tuntuu heistä luontevalta ja nykyaikaiselta, ja nykyiset käytännöt tehdä niitä pääosin hyviltä. Nykykäytäntöjen suurimmat puutteet löytyvät verkkojulkaisemisen suunnittelusta ja johtamisesta, joka jää heistä usein liian vähäiseksi.

Verkkotoimittajat tahtoisivat tehdä verkkolehteä enemmän välineen omilla ehdoilla. Lehden omien uutisten julkaiseminen verkossakin paperilehden ilmentymistahdissa tuntuu heistä vieraalta, eivätkä kaikki paperilehden toimittajat ole heistä tarpeeksi kiinnostuneita verkosta. Verkkojulkaisemisen suunnittelussa ja johtamisessa he näkevät runsaasti parannettavaa.

Samankaltainen tulos näyttäytyi Rinkisen (2004, 38-39) neljän vuoden takaisessa tutkimuksessa. Tuolloin Helsingin Sanomien printtitoimittajat arvioivat verkkolehden aseman talon sisällä hyväksi, mutta verkkotoimittajat kokivat jäävänsä vaille arvostusta. Rinkinen kuitenkin nosti esiin kiinnostavan seikan, että verkkotoimittajat korostivat ”useimmiten” vastauksissaan, etteivät asiat todellisu-

nessa olleet niin kielteisiä kuin he juuri olivat sanoneet. Viitteitä samanlaisesta negatiivisten puolten ylikorostumisesta on nähtävissä tämänkin tutkimuksen aineistossa.

Joka tapauksessa on jälleen syytä huomauttaa, että toimituksissa todennäköisesti on toimittajia, jotka suhtautuvat verkkojulkaisemiseen lähtökohtaisesti kielteisemmin kuin haastatellut. Nämä näkökannat eivät näy tuloksissa, koska valitsin haastateltaviksi verkkojulkaisemisesta kokemuksia keränneitä toimittajia, joiden en odottanutkaan kyseenalaistavan peruslähtökohtaa monikanavaisesta julkaisemisesta.

## **8.1 Verkkojulkaisemisen suunnittelu ja johtaminen**

Kaikki verkkotoimittajat kaipaavat lisää suunnittelua verkon suhteen. Heidän mielestään verkkolehden toteutus jää liian usein vain verkkotoimittajan käsiin. Esimerkiksi videoiden ja kuvasarjojen tilaaminen, lehden verkkoviitteistä huolehtiminen ja jopa toimittajien muistuttaminen yksittäisistä sähkeistä jäävät usein verkkotoimittajien tehtäviksi.

Suunnittelun puutteet ovat ongelmallisia, koska verkkotoimittajilla ei ole toimituksissa esimiesasemaa. Erityisesti Savon Sanomien verkkotoimittajat kokevat raskaana, että sisältöä verkkosivuille saadakseen heidän pitäisi tavallaan antaa työmääräyksiä vertaisilleen, mihin heillä ei ole työyhteisön hierarkiassa oikeutta. Savon Sanomien verkkotoimittajat toivovatkin esimiesten ottavan verkon nykyistä paremmin huomioon jo työsuunnittelun vaiheessa.

Mä en yleensä patista [printtitoimittajia tekemään jutuistaan verkkoversioita]. Mä teen sit mieluummin itse. Mä tiedän, että siitä on tullut välillä nurinaa, koska meillähän ei ole esimiesvaltuuksia, joten periaatteessa me ei saada antaa työmääryksiä. Ja se, että jos me käydään pyytämässä sitä, niin se on niinku työmääräys, vaikka se olis miten kauniisti muotoiltu.

(verkkotoimittaja, Savon Sanomat)

Musta tuntuu siltä, että ei ne esimiehet tai uutispäälliköt monestikaan sano, että muistakaa nyt tästäkin sitten verkkoon. Kyllä se verkkotoimittaja joutuu niinku nostamaan sen esille. Siinä välillä tulee semmoinen hankala fiilis, että olis niin kiva, jos se lähtis esimiehestä. Niillä on kumminkin ne natsat sanoa.

(verkkotoimittaja, Savon Sanomat)

Myös Keskisuomalaisen verkkotoimittajat mainitsivat ideointi- ja suunnittelutason puutteet, mutta eivät yhtä suurena ongelmana kuin Savon Sanomien. Tähän voi erottaa haastatteluista kolme syytä. Ensinnäkin Keskisuomalaisen paperilehden toimittajissa on verkkotoimittajien mukaan huomattavasti enemmän verkkoon itsenäisesti materiaalia tuottavia toimittajia kuin Savon Sanomien riiveissä. Tämä taas saattaa johtua siitä, että Keskisuomalaisessa verkkolehteä on yksinkertaisesti tehty pitempään kuin Savon Sanomissa ja myös nykyinen verkkotoimitus käytäntöineen aloitti talossa toista tutkimuslehteä aiemmin. Lisäksi Keskisuomalaisen verkkotoimittajat mainitsivat osallistuvansa säännöllisesti aamun esimiespalaveriin ja siis uutispäivän suunnitteluun, mitä Savon Sanomien verkkotoimittajat eivät ottaneet haastatteluissa esille. Verkon huomiointiin uutistyon suunnittelussa on saatettu panostaa Keskisuomalaisessa paremmin siksin, että se oli yksi Ahvenaisen (2004, 82-85; 98-99) tutkimuksessa osoitettuja kehityksen paikoista.

Myös osa printtitoimittajista toivoo verkkolehden suunnitteluun parannusta. Heidän mielestään heille tullaan vain harvoin sanomaan, millaisia sisältöjä työn alla olevasta jutusta odotetaan verkkoon. Verkkosisältöjen ideointi ja toteutus jäävät siis usein toimittajan oman aktiivisuuden varaan. Haastateltujen toimittajien enemmistö kokee osaavansa itse päätellä, milloin sisältöjä kannattaa tehdä,

mutta osa toivoo silti selkeämpää johtamista esimiehiltä. Yksi haastatelluistakin tunnustaa tekevänsä verkkolehteen juttuja vain käskettäessä.

Siinä tapauksessa tiedän [että jutusta on tehtävä sisältöjä myös verkkoon], jos mulle esimerkiksi sanotaan aamupalaverissa. Että nähdään, että se on aihe, joka tulee herättämään keskustelua. Silloin voidaan sanoa, että tee tästä sit heti verkkoon kun teidät enemmän. Mutta kyllä se on hyvin usein, ehkä 8-9 kertaa kymmenestä, että mä menen itse sanomaan, että tässä on nyt pätkä.

(printtitoimittaja, Keski-suomalainen)

Esimiehet ei mun mielestä ole valppaina ollenkaan. Jos odottais sitä, että he sanoo, että tästä nyt verkkoon, niin varmaan pari juttua viikossa menis.

(printtitoimittaja, Savon Sanomat)

Verkkojulkaisemisen suunnittelu olisi tärkeää siksikin, että periaatteessa haastateltavien tulisi saada tietää, tullaanko heidän lausumaansa käyttämään myös verkkolehdessä. Tähän velvoittavat Journalistin ohjeet (2005). Suuri osa haastateltavista lienee tosin sikäli tottunut verkkojulkaisemiseen, ettei ylläty lausumansa päätyemisestä verkkoon, mutta jotkut saattavat suhtautua negatiivisesti siihen, että esimerkiksi hakukoneet löytävät heidät verkkolehdestä.

Siitä kaikki haastatellut ovat yhtä mieltä, että verkkotoimituksen sijainti toimituksen uutispöydässä, uutispäälliköiden vieressä, on ihanteellinen. Molemmissa lehdissä on kuitenkin huomattu, että esimiesten linjaukset verkkojulkaisemisesta eivät ole yhtenevät. Niinpä esimerkiksi päätöksiin omien uutisten julkaisemisesta verkkolehdestä vaikuttaa se, kuka uutistyötä kulloinkin johtaa.

## 8.2 Printtitoimittajat verkon sisällöntuottajina

Kaikkien haastateltujen verkkotoimittajien mielestä toimituksissa on edelleen toimittajia, jotka eivät ole tarpeeksi kiinnostuneita verkkolehdestä. Heidän mu-

kaansa tällaisia toimittajia on erityisesti toimituksen vanhimmissa. Verkkoversioiden tekeminen tällaisten toimittajien jutuista jää helposti verkkotoimittajien vastuulle. Verkkotoimittajat taas eivät oman työnsä ohessa välttämättä ehdi etsiä olennaista laajoista juttupaketeista.

Siinä ei ole työvuoron aikana aikaa tehdä sitä omaa verkkopätkää. Se on just se uutisen ensimmäiset 700 merkkiä, mitkä laitetaan verkkoon. Se ei kumminkaan ole mun nähdäkseni se oikea tie tehdä sitä verkkojournalismia. Pitäis mennä mieluummin siihen, että yksittäinen toimittaja tekee oman versionsa verkkoon ja jatkaa sitä sitten lehteen.

AJ: Mikä silloin jäisi sun rooliksi?

- No sitten se olis sellainen toimitussihteerin homma. Että itse saisi arvottaa sitä ja pyöritellä sitä sisältöä. Ja olishan se sisältö silloin huomattavasti parempaa. Nyt kun siinä ollaan sekä sisällöntuottajia että toimitussihteereitä, niin jompikumpi puoli aina kärsii.

(verkkotoimittaja, Keski-suomalainen)

Keski-suomalaisen verkkotoimittajat tosin tarkentavat, että tilanne on parantunut huomattavasti uuden verkkolehden myötä. Yksi heistä on jopa sitä mieltä, että yhteistyössä uutistoimituksen kanssa ei enää juuri ole parannettavaa, vaan ongelmat koskevat enää joitakin erityisosastoja. Verkkotoimittajien mukaan Keski-suomalaisessa on varsin paljon toimittajia ja kuvaajia, jotka huomioivat verkkolehden työssään oma-aloitteisesti. Ahvenaisen (2004, 75-76) mukaan Keski-suomalaisen verkkolehti oli neljä vuotta aiemmin laadultaan epätasainen juuri yksittäisten toimittajien ominaisuuksien ja asenteiden vuoksi.

Toiset toimittajat on itseoppineesti ymmärtäneet sen verkon merkityksen ja lähtee itse tavallaan verkko edellä (-). Että nyt mä teen sen verkkopätkän ja meen tarjoamaan sitä tonne ja sitten teen sen laajemman jutun. Mutta sitten toiset ei vain toimi tällä tavalla työssään, ja se on hyvin vaikea meidän verkkotoimittajan ruveta patistamaan ketään.

(verkkotoimittaja, Keski-suomalainen)

Savon Sanomissa tilanne on ongelmallisempi. Toimituksen verkkotoimittajilla oli haastatteluhetkellä varsin synkkä käsitys printtitoimittajien osallistumisesta verkkolehden sisällöntuotantoon. Savon Sanomien verkkotoimittajien mukaan lähes koko toimitus, yksittäisiä toimittajia lukuun ottamatta, elää edelleen pape-

rilehden rytmissä. Tilanteeseen tuli heidän mukaansa lyhytaikainen parannus alkuvuodesta, uuden verkkolehden käynnistyttyä, mutta printtitoimittajien into verkkoversioiden tekemiseen jäi lyhytaikaiseksi.

Tuntuu, että se on monelle vielä semmoinen, että se jaksaa muutaman päivän tsemppata jos asiasta muistutetaan, mutta sitten se niinku lopahtaa. Että ei se [verkkolehti] selvästikään motivoi ihmisiä, jotka työskentelee tuolla printissä.

(verkkotoimittaja, Savon Sanomat)

Savon Sanomien verkkotoimittajien mukaan suurin osa lehden printtitoimittajista tekee oma-aloitteisesti sähköitä vain onnettomuuksien kaltaisista terävän uutiskärkisistä aiheista. Verkkotoimittajat toivoisivat verkkoversioita muistakin jutuista, kuten kiinnostavia pieniä nostoja henkilöhaastatteluista tai kuntauutisista. Kaikkien verkkosähköiden ei siis heidän mielestään tarvitsisi yrittää kertoa tiivistetysti kaikkea, mitä paperilehden juttu kertoo pitkästi.

Osittain tähän liittyy verkkotoimittajien havainto, että verkkolehden sisällöissä painottuvat onnettomuus uutiset ja jäävät pienemmälle huomiolle esimerkiksi kulttuuri uutiset. Kuten jo edellisessä luvussa kävi ilmi, ovat verkkolehdet myös kaupunkikeskeisempiä kuin paperilehdet. Samoin käsittelin jo aiemmin verkkotoimittajien mielipiteen, että verkosta puuttuu luonteva formaatti kaikille sähköitä pitemmille jutuille.

Musta sähkö-sana on itsessään vähän harhaanjohtava. Ajatellaan tämmöistä vanhanaikaista radiosähköä. Että sähkö on sellainen, minkä vois lukea vaikka radiouutisissa. Tiukka uutinen, tai ylipäättään uutinen.

(verkkotoimittaja, Savon Sanomat)

Samankaltaiset huomiot esiintyivät myös Keski-suomalaisen verkkotoimittajien puheissa, mutta olivat selvästi suurempi ongelma Savon Sanomissa. Niin ikään Savon Sanomien verkkotoimittajat kokevat Keski-suomalaisen kollegoitaan suuremmaksi ongelmaksi sähköiden valmistumisaikataulun. Verkkotoimittajat saavat usein toimittajilta sähköitä käyttöönsä vasta paperilehden jutun valmis-

tumisen jälkeen tai työpäivän päätteeksi. Heistä printtitoimittajat eivät vielä ymmärrä, että verkkoon sisällöt pitäisi saada mahdollisimman nopeasti.

Se antaa aivan vääristyneen kuvan tästä maakunnasta ja valtakunnasta, (-) jos meidän kaikki maakunnan uutiset ryöpsähtää vasta illalla sinne. Se ei anna sitä kuvaa, että täällä tapahtuu koko ajan. (-) Ihanteellisimmalla tavallahan se toimis niin, että sitä materiaalia tulis sinne koko ajan.

(verkkotoimittaja, Savon Sanomat)

Ainakin osan tästä kritiikistä voinee yhdistää edellä käsittelemiini työsuunnitelun puutteisiin. On tosin totta, että osa päivän uutistapahtumiin reagoivan verkkolehden sisällöistä on vaikeasti suunniteltavissa. Kuitenkin sekä Keski-suomalaisen että Savon Sanomien verkkotoimittajat ovat sitä mieltä, että juuri äkillisissä ja kiireellisissä uutistilanteissa – esimerkiksi onnettomuuksissa, urheilutapahtumissa ja talouden tai kuntauutisten yllättävissä käännteissä – yhteistyö paperilehden toimittajien kanssa sujuu varsin hyvin tai erinomaisesti. Ongelmat kärjistyvät siis arkipäiväisen, tavanomaisen ja suunniteltavissa olevan uutistyön kohdalla.

Kunhan se julkaisupäätös on tehty, että tätä pistetään koko ajan nettiin, niin sitten meillä mun mielestä toimii ihan hyvin tämä systeemi. Siinä ei oo hirveästi parannettavaa.

(verkkotoimittaja, Keski-suomalainen)

Äkilliset uutistilanteet saattavat sujua verkkolehden kannalta kiireettömiä paremmin myös siksi, että tällaiset tilanteet ajoittuvat usein iltavuoroihin. Niissä kiertävät uutistoimittajat ovat useimmiten nuoria, verkko-orientoituneita toimittajia. Toisaalta onnettomuus uutisten ensimmäisen sähkeen tekee usein verkkotoimittaja itse, ja jatkoseuranta etenee siksikin sujuvasti.

Silloin myös ollaan erityisen aktiivisia itse. Aina ei oo aikaa juosta kyselemässä ja kuvaa vaatimassa, (-) mutta onnettomuustilanteissa on sitten pakko itsekkin aktiivisesti kysyä siltä toimittajalta joka on ollut paikan päällä tai jopa soittaa sille puhelimella että mitä siellä tapahtuu. Tai kuvaajalle, että voitko mitenkään lähettää kuvaa mulle.

(verkkotoimittaja, Savon Sanomat)



Lisäksi on syytä todeta, että juuri äkilliset uutistilanteet on pisimpään mielletty verkkolehden kuuluvaksi aineistoksi. Esimerkiksi Ahvenaisen (2004, 68-71) mukaan Keski-suomalaisen uutistoimitus muisti tehdä verkkosähkeitä onnettomuustilanteissa jo vuonna 2004, vaikka jokapäiväisessä työssä verkkolehti unohtui tuolloin talossa usein.

Haastateltujen printtitoimittajien näkemys uutistyyön sujuvuudesta on hieman toisenlainen. He itse eivät mielestään koe ongelmaksi verkkolehden sisältöjen tekemistä paperilehden sisältöjen rinnalla. Kolme heistä kertoo jopa pitävänsä nykyisin oletuksenaan, että kaikista jutuista tehdään jonkinlainen versio myös verkkolehden tai että verkkotoimittajat versioivat niitä verkkoon.

Mulla on se lähtöoletus, että tämä voi mennä myös verkkoon. Tosin mä en sitä ota huomioon aina kirjoittaessani, että esimerkiksi aikamuodot mä kirjoitan lehteen. Mutta sitten verkkotoimittaja kässäri sen muotoon että tapahtui tänään. (-)

AJ: Eli sä et tee kahta eri versiota?

- No sit jos mä tiedän, jos multa on pyydetty, tai jos se on ilman muuta [verkkoon] menevä.

(printtitoimittaja, Keski-suomalainen)

Käytännön tason yhteistyö verkkotoimittajien kanssa saa printtitoimittajilta kiitoksia. Moni vertaa tilannetta aikaan ennen nykyistä verkkotoimitusta, ja kehuu, kuinka hyvin yhteistyö nykyisin verkkotoimittajien kanssa keskustelemalla toimii. Monet printtitoimittajat huomauttavat, että eivät mielellään tekisi kiireellisinä päivinä useita verkkoversioita paperilehden jutun kustannuksella. Tämä todennäköisesti ymmärretään verkkotoimituksissakin, eikä siis liene merkittävä osa verkkotoimittajien edellä mainittua kritiikkiä.

Printtitoimittajien keskuudessa käsitys siitä, kuinka hyvin toimituksen printtitoimittajat ottavat verkon huomioon, on siis positiivisempi kuin verkkotoimittajien. Muutaman mielestä verkkotoimittajien tuleekin olla nykyiseen tapaan aloitteellisia printtilehdestä poimimiensa ja muokkaamiensa juttujen suhteen.

Sehän on itsenäinen toimitus. Ja ne päättää, mitä ne haluaa täältä printin puolelta. Ja niin sen pitää ollakin, koska se työprosessi on niin erilainen.

(printtitoimittaja, Savon Sanomat)

Silti molempien lehtien printtitoimittajienkin joukosta nousi esiin verkkotoimittajien näkemyksiä mukaileva havainto, että kaikki toimittajat eivät ole riittävän innostuneita verkkosisältöjen tekemisestä. Jos koko toimitus asennoituisi paremmin, olisi tulos myös näiden printtitoimittajien mielestä monipuolisempi verkkopalvelu.

Helposti ajatellaan just, että joku kolari tai tulipalo, niin sehän se on [verkkosähkeen aihe], koska niistä on ehkä puhuttu enemmän ja oltu huolissaan. Ne on ehkä, uskaltaisin väittää, että kaikista parhaiten hoidossa jo siellä netissä. (-) Sen pitäis monipuolistua ja porukan sisäistää se laajemmalla rintamalla kuin pelkästään se, että verkkotoimittajat ja muutama onnettomuusjutun tekijä ja ehkä just nää Kalpan, KuPS:n pelit. Sen pitää olla laajemmalla rintamalla, että se ois uskottava kokonaisuus ja jos sinne halutaan muitakin lukijoita kuin pelkästään ne jotka on joitakin paloautobongareita.

(printtitoimittaja, Savon Sanomat)

Rinkisen (2004) tutkimuksen mukaan Helsingin Sanomien verkkolehdestä ei vielä vuonna 2003 ollut tullut osa printtilehden tekemisen rutiinia ja arkipäivää. Muutosvastarinta toimituksen sisällä oli huomattavaa, sillä verkkolehteä oli jo tuolloin tehty toimituksessa vuosia varsin hyvillä resursseilla. Rinkisen haastattelut syyttivät tilanteesta vanhanaikaista toimituskulttuuria ja toisaalta talon johtoa, josta käsin verkkolehden tärkeyttä ei tarpeeksi korostettu (emt., 40).

Vaikka samat näkemykset ja ongelmat toistuivat tämän tutkimuksen aineistossa liki sanasta sanaan, ollaan Keski-suomalaisessa ja Savon Sanomissa nähdäkseni kuitenkin Helsingin Sanomien viiden vuoden takaista tilannetta pitemmällä. Rinkisen mukaan Helsingin Sanomien verkkolehden huono talonsisäinen asema johtui suurelta osin siitä, että printtitoimittajat eivät arvostaneet verkkotoimittajien työtä tai pitäneet sitä ammatillisesti mielekkäänä (emt., 41). Keski-suomalaisen ja Savon Sanomien monikanavaisuuden suunnittelua ja sen arkista toteuttamista koskevat ongelmat eivät haastatteluaineistossa näy näin jyrkkänä

vastakkainasetteluna. Verkkolehti mielletään kyllä osaksi kokonaisuutta, jota kaikki eivät vain vielä työssään toteuta ihanteellisen hyvin. Tutkimuslehdissä myös toteutetaan monia niistä paperilehden ja verkkolehden yhteistyömuodoista, joita Rinkinen tai hänen haastateltavansa toivoivat neljä vuotta sitten Helsingin Sanomissa otettavan tulevaisuudessa paremmin käyttöön, kuten printtitoimittajien puhelinraportointi verkkotoimittajalle kiireellisten juttukeikkojen paikan päältä (emt., 60-61) ja verkkolehden tekemien sähköisten julkaisemien paperilehdessä (emt., 72).

### 8.3 Verkon julkaisemisen aikataulut

Kaikkien haastateltujen mielestä on oikein, että maakuntalehden verkkolehdes- sä julkaistaan uutisia onnettomuuksista ja muista kiireellisistä tilanteista säästelemättä niitä paperilehteen. Tätä mieltä olivat siis sekä verkko- että printtitoimittajat. Kun verkkolehteä on talossa päätetty tehdä, ja koska sen tekeminen on joka tapauksessa nykyaikana välttämätöntä, on sen myös sisällettävä ajankoh- taista tietoa tärkeistä tapahtumista<sup>38</sup>. Tosin puolet haastatelluista printtitoimitta- jista kyseenalaisti minuuttien tarkkuuteen menevän uutiskilpailun merkityksen ja pelkäsi kiireen johtavan koko lehden uskottavuutta syöviin virheisiin.

Mielipiteet jakautuivat selvemmin, kun puhe oli lehden omien uutisten käsitte- lystä. Kaikkien verkkotoimittajien mielestä näitä suojellaan tällä hetkellä liikaa.

---

<sup>38</sup> Itse asiassa uutistapahtumien reaaliaikaiseen seuraamiseen voidaan katsoa velvoittavan jopa journalistin ohjeiden, joiden mukaan *”Uutisen voi julkaista rajallistenkin tietojen perusteella. Raportointia asioista ja tapahtumista on syytä täydentää, kun uutta tietoa on saatavissa. Uutistapahtumia on pyrittävä seuraamaan loppuun saakka.”* (Journalistin ohjeet 2005.) Mikäli joukkoviestin siis on ilmoittanut lukijoilleen julkaisevansa reaaliaikaisesti päivitettävää verkkolehteä paperilehtensä rinnalla, voidaan katsoa, että sillä on journalistin ohjeiden mukaan velvoite päivittää verkkoon uutta tietoa seuraamista aiheista sitä mukaa, kun sitä on saatavissa. Niin ikään ohjeet velvoit- tavat korjaamaan olennaiset virheet viipymättä.

Heidän mielestään verkkolehdestä ei siis tällä hetkellä julkaista kaikkea mitä pitäisi tai ainakaan niin nopeasti kuin pitäisi. Verkkotoimittajat myöntävät ymmärtävänsä nykykäytäntöä, koska maakuntalehtien liiketoiminta perustuu paperilehteen, eivätkä paperilehtensä lakkauttaneen Taloussanomien ja levikkiään menettävien iltapäivälehtien esimerkit kannusta verkon priorisointiin. Silti verkkotoimittajia kismittää, että rajoitteiden vuoksi he eivät voi mielestään tehdä niin hyvää verkkolehteä kuin muuten olisi mahdollista. Muutama huomauttaakin mielissään työtapojen muuttuneen myös tältä osalta hieman joustavamiksi sitä mukaa kun uutta verkkolehteä on tehty pitemmän aikaa.

Ajattelumalli on just, että jos tämän saa lukea verkosta edellisenä iltana, miksi mä tilaisin enää sanomalehteä. Vaikka sanomalehden vahvuudet on siinä tiedon syventämisessä ja muussa.

(verkkotoimittaja, Keski-suomalainen)

Kun se ei ole verkolle ominainen tapa, ajastaa juttuja puoli vuorokautta myöhemmäksi tai tunteja myöhemmäksi.

(verkkotoimittaja, Savon Sanomat)

Verkkotoimittajat kritisoivat, että samaan aikaan kun toimituksissa tuijotetaan tarkkaan niin sanottuja läpimenoja eli lehden juttujen lainaamista muissa viestimissä, niissä ei huomata lainkaan verkon läpimenoja. Verkkojuttujen lainaaminen muiden viestinten verkkolehdistä edellisen päivän aikana tai vaikkapa linkkeinä keskustelupalstoilla tuo verkkotoimittajien kokemuksen mukaan verkkolehdille paljon lukijoita. Omien uutisten panttaaminen taas vastaavasti syö heidän mielestään verkkolehtien uskottavuutta uutismediolina.

Eikö se oo ihan sama, jos se on meillä verkossa ja muut nappaa ja lainaa sitä silloin, vai seuraavana aamuna?

(printtitoimittaja, Keski-suomalainen)

Jotenkin ei arvosteta sitä, että verkkoa siteerataan. (-) Tai sitten ei luoteta siihen, että ne siteeraa meitä, vaan että ne varastaa sen ja tekee oman version siitä aiheesta. (-) Kumpi on tärkeämpää, ne läpimenot, jotka on vain meille itellemme tietoa, että näin paljon meitä siteerataan, vai se lukijoiden palveleminen, että ne saa nopeasti tietoa?

(verkkotoimittaja, Savon Sanomat)

Rinkisen (2004, 74-76) tutkimuksen mukaan Helsingin Sanomissakin koettiin ainakin vuonna 2003 todelliseksi ongelmaksi omien skuuppien vuotaminen verkon kautta muille välineille. Kenties samasta syystä Helsingin Sanomien verkkotoimittajat eivät ainakaan tuolloin kokeneet skuuppien säästämistä paperilehteen ongelmaksi. Myös Keski-suomalaisessa ja Savon Sanomissa on kokemusta jopa aiheiden ja uutisten suoranaisestä varastamisesta. Muutamat haastatellut kertoivat iltapäivälehtien kopioineen verkkolehdistä kokonaisia uutisia suorine sitaatteineen, lähdeä mainitsematta.

Eräs tapaus, jossa ei tosin ole kysymys uutisvarkaudesta, kertoo erityisen sattuvasti verkkolehden nopeuden haittapuolista. Kun pääministeri Matti Vanhasen kuultiin juuri ennen Laukaassa järjestetyn tapahtuman alkua saapuvan paikalle seuralaisen kanssa, julkaistiin Keski-suomalaisen verkkolehdestä heti oma uutinen pääministerin tuoreen naisystävän edustusroolista. Sattumalta iltapäivälehtien toimittaja luki uutisen Keski-suomalaisen verkkolehdestä, ajoi heti Laukaaseen ja ehti vielä paikalle tekemään aiheesta oman jutun, kiittäen Keski-suomalaisen toimittajaa vinkistä.

Erään printtitoimittajankin mielestä aiheiden ja uutisten varastamista pelätään silti liikaa. Hänen mielestään "laatumediat" noudattavat kyllä hyvää journalistista tapaa ja siteeraavat myös verkkolehtiä lähteen mainiten aivan kuten paperilehtiäkin. Jos taas tätä hyvää tapaa rikotaan, ei reaktion hänen mielestään pitäisi olla uutisten panttaaminen vaan juttuvarkauksiin puuttuminen. Toivoa tosiaan sopisi, että mediakentän asenteet ja eettiset käytännöt verkon suhteen olisivat kehittyneet tähän suuntaan sitten esimerkiksi Rinkisen tutkimuksen.

Se, että esimerkiksi Iltalehti on monta kertaa tehnyt niin, että se on varastanut meidän nettijutun, niin mun mielestä se on heidän häpeä, johon esimiesten pitäis puuttua ja ottaa yhteyttä semmoisten tilanteitten jälkeen, jossa he on kirjoittaneet uusiksi haastatteleematta ketään tai varastaneet aiheen suoraan. (-) Se on semmoinen puute, mikä on mun mielestä aivan ehdottomasti meidän esimiesten asia. Suojella myös sitä verkko-

lehteä samalla tavalla kuin vaikka meidän valokuvia ja valokuvien tekijänoikeutta ja printtilehteä suojellaan.

(printtitoimittaja, Savon Sanomat)

Puolet printtitoimittajista kallistui haastatteluissa sille kannalle, että vähintään todelliset skuupit tulee säästää paperilehteen. Puolet taas tuntui olevan ainakin varovaisesti sitä mieltä, että myös niitä voisi ajoittain julkaista suoraan verkossa. Jännittävää kyllä, edelliselle kannalle asettuivat haastatellut Keskisuomalaisen printtitoimittajat ja jälkimmäiselle Savon Sanomien printtitoimittajat. Näin pienen otannan tutkimuksessa olisi kuitenkin uskaliaasta tulkita tämä asenneeroksi toimitusten välillä.

No okei, me olemme tehneet niin, ettei olla laitettu sitä [omaa skuuppia] verkkoon olenkaan. Mutta sitten siinä on muutaman kerran käynyt sillä tavalla hassusti, että joku toinen on saanut sen niin sanotun kovan uutisen. Ja meitä on sitten sillä tavalla harmittanut, ainakin viisi sekuntia, että meillä tämä tieto oli pari tuntia sitten jo. Olisimme voineet laittaa verkkoon, mutta kun kuvittelimme, että se pysyy meillä. Ja sitten kun se ei pysynytäkään, niin tavallaan hävisimme.

(printtitoimittaja, Savon Sanomat)

Itse mä pidän kiinni siitä, että jos mulla on selkeästi niinku oma uutinen, (-) sit mä sanon, kun mä lähdän töistä kotiin neljän-viiden välillä, tässä juttu, voitte panna verkkoon, mutta panette sitten vasta vaikka kello 20 illalla. (-) Silloinkin panette jotain 700-800 merkkiä ja "lue lisää huomisesta Keskisuomalaisesta". Ja sitten tietysti jos on uutinen-uutinen, valtakunnan läpimeno ja niin, niin sitten ohjeistetaan että se menee verkkoon vasta aamuyöllä.

(printtitoimittaja, Keskisuomalainen)

Verkkotoimittajien mukaan riippuu vuorossa olevan uutispäällikön henkilökohtaisista ratkaisuksista, milloin ja mitkä jutut verkkoon saa laittaa. Puheet oman alueen tärkeiden uutisten julkaisemisesta verkossa viivytyksettä eivät käänny selkeiksi rajoiksi. Toimittajat kokevat linjausten puutteen epämääräisyytenä: verkkolehti tuntuu siten hakevan jopa päivittäin rooliaan paperilehden rinnalla.

Jos joku niistä [uutispäälliköistä] on vuorossa, niin tietää, että välttämättä kovin helposti sä et saa kuumasta uutisesta tehdä illalla verkkoversiota, kuin jos joku toinen on siinä. (-) Jos uutinen haiskahtaa vaikka vähän skuupilta tai jotain, niin sitten aina vähän neuvotellaan. Ja sitten se vähän riippuu henkilöstä, että miten se suhtautuu.

(verkkotoimittaja, Keskisuomalainen)

Muutama printtitoimittaja nostaa esille merkittävän vaaranpaikan liittyen omien uutisten verkkojulkaisuun. Molemmissa toimituksissa on ajoittain sattunut niin, että omasta uutisesta on julkaistu sähkö verkkolehdestä, mutta paperilehden juttupaketti onkin myöhemmin illalla päätetty siirtää kiireellisempien uutistapahtumien tieltä seuraavaan lehteen. Näin verkkolukija on jo lukenut uutisen ja kenties odottaa saavansa siitä lisää tietoa seuraavan aamun lehdestä, mutta paperilehden juttu ilmestyykin vasta ylihuomenna.

Kysymys julkaisuaikatauluista kytkeytyy kysymykseen verkkolehden juttupituuksista. Osa verkkotoimittajista kysyy, miksi sellaisissakin jutuissa, joita ei säästetä seuraavan päivän lehteen, tulisi noudattaa merkkipituutta, kuten erityisesti Savon Sanomissa haastatteluhetkellä tehtiin. Lukijastakin tuntunee merkilliseltä, jos myrskyn kaltaista meneillään olevaa tapahtumaa käsittelevä sähkö päättyy sanoihin ”lue lisää huomista lehdestä”. Verkkouutisten jatkuvat viitteet paperilehden antavat kuvan verkkolehdestä vaillinaisena mediana.

Jos kaikkeen tungetaan vain joku 500-600 merkkiä jutusta ja ”lue lisää lehdestä”, niin minun mielestä siinä rupee pikkuhiljaa syntymään käyttäjille semmoinen mielikuva, että mitä täällä verkossa. Että se juttu on kummiskin kokonaan lehdestä, niin mitä mä täältä verkosta saan.

(verkkotoimittaja, Savon Sanomat)

## 8.4 Yhteistyö Jyväskylän ja Kuopion välillä

Keskisuomalaisen ja Savon Sanomien verkkotoimitukset ovat organisatorisesti yksi toimitusosasto, jolla on yhteinen esimies. Vaikka verkkotoimittajien käytännön työ on varsin itsenäistä ja päivittäisenä esimiehenä toimii paperilehden uutispäällikkö, näkyy heidän työssään yhteisyyskin. Siinä missä paperilehtien uutispäälliköt ja erikoistoimittajat pitävät yhteyttä Jyväskylän ja Kuopion välillä

puhelimitse ja sähköpostitse, ovat verkkotoimittajat kaiken aikaa yhteydessä toisiinsa Skype-ohjelman välityksellä käytävässä keskustelussa.

Kaikkien verkkotoimittajien mielestä yhteistyö kumppanilehden verkkotoimittajien kanssa sujuu hyvin. Jatkuvasti päällä oleva keskustelumahdollisuus helpottaa juttuvaihtoa. Tyypillisimmät vaihdettavat sisällöt ovat suuria tai levikki-alueiden rajalla sattuvia rikos- ja onnettomuussähkeitä sekä yleiskiinnostavia viihdesähkeitä. Myös videoita vaihdetaan. Näin yhteistyö säästää kaikkien verkkotoimittajien mielestä tietyltä määrältä päällekkäistä työtä. Samalla päivän uutisvirtaa on seuraamassa kaksi silmäparia yhden sijasta. Moni verkkotoimittajista ehdottaakin, että Skypen käytöstä voisi olla hyötyä myös esimerkiksi uutispäälliköille.

On paljon juttuja, joita Savossa tehdään, mitkä ei kiinnosta mua yhtään. Siis tottakai.  
(-) Mutta on taas paljon kamaa, jotka, jos meillä olis joku juttu STT:n varassa, saattaa Savolta saada oman jutun.

(verkkotoimittaja, Keski-suomalainen)

Osa verkkotoimittajista kuitenkin huomauttaa, että koska molemmat lehdet panostavat erityisesti verkkolehdistään paikallisuuteen, jäävät yhteistyön konkreettiset hyödyt usein pieniksi. Vaihdettavat sähkeet päätyvät harvoin kovin suuriksi uutisiksi kumppanilehteen.

Suurissa, valtakunnallisissa uutistapahtumissa yhteistyö on kuitenkin osoittautunut tehokkaaksi. Tällaisia ovat olleet esimerkiksi Malagan bussiturma ja suuret urheilutapahtumat. Verkkotoimittajilla on mahdollisuus päivittää toistensa verkkolehtiä, joten poikkeustilanteissa yksi toimittaja on jopa voinut päivittää tietyn aiheen tapahtumista tietoa molempiin lehtiin esimerkiksi ylittöistä tai ulkomailta. Kovin usein näin pitkälle menevää yhteistyötä ei ole toteutettu, mikä saattaa osaltaan johtua siitä, että verkkotoimittajien välinen yhteistyö ei ole vie-



lä arkipäiväisen työsuunnittelun tasolla. Kyse on toistaiseksi ollut yksinomaan valmiiden juttujen vaihdosta.

Jos jompikumpi lehti on siellä paikan päällä ja sieltä tulee videoo ja muuta, niin silloin saadaan ne edut. Että siellä ei tarvi olla molempien. Molemmat julkaistaan ne yhtä aikaa ja toinen tietää minuutin tarkkuudella, milloin sieltä tulee se video tai joku. Tai sitten kun nyt oli nämä jääkiekon MM-kisat, niin siellä oli sitten vain toisesta lehdestä, ja siellä on verkkotaitoinen ihminen, joka päivittää molemmille lehdille.

(verkkotoimittaja, Savon Sanomat)

Yksi Savon Sanomien verkkotoimittajista huomauttaa eräästä teknisestä ongelmasta, jonka merkitys yhteistyön motivoinnille ei ehkä ole aivan vähäinen: Keski-suomalainen sijoittui hänen mukaansa haastatteluhetkellä hakukone Googlen tuloksissa korkeammalle kuin Savon Sanomat. Näin ollen Keski-suomalainen hyötyy myös Savon Sanomien omista uutisista, näyttäytyen Google-hakijan silmissä helposti uutisen alkuperäisenä lähteenä.

## 9 MAAKUNTALEHDEN TULEVAISUUS

Tämän tutkimuksen tarkoitus oli selvittää, millaisia käsityksiä Keski-suomalaisen ja Savon Sanomien toimittajilla on paperilehden ja verkkolehden muodostamasta kokonaisuudesta. Haastattelujen loppupuolella esitin kysymyksen varmuuden vuoksi suoraan. Halusin kuulla, onko kokonaisuudesta puhuminen haastateltujen mielestä yleensä mielekästä.

Kaikki haastatellut vastasivat kyllä, useimmat epäröimättä. Verkkolehti ja paperilehti tukevat jo nyt journalistisina tuotteina toisiaan ja niiden molempien seuraaminen on lukijan kannalta mielekästä. Odotusten mukaisesti moni kuitenkin lisäsi myöntävään vastaukseensa ehtoja: ”kyllä, mutta...”.

Useimpien haastateltavien mielestä paperilehti ja verkkolehti voisivat tukea toisiaan paremminkin. Moni huomautti, että julkaisukanavat puhuvat väistämättä samaa kieltä ja kertovat yhtä tarinaa, koska samat tekijät tuottavat niihin sisältöjä samoista aiheista, samalta levikkialueelta ja samoin kriteerein – mutta että tämä todistaa vain verkkolehden tiiviistä kytköksestä paperilehteen.

Niin ikään julkaisukanavien näennäisestä yhteistyöstä kertovat paperilehden säännölliset verkkoviitteet ja verkkolehden päivittäiset printtiviitteet. Monet haastatelluista ovat kuitenkin sitä mieltä, että paperilehdestä ja verkkolehdestä olisi mielekkäämpää puhua toisiaan tukevana kokonaisuutena, jos niiden sisällöt eriytyisivät tulevaisuudessa toisistaan. Käytännössä tämä tarkoittaisi verkkomaisen sisällön lisäämistä verkkolehdessä ja mahdollisesti myös verkko-toimitusten resurssien kasvattamista. Nykyisin työtavoin nimenomaan verkko-

lehti on riippuvainen paperilehdestä, ei toisin päin. Luonnollisesti riippuvuus on myös, ja kenties ennen kaikkea, taloudellinen.

Tässä luvussa selvitän, mihin haastatellut toimittajat toivovat paperilehden ja verkkolehden välisen yhteistyön kehittyvän. Esiin nousi sekä välitöntä korjaamista vaativia ongelmia että kauaskantoisia haaveita. Kerron myös, millaisena haastatellut näkevät Keskisuomalaisen ja Savon Sanomat kymmenen vuoden päästä eli vuonna 2018. Lopuksi annan heidän vastata kysymykseen siitä, korvaako verkkolehti jonakin päivänä paperilehden kokonaan.

## 9.1 Kehityksen paikkoja ja parantamisen varaa

Tutkimukseen haastateltujen toimittajien selkeä enemmistö uskoo, että maakuntalehtien kahdesta julkaisukanavasta on tulevaisuudessa tehtävä selkeästi omanlaisiaan. Tätä mieltä olivat lähes kaikki verkkotoimittajat ja printtitoimittajienkin enemmistö. Verkkolehdessä on siis julkaistava ensisijaisesti verkonomaista materiaalia ja paperilehdessä puolestaan printinomaista materiaalia. Ainakin kärjistäen tämä tarkoittaa, että verkkolehdestä on kehitettävä ensisijainen uutisväline ja paperilehdestä puolestaan syventävä ja taustoittava väline.

Uutismedian se [verkkolehti] syrjäyttää paperilehden, kyllä mä siitä olen jossain määrin varma. Jos ajattelee urheilua, niin en mä oo semmoisia pieniä lajeja lukuun ottamatta lukenut urheilu-uutisia painetusta lehdestä enää moneen vuoteen. Kyllä ne on aina verkossa ennen jossain. Ei niitä pysty millään pitämään enää skuppeja salassa. Kyllä se enemmän ja enemmän siirtyy muilta osastoilta samanlaiseksi.

(verkkotoimittaja, Keskisuomalainen)

Uutisvälineiden on eriydyttävä toisistaan hieman paradoksaalisesta syystä. Niin kauan kun molempien välineiden selkärankana ovat uutiset, tuntuvat verkkolehti ja paperilehti itse asiassa pikemminkin erillisiltä kuin kokonaisu-

delta. Jos lukijat saavat verkkolehdestä tiivistetyn paketin paperilehden kaikista sisällöistä, eivät monet heistä varmasti tahdo kauaa maksaa samoista sisällöistä paperille painettuna, kuten muutama haastateltu huomauttaa.

Muutama heistä tähdentää, että paperilehden sisällöissä on vähintään yhtä paljon kehitettävää kuin verkkolehdessä, kenties enemmänkin. Verkossa on toki otettava nykyistä paremmin käyttöön verkon omat mahdollisuudet, mutta samalla tulisi antaa nykyistä enemmän arvoa sille sisällölle, jota verkkoon ei laiteta lainkaan. Esimerkiksi sanomalehden erikoissivujen juttuja ei ehkä jatkossakaan kannattaisi tiivistää verkkosähkeiksi, sillä niistä voisi kehittää yhden paperilehden vahvuuksista. Verkkoon voisi silti ideoida esimerkiksi niihin liittyviä vuorovaikutteisia sisältöjä kuten testejä. Tosin sellaisten toteuttamiseen tarvittaisiin toimituksiin nykyistä enemmän verkko-osaamista.

Mä pelkään, että printti ei kehity taustoittavammaksi. Mutta mä tiedän, että verkko kehittyy yhä nopeammaksi ja terävämmäksi, koska siihen satsataan tällä hetkellä useimmissa paikoissa. Mutta siinä on mun mielestä suurempi haaste, että tehtäis oikeasti laatutuote siitä [printti]lehdestä.

(verkkotoimittaja, Savon Sanomat)

Äärimmilleen vietyinä tämä ajattelu johtaisi siis siihen, että verkkolehti syrjäyttäisi paperilehden uutismedian kokonaan. Samalla se saattaisi johtaa siihen, että paperilehdestä tulisi ylellisyysväline. Suurin osa lukijoista nauttisi uutispuuronsa verkkolehdestä, ja paperilehden tilaisivat uutisten taustoista, featurejutuista ja erikoissivuista kiinnostuneet. Lopulta sanomalehti saattaisi lähentyä jopa aikakauslehteä, eivätkä sen juttupituudet ainakaan lyhentyisi nykyisestä. Näin pitkälle meneviä näkemyksiä esitti kolme verkkotoimittajaa.

Nämä toimittajat lisäävät, että paperilehden tilaajamäärien huomattavakaan lasku ei olisi niiden tuho, jos ilmoitukset puolestaan siirtyisivät verkkoon. Mallissa, jossa verkkolehti tarjoaisi lukijoille uutiset ja paperilehti taustat, olisi loo-

gista, että enemmistö ilmoituksista julkaistaisiin verkkolehdessä, jossa lukijoiden massat olisivat. Näin molemmat välineet pysyisivät kannattavina.

Printtitoimittajien keskuudessa usko paperilehden ja verkkolehden sisältöjen eriytymiseen on haastattelujen perusteella pienempi kuin verkkotoimittajien. Mutta siinä missä verkkotoimittajat toivovat verkkolehteä kehitettävän vahvemaksi ja printtitoimittajat epäilevät sen jäävän vielä pitkäksi aikaa nykyiseen rooliinsa, syyttävät molemmat tilanteesta samaa tahoja: ilmoitusmyyntiä.

Sanomalehti on hyvä ilmoitusympäristö. Se tuo sille olemassaololle oikeutuksen, se on taloudellinen tuote. Ja se, että verkko ei tällä hetkellä ole sitä. (-) Jos verkkolehteen ei tule sitä suurta keksintöä, joka alkaa tuoda rahaa, tekee verkkolehden kannattavaksi, niin se ei kehity tästä yhtään mihinkään.

(printtitoimittaja, Savon Sanomat)

Vaikka ansaintalogiikka ei ole tämän tutkimuksen fokuksessa eikä sitä otettu erikseen haastatteluissa esille, nousi verkkolehtien taloudellinen perusta esille useissa haastatteluissa. Haastateltujen mielestä verkkolehteä ei ole markkinoitu ilmoittajille riittävän hyvin, vaikka paikallisuutisten yhä suositumpana lähteenä sen pitäisi olla varsin hyvä ja luonteva ilmoitusala. Koska verkkolehti ei tällä hetkellä toimi ilmoitusalueena, ei sillä ole myöskään ansaintaperustaa. Yksikään haastatelluista ei tunnu kovin vahvasti uskovan, että verkkolehden perussisällöistä tultaisiin koskaan perimään käyttäjämaksuja. Osa panee toivonsa hakupalveluista tai näköislehdestä saataviin tulovirtoihin, mutta suurin osa uskoo nimenomaan ilmoitusten olevan avain verkkolehden kannattavuuteen.

Muutama haastatelluista otti talouskysymyksen esille siksi, että heistä verkon nykyistä parempi hyödyntäminen vaatii liiketoiminnallisia päätöksiä siitä, mitä verkolta itse asiassa halutaan. Halutaanko verkkolehden vain pitävän sanomalehteä tilaamattomat sen brändin piirissä mahdollisimman vähin kustannuksin? Jos, niin sitä tuskin kannattaa kehittää tästä juuri pidemmälle. Vai onko esimer-

kiksi hyväksyttävää tai tulevaisuudessa jopa toivottavaa, että osa lukijoista lopettaisi tilauksensa ja siirtyisi verkkolehden lukijoiksi, jos vastaavasti ilmoittajat saataisiin samalla löytämään verkkolehden?

Rahaahan [verkkolehdellä] tehdään sillä keinolla, että siellä on paljon kävijöitä, jolla voidaan perustella ilmoittajille, että sillä saa paljon kontaktipintoja. (-) Ja sitten jos sinne yritetään hirveästi houkutella kävijöitä, että saadaan mainoksia, niin kävijöitä houkutellaan sisällöillä.

(printtitoimittaja, Keski-suomalainen)

Tietyissä määrin pyrkimys verkkolehden ja paperilehden sisältöjen eriyttämiseen on toki toimituksissa jo voimassa. Osa printtitoimittajista kertoi kokeneensa vaikeaksi, että verkkolehden versioiden toivotaan olevan erilaisia kuin paperilehden juttujen. Heistä arjen toimitustyössä ei usein ole aikaa miettiä useampia näkökulmia samaan aiheeseen. Versioinnin mielekkyys saattaa myös aika ajoin tuntua kyseenalaiselta, jos tekeillä olevat jutut ovat esimerkiksi arkipäiväisiä onnettomuus- ja kuntauutisia. Verkkolehden nykyistä parempi huomioiminen uutistyon suunnittelussa saattaisi auttaa asiaa. Lisäksi sisältöjen eriyttämistä vastaan taistelee se verkkotoimittajien ja esimiehien ajoittain toistama ohje, että uutisjutun kirjoittamisen voisi aloittaa kirjoittamalla tärkeimmän verkkosähkeeksi ja jatkaa siitä sähköistä paperilehden versioksi lihottaen.

Ne [paperilehden toimittajat] mieltää jotenkin sillä tavalla, että sähkö pitäis kirjoittaa jotenkin erikseen kuin se lehteen menevä juttu. Mä taas näen sillä tavalla, että jos sä kirjoitat vaikka 800 merkin sähkö, niin siinä on sitten lehtijutun runko vaikka kassassa, jota sä voit lähteä lihottamaan lehteä varten.

(verkkotoimittaja, Savon Sanomat)

Ehkä lehden johto välillä liikkuu vaarallisilla teillä, kun sanoo, että siitä jutusta vain alku sähköksi, ja sitten kirjoitetaan juttu loppuun. Se muuttaa sitä tyyliä. Verkkojuttu ja lehtijuttu on erillisiä juttuja, ja ne joutuu kirjoittamaan erikseen. En mitään muuta keinoa ole keksinyt, vaikka olen kirjoittanut verkkosähkeitä jo aika pitkään.

(printtitoimittaja, Savon Sanomat)

Puolet haastatelluista uskoo, että verkkojulkaiseminen tulee vaikuttamaan paperilehdenkin uutiskriteereihin ja sisältöihin. Verkon lahjomattomien tietojen

perusteella lukijoita kiinnostavat ainakin verkkolehdeissä paikalliset asiat, mutta eivät ulkomaiden. Osa arvelee, että tämä tulee tarkoittamaan myös niin sanotun viihteellisen aineiston – tai ainakin värikkäämmän ja vauhdikkaamman kirjoittamisen ja taiton – lisääntymistä paperilehdissä. Näin ajattelevia on sekä verkko- että printtitoimittajissa ja molemmissa tutkimuslehdissä. Verkkolehtienhän on joka tapauksessa linjattu olevan paperilehteä kevyempiä ja viihteellisempiä (Hakaniemi 2008). Samansuuntainen tulos voidaan nähdä Jyrkiäisen (2008, 50) tutkimuksessa, jossa yli puolet toimittajista arvioi journalismin analyttisyyden ja kriittisyyden, toimittajien itsenäisyyden ja autonomisuuden sekä ammattietisten sääntöjen noudattamisen vähenevän tulevaisuudessa – ja lähes kaikki uskoivat journalismin elämyksellisyyden ja viihteellisyyden kasvavan.

Jyrkiäisen tutkimuksen tuloksista kannattaa kuitenkin huomata, että vaikka analyttisyyden ja kriittisyyden vähentymistä voitaneen pitää yksiselitteisen negatiivisena kehityksenä, eivät elämyksellisyys ja viihteellisyys välttämättä ole sitä. Tämän tutkimuksen haastateltavista osa joka tapauksessa tähdensi, ettei itse pidä viihteellistymistä hyvänä. Heistä kaikki linjaukset pitäisi perustella journalistisesti, eikä pelkkä lukijoiden kiinnostus voi olla laatulehden julkaisukriteeri tilaltaan rajallisessa paperilehdessään. Jos siis pelkkien verkkojulkaisemisen lukutilastojen perusteella ryhdytään tekemään viihteellisempää paperilehteä, on näiden toimittajien mielestä tehty väärä valinta.

Verkko mahdollistaa helpomman volyymien seuraamisen. Ja volyymien seuraamisen yks yhteen seuraus on monesti se, että keskitytään tosiaan siihen Gaussin käyrän vatsakumpuun. (-) Ja sit kun ajatellaan, että kun samat asiat kiinnostaa verkossa mitkä kiinnostaa lehdessä, niin sittenhän ton väittämän [viihteellistymisestä] vois periaatteessa allekirjoittaa. Mutta mun mielestä se kertoo myös vähän laiskasta ajattelusta johdossa.

(verkkotoimittaja, Savon Sanomat)

En ymmärrä millään tavoin, miten verkko voisi viihteellistää. Lehtien välinen kilpailu tai väärin tulkitut kuvitelmat yleisön käyttäytymisestä voi viihteellistää tai pakottaa lehtien viihteellistymiseen.

(printtitoimittaja, Savon Sanomat)

Toinen puoli haastatelluista on joka tapauksessa toista mieltä. Heistä verkkojulkaiseminen ei ole viihteellistämässä maakuntalehtiä. Siltä tosin voi näyttää, sillä paperilehti on keventynyt kerronnaltaan esimerkiksi juttujen merkkirajojen ja ulkoasulinjausten vuoksi. Tyyli puhdas viihdejournalismo on maakuntalehdissä silti heidän mielestään edelleen pienessä roolissa. Merkittävästi suurempaan rooliin he eivät usko sen nousevankaan, sillä iltapäivälehdet ja viikkolehdet hoitavat esimerkiksi julkkisten seurannan joka tapauksessa heitä paremmin. He siis uskovat uutispainotteisuuden pysyvän maakuntalehden ytimenä, vaikka verkkolehdessä jopa julkkisjuoruihin tartuttaisiin aiempaa innokkaammin. Muutama jopa uskoo, että nykyisistä linjoista tullaan ainakin paperilehdissä palaamaan takaisin uutispainotteisuuteen.

Yhteiskunta pirstaloituu, nuoret hakeutuu eri alakulttuureihin, ja se journalismin haaste on sitten siinä, että niitä kaikkia pitäis jollain tavalla pystyä tyydyttämään. Niin että siinä mä näkisin, että se jossain määrin viihteellistyy, jossain määrin syvälistyy.

(verkkotoimittaja, Keskisuomalainen)

Mulla on semmoinen mielikuva, että nyt aletaan olla siellä viihteellisyyden huipulla. (-) Verkko voi viihteellistyä ok, mutta sanomalehti ei tästä enää paljon voi viihteellistyä. Voi ihmisläheistyä, mutta ei voi viihteellistyä, jos mietitään tämmöistä ihan kärjitettyä viihteellistymistä. Juoruja ja seurapiiritapahtumia ja sellaisia.

(printtitoimittaja, Keskisuomalainen)

Kuten aiemmin on käynyt ilmi, erityisesti verkkotoimittajat toivovat lähitulevaisuudelta selkeyttä omien juttujen julkaisemiseen verkkolehdessä ja parannusta uutistyon suunnitteluun. Muutama tähdensikin, että kaikkein eniten parannettavaa paperilehden ja verkkolehden välisessä yhteistyössä on toimituksen sisäisessä suunnittelussa, ei niinkään lopputuotteissa. Moni kaipaa parempia henkilöresursseja verkkolehdelle ja toisaalta lehdelle yleensäkin: heistä työn kuormittavuutta ei ole otettu huomioon samassa tahdissa kun tekemisen tahti on tiivistynyt ja iltatyöpainotteisuus lisääntynyt. Tämä havainto on tehty monessa laajemmassakin tutkimuksessa (esim. Jyrkiäinen 2008).



Kolmen toimittajan päällimmäiset haaveet monikanavaisen julkaisemisen lähitulevaisuuden kehityksestä olivat kaikkea edellä mainittua välittömämmät. Heiden ytimekäs toiveensa oli, että koko toimitus alkaisi tuottaa materiaalia verkkoon erikseen muistuttamatta – siis siten, kuin jo nyt pitäisi.

Moilasen (2004, 63-68) mukaan sanomalehtien syyt olla verkossa olivat ainakin muutama vuosi sitten hatarat: verkkojulkaisemista perusteltiin imagon tai brändin ylläpitämisellä ja kehittämisellä sekä uuden tekniikan opettelemisella ja sen liiketoiminnallisen hyödyntämisen kokeilemisella. Tässä tutkimuksessa, kenties siis hieman yllättäen, vain kolme toimittajaa tuntui kokevan nykyisen monikanavaisuuden sekavana kenttänä. Nämä kolme kysyivät, ovatko kaikki verkkolehden nykyiset sivuhaarat – esimerkiksi videot, viihdesisällöt, blogit ja keskustelupalstat – todella tulleet jäädäkseen, ja jos ovat, kasvaako niistä hyödyllisiä lisiä maakuntalehden journalismille. Heistä osa rönsyistä pitäisi kenties karsia, jotta ne eivät uuvuttaisi toisiaan alleen.

Mä luulen, että tässä on semmoinen kokeiluvaihe, jossa etsitään ja kokeillaan, että mitä kaikkea siellä verkossa voi olla, ja sitten semmoisesta sillisalaatista sinne valitaan jonkinlainen järkevä kokonaisuus. Että ehkä siellä on just näitä uutissähkeitä ja keskusteluja ja lisäksi semmoista visuaalista, mitä lehdessä ei voi esittää, mutta että onko järkeä laajentaa niinku kaikkeen mahdolliseen muuhun...

AJ: Niin että laittaa sinne kaikkea lehden sisältöä?

- Niin, tai yrittää tehdä sinne kikkailua. Että tulee kaikkea karttapalvelua ja saa sääpalvelulinkkiä joka uutiseen ja kaikkea tällaista.

(printtitoimittaja, Savon Sanomat)

## 9.2 Maakuntalehti vuonna 2018

Kymmenen vuotta on lyhyt aika, mutta verkkojournalismin kehityksessä sitenkin pitkä. Esimerkiksi Savon Sanomien verkkolehti on vasta täyttämässä

ensimmäiset kymmenen vuottaan. Niinpä monet haastatellut kokivat ennustamisen vaikeaksi.

Yksimielisesti he olivat varmoja siitä, että paperilehti on edelleen voimissaan vuonna 2018. Keskisuomalaisen ja Savon Sanomien uskotaan siis julkaisevan kymmenen vuoden päästä paperilehteä ja verkkolehteä kuten nytkin. Paperilehden levikki saattaa olla laskenut, muttei radikaalisti. Vastaavasti etenkin verkkotoimittajat uskovat, että verkosta on tullut nykyistä paljon merkittävämpi tulonlähde. Muutama printtitoimittaja uskoi matkapuhelimiin uutissähkeitä tarjoavista palveluista tulevan tärkeä osa maakuntalehden julkaisu- toimintaa<sup>39</sup>.

Mä luulen, että kestotilaajalle tarjotaan uutiset kännykkään, tulee uutiset ilmaiseksi. Tai jotakin muuta. Se on oikeasti otettava siihen arkeen mukaan, se lukijat. "Savon Sanomat, lue lisää huomista, tässä on jo tämä."

(printtitoimittaja, Savon Sanomat)

Minkälaisia paperilehti ja verkkolehti sitten vuonna 2018 voisivat olla? Enemmistö uskoo, että verkkolehden rooli korostuu nykyisestä<sup>40</sup>. Uutiset julkaistaan verkossa säästelemättä. Verkkolehteä arvostetaan uutisvälineenä, ja toimituksen sisäisiä henkilöresursseja on painotettu sen mukaan. Verkon audiovisuaaliset ja vuorovaikutteiset mahdollisuudet hyödynnetään nykyistä paremmin.

Ainakin nämä uutiset, niin nämä menee yhä nopeammin. Sitten ei enää ajatella, että säästettäis printtiin jotain.

(printtitoimittaja, Savon Sanomat)

Jos nyt ajatellaan, että sitä vuorovaikutteisuutta pitäisi lisätä verkossa, niin onko se sitten, että lukijat jotenkin enempi luo sisältöjä itte? (-) Että ei vain ajatella niitä siellä lu-

---

<sup>39</sup> Keskisuomalainen-konsernissa on jo nyt kokemusta mobiilipalveluista, mutta tuotteet eivät toistaiseksi ole osoittautuneet lukijoiden keskuudessa kovin suosituiksi (Hakaniemi & Salminen 2007).

<sup>40</sup> Vertailun vuoksi: World Association of Newspapersin tutkimuksessa haastatelluista 700 päätoimittajasta 44 prosenttia uskoi, että verkko tulee olemaan vuonna 2018 yleisin uutislähde, 31 prosentin uskoessa paperilehden säilyttävän pääroolin (World Editors Forum 2008).

kijoina, jotka jaksaa lukea vaan loputtomiin erilaisia tekstejä. Vaan ajatellaan enempi niitä osallistujina siellä verkossa. Että se saa ne pysymään siellä.

(verkkotoimittaja, Savon Sanomat)

Vastaavasti paperilehdestä on kehitetty, tai niin ollaan ainakin tekemässä, sellainen taustoittava uutisväline, jota edellisessä luvussa käsiteltiin. Osa epäilee, että uutisia tekevät verkkotoimittajat ja paperilehden analyttisempia, laajempia juttuja tekevät toimittajat on toimituksen sisällä eriytetty. Toisaalta osa haastatelluista pelkää – ja yksi kannattaa – että paperilehdessä noudatetaan sitenkin vielä vuonna 2018 nykyistä lyhyiden juttujen linjaa.

Kyllä Keskarinkin on täytynyt tajuta, että [paperi]lehti on semmoinen taustoittavien uutisten, taustoittava, ei oo niin uutispainotteinen, ei mennä niin uutiset edellä. Kun se idea ei oo kertoo niitä edellisen päivän [uutisia], mistä tietysti pyritään koko ajan pois. Mutta jotenkin sen täytyy perustua siihen, että ihmiset kaipaa taustoittavampaa ja laajempaa semmoista. Kun nyt mennään, koko ajan tuntuu, että lyhyempiä uutisia lehteenkin.

(verkkotoimittaja, Keski-suomalainen)

Muutama epäilee, että paperilehti on uudistettu tabloidiksi tai ainakin muutoksen toteuttamiseen on kymmenen vuoden päästä ”kovat paineet”. Joka tapauksessa paperilehden uskotaan säilyttävän asemansa arvotettuna ja toimitettuna journalistisena pakettina, josta lukijat ovat edelleen valmiita maksamaan. Vaikka lukijakunta vanhenee, eivät Keski-Suomen ja Pohjois-Savon talousalueet ole katoamassa. Yksi printtitoimittaja uskoo, että samaan aikaan kun verkkolehden maakunnallisuus kasvaa todennäköisesti entisestään, saattaa paperilehti vuonna 2018 kilpailla nykyistä enemmän valtakunnallisessa uutisvirrassa.

Näköislehteä pidettiin Ahvenaisen (2004, 78; 91) tutkimuksessa Keski-suomalaisen liiketoiminnan kannalta lupaavimpana sähköisenä tuotteena. Tässä tutkimuksessa näköislehden otti esiin tulevaisuudenodotuksissaan vain kaksi toimittajaa. He olivat siitä täsmälleen päinvastaista mieltä. Toinen uskoo näköislehden suosion kasvavan tekniikan parantuessa ja sen lukemisen helpottuessa.

Toinen taas epäilee koko palvelun olevan käytännössä kuollut vuoteen 2018 mennessä.

Minkä takia joku haluais sanomalehden muotoon puettuja juttuja lukea nettisivulta? Nettisivu on erimuotoinen ja -tyyppinen. Että näköislehti on kyllä mun mielestä ihan käsittämätön mutantti.

(printtitoimittaja, Savon Sanomat)

Näköislehteä ei ole toistaiseksi juuri markkinoitu esimerkiksi haja-asutusalueiden asukkaille tai ekologisista syistä sanomalehdestä luopuville. Tämä saattaa johtua siitä, että uudet tuotteet nähdään edelleen uhkana paperilehdelle, ja näköislehden rooli liiketoiminnan osana on siksi epäselvä (Hakaniemi & Salminen 2007). Itse uskon, että näköislehden aikaa ei ole vielä nähty.

### 9.3 Korvaako verkkolehti paperilehden?

Periaatteessa mulle on aika sama, mistä ne ihmiset journalisminsa kuluttaa.

(verkkotoimittaja, Savon Sanomat)

Hieman yllättäenkin haastateltavat osoittautuivat paperilehden puolustajiksi. Lähes kaikki olivat varmoja, että verkkolehti ei tule kokonaan korvaamaan paperilehteä. Ainakaan se ei tee niin ”meidän elinaikanamme” tai ”nykytekniikalla”. Yksi jopa epäilee, että paperilehteä suuremmissa vaikeuksissa tulee olemaan verkkolehti, jolla on internetissä enemmän kilpailijoita kuin maakunnallisella paperilehdellä omalla alueellaan.

Kyllä tämä haasteellinen alue on, kun katsoo esimerkiksi Ylen ja niitten verkko, tai ylipäätään sähköisten viestinten, ovat kyllä vastanneet haasteeseen journalistisestikin. (-) Kyllä kai nää printit pärjää, mutta miten nää verkkolehdet pärjää omassa sarjassaan?

(printtitoimittaja, Savon Sanomat)

Muutama oli sitä mieltä, että verkkolehti ei voi korvata paperilehteä, koska se ei voi menestyä ilman paperilehden muodostamaa taloudellista perustaa. Suurin osa perusti kuitenkin näkemyksensä ennen muuta journalismiin: verkkolehtien ja paperilehtien käyttötarkoitukset ovat erilaiset. Niinpä niiden luonteet pikemminkin kärjistyvät.

Vaikka sanotaan, että nuoret lukee nettiä ja nuorten lukijoiden saaminen uusiksi lukijoiksi ja tilaajiksi on haasteellista, enkä nyt sitä epäile, mutta on myös semmoisia lukijoita, itse tiedän, että se paperilehden lukeminen on ihan eri perinne. Että sieltä verkosta haetaan tosiaan semmoista nopeeta tietoa, ja sitten taas se lehti kuuluu siihen aamukahvipöytään.

(printtitoimittaja, Keski-suomalainen)

Paperilehden tulevaisuudessa on haastateltavien mukaan paljon kiinni käyttömukavuudesta ja toisaalta tottumuksesta. Nekin, jotka varovaisesti arvioivat verkkolehden saattavan "todella pitkän ajan päästä" korvata paperilehden, uskovat sen riippuvan teknologian kehityksestä. Sähköinen paperi tuli esille useassa haastattelussa. Sen tuloa onkin ennustettu verkkolehtien läpimurrosta asti.

Nykytekniikalla ei [verkkolehti korvaa paperilehteä]. Ei, vaikka ois miten kannettavia tietokoneita kaikilla, niin ei se oo samanlainen. Mutta jos miettii, jos kerta kaikkiaan ois joku pieni, tabloidin kokoinen, siis ihan näin [paperin]ohut, jos sen rullais laukuun ja nappia painamalla sais siihen jonkun lehden. Mutta sitten miettii, että minkä ihmeen takia sillä olis semmoinen rakenne kuin lehdellä nykyään.

(verkkotoimittaja, Keski-suomalainen)

Vain yksi haastatelluista vastasi kysymykseen kyllä. Tämän printtitoimittajan mukaan verkkolehti tulee siis aikanaan syrjäyttämään paperilehden. Hän huomauttaa, että kehitykseen tulevat vaikuttamaan esimerkiksi maailman energiarajojen kulutus ja paperin hinta, jotka molemmat saattavat kohottaa maakunnallisen jakelun kustannukset kohtuuttomiksi. Tosin hän epäili, että tunnuseikat saattavat pitää maakuntalehdet paperisina valtakunnallisia julkaisuja pitempään.

## 10 PÄÄTELMIÄ

Tässä tutkimuksessa selvitin Keski-suomalaisen ja Savon Sanomien toimittajien käsityksiä paperilehden ja verkkolehden tekemisestä rinnakkain keväällä 2008. Uutta verkkolehteä oli haastatteluhetkellä tehty Keski-suomalaisessa noin yhdeksän kuukautta ja Savon Sanomissa noin viisi kuukautta.

Ottaen huomioon, että kyse oli muotoutumassa olevista työtavoista, joita ehdittiin kehittää edelleen jo haastatteluhetken ja tutkimuksen valmistumisen välissäkin, olivat toimittajien kokemukset valtaosin positiivisia. Toimituksissa on edetty verkkojulkaisemisen saralla pitkin askelin, ja osa horjahteluista kuuluu kehitystyön aikana asiaan. Lopputuotteet, paperilehti ja verkkolehti, muodostavat haastateltavien mielestä jo tällä hetkellä kokonaisuuden, joiden molempien seuraaminen on pääosin mielekästä. Verkkolehden tärkeimpänä lisäarvona pidetään reaaliaikaisuutta.

Sen sijaan toimitusten sisällä kahden julkaisukanavan journalismin tekemisessä on yhä runsaasti parantamisen varaa. Koko paperilehden toimitus ei osallistu kummassakaan talossa toivotusti verkkolehden tekemiseen, vaikka monikanavaisen julkaisemisen prosessi onkin erityisesti Keski-suomalaisessa selvästi pidemmällä kuin vielä muutamia vuosia sitten (vrt. Ahvenainen 2004, 76). Ahvenaisen (emt., 96) havainto, jonka mukaan monikanavaisuuden ongelmat johtuvat pikemmin toimitusorganisaatiosta kuin tekniikasta, pitää yhä paikkansa.

Verkkolehteä ei myöskään oteta tarpeeksi hyvin huomioon uutistyoön suunnittelussa, ideoinnissa ja arkisessa työnjohdossa. Tästä kertoo erityisesti se, että äkillisissä ja kiireellisissä uutistilanteissa verkkolehden ja paperilehden välinen yh-

teistyö sujuu paremmin kuin arkipäiväisessä toimitustyössä. Linjaukset esimerkiksi omien uutisten julkaisuaikatauluista ovat vasta vakiintumassa, joten verkkolehden julkaisupäätöksiin vaikuttavat yksittäisten esimiesten ja verkkotoimittajien mielipiteet. Samanlaisen veteen piirretyn viivan muodostavat verkkolehden uutiskriteerit ja uutiskynnys.

Tekniset ongelmat ja resurssitilanne taas estävät toimittajia hyödyntämästä verkon vuorovaikutteisuutta – useimpien teoretikkojen tärkeimpänä pitämää verkkojulkaisemisen ominaispiirrettä – niin hyvin kuin he haluaisivat. Yhden pahimmista ongelmista nykyisissä verkkolehdissä muodostaa keskustelupalsta, jolle pitäisi kaikkien mielestä tehdä ”jotain”, jotta se todella muuttuisi mielekkääksi ja tasokkaaksi journalistisen julkaisun osaksi.

Yleisesti ottaen Keski-suomalaisen toimittajat ovat hieman tyytyväisempiä tilanteeseen kuin Savon Sanomien. Ilmeinen syy on pitempi kokemus verkkolehden tekemisestä. Todennäköisesti osansa on myös sillä, että huomattava osa Keski-suomalaisen nuorista toimittajista on toiminut jossain vaiheessa verkkotoimittajina. Tiedän henkilökohtaisestikin, että jo lyhytaikainen kokemus verkkotoimittajuudesta helpottaa huomattavasti verkkolehden huomiointia uutistyyössä. Savon Sanomissa tällaista työkiertoa ei ole harjoitettu<sup>41</sup>.

Monet haastatelluista korostivat, että ”nuoret” toimittajat eivät näe verkkoa samanlaisena kummajaisena kuin ”vanhat”. Osa haastatelluista piti tästä syystä joitakin kysymyksiä verkkojournalismin vaikutuksista tarpeettomina, koska heidän uransa ajan verkkolehti on aina ollut osa toimitustyötä. Mutta koska haastateltavissa painottuivat nuoret, tuli käsitys oletetusta suhtautumiserosta esiin vain toisen ikäpolven suulla. Todellisuudessa ero voi olla vähäpätöisempi,

---

<sup>41</sup> Sekä Savon Sanomien että Keski-suomalaisen verkkotoimittajat ovat kuitenkin toimineet myös paperilehtiensä uutistoimittajina.

ja verkkoon tässä kuvatussa poikkeavasti suhtautuvat saattavat olla jo poistumassa toimituksista eläkkeelle.

Silti lehtitaloissa on syytä muistaa, että myös nuoret tähdensivät odottavansa paperilehden jutun kirjoittamiselle löytyvän aina aikaa. Monikanavaisen julkaisemisen kuormittavuus on syytä ottaa vakavasti. Jyrkiäisen (2008, 36) mukaan aikataulupaineet, kiire ja stressi ovat jo nyt toimittajien mielestä selvästi suurin ongelma heidän työssään, eikä monikanavaisuus ainakaan vähennä niitä.

### **10.1 Sittenkin kohti parempaa sanomalehteä?**

Historiallisesti uusien viestintävälineiden on lähes aina ennustettu tuhoavan edeltäjänsä. Esimerkiksi television uskottiin tekevän radion tarpeettomaksi ja uhkaavan sanomalehdenkin asemaa. Todellisuudessa uusi väline vain täydensi välineiden valikoimaa ja asettui omaan lokeroonsa edeltäjiensä rinnalle. Tavaltaan televisio myös auttoi selkeyttämään sanomalehden roolia – kenties sen luonnetta paremmin vastaavaksi (ks. Hujanen 2007, 25).

Internet on sekä kirjallinen että kuvallinen väline, jonka omista ominaisuuksista tärkeimmät ovat muihin välineisiin verrattuna ylivoimaiset vuorovaikutteisuus ja yhteisöllisyys. Siksi on kiistatonta, että internet haastaa sanomalehdistön esimerkiksi televisiota suuremmin. Missään nimessä varmaa ei silti ole, että se ajaisi paperilehdet sukupuuttoon – ainakaan siinä tulevaisuudessa, jota tässä tutkimuksessa ylipäätään on mielekästä käsitellä.

Todennäköistä kuitenkin on, että lähitulevaisuudessa yhä useampi taloudellisisa vaikeuksissa painiva paperinen lehti harkitsee Taloussanomien ja sittem-



min Kansan Uutisten viitoittamaa tietä siirtyä kokonaan verkkoon. Samoin voi odottaa lisää Uuden Suomen kaltaisia verkkojulkaisuja. Näiden lisäksi lukijoiden huomiosta ja ajasta kilpailevat kansalaisjournalistiset ja yhteisölliset palvelut, joista Nopola News, Wikinews ja blogit lienevät vasta jäävuoren huippu. Kun verkkojournalismi lopullisesti legitimoii asemansa uutisvälineenä, saattaa elintila paperilehtien verkkojulkaisujen ympärillä käydä ahtaaksi.

Sanomalehdistön on muututtava ajan mukana ja siis myös internetin vaikutuksesta. On täysin mahdollista – haluaisin ajatella, että jopa todennäköistä – että muutos on välineelle kunniaksi, ja että internet osaltaan auttaa selkeyttämään sanomalehden roolin sen perusluonnetta paremmin vastaavaksi. Uutiset eilistä tapahtumista eivät kenties enää kauaa kelpaa aamuisin ilmestyvien paperilehtien ydinsisällöksi, mutta sen sijaan taustoja ja tulevaa valottavalle laatu-journalismille on toivottavasti tilaa tulevaisuudessakin. Samalla paperilehdissä saattavat jatkossa korostua sellaiset sisällöt, joita nykyisin julkaistaan viikonloppusivuilla, erikoisliitteissä ja mielipidepalstoilla.

Vastaavasti verkkolehdestä muodostuisi ensisijainen uutisväline, ellei se sitä jo ole, kuten esimerkiksi Olkinuora (2006, 59) epäilee. Samalla verkkolehti toimisi eloisana vuorovaikutuskanavana toimituksen ja lukijoiden välillä. Kun vuorovaikutteisuus onnistutaan valjastamaan toimitusten käyttöön rapauttamatta ammattitaitoisen journalismin arvoa, hyödyttää se molempia julkaisukanavia. Uutisten taustoja ja muita paperilehdelle ominaisia sisältöjä sen sijaan ei edes yritettäisi lanseerata verkkolehteen, vaikka välineiden rajaa toisinaan esimerkiksi uutisblogeissa tai poikkeuksellisten uutistapahtumien aikaan koeteltaisiin.

Tällaisen työnjaon sanomalehtitoiminnassa verkkolehti ei korvaisi paperilehteä. Kun sisällöt eriytyvät, molempien seuraaminen on jatkossakin mielekästä – ja molemmilla on näin tarkoituksensa.

## 10.2 Yleisö jakautuu, ja hyvä niin

Edellisestä huolimatta on todennäköistä, että tulevaisuudessa yhä suurempi osa lukijoista tekee valinnan kahden julkaisukanavan välillä. Sisällöllisesti nykyisiä viikko- tai aikakauslehtiä lähentelevää paperista sanomalehteä on vaikea kuvitella sellaiseksi koko kansan uutisvälineeksi, jollainen maakuntalehti on Suomessa vuosikymmenien ajan ollut (Salokangas 1998, 54-56). Huomattava osa niistä sisällöistä, joiden perusteella Salokangas kutsuu omaperäistä malliamme ”julkisen palvelun sanomalehdistöksi”, on mennyt tai on menossa verkkoon.

Verkkolehden potentiaalin täydellinen hyödyntäminen tarkoittaa, että sanomalehtien on luovuttava paperilehtien ensisijaisuudesta ja annettava periksi myös omien uutisten säästämisestä paperilehteen. Verkkolehti on vapaa tilasta, ajasta ja paikasta, joihin paperilehti on pysyvästi sitoutunut. Toisiaan tukeakseen välineiden tulee ottaa näistä piirteistä kaikki irti. Samalla toimitusten on hyväksyttävä, että osalle lukijoista verkkolehti riittää uutisvälineeksi jo nykyisellään.

Suomessa kannattaa muistaa, että useissa Euroopan maissa sanomalehdistö ei ole pitkään aikaan ollut yhtä vahva kuin meillä. Suuret yleisöt ovat kuluttaneet uutisensa sähköisistä välineistä. Verkkjournalismi saattaa näin johtaa vain samantapaiseen yleisön jakautumiseen, mikä toisaalla tapahtui jo television myötä. Paperilehtien tulevaisuuden menestykseen vaikuttanevat myös paperin, painon ja jakelun kustannukset sekä ekologiset arvot. Kenties paperilehti nähdään tulevaisuudessa kerskakulutuksena samaan tapaan kuin monet jo nyt suhtautuvat paperisiin vähittäistavarailmoituksiin.

Lehtien onkin hyväksyttävä, että osa lukijoista ei enää tulevaisuudessa tule tilaamaan paperilehteä, mutta he voivat silti säilyä lehden lukijoina verkossa.

Yhä useampi saattaa sitä paitsi jatkossa maksaa paperilehden täydestä sisällöstä näköislehtenä, jos sitä ryhdytään markkinoimaan kannattavana vaihtoehtona.

Lukijakuntien jakautuminen ei koidu sanomalehden kohtaloksi, jos se onnistuu tekemään verkkolehdestään taloudellisesti kannattavan. Sen ei kuitenkaan tarvitse olla sitä omillaan, jos paperilehtiä ja verkkolehtiä tulevaisuudessakin tehdään toimituksissa rinnakkain, kuten Keski-suomalaisessa ja Savon Sanomissa tällä hetkellä. Koska julkaisukanavien sisällöt eivät synny erillisissä toimituksissa, ei kanavien taloudellista toimeentuloakaan ole tarpeen tarkastella erillisinä yksiköinä. Tähän ajatteluun sopii Moilasen (2004, 69) havainto, että sanomalehdissä ollaan siirtymässä fyysiseen muotoon sidotusta tuotenäkemyksestä ajatteluun, jossa sanomalehti on ennen kaikkea sisältöä.

Osa mediakentän toimijoista uskoo yhä verkkolehtien kehittyvän omavaraisiksi ja kannattaviksi muuttamalla uutispalvelut jossain vaiheessa tilauspohjaisiksi. Logiikan mukaan kuluttajat ovat valmiita maksamaan sisällöistä opittuaan niitä seuraamaan, kunhan tuotteita on kehitetty tarpeeksi. Tämän kehitystyön ajan tuotteiden tarjoaminen ilmaiseksi ja ilmoittajien houkuttelevuus mukaan pilkkahinnalla jäisi pelkäksi väliaikaismenettelyksi.

Verkkolehtien muuttamisesta maksulliseksi alettiin syksyllä 2008 jälleen keskustella myös Keski-suomalaisessa ja Savon Sanomissa. Tämän tutkimuksen perusteella en voi suositella tällaista strategista täyskäännöstä. Muuttamalla verkkolehti maksulliseksi menetettäisiin väistämättä suuri osa siitä, mitä verkkolehti uudistuksella on lehdissä suhteellisen lyhyessä ajassa saavutettu. Kävijämäärien jyrkkää laskua seuraisi ilmoitustulojen lasku. Verkkolehden tilaustulot taas jäisivät todennäköisesti vähäisiksi, sillä se tulisi joka tapauksessa tarjota ilmaiseksi paperilehden tilaajille. Keski-suomalaisen ja Savon Sanomien tämänhetkinen näkyvyys Suomen mediakentässä pienenisi, sillä verkkolehdillä on

huomattava rooli lehtien uutisten leviämisessä. Suljetun piirin verkkolehden sisällöllinen kehittäminen tuskin olisi sekään kovin kannustavaa.

Tähän mennessä verkkolehdet, jotka ovat kokeilleet sisältöjensä maksulliseksi muuttamista, ovat joutuneet palaamaan maksuttomuuteen. Vaikuttaakin siltä, että kuluttajien suuntaan kolehtihaavia on turha kuvitella käännettävän. World Association of Newspapersin tutkimuksessa yli puolet päätoimittajista uskoi, että tulevaisuudessa uutiset ovat ilmaisia (World Editors Forum 2008).

Paperilehteä ja verkkolehteä julkaisevan sanomalehtiyrityksen tulot tulevat kuitenkin jatkossakin tilauksista ja ilmoitusmyynnistä. Ilmoitusmyynti vain siirtynee yhä enemmän verkkoon, jossa tulonlähteet monipuolistunevat bannerimyyntistä esimerkiksi kohdennettuihin ilmoituksiin kuten sisältöhakujen yhteyteen myytäviin linkkeihin. Tilausmyynti taas tulee jakautumaan paperilehden ja näköislehden tulovirtoihin. Taustoittavaksi laatuvälineeksi kehittyvän paperilehden tilaushinta tulee todennäköisesti kohoamaan, levikin vastaavasti jonkin verran laskiessa. Internetissä perusuutisista ei tulla maksamaan vielä vähään aikaan, kenties ei koskaan.

Tämä ei tietenkään tarkoita, ettei sisällöllä olisi merkitystä. Mikä muu houkuttelisi lukijat ilmoitusympäristönäkin toimivan verkkopalvelun äärelle, ellei kiinnostava sisältö? Eikä ole sanottua, etteikö lukijoiltakin voitaisi periä kohtuullisia maksuja joistakin palveluista. Sellainen voisi olla esimerkiksi tiettyjen uutisaiheiden valikoidun seuraamisen mahdollistava räätälöinti, joka todennäköisesti yleistyy verkkolehtien ja sähköpostin matkapuhelinkäytön yleistyessä.

### 10.3 ”Kaikki muuttuu, eikä mitään silti menetetä”

Totuuden nimessä on sanottava, että osa edellä esitetystä kehityksestä tuntuu ainakin lähivuosina epätodennäköiseltä. Vuonna 2007 Keski-suomalainen-konsernin liikevaihto kasvoi ja kustannustoiminnan kannattavuus parani (Happonen ym. 2008, 22). Satavuotisjuhlaansa viettäen Savon Sanomien tulos oli yhtiön mukaan yksi sen historian parhaista (emt., 11). Tällaisessa tilanteessa suuria sisällöllisiä muutoksia tuskin nähdään tarpeellisina, vaikka ne pitkällä tähtäimellä saattavat osoittautua suorastaan sanomalehdistön elinehdoiksi<sup>42</sup>.

Verkkolehden ja paperilehden sisältöjen eriytyminen vaatii toimituksilta suuria muutoksia. Tällä hetkellä paperilehtiä on kuitenkin kehitetty jopa päinvastaiseen suuntaan. Jutut ovat lyhentyneet merkkimitoiltaan. Lehden selailtavuutta ja nopealukuisuutta on parannettu taitollisilla ratkaisuilla. Verkossa suositut viihteelliset sisällöt ovat saaneet yhä enemmän palstatilaa myös paperilehdissä. Voisi jopa sanoa, että paperilehdistäkin on tullut ”verkkolehdimäisiä”.

Tämän tutkimuksen haastateltavat uskovat, että verkkojulkaiseminen ja verkkolehden käytön seuranta saattavat osaltaan johtaa toimituksissa päätöksiin, joiden vuoksi molemmat julkaisukanavat viihteellistyvät. He eivät pidä suuntaa hyvänä. Mikäli verkkolehdiltä tahdotaan vain mahdollisimman paljon hiiren-

---

<sup>42</sup> Yhdysvalloissa sanomalehdillä on sen sijaan mennyt jo pitkään huonosti, ja niinpä maaperä alkaa siellä olla kypsä tässä esittämäni radikaalimmillekin muutoksille. Esimerkiksi Stepp (2008) on ehdottanut paperilehden osastojaon täydellistä uudistamista. Hänen visioimansa sanomalehden ensimmäinen osa sisältäisi päivän puheenaiheet analysoituina ja selitettyinä (pääkirjoitukset, kolumnit, yleisönosastot, lainaukset sekä lyhennelmät muiden lehtien ja verkkosivujen sisällöistä). Toinen osa sisältäisi uutiset poimittuna edellisenä päivänä verkossa julkaistuista sisällöistä ja päivitettyinä ajantasaisiksi. Kolmannen osan teemat vaihtuisivat päivittäin, eikä sitä julkaistaisi lainkaan verkkolehdessä. Se sisältäisi siis sellaisia laajempia ja taustoitavia juttuja, joita nykyisin julkaistaan erikoisosastoissa, liitteissä ja ajoittain uutissivuilla.

klikkauksia ja suuret kävijämäärät asetetaan verkkotoimittajien tulokorteissa sisällöllisten arvojen yläpuolelle, ollaan vaarallisella tiellä.

Verkkolehtien viihteellistyminen ei sinällään ole vielä kohtalokasta, jos julkaisukanavien sisällöt samalla eriytyvät. Huolestuttavaa kuitenkin on, jos verkossa kerättyä tietoa lukijoiden kiinnostuksenkohteista ryhdytään soveltamaan sellaisenaan myös paperilehden sisällöllisiin painotuksiin. Jos sanomalehti verkkolehtensä lukuarvojen perusteella luopuu vaikkapa ulkomaansivuistaan paperilehdessäänkin ja korvaa ne viihdesivuilla, se saattaa sahata oksaa itsensä alta<sup>43</sup>.

Verkkolehteä nimittäin käytetään toisiin tarkoituksiin kuin paperilehtiä. Esimerkiksi Boczkowskin (2002, 275-276) yhteenvedon mukaan Yhdysvalloissa vuosituhaten vaihteessa tehdyt tutkimukset osoittavat, että verkkoa käytetään ensisijaisesti viihteellisenä välineenä ja vasta toissijaisesti uutisvälineenä. Tästä taas seuraa, että verkkojournalismi kilpailee pikemmin televisioviihteen kuin paperisten sanomalehtien kanssa. Boczkowski tosin lisää, että samojen tutkimusten perusteella entistä harvemmat amerikkalaiset ovat enää kiinnostuneita uutisista lainkaan, mutta tämä piirre ei liene ainakaan vielä yleistettävissä Suomen mediakulttuuriin.

Yhtä kaikki: verkkolehtien käytöstä huomattava osa on viihteellistä. Myös suomalaisten verkkojulkaisujen luetuimmiksi sisällöiksi nousevat usein aivan toiset jutut kuin ne, jotka toimitus kohottaa perinteisin journalistisin perustein pääuutisikseen. Kärkimedian verkkolehtien käyttäjätutkimuksen mukaan verkko-

---

<sup>43</sup> Mielenkiintoista kyllä, Washington Postin päätoimittajan Philip Bennettin mukaan amerikkalaiset mediat toimivat juuri päinvastoin. Ne käsittelevät verkkojulkaisuissaan huomattavasti enemmän ulkomaita kuin paperilehdissään tai televisiokanavillaan. Bennettin mukaan Washington Post on paperilla yhä paikallisempi ja samaan aikaan verkossa yhä valtakunnallisempi ja kansainvälisempi. Ehdoton enemmistö verkkolehden lukijoistakin tulee levikkialueen ulkopuolelta. Bennett puhui aiheesta Mediapäivillä Helsingin messukeskuksessa 11.4.2008.

lehdistä luetaan ennen kaikkea paikallisuutisia (Kärkimedia 2008). Sipilän (2008, 82) tutkimuksen perusteella verkkolukijoita kiinnostavat erityisesti rikosuutiset. Ulkomaan uutisista verkossa kiinnostavat saman tutkimuksen mukaan vain väkivaltaiset aiheet (emt., 2; 56). Tällaiset aiheet yhdessä viihteellisten sisältöjen kanssa sopivat silmäilymediaan, jota luetaan nopeasti esimerkiksi töiden lomassa kahvitauolle lähtiessä, mutta paperilehdessä toisenlaisillekin aiheille lienee vielä paikkansa. Laadukkaalla journalistisella medially on sitä paitsi oikeus, jopa velvollisuus, nostaa esille myös sellaisia aiheita, joita yleisö ei ennalta osaisi mainita kiinnostuksen kohteinaan. Siten sanomalehti on todella vaarassa menettää suuren joukon lukijoistaan, jos se rajaa verkkolehtensä klikkausten perusteella – vaikka vahingossakin – agendansa ulkopuolelle aiheita, jotka itse asiassa olisivat kiinnostaneet lukijoita paperilehdessä.

Uutistoimisto AP:n teettämän tutkimuksen mukaan jatkuva uutisvirta uhkaa tällä hetkellä turruttaa myös niitä nuoria aikuisia, joiden oletamme tottuneen verkkolehtiä lukemaan (Associated Press 2008, 36-38). Tutkimuksen mukaan heitä uuvuttavat jatkuvat päivitykset ja pienet faktat. Niiden oheen he kaipaavat enemmän taustatietoa ja analyttistä näkemystä tulevasta ja tapahtumien vaikutuksista. Keskusteluissa ja kaveripiireissä nopeasti leviävien kevyiden urheilu- ja viihdeuutisten lisäksi ihmiset etsivät medialta myös päinvastaisia sisältöjä (emt., 46-47). Elleivät he löydä niitä journalistisista medioista, he saattavat nostaa henkilökohtaiseksi tärkeimmäksi uutislähteekseen esimerkiksi television satiiriohjelman (emt., 45). Journalististen joukkoviestinten tulisikin pitää huoli siitä, että ne vastaavat myös lukijoidensa syvällisempien sisältöjen tarpeeseen – tapahtui se sitten verkossa tai paperilla. Onneksi ongelman tiedostamiseen viittaa, että maailman päätoimittajat uskovat mielipidejournalismin ja analyysisivujen merkityksen kasvavan (World Editors Forum 2008).

En usko, että paperilehti menettää tilaajiaan internetin tai verkkolehden ollessa olemassaolon vuoksi. Paperilehdestä, kuten mistä tahansa kestotuotteesta, luovutaan siksi, että sen funktio katoaa (ks Hujanen 2007). Luopuvat lukijat eivät koe paperilehden tarjoavan itselleen mitään, mitä muut mediat eivät jo tarjoaisi, tai eivät enää koe lehdenluvun sopivan heidän arkeensa.

Jos sanomalehden tekijät ovat näiden lukijoiden kanssa yhtä mieltä siitä, että paperisella lehdellä ei todella ole enää funktiota, voi journalismin siirtää kerralla verkkoon vaikka heti. Jos taas olemme eri mieltä, tulee meidän yksinkertaisesti kehittää tuotettamme niin, että ihmiset yhä haluavat siitä maksaa. Juuri siksi paperilehden vahvuuksia tulisi hyödyntää nykyistä rohkeammin – aivan kuten verkkolehden vahvuuksia on jo ryhdytty hyödyntämään. Olkinuoran (2006, 31) mukaan median käyttö näyttää polarisoituvan siten, että ne, jotka lukevat sanomalehtiä, kuluttavat siihen yhä enemmän aikaa. Miksi sanomalehdet vastustaisivat tätä kehitystä kehittämällä paperilehtiäänkin nopealukuisiksi silmäilymedioiksi?

Toki verkkolehden tarjoamalla tiedolla sisältöjen herättämästä kiinnostuksesta voi oikein tulkittuna olla myös positiivisia seurauksia. Poliittisen lehdistön kaudella yleisö valitsi lehtensä poliittisten näkemystensä mukaan ja ainakin jossain mielessä myös odotti siltä sen mukaista sisältöä (Tommila & Salokangas 1998, 129-132). Sitten journalistit ovat vuosikymmeniä saaneet asettaa lukijoilleen agendan valitsemalla ja arvottamalla uutiset lehtiin, jotka ovat jääneet alueidensa ainoiksi. Ehkä yleisö on nyt palaamassa kuninkaaksi, joka päättää, mikä sitä kiinnostaa?

Niin tai näin, yksi yleisöä kiinnostava sisältö tuntuu pysyvän sekä verkossa että paperilla: paikallinen, oman asuinpaikan ja sitä ympäröivän maakunnan näkökulma uutisiin ja puheenaiheisiin. Lopulta juuri tästä syystä on helppo uskoa,



että perinteisillä maakuntalehdillä on vakaa sijansa suomalaisessa mediakentässä myös internetin aikakaudella. Niiden on vain muistettava, ettei kumpikaan tuotteista – paperilehti tai verkkolehti – ole koskaan niin valmis, etteikö sitä tulisi kehittää ajan mukaan edelleen.

*“Everything changes. And nothing is truly lost.”*

(Neil Gaiman: Exiles. The Sandman: The Wake, published by DC Comics in 1997)

## LÄHTEET

### Kirjallisuus

AHLHOLM, Aku (2008): Vielä tovin pakkasella. Päivälehdien verkkoliite kannattaa tappiollisenakin, sanoo uusmediatutkija. *Journalisti* 5/2008, 6.3.2008.

AHVENAINEN (nyk. Hakaniemi), Kirsi (2004): Sanomalehden monikanavainen uutistoimitusprosessi. Tapauksena sanomalehti Keski-suomalainen. Tietojenkäsittelytieteen pro gradu. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.

ALASILTA, Anja (2002): Verkkokirjoittajan käsikirja. Helsinki: Inforviestintä.

AULA, Pekka; MATIKAINEN, Janne & VILLI, Mikko (2008): Verkko yhteiskunnallisena tilana. Teoksessa Pekka Aula, Janne Matikainen & Mikko Villi (toim.), *Verkkoviestintäkirja*, 9-21. Helsinki: Gaudeamus Helsinki University Press / Palmenia.

BECKETT, Charlie (2008): *SuperMedia. Saving Journalism So It Can Save The World*. Blackwell Publishing.

BOCZKOWSKI, Pablo J. (2002): The Development and Use of Online Newspapers: What Research Tells Us and What We Might Want to Know. In Leah A. Lievrouw & Sonia Livingstone (ed.), *Handbook of New Media*, 270-286. London: SAGE Publications.

BOWMAN, Shayne & WILLIS, Chris (2005): The Future Is Here, But Do The News Media Companies See It? *Nieman Reports*, vol 59, No. 4, 5-9.

ESKOLA, Jari & SUORANTA, Juha (1998): *Johdatus laadulliseen tutkimukseen*. Tampere: Vastapaino.

HAKANIEMI, Kirsi & SALMINEN, Airi (2007): Facing the Challenges of Multi-Channel Publishing in a Newspaper Company. *Journal of Cases on Information Technology*, 9(1), 54-72. January-March 2007.

HAPPONEN, Tiina; LINNAVIRTA, Heikki & SIIMES, Anneli (toim.) (2008): *Keski-suomalainen Oyj:n vuosikertomus 2007*. Jyväskylä: Keski-suomalainen Oyj.

HEINONEN, Ari (1997): Sanomalehdistö ja internet – toiveita, huolia, epätietoisuutta. Tampere: Tampereen yliopisto. Sisältyy myös teokseen Heinonen 1999.

HEINONEN, Ari (1998): Raportteja verkkojournalismista. Tampere: Tampereen yliopisto. Sisältyy myös teokseen Heinonen 1999.

HEINONEN, Ari (1999): Journalism in the Age of the Net. Changing Society, Changing Profession. Tampere: University of Tampere.

HEINONEN, Ari (2002): Joukkotiedotuksesta moniviestintään. Teoksessa Aimo Ruusunen (toim.), Media muuttuu, Viestintä savitauluista kotisivuihin, 160-180. Helsinki: Gaudeamus Kirja.

HINTTIKKA, Kari A. (1996): Uusi media – viestintäkanava ja elinympäristö. Teoksessa Minna Tarkka, Kari A. Hintikka & Asko Mäkelä (toim.), Johdatus uuteen mediaan, 2-19. Helsinki: Edita.

HIRSJÄRVI, Sirkka & HURME, Helena (2008): Tutkimushaastattelu. Teema-haastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Gaudeamus.

HUJANEN, Erkki (2007): Lukijakunnan rajamailla. Sanomalehden muuttuvat merkitykset arjessa. Journalistiikan väitöskirja. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.

HUOVILA, Tapani (1998): Digitaalisuus yhdistää välineominaisuuksia uutisessa. Teoksessa Touko Perko & Raimo Salokangas (toim.), Kymmenen kysymystä journalismista, 225-249. Jyväskylä: Atena kustannus.

HUOVILA, Tapani (2001): Uutinen eri välineissä. GSM-sähkeestä taustajuttuun. Helsinki: Inforviestintä.

JYRKIÄINEN, Jyrki (2008): Journalistit muuttuvassa mediassa. Tampere: Tampereen yliopiston tiedotusopin laitos.

JÄPPINEN, Kaija (2008): Verkossa nopeus, printissä tuleva. Suomen Lehdistö 12/2008.

JÄRVINEN, Petteri (2003): IT-tietosanakirja. 2. laitos. Jyväskylä: Docendo.

KALLIONPÄÄ, Katri (2008): Lehtien verkkomainonta kasvoi alkuvuonna hui-maa vauhtia. Talentum kohdentaa verkkomainokset tiettyyn asiayhteyteen. Helsingin Sanomat 20.5.2008.

KARONEN, Pasi (1995): Turun Sanomat ja Laukaa-Konnevesi ilmestyvät verkoissa. Internet houkuttelee myös suomalaisia sanomalehtiä. Suomen Lehdistö 8-9/1995.

KATAINEN, Niina-Maria (2003): Netti-televisio Vision synty ja käyttökokeemukset. Puheviestinnän pro gradu. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.

KEEN, Andrew (2007): *The Cult of the Amateur. How Today's Internet is Killing Our Culture and Assaulting Our Economy*. London: Nicholas Brealey Publishing.

KESKISUOMALAINEN (1998): Sähköisen lehden lukija on 32-vuotias, koulutettu mies. Maakuntalehti esittäytyy omilla erikoissivuillaan verkossa. Keski-suomalainen 1.6.1998.

KUNELIUS, Risto (1997): *Viestinnän vallassa*. 1.-3. painos. Helsinki: WSOY.

KUNELIUS, Risto (2000): Hyvä journalismi? Keskusteluja kiinnostuneiden ja kokeneiden kansalaisten kanssa. Suomen Journalistiliiton mediakriittinen julkaisusarja 5. Suomen Journalistiliitto.

KUUSISTO, Päivi & PIPPURI, Mika (1998): *Verkkojulkaisun eväät*. Tampere: Tampereen yliopisto.

KUUTTI, Heikki (1999): Median arvostus. Mediayleisön arvio valtakunnallisten televisiokanavien ja sanomalehtien laadusta ja sopivasta hinnasta. Mediainstituutin katsauksia 1/1999.

KUUTTI, Heikki (2006): *Uusi mediasanasto*. Jyväskylä: Atena kustannus.

LAPPALAINEN, Tuomo (2007): Kätten työ. Suomalaiset arvostavat hoitajiaan enemmän kuin johtajiaan, paljastaa Suomen Kuvalehden tuore ammattien arvostustutkimus. Suomen Kuvalehti 45/2007.

LINDBLOM, Tomi (2008): Uusi Suomi – uudet kujeet? Verkkomedioiden suhteet elävät vallankumousta. Teoksessa Maarit Jaakkola (toim.), *Journalismikriittikin vuosikirja 2008*, 146-153. Tampere: Journalismien tutkimusyksikkö.

LÄMSÄ, Ville (2007): Sinun sanasi painaa yhä enemmän. Uusi verkkolehti on aiempaa avoimempi. Lukijat voivat nyt kommentoida kaikkea. Keski-suomalainen 9.10. 2007.

- MAJAVA, Jere (2008): Kohti sosiaalista verkkoa. Teoksessa Pekka Aula, Janne Matikainen & Mikko Villi (toim.), *Verkkoviestintäkirja*, 87-97. Helsinki: Gaudeamus Helsinki University Press / Palmenia.
- MCLUHAN, Marshall (1984): Ihmisen uudet ulottuvuudet. Englanninkielinen alkuteos *Understanding Media: The Extensions of Man* (1964). Suomentanut Antero Tiusanen. Kolmas painos. Helsinki: WSOY.
- MERVOLA, Pekka (1998): Suomalaiset ovat sanomalehtien lukijakansaa. Teoksessa Touko Perko & Raimo Salokangas (toim.), *Kymmenen kysymystä journalismista*, 59-78. Jyväskylä: Atena kustannus.
- METSÄMÄKI, Markku (2000): *Verkkopalvelun suunnittelu*. Helsinki: Edita.
- MIETTINEN, Anssi (1995): OtaOnline on Aamulehti-yhtymän ensiaskel tiedon valtatiellä. *Suomen Lehdistö* 4/1995.
- MOILANEN, Panu (2004): Seitsenpäiväiset sanomalehdet verkossa. Lehtien näkemyksiä toiminnastaan verkossa, tuotteistaan ja asemastaan. *Tietojenkäsittelytieteen lisensiaatintutkimus*. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.
- NEGROPONTE, Nicholas (1996): *Digitaalinen todellisuus*. Englanninkielinen alkuteos *Being Digital* (1995). Suomentanut Petteri Bergius. Helsinki: Otava.
- NURMI, Olli (1994): Uusi verkkomedia avattiin Otaniemessä. *Suomen Lehdistö* 11/1994.
- OLKINUORA, Hannu (2000): Sulkakynästä Internettiin, mikä muuttuu? Teoksessa Pekka Aula jne, *Hiiriä ja ihmisiä - kohti viestinnän uutta aikaa*, 119-130. Helsinki: WSOY.
- OLKINUORA, Hannu (2006): *Minne menet media? EVA raportti*. Helsinki: Yliopistopaino.
- PAASONEN, Susanna (2008): Mikä maa, mikä media? *Verkkoviestinnän tutkimus ja mediaymmärrys*. Teoksessa Pekka Aula, Janne Matikainen & Mikko Villi (toim.), *Verkkoviestintäkirja*, 23-41. Helsinki: Gaudeamus Helsinki University Press / Palmenia.
- PARKKONEN, Markku (1997): Suomalaiset paikallislehdet verkossa keväällä 1997. *Verkkojulkaiseminen pienissä lehtiyrityksissä*. *Journalistiikan pro gradu*. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.

PAVLIK, John V. (2001): Journalism and new media. New York: Columbia University Press.

PULKKINEN, Hannu (2008): Utisten arkkitehtuuri. Sanomalehden ulkoasun rakenteiden järjestys ja jousto. Journalistiikan väitöskirja. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.

PYNNÖNEN, Risto (1996): Keskisuomalaisen voi lukea myös sähköisenä. Internetjulkaisu aloittaa maanantaina. Utisia voi lukea jo ennen lehden ilmestymistä. Keskisuomalainen 28.10.1996.

RAHKONEN, Jorma (2008): Lehtien järjestelyt odotuttavat. Mediatalot: Hyvinä aikoina ei ole tarvetta omistusjärjestelyihin, sanoo Keskisuomalaisen väistyvä toimitusjohtaja Erkki Poranen. Savon Sanomat 1.7.2008.

RINKINEN, Jenni (2004): Helsingin Sanomien verkkoliitteen ja kantalehden suhde. Toimittajien näkemyksiä ja kokemuksia. Journalistiikan pro gradu. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.

ROTH, Seppo (2008): Verkkolehti uudistui kokonaan. Savon Sanomat 5.1.2008.

SAARI, Timo (1994): Tietoverkoista löytyy puoli maailmaa. Suomen Lehdistö 3/1994.

SALOKANGAS, Raimo (1998): Epätyypillistä liiketoimintaa? Raha, aate ja palvelutehtävä sanomalehdistön historiassa. Teoksessa Touko Perko & Raimo Salokangas (toim.), Kymmenen kysymystä journalismista, 39-57. Jyväskylä: Atena kustannus.

SANTONEN, Teemu (2004): Four essays studying the effects of customization and market environment on the business success of online newspapers in Finland. Helsinki: Helsinki School of Economics.

SAVON SANOMAT (1998): Savon Sanomat aloitti verkkolehden. Savon Sanomat 15.12.1998.

SAURI, Tuomo (2005): Internet ja cd-rom. Teoksessa Joukkoviestimet 2004, 223-232. Helsinki: Tilastokeskus.

SIPILÄ, Riikka (2008): Internet haastaa uutiskynnyksen. Aineistolähtöinen analyysi Helsingin Sanomien ja Yleisradion luetuimmista verkkouutisista syyskuussa 2007. Journalistiikan pro gradu. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.

SIRKKUNEN, Esa (2008): Vertaismedia haastaa perinteisen joukkoviestinnän. Teoksessa Pekka Aula, Janne Matikainen & Mikko Villi (toim.), Verkkoviestintäkirja, 137-158. Helsinki: Gaudeamus Helsinki University Press / Palmenia.

SPARKS, Colin (1996): Sanomalehti, Internet ja demokratia. Englanninkielinen alkuteos Javnost – The Public -lehdessä, Vol. III (1996). Suomentanut Risto Kunelius. Tiedotustutkimus 4/1996, 20-33.

STEINBOCK, Dan (1997): Verkkobisnes. Internetin kehityskaari, kaupallistuminen ja verkottuminen. Helsinki: Edita.

STEPP, Carl Sessions (2008): Maybe it is time to panic. Why news organizations have to act much more boldly if they are to survive. American Journalism Review April/May 2008.

SUOMEN LEHDISTÖ (1995): Iltalehti aloitti Internetissä. 10/1995.

TOMMILA, Päiviö & SALOKANGAS, Raimo (1998): Sanomia kaikille. Suomen lehdistön historia. Helsinki: Edita.

VILLI, Mikko (2008): Mediakonvergenssi ja verkkoviestintä. Teoksessa Pekka Aula, Janne Matikainen & Mikko Villi (toim.), Verkkoviestintäkirja, 101-120. Helsinki: Gaudeamus Helsinki University Press / Palmenia.

VUORIO, Kaija (2007): Savossa Savon Sanomat. Sanomalehti Savon Sanomat 100 vuotta 1907-2007. Kuopio: Savon Sanomat Oy.

WIIO, Osmo A. (1986): Mistä kaikki alkoi, mihin ollaan menossa? Teoksessa Osmo A. Wiio (2002), Huominen on tänään, 50 vuotta tietotekniikan ennusteita, 117-123. Helsinki: SanomaMagazines.

WIIO, Osmo A. (2002): Huominen on tänään. 50 vuotta tietotekniikan ennusteita. Helsinki: SanomaMagazines.

### **Verkkolähteet**

ALMA MEDIAN HISTORIA (2007). <http://www.almamedia.fi/historia>, viitattu 3.3.2008.

ASSOCIATED PRESS (2008): A New Model for News. Studying the Deep Structure of Young Adult News Consumption. A Research Report from The Associ-

ated Press and the Context-Based Research Group. 2.6.2008.  
<http://www.ap.org/newmodel.pdf>, viitattu 2.11.2008.

JOURNALISTIN OHJEET (2005).  
<https://www.journalistiliitto.fi/Resource.phx/sivut/sivut-journalistiliitto/pelisaannot/journalistinohteet/uudet.htm>, viitattu 3.3.2008.

KERTTULA, Esa (2004): Puhe TeleSammon "kaatajais"-tilaisuudessa Te-  
 liaSonerassa 11.11.2004.  
[http://www.proftel.fi/pdf/TeleSammon%20kaatajaispuhe\\_11-11-04-EK.pdf](http://www.proftel.fi/pdf/TeleSammon%20kaatajaispuhe_11-11-04-EK.pdf), vii-  
 tattu 3.3.2008.

KESKISUOMALAINEN OYJ. <http://keskisuomalainen.com/>

KÄRKI, Heikki (2008): Kiviä heitelty Jyväsjärven jäälle. Ksml.fi, 4.1.2008.  
<http://www.ksml.fi/uutiset/keski-suomi/kivi%C3%A4-heitelty-jyv%C3%A4sj%C3%A4rven-j%C3%A4lle/50905>, linkki tarkistettu  
 7.1.2009.

KÄRKIMEDIA (2008): Laaja tutkimus sanomalehtien verkkosivujen kävijöistä:  
 Verkkolehtien vahvuutena paikallisuus ja sitoutuneet lukijat.  
[http://www.karkimedia.fi/images/stories/content/PDF/kmnetti\\_tiedote\\_17042008.pdf](http://www.karkimedia.fi/images/stories/content/PDF/kmnetti_tiedote_17042008.pdf) sekä lehtikohtaiset tulokset Kärkimedian sivuilla, viitattu 30.5.2008.

LEINER, Barry M.; CERF, Vinton G.; CLARK, David D.; KAHN, Robert E.;  
 KLEINROCK, Leonard; LYNCH, Daniel C.; POSTEL, Jon; Roberts, Lawrence G.  
 & WOLFF, Stephen (2003): A Brief History of the Internet, version 3.32. The  
 Internet Society. <http://www.isoc.org/internet/history/brief.shtml>, viitattu  
 21.2.2008.

LEVIKINTARKASTUS OY (2008a): Lehtien levikkiluvut. 11.6.2008.  
<http://www.levikintarkastus.fi/levikkietokanta/>, viitattu 24.8.2008.

LEVIKINTARKASTUS OY (2008b): Kansallinen mediatutkimus. 16.9.2008.  
[http://www.levikintarkastus.fi/mediatutkimus/KMT\\_Lukijatiedote\\_Syksy\\_2007-Kevat\\_2008.pdf](http://www.levikintarkastus.fi/mediatutkimus/KMT_Lukijatiedote_Syksy_2007-Kevat_2008.pdf), viitattu 6.10.2008.

LICKLIDER, J. C. R. (1963): Memorandum for Members and Affiliates of the  
 Intergalactic Computer Network.  
<http://www.kurzweilai.net/meme/frame.html?main=/articles/art0366.html>, vii-  
 tattu 20.4.2008.



LÄMSÄ, Ville (2008): Kiviäkin kiinnostaa, toinen osa. Merkintä Keski-suomalaisen Virallinen totuus -blogissa 12.1.2008.

<http://www.ksml.fi/mielipide/blogit/kivi%C3%A4kin-kiinnostaa-toinen-osa/55244>, linkki tarkistettu 7.1.2009.

SALMINEN, Harri (1998): Internetin historia. Heureka tekniikanäyttelyn multimediateos. <http://www.nic.funet.fi/index/FUNET/history/heureka/>, viitattu 3.3.2008.

SANOMALEHTIEN LIITTO (2008a): Verkkolehtien määrä kasvanut. 14.1.2008. [http://www.sanomalehdet.fi/uutiset?1620\\_m=1622](http://www.sanomalehdet.fi/uutiset?1620_m=1622), linkki tarkistettu 24.11.2008.

SANOMALEHTIEN LIITTO (2008b): Nuoret lukevat sanomalehtiä sekä paperilta että verkosta. 17.1.2008. [http://www.sanomalehdet.fi/uutiset?1620\\_m=1624](http://www.sanomalehdet.fi/uutiset?1620_m=1624), linkki tarkistettu 24.11.2008.

SANOMALEHTIEN LIITTO (2008c): Oman sanomalehden uutisten luotettavuus. <http://www.sanomalehdet.fi/index.phtml?s=135>, viitattu 30.8.2008.

TALOUSSANOMAT (2008): Yritysesittely. <http://www.taloussanomat.fi/yritysesittely/?rss=navi>, viitattu 24.11.2008.

TILASTOKESKUS (2008): Tieto- ja viestintätekniikan käyttö. 25.8.2008. <http://www.stat.fi/til/sutivi/>, viitattu 24.11.2008.

TNS Gallup (2008): Suomen web-sivustojen viikkoluvut. <http://www.gallupweb.com/tnsmatrix/>, viitattu 24.11.2008.

WORLD EDITORS FORUM (2008): Trends In Newsrooms 2008. <http://www.trends-in-newsrooms.org/>, viitattu 2.11.2008.

### **Taustahaastattelu**

HAKANIEMI, Kirsi (2008). Keski-suomalaisen ja Savon Sanomien yhteisen verkkotoimituksen verkkotuottaja. Savon Sanomien toimitus, 8.5.2008.

## LIITE 1: Tutkimuksessa haastatellut toimittajat

Keskisuomalaisen uutistoimittaja Pauliina Kinnunen, 26, FM.

Kaupunkiryhmässä, seuraa erityisesti Jyväskylän seudun asioita. Pitää lisäksi blogia verkkolehdedessä. Keskisuomalaisen toimittajana noin 4 vuotta, uutistoimituksen lisäksi verkkotoimituksessa ja aluetoimittajana. Haastattelu 14.5.2008 Keskisuomalaisen toimituksessa.

Keskisuomalaisen uutistoimittaja Rai Suihkonen, 34, yo.

Kaupunkiryhmässä, seuraa erityisesti Jyväskylän seudun asioita. Toimii myös uutistuottajien sijaisena. Tausta paikallislehdessä, alalla noin 13 vuotta, joista Keskisuomalaisen toimittajana noin 7 vuotta. Haastattelu 13.5.2008 Keskisuomalaisen toimituksessa.

Keskisuomalaisen rikos- ja oikeustoimittaja Heli Paananen, 28, yo.

Tausta paikallisradiossa, Keskisuomalaisen toimittajana noin 7 vuotta, aiemmin esimerkiksi aluetoimittajana. Haastattelu 13.5.2008 Keskisuomalaisen toimituksessa.

Keskisuomalaisen verkkotoimittaja Heikki Kärki, 28, FM.

Päivittäistyön lisäksi mukana urheilujournalismiin liittyvissä projekteissa. Keskisuomalaisen toimittajana noin 2 vuotta, verkkotoimituksen lisäksi urheilu- ja uutistoimituksissa. Haastattelu 14.5.2008 Heikki Kärjen kotona.

Keskisuomalaisen verkkotoimittaja Mari Hokkanen, 26, tradenomi.

Keskisuomalaisen toimittajana noin viisi vuotta, verkkotoimituksen lisäksi uutistoimituksessa. Haastattelu 3.6.2008 Keskisuomalaisen toimituksessa.

Keskisuomalaisen verkkotoimittaja Ville Lämsä, 25, fil. yo.

Päivittäistyön lisäksi mukana esimerkiksi kuntavaaleihin liittyvissä projekteissa. Keskisuomalaisen toimittajana noin kolme vuotta, verkkotoimituksen lisäksi uutistoimituksessa. Haastattelu 3.6.2008 Keskisuomalaisen toimituksessa.

Savon Sanomien yhteiskuntatoimituksen esimies Vesa Kärkkäinen, 41, yo.

Pitää lisäksi blogia verkkolehdedessä. Työura pääosin taloustoimittajana, Savon Sanomien toimittajana noin 19 vuotta. Haastattelu 20.5.2008 Savon Sanomien toimituksessa.

Savon Sanomien uutistoimittaja Asta Tenhunen, 32, YTM.

Seuraa erityisesti pelastustoimen ja poliisin hälytystehtäviä. Savon Sanomien uutistoimittajana noin 7 vuotta. Haastattelu 21.5.2008. Savon Sanomien toimituksessa.

Savon Sanomien uutistoimittaja Kaija Vuorio, 57, FL.

Seuraa erityisesti kirkkoa ja yliopistoa koskevia aiheita. Työura pääosin historian tutkijana ja kustannusalalla, Savon Sanomien uutistoimittajana noin 10 vuotta. Haastattelu 20.5.2008 Savon Sanomien toimituksessa.

Savon Sanomien verkkotoimittaja Jussi Murtasaari, 31, medianomi (amk).

Päivittäistyön lisäksi mukana verkkolehden videotuotantojen suunnittelussa ja Pekingin olympialaiset -projektissa. Tausta paikallislehdessä ja av-alan tuotantoyrityksessä, alalla noin 7 vuot-

ta, joista Savon Sanomien toimittajana noin 2 vuotta. Haastattelu 21.5.2008 Savon Sanomien toimituksessa.

Savon Sanomien verkkotoimittaja Päivi Saarilahti, 30, tradenomi.

Päivittäistyön lisäksi mukana esimerkiksi kuntavaaleihin liittyvissä projekteissa. Tausta paikallis- ja tiedotuslehdissä, alalla noin 6 vuotta, joista Savon Sanomien toimittajana noin 4 vuotta. Verkkotoimituksen lisäksi aluetoimituksessa. Haastattelu 21.5.2008 Savon Sanomien toimituksessa.

Savon Sanomien verkkotoimittaja Soili Väisänen, 29, medianomi (amk).

Päivittäistyön lisäksi vastasi verkkolehden maraton-teemasivustosta. Tausta paikallislehdissä, alalla noin 6 vuotta, joista Savon Sanomien toimittajana noin 2 vuotta. Verkkotoimituksen lisäksi uutistoimituksessa ja taittavana toimittajana. Haastattelu 27.5.2008 Savon Sanomien toimituksessa. Siirtyi 1.6.2008 Savon Sanomien teematuottajaksi.

## LIITE 2: Haastattelukysymysten runko

### 1. Alkukysymykset

- Kuka olet: ikä, työtehtävä, mahdollinen erityisala, koulutus, työhistoria
- Lyhyesti: Millä tavoin työssäsi näkyy, että työnantajasi julkaisee sekä paperilehteä että verkkolehteä?
- Millaisia sisältöjä teet toiseen kanavaan? (verkkotoimittaja paperilehteen ja printtitoimittaja verkkolehteen)

### 2. Monikanavainen julkaiseminen lukijan kannalta

- Mitä uutta verkkolehti mielestäsi tuo paperilehden lukijalle?
- Kysyn saman toisin päin. Jos lukija seuraa verkkolehteä säännöllisesti, mitä uutta hän saa tilaamalla myös paperilehden?

### 3. Monikanavainen julkaiseminen tekijöiden kannalta

- Onko verkon uutiskriteereillä eroja paperilehden kriteereihin?
- Kenelle verkkolehteä tehdään? Onko yleisö eri kuin paperilehden?
- Millainen on toimituksessanne kahden julkaisukanavan välinen työnjako?
- Millä tavoin otat omassa työssäsi huomioon toisen välineen?
- Millaisissa tilanteissa olet käyttänyt jutuissasi videoita ja kuvasarjoja? Mitä ajattelet niistä sanomalehden journalistisina keinoina?
- Kuka päättää, mihin juttuihin tehdään verkkosisältöjä? Tietääkö toimittaja juttua tehdessään, missä välineessä juttu julkaistaan?
- Millaisissa tilanteissa jutut julkaistaan heti verkossa, millaisissa vasta paperilla?
- Kuinka reaaliaikaista päivittämistä vaativat uutistilanteet hoidetaan? Entä jos verkossa jo julkaistuissa sisällöissä paljastuu epätarkkuuksia tai virheitä?
- Milloin konkreettisesti viittaat verkossa printtiin / printissä verkkoon? Mitä ajattelet tällaisesta sillanrakentamisesta? Toimiiko se?
- Hyödynnätkö tai seuraatko verkkolehtenne keskustelupalstoja?
- (verkkotoimittajilta:) Kuinka Keskisuomalaisen ja Savon Sanomien verkkotoimittajien yhteistyö tapahtuu päivittäisessä uutistyössä? Toimiiko yhteistyö?

### 4. Monikanavainen nykyhetki / käsitykset ja mielikuvat

- Miltä sinusta tällä hetkellä tuntuu tehdä paperilehteä ja verkkolehteä rinnakkain?
- Miellätkö paperilehden ja verkkolehden kokonaisuudeksi?
- Toimiiko kanavien yhteistyö käytännössä? (esimerkiksi uutisoinnin kannalta uutispäivän aikana tai toimitusorganisaation kannalta fyysisesti talossa)
- Onko yhteistyö tällä hetkellä riittävällä tasolla?
- Onko verkkoon kirjoittaminen mielestäsi erilaista kuin lehteen? (aiheet, otsikot, kärjet, juttutyypit, juttupituudet, aiheiden käsittelytavat)

### 5. Maakuntalehden tulevaisuus / odotukset ja haaveet

- Millaiseksi odotat paperilehden ja verkkolehden välisen työnjaon kehittyvän?
- Korvaako verkkolehti paperilehden?
- Vaikuttaako verkko journalismiin suurella mittakaavassa? (esimerkiksi toimittajan työnkuvaan tai uutiskriteereihin)
- Viihteellistyykö journalismi verkon vuoksi? Entä menettääkö luotettavuutensa?
- Millaisena näet Keskisuomalaisen/Savon Sanomat vuonna 2018?
- Haluatko vielä sanoa muuta?