

Kreetta Karvala

## Kaaoksen kesyttäjät

Uutismediat nettimurroksessa 2006–2012



JYVÄSKYLÄ STUDIES IN HUMANITIES 228

Kreetta Karvala

## Kaaoksen kesyttäjät

Utismediat nettimurroksessa 2006–2012

Esitetään Jyväskylän yliopiston humanistisen tiedekunnan suostumuksella julkisesti tarkastettavaksi yliopiston Athenaeum-rakennuksen salissa A103 kesäkuun 14. päivänä 2014 kello 12.

Academic dissertation to be publicly discussed, by permission of the Faculty of Humanities of the University of Jyväskylä, in building Athenaeum, hall A103, on June 14, 2014 at 12 o'clock noon.



UNIVERSITY OF JYVÄSKYLÄ

JYVÄSKYLÄ 2014

# Kaaoksen kesyttäjät

Uutismediat nettimurroksessa 2006–2012

JYVÄSKYLÄ STUDIES IN HUMANITIES 228

Kreetta Karvala

# Kaaoksen kesyttäjät

Uutismediat nettimurroksessa 2006–2012



UNIVERSITY OF JYVÄSKYLÄ

JYVÄSKYLÄ 2014

Editors

Raimo Salokangas

Department of Art and Culture Studies, University of Jyväskylä

Pekka Olsbo, Harri Hirvi

Publishing Unit, University Library of Jyväskylä

Jyväskylä Studies in Humanities

Editorial Board

Editor in Chief Heikki Hanka, Department of Art and Culture Studies, University of Jyväskylä

Petri Karonen, Department of History and Ethnology, University of Jyväskylä

Paula Kalaja, Department of Languages, University of Jyväskylä

Petri Toiviainen, Department of Music, University of Jyväskylä

Tarja Nikula, Centre for Applied Language Studies, University of Jyväskylä

Raimo Salokangas, Department of Communication, University of Jyväskylä

Cover pictures by Police of Finland and Jarno Juuti

URN:ISBN:978-951-39-5723-0

ISBN 978-951-39-5723-0 (PDF)

ISBN 978-951-39-5722-3 (nid.)

ISSN 1459-4323 (nid), 1459-4331 (PDF)

Copyright © 2014, by University of Jyväskylä

Jyväskylä University Printing House, Jyväskylä 2014

## ABSTRACT

Karvala, Kreetta

Kaaoksen kesyttäjät. Uutismediat nettimurroksessa 2006–2012

Jyväskylä: University of Jyväskylä, 2014, 199 p.

(Jyväskylä Studies in Humanities

ISSN 1459-4323; 228) (nid), 1459-4331 (PDF)

ISBN 978-951-39-5722-3 (nid.)

ISBN 978-951-39-5723-0 (PDF)

Research represents a review of the changes in various newsrooms caused by the Internet upheaval between 2006 and 2012. It describes how the journalists, or "the tamers of chaos" reacted on the online revolution and the growing supply of the content made by civic journalists in breaking news situations.

The research focuses firstly on how editorial houses cope with Internet and digital upheaval. Secondly, on how the "chaos" is concretely "tamed" in traditional news work, how amateur footage, eyewitness stories, tips, social media and civic journalists content are being used and valued. Thirdly, the research focuses on organizational level, how the editorial houses analyze the successful news coverage, its objectives and its perceived barriers.

The study was conducted in three parts in 2006, 2007 and 2012 by interviewing journalists, who covered breaking news events (such as the Tsunami, Jokela high school shootings, Utöya etc.) Key media included Finnish Broadcasting Company (YLE), MTV3 and Nelonen's news.

The theoretical basis of my research is the theory of structuration by Anthony Giddens (1984) and the structural model of journalism by Tuomo Möra (1999).

I analyze the interview material with narrative and discourse analysis methods.

The study provides evidence that in six years time, the online world has become the center-point of the news organizations from its very marginal position back in 2006. At that time, media houses and their news desks were significantly more isolated from each other, more bureaucratic and hierarchically organized than in 2012, when the newsrooms lived the social media hype and the newsrooms had become centrally managed with hybrid, multi-platform news desks.

Former news consumers had become net savvy civic journalists and media citizens, who suddenly become vital partners and free content providers for media houses. Especially the Public Broadcasting Company (YLE) felt the need to become closer to the citizens, to become public centric, instead of remaining authority centric.

The commercial media highlighted the economical challenges that the Internet upheaval caused to their result thus directly to their organizations.

Reliability, professionalism, the audience interaction as well as pragmatic organizations were the key discourses that were believed to help news journalism to survive in the future too.

Keywords: Internet upheaval, News, Civic journalism, Organizations, Multimedia

**Author's address** Kreetta Karvala  
Louhentie 5, 00610 Helsinki  
Kreetta.karvala@ilmedia.fi

**Supervisors** Professor Raimo Salokangas  
Department of Communication  
University of Jyväskylä

**Reviewers** Dr. Soc. Sc. Heikki Heikkilä  
School of Communication, Media and Theatre  
University of Tampere

Ph. D. Erkki Hujanen  
Newspaper Kaleva, Oulu

**Opponents** Dr. Soc. Sc. Heikki Heikkilä  
School of Communication, Media and Theatre  
University of Tampere

## ESIPUHE

”Loppujen lopuksi journalistinen taito on sitä, että on vuorovaikutuksessa erilaisten ihmisten ja asioiden kanssa. Se on tarinankertojan ja jutunkertojan taitoa, jotta lukija tai katsoja saa vau-elämyksen. Se on täysin riippumaton mistään teknologian kehityksestä sinänsä.” (Päällikköhaastateltava, 2012)

Sain ensimmäisen vakituisen toimittajapestini vuonna 1997. Kirjoitimme tuolloin jo tietokoneilla juttukäsikirjoituksia, mutta leikkasimme ja lähetimme radiojutut vanhanaikaisesti kelanauhoilta radion kuuntelijoille. Internet ei vielä ollut edes juttuaiheena toimituksessamme, saati että olisimme itse julkaisseet uutisia netissä. Ajauduin pian yleistoimittajan töistä hektisempään uutistyyöhön ja jouduin myös nopeasti uutistoimituksen päällikkötehtäviin. Pikkuhiljaa digitalisointi ja internet murtautuivat käytännön uutismaailmaan. Nettitietoihin pohjautuvan uutisoinnin ja tämän väitöstyön kannalta käännteentekevä tapahtuma oli Aasian vuoden 2004 tapaninpäivän hyökyaaltokatastrofi. Tsunamin jälkeen internet ja kansalaisten välittämä uutismateriaali alkoivat yhä enemmän vaikuttaa päivittäiseen uutistyyöhön. Enää eivät edes ”vanhan liiton” journalistit voineet jäädä sivusta seuraamaan nettimediamurroksen myrskyjä. Internet, digitalisointi ja sosiaalinen media tulivat yhä näkyvämmiin uutisorganisaatioiden ja toimittajien työhön ja arkeen.

Toivon, että tämä tutkimus luo kiinnostavan katsauksen nettimediamurrokseen suomalaismedioissa vuosina 2006–2012. Kuudessa vuodessa on tapahtunut paljon, mutta vaati vielä kaksi vuotta, ennen kuin sain tämän väitöstutkimukseni valmiiksi ja pääsen esittämään kiitokseni seuraaville henkilöille: Professori Jaana Hujanen, kiitos lisensiaatintyöni ohjaamisesta. Kiitokset kuuluvat myös väitöstyöni esitarkastajille, yliopistotutkija Heikki Heikkilälle ja tuottaja Erkki Hujaselle. Erityisen lämpimästi haluan kiittää professori Raimo Salokangasta väitöstyöni ohjaamisesta ja vastaväittäjäni, yliopistotutkija Heikki Heikkilää työni opponoinnista. Väitöstutkimukseni rahoituksesta osoitan kiitokseni Suomen Kulttuurirahastolle, Koulutusrahastolle, Åkerlundin säätiölle sekä Jyväskylän yliopistolle.

Kaikkein lämpimimmät kiitokseni haluan kuitenkin lausua tyttärilleni Ellenille ja Lumille, jotka raikuvalla kannustuksella siivittivät työni sujumista sekä rakkaalle puolisololleni Kaisulle, joka ymmärsi, rakasti ja ruokki yläkerrassa puurtanutta ja toisinaan hieman hajamielistä tutkijaa.

Kreeta Karvala  
Käpylässä 5.5.2014



## KUVIOT

KUVIO 1	Journalismin hierarkkiset tasot (Shoemaker & Reese 1991) .....	66
KUVIO 2	Uutistiedon rakentumisen taustavaikuttajat .....	101
KUVIO 3	Uutismylly isossa uutistilanteessa.....	150
KUVIO 4	Nettimurroksen aiheuttamat nopeuden ja luotettavuuden ristipaineet .....	156

## SISÄLLYS

ABSTRACT

ESIPUHE

KUVIOT JA TAULUKOT

1	JOHDANTO.....	9
2	TUTKIMUSALUE .....	13
2.1	Massat, media ja vuorovaikutus.....	13
2.2	Internet muutti mediamaiseman.....	15
2.3	Digitalisointi yhtenäisti.....	18
2.4	Kansalainen tuottaa tietoa .....	20
2.4.1	Silminnäkijät.....	25
2.4.2	Amatöörikuvaajat.....	26
2.5	Sosiaalinen media jalkautui toimituksiin.....	30
2.5.1	Tuotantoa, jakamista ja vuorovaikutusta.....	30
2.5.2	Perinteinen vai sosiaalinen media.....	33
2.5.3	Toimittajat sosiaalisessa mediassa .....	37
2.6	Mediamurros muutti ansaintalogiikan.....	40
2.7	Uutinen uudessa tilanteessa.....	45
2.7.1	Uutistiedon rakentaminen .....	47
2.7.2	Kriisiuutisen anatomia.....	49
3	TUTKIMUSMATERIAALI JA SEN KÄYTTÖ.....	52
3.1	Päälliköiden ja toimittajien teemahaastattelut .....	52
3.1.1	Teemahaastattelu menetelmänä.....	55
3.1.2	Teemahaastattelu tässä tutkimuksessa.....	56
3.2	Haastattelumateriaalin analyysimetodit.....	61
3.2.1	Giddensin rakenteistumisteoria .....	62
3.2.2	Päämäärärationaalinen juonirakenneanalyysi.....	64
3.2.3	Journalismin hierarkkiset tasot.....	65
3.2.4	Diskurssianalyysi ja sen soveltaminen.....	69
3.3	Uutistoimitus organisaationa.....	73
4	TAPANINPÄIVÄN 2004 TSUNAMI PALJASTI MUUTTUNEEN MEDIAMAISEMAN .....	78
4.1	Tsunamiuutisoinnin kronologia:.....	78
4.2	Aiempi tutkimus .....	80
4.3	Tsunamiuutisointi Ylessä, MTV3:ssa ja Nelosen uutisissa vuoden 2006 haastatteluissa .....	85
4.3.1	Kriisitilanteen toimintakuvaukset toimituksittain .....	86
4.3.2	Ensikäden lähteillä .....	97
4.3.3	Journalismiin vaikuttavat hierarkkiset tasot .....	100

5	JOKELAN KOULUAMPUMINEN 2007: VERKON KASVANUT ROOLI.....	105
5.1	Uutistapahtuman kuvaus ja kronologia.....	106
5.2	Aiempi tutkimus ja kritiikki.....	108
5.3	Jokela-aineiston analyysi .....	110
5.3.1	Nettiuutisointi ja perinteinen media.....	113
5.3.2	Silminnäkijät ja uhrin.....	116
6	VERKKOMURROKSEN TILA VUODEN 2006 HAASTATTELUIEN MUKAAN .....	121
7	MUUTOS 2006–2012: NETTIMURROS KOETETAAN OTTAA HALTUUN UUTISTYÖSSÄ .....	126
7.1	Nettimurros .....	126
7.1.1	Sen merkitys .....	126
7.1.2	Sen murheet.....	133
7.2	Sosiaalinen media .....	136
7.2.1	Johtotason asennemuutos.....	136
7.2.2	Toimittajien rooli .....	143
7.3	Organisaation merkitys uutisoinnin onnistumisessa .....	146
7.4	Uutisoinnin päämäärät .....	152
7.4.1	Nopeus ja luotettavuus.....	153
7.4.2	Kiinnostavuuden nousu .....	159
7.5	Kansalaiset uutistytössä.....	161
7.5.1	Vuorovaikutteista journalismia .....	162
7.5.2	Kansalaisten status ja positiot uutisissa .....	168
7.5.3	Kansalaisten kuvat ja videot .....	172
7.6	Uutisten tulevaisuus: luotettavuus ja ainutlaatuisuus .....	175
7.7	Mistä rahat? .....	179
8	KAAOKSEN KESYTTÄJÄT.....	181
	KIRJALLISUUS.....	188
	LEHTIARTIKKELIT .....	196
	SÄHKÖISET LÄHTEET.....	197

# 1 JOHDANTO

Tutkin väitöskirjassani *Kaaoksen kesyttäjät, Uutismediat nettimurroksessa 2006–2012* sitä, miten journalistit eli ”kaaoksen kesyttäjät” suhtautuivat nettimurrokseen ja kansalaismateriaalin kasvavaan tarjontaan ja käyttöön isoissa uutistilanteissa kuuden vuoden aikana. Tutkimukseni keskiössä ovat toimitusten organisaatiokulttuuriset käytännöt erityisesti isoissa uutistilanteissa eli se, miten tätä netti- ja digimurroksen aiheuttamaa ”kaaosta” kesytetään käytännön uutistystyössä. Milloin journalistit kokivat nettimurroksen tulleen konkreettisesti uutistystyön arkeen ja organisaation tasolle, ja miten toimitukset muuttivat käytäntöjään ja ajattelutapojaan suhteessa kansalaisten tuottamaan uutismateriaaliin.

Nettimurroksen ja erityisesti kansalaislähteiden käytön suhteen uutisoinnin historiallinen käännekohta oli Aasian vuoden 2004 tapaninpäivän tsunami-katastrofi. Yli kaksisataatuhatta ihmisiä surmanneessa hyökyaallossa menehtyi myös 179 suomalaista, joten se oli suurin Suomea kohdannut onnettomuus sodan jälkeen. Myös uutisrintamalla tsunami oli poikkeuksellinen tapahtuma. Katastrofi näytti toteen, että perinteisten kotimaisten uutisvälineiden välittämä tieto ei ollut riittävän tarkkaa eikä kertonut tarpeeksi kattavasti suomalaisten kohtaloista (Tiedonkulku ja viestintä Aasian hyökyaaltokatastrofissa 2005). Lisäksi suomalaisten viranomaislähteiden varmistama tieto oli hidasta, ja siksi myös tapahtumiin nähden varsinkin kriisin alussa paikkansa pitämätöntä. Viranomaistietojen rinnalla tsunamiuutisoinnissa alkoi korostua kansalaisten itse tuottama informaatio: silminnäkijäkertomukset, kuvat, videot, netistä löytyvät uhr tiedostot. (Mörä 2005; Salmela 2008.) Nämä nettiä hyödyntäneet epäviralliset kansalaisverkostot myös tuottivat kriisin ensimmäisinä päivinä tarkinta tietoa suomalaisten kohtaloista (Salmela 2008). Sama asia on todettu myös kansainvälisesti, World Disasters Report (2005) kertoo, että Aasian tsunami oli käännekohta internetin, tekstiviestien ja ihmisiltä toisille kulkevan informaation välityksessä. Käytännössä myös kaikki tsunamin tärkeimmät uutiskuvat ja videot olivat tavallisten ihmisten ottamia (Andén-Papadopoulos & Pantti 2011).

Tsunamikatastrofin uutisointi toimi suunnannäyttäjänä, joka mullisti isojen uutistilanteiden uutisoinnin ja seurannan. Trendi jatkui muun muassa Lontoon vuoden 2005 pommi-iskuissa. Tuolloin medialta estettiin kokonaan pääsy

tapahtumapaikalle Lontoon metroon, ja ainoat saatavilla olevat uutiskuvat ja -videot saatiin metrosta pakenevien ihmisten kännyköistä. Pommi-iskuissa nähtiin laajassa mitassa ensi kertaa se, kuinka perinteinen media rakensi uutisointia yhdessä kansalaisreporttereiden kanssa. Vielä suurempi kansalaisreporttereiden hyökky nähtiin maailmalla seuraavana vuonna hurrikaani Katrinan kohdalla, jolloin ihmiset lähettivät uutistoimituksiin tuhansia kuvia, videoita ja kertomuksia hurrikaanin aiheuttamista tuhoista. Metroisku ja Katrina leimasivat uutistapahtumina se, että valtavirtamediat nojasivat nyt ennennäkemättömällä tavalla kansalaisten tuottamaan uutismateriaaliin. Pelkästään CNN sai Katrinan aikaan yli kolme tuhatta sähköpostia: kuvia, videoita sekä silminnäkijätodistuksia hurrikaanin tuhoista. (Andén-Papadopoulos & Pantti 2011.)

Suomessa kansalaisten kasvava panos uutisoinnissa koettiin tsunamin jälkeen erityisesti koulusurmissa Jokelassa (2007) ja Kauhajoella (2008). Molemmissa koulusurmatapauksissa pelkästään Iltalehden uutistoimitukseen tulvi kansalaisilta satoja uutisvinkkejä, nettilinkkejä ja kuvia ampujista, uhreista ja tapahtumien kulusta. Kansalaisvinkkitulvaa seulomaan täytyi toimituksessa organisoida väkeä aivan uudessa mittakaavassa aiempiin uutistilanteisiin verrattuna. Jokela oli Suomessa myös verkkouutisoinnin käännekohta. Kaikki merkittävät suomalaismediat rynnistivät tuolloin voimalla verkkoon ja uutisoivat tapahtumista lähes reaaliaikaisesti, vaikka viranomaistietoja oli niukasti saatavilla. Etenkin alkuvaiheessa koulusurman uutisointi nojasi pitkälti silminnäkijöiden tietoihin.

Jokela oli myös makaaberilla tavalla käännteentekevä uutistapahtuma kansalaisten tuottaman amatöörimateriaalin käytön suhteen, koska kouluampuja levitti tarkoituksella kuvia ja videoita nettiin, ja mediat myös käyttivät niitä laajalti uutisissaan. Jokela oli ensimmäinen kotimainen uutistapahtuma, joka rakentui lähes kokonaan internetin ympärille: Ensimmäinen koulusurmaviesti levisi ensin verkon kautta. Verkon kautta myös jaettiin laajalle yleisölle viestiä uutistilanteen kehittymisestä. Netissä myös rakennettiin rituaalista tunnepohjaista yhteisöllisyyttä sekä perinteisen että sosiaalisen median alustoilla. (Sumiala & Tikka, 2009, 8.)

Vuonna 2012 kansalaisten välittämistä uutistiedoista, kuvista ja vinkeistä oli tullut yhä useammassa toimituksessa arkea, joka on olennainen osa kaikkia isoja uutistapahtumia. Uutisten toimitusrutiineihin kuului nyt myös epävirallisten nettitietojen seulominen ja sosiaalisen median aktiivinen seuranta. Sosiaalisen median voimallisen rantautumisen myötä epävirallisista nettitiedoista on tullut uutisissa eräänlainen vuorovaikutteinen uutisprosessin osa, jossa uutisia ja puheenaiheita sekä etsitään että jaetaan yhteisöllisesti.

Tässä työssä tutkin sitä, miten merkittävänä nettimurros on toimituksissa käytännön tasolla koettu vuosina 2006–2012. Miksi murros tapahtui toimituksissa niin kuin se tapahtui ja minkälaisia organisaatiokäytäntöjen muutoksia murros aiheutti. Lisäksi analysoin, miten nämä organisaatiotason uudet käytännöt ovat vaikuttaneet uutistyön arkeen, uutistyössä tavoiteltuihin päämääriin ja koettuihin esteisiin sekä kansalaisten arvostukseen ja erilaisiin rooleihin käytännön uutistilanteissa. Keskeisenä tavoitteena on selvittää internetme-

diamurroksen esiin nostamia organisaatiotason toimituskulttuurisia muutoksia isojen uutistilanteiden toimituskäytännöissä.

Konkreettisten uutistilannekuvausten avulla tutkimukseni analysoi toimistusten uutisoinnin päämääriä, keinoja, vastustajia sekä organisaatiotason esteitä, ja näissä päämäärissä ja keinoissa esiintyviä painotuseroja kuuden vuoden aikana. Journalistahaastattelujen avulla etsin toimituskulttuurisia syitä sille, miksi toimitukset käyttävät uutislähteitään niin kuin käyttävät, ja mitä mahdollisia muutoksia lähdepainotuksissa on tapahtunut tutkimusajanjakson aikana. Haluan myös nostaa esiin onnistunutta uutisointia kuvaavia keskeisiä päämäärädiskursseja sekä näissä diskursseissa mahdollisesti tapahtuneita muutoksia vuosina 2006–2012.

Sisällöllisesti tavoitteenani on tutkia organisaation toimituskulttuurin liittyviä syitä sille, millä perusteilla uutistoimitukset kertovat käyttävänsä kansalaisilta ja netin epävirallisilta sivustoilta saatua materiaalia uutisoinnissaan ja mitä mahdollisia riskejä toimitukset kokevat tällaisten epävirallisten lähteiden käytössä. Tutkin myös miten kansalaismateriaalin käyttö ja kansalaisille annettu statuspositiot ovat muuttuneet vuosina 2006–2012 sekä sitä, miten nämä kerrotut muutokset heijastuvat toimitusten ja yleisön keskinäisiin vuorovaikutussuhteisiin.

Aiemmin journalistit miellettiin vallan vahtikoiriksi, jotka valvoivat kansalaisten puolesta päättäjien toimintaa ja raportoivat epäkohdista ylhäältä medialinnakkeistaan. Nykyisin kansalaiset suoltavat yhä useammin itse ensimmäisiä uutistapahtumakuvauksia sosiaaliseen mediaan ja vahtivat myös median uutisointia sosiaalisen median välityksellä. Haluan väitöstutkimuksessani selvittää journalistihaastattelujen avulla myös sitä, kokevatko journalistit, että heidän perinteinen asemansa on nettimediamurroksen myötä muuttunut. Onko entisistä median portinvartijoista, jotka päättivät mitä kansan oli hyvä sinä päivänä maailmasta tietää, tullut nettimurroksen myötä verkossa liikkuvan tiedon ja puheenaiheiden tarkkailijoita ja raportoijia? Analysoin myös miten journalismi kokee lunastavansa paikkansa alati lisääntyvän nettitiedon ja sosiaalisessa mediassa jaettavan informaatiotulvan puristuksessa.

Käyttämäni haastattelumetodi on puolistrukturoitu, koska tutkimukseni tavoitteena on saada journalistien itsensä rakentamaa tietoa isojen uutistilanteiden toimituskäytännöistä ja kansalaislähteiden ja internetin merkityksestä. Tein tätä tutkimusta varten kolme haastattelukokonaisuutta kuuden vuoden aikana. Vuoden 2006 ja 2012 haastattelut on kerätty samoista toimituksista (Nelonen, Yle ja MTV3), ja samoilta henkilöiltä tai vastaavissa tehtävissä toimineilta henkilöiltä (2x17kpl). Tämä seuranta-aineisto mahdollistaa mielenkiintoisen tutkimuksellisen reflektiopinnan aineistojen vertailuun. Vuonna 2007 tehty Jokela-haastattelu on oma kokonaisuutensa. Siihen haastattelin neljän eri valtamedian 11 eri toimittajaa, jotka osallistuivat keskeisesti Jokela-uutisointiin. Teoreettisena lähtökohtana tutkimuksessani on Anthony Giddensin (1984) rakenteistumisteoria. Sen mukaan uutistoimitukset joutuvat toimimaan erityisesti kriisin alussa käytännön tietoisuuden tasolla eli nopea työskentely nojaa lukuisiin ääneen lausumattomiin sääntöihin, arvoihin ja normeihin, joiden avulla toimitus ope-

roi. Pyrin analysoimaan tätä toimitusten käytännön tietoisuutta teemoittamalla haastattelupuheita diskurssianalyttisten menetelmien ja päämäärarationaalisen juonirakenneanalyysin avulla.

Esittelen tutkimuksessani ensin uutistoiminnan kannalta keskeiset kansalaismateriaalin käyttöön ja nettimurrokseen liittyvät teemat ja käsitteet. Tämän jälkeen pureudun teoreettisiin ja metodologisiin ratkaisuihin. Analyysiosiossa kuljen haastattelujen mukana ensin Aasian tsunamin kautta Jokelaan ja lopuksi vuoden 2012 uutiskäytäntöihin. Tutkimukseni yhteenvedossa esittelen vielä kootusti työni tulokset ja tarkastelen journalismin tulevaisuuteen liittyviä teemoja.

## 2 TUTKIMUSALUE

Esittelen seuraavaksi uutistoiminnan ja kansalaismateriaalin käytön suhteen tutkimukseeni liittyvät keskeiset teemat ja käsitteet.

### 2.1 Massat, media ja vuorovaikutus

Medium-sana ja sen monikkomuoto media juontuvat latinan kielestä. Medium tarkoittaa keskikohtaa, välissä olevaa. Suomessa puhumme yksikössä mediasta ja monikossa medioista. Yleisimmässä merkityksessä media viittaa joukkoviestintään (mass media), joista alettiin puhua 1900-luvun alkupuolella. Silloin lehdistö sai rinnalleen uusia viestinnän muotoja kuten radion ja elokuvan. (Seppänen ja Väliaverronen 2012, 22; Williams 1983, 72.) Massamediat viestivät yhdeltä monelle eli lähettävät viestinsä laajalle joukolle samanaikaisesti. Massamedian käyttö on luonteeltaan passiivista, koska viestintä on yksisuuntaista ja aikataulutettua. Asiahyteydestä riippuen media-sana voi myös tarkoittaa viestinnän kenttää yleisesti, tai vain tiettyä viestintävälinettä: televisiota, radiota, sanomalehteä tai nettiä. Media voi tarkoittaa myös tiettyä viestintämuotoa, kuten kuvaa, ääntä tai tekstiä, tai yksittäistä media-alan yritystä. Viestinnän muotojen moninaistuminen on tehnyt media-käsitteen täsmällisen määrittelyn nykyaikana haastavaksi. (Seppänen ja Väliaverronen 2012, 22.)

Seija Ridellin (1994) mukaan joukkoviestintä voidaan jäsentää kolmen eri merkityksen avulla. Ensimmäinen on siirtojäsenitys, jossa joukkoviestintä ymmärretään tiedonvälityksenä eli informaation jakamisena. Toinen jäsenitystapa on hermeneuttinen, siinä joukkoviestintä jäsenyy yhteisten merkitysten avulla tapahtuvaksi inhimilliseksi viestinnäksi. Joukkoviestintä voidaan jäsentää myös sosiaalisten suhteiden kautta tapahtuvaksi vuorovaikutukseksi, jossa korostuu viestinnän yhteisyys. (Ridell 1994, 49.) Sisällöllisesti joukkoviestintää voidaan tarkastella muun muassa journalismin yhteiskunnallisten tehtävien avulla. Kuneliuksen (2000) mukaan niitä ovat tiedonvälitys, tarinoiden kertominen, julkisen keskustelun ylläpitäminen ja asettuminen julkisen toiminnan resurssiksi.



Nykyinen internetin mediamaisema on monimuotoisempi ja pirstaleisempi kuin perinteistä joukkoviestintää harjoittavien massamedioiden, vaikka netistä löytyvät nykyisin myös kaikki perinteiset mediat. Suurin osa kaikista nettisivustoista on kuitenkin yleisön määrällä mitattuna mikrokokoisia. Netin käyttö eroaa perinteisistä yksisuuntaisista joukkoviestimistä myös siinä, että viestit liikkuvat monelta monelle ja internetin käyttö on useimmiten aktiivista toimintaa eikä vain passiivista vastaanottoa. Myös media-sanan merkityskirjo on internetin myötä laajentunut, nykyisin puhutaan yhä enemmän sosiaalisesta mediasta.

Käynnissä olevaa mediamurrosta kuvastaa hyvin se, että Suomessa elää tällä hetkellä varsin erilaisin mediakokemuksin varustettuja ihmisiä. Vielä 1950-luvulla tärkeimmät mediat olivat radio, lehdet ja kirjat. Seuraavalla vuosikymmenellä televisio valloitti olohuoneet. 1980-luvulla syntyneet lapset puolestaan kasvoivat yhdessä internetin kanssa ja 2000-luvun alussa lapsuutensa viettäneet ovat varttuneet sosiaalisen median maailmassa. Mediamurroksille on kautta historian ollut leimallista se, että murroskohdat ovat tapahtuneet teknologisen kehityksen siivittäminä: ensin keksittiin painokone, sitten lennätin, näitä seurasivat puhelin, radio, tv, internet ja erilaiset mobiililaitteet. Teknologiamääritelmän pohjalta käytän media-sanasta määritelmää, jonka mukaan media viittaa ennen kaikkea sellaiseen viestintään, joka tapahtuu erilaisten teknisten laitteiden välityksellä. Taustaoletuksena on tietysti se, että kaikki teknologiat asettuvat osaksi ihmisten toimintaa ja saavat merkityksensä vasta sosiaalisissa käytännöissä ja ihmisten välisessä vuorovaikutuksessa. (Seppänen ja Väliiveronnen 2012, 23.)

Median olemuksen ja erityispiirteiden ymmärtämiseksi sitä kannattaa tarkastella eri näkökulmista, kuten on tehnyt muun muassa yhdysvaltalainen mediatutkija Joshua Meyrowitz. Hän on jaotellut mediaa koskevat käsitykset kolmen eri metaforan kautta. Ne ovat: kanava, kieli ja ympäristö. (Meyrowitz 1999; Väliiveronnen 2000.) Kaikkein tunnetuin mediametфора on kanava. Kanavassa sanomat kulkevat paikasta toiseen, lähettäjältä vastaanottajalle. Klassisina esimerkkeinä kanavista ovat radio ja tv. Kanava-ajatuksen taustalla vaikuttaa viestinnän prosessimalli, joka näkee viestinnän liikenteen kaltaisena toimintana. Meyrowitzin toinen metafora, kieli, kiinnittää huomiota viestinnän muotojen välisiin eroihin. Kielen näkökulmasta eri medioita on tutkittu omaleimaisina ilmaisumuotoina, joilla on omat kielioppinsa. Esimerkiksi television kerronnassa kuvakulmien, kuvakokojen ja leikkaustapojen muutoksilla saadaan aikaan varsin erilaisia lopputuloksia. Myös uutiskerronnassa sama uutinen voidaan kirjoittaa esimerkiksi sähkömäisenä tekstinä tai vastaavasti tarinalliseen muotoon kirjoitettuna kuvailevana tekstinä.

Medioista voi myös erotella niille ominaisia lajityyppejä eli genrejä, jotka pohjautuvat erilaisiin ilmaisukeinoihin ja tapoihin puhutella yleisöä. Mediatuottajille on itsestään selvää, että heidän pitää ottaa eri medioille ominaiset piirteet huomioon sanomia välittäessään. (Seppänen ja Väliiveronnen 2012, 24.) Uutistyyössä tämä näkyy nykyisin muun muassa siinä, että tuottajat miettivät, minkälainen juttu sopii nettiin ja mikä lehteen, minkälainen versio nettitelevisi-

oon ja mikä puolestaan tv:n uutislähetykseen. Kolmas Meyrowitzin mediametaphora hahmottaa viestimet ihmisten välisen vuorovaikutuksen ympäristöksi. Kie- len metaforan tavoin se on kiinnostunut medioiden eroista erityisesti ihmisten välisten suhteiden ja vuorovaikutuksen näkökulmasta (Meyrowitz 1994). Kaikki kolme metaforaa ovat tärkeitä ja kiinnostavia puolia viestinnän ja median suhteesta, mutta ovat nykyään rajoittuneita.

Kun internet astui ihmisten elämään laajamittaisesti 2000-luvulla, se mullisti monella tapaa median kuluttamisen ja ihmisten välisen vuorovaikutuksen. Olemmisen kysymys tähän liittyen on myös se, voiko internetiä ylipäätään pitää itsenäisenä mediana, koska se on niin monimuotoinen ja voi sulattaa minkä tahansa muun median itseensä. Internetin voi kyllä nähdä myös itsenäisenä mediana, mutta hedelmällisempää ja kuvaavampaa on puhua siitä pikemminkin tilana tai alustana kuin varsinaisena mediana. Nykyinen mediamaisemamme jäsentyy pitkälti juuri internetin kautta. Siitä on tullut keskeinen ihmisten välisen vuorovaikutuksen ja viestinnän ympäristö. (Seppänen ja Väliaverron 2012, 24–25.)

## 2.2 Internet muutti mediamaiseman

Internetiä (interconnecting networks) voidaan pitää yhtenä aikakautemme suurimmista keksinnöistä. Internet sanana tarkoittaa verkkojen välistä (inter net) tiedonsiirtoa tai tiedonsiirtoa erityyppisten aliverkkojen välillä. Tekniikan kehittyminen, tiedonsiirron nopeutuminen ja digitaalisten sisältökokonaisuuksien syntyminen ovat muuttaneet ihmisten ja yritysten toimintaa enemmän kuin moni osasi ennustaa. Aluksi vain tutkijoiden ja tieteentekijöiden internetistä on kasvanut koko kansan netti. Nettimurroksen nopeaa laajentumista kuvaa se, että vuonna 1994 internetiin oli kytkettyä noin kaksi miljoonaa tietokonetta ja kymmenen vuotta myöhemmin jo 285 miljoonaa. (Lindholm 2009, 15.)

Myös perinteiseen mediamaisemaan internetin tuoma mullistus on ollut suuri. Monien journalistien mielestä jopa suurempi kuin radion ja tv:n aikana tuoma muutos. Perinteisten julkaisukanaviensa lisäksi uutismediat julkaisevat nykyisin tapahtumat reaaliaikaisesti tai lähes reaaliaikaisesti erilaisilla digitaalisilla alustoilla: omilla nettisivuillaan, ja mobiili- ja tablettipalveluina sekä useissa sosiaalisen median palveluissa. Yhä useammin myös kansalaisilla on mukanaan suorilla nettiyhteyksillä varustettuja, kuvaa ja ääntä tallentavia laitteita, joilla he voivat lähettää materiaalia nopeasti sosiaaliseen mediaan tai vaihtoehtoisesti perinteisiin uutistoimituksiin.

Uutinen ei enää ole vain kerran päivässä ilmestyvä lehtijuttu tai tietynä aikana televisiosta lähetettävä uutinen. Nettiajan uutisjournalismi muodostuu kudelma- ta, johon voi kuulua perinteisen median sisältöjä ja verkossa jaettavia uutisfragmentteja: videoita, blogeja, keskusteluja, perinteisten medioiden verkkosivuja sekä sosiaalisen median verkkosivuja. Uutiset voidaan myös lukea tai katsoa yhä joustavammin mobiilisti muualla kuin perinteisen pääteen äärellä. (Aitamurto, Heikka, Kilpinen ja Posio 2011).

Jos perinteistä journalismia on pidetty neljäntenä valtiomahtina, muodostavatko verkon verkostoituneet kansalaiset nykyisin jo viidennen valtiomahtin, jotka pakottavat myös journalismia ja journalisteja muutokseen? Turo Uskalin (2011) mukaan verkkokansalaisten viides valtiomahti vaatii aiempaa enemmän avoimuutta ja luo perinteisen median kentälle uudenlaisia tapoja tehdä journalismia vuorovaikutteisesti kansalaisten kanssa. Verkkomurros on tuonut toimituksiin myös kokonaan uusia ammattikuvia (Uskali 2011).

Utisoinnin internetmurros alkoi jo 1990-luvulla, mutta varsinaisina nettiutisoinnin läpimurtoina pidetään presidentti Bill Clintonin seksiskandaalin julkistamista vuonna 1998 ja Yhdysvaltain vuoden 2000 presidentinvaalien uutisointia (Raphael 2001). Keväällä 1999 käytyä Kosovon sotaa on nimitetty ensimmäiseksi internetsodaksi, mutta vasta vuoden 2001 syyskuun yhdeksentoista terrori-iskut näyttivät toteen sen, mikä on internetin potentiaali kriisitilanteissa. Syyskuun yhdeksentoista netin tietoverkot joutuivat ensimmäiseen todelliseen kriisitestiin. Internet kyllä toimii, toisin kuin monet puhelinverkot, jotka kaatuivat heti, mutta suosituimmat mediasivustot tukkeutuivat kapasiteettiongelmien vuoksi nopeasti. Huomionarvoista on myös se, että uutistietoja päivitettiin vielä tuolloin verkkoon verkkaisesti. Televisio säilytti edelleen paikkansa suosituimpana kriisiutisoinnin medianana. Pew Internet & American Life Project -tutkimuksen mukaan 81 prosenttia amerikkalaisista kertoi saaneensa pääosan terroristi-iskun tiedoista tv:n lähetyksistä, 11 prosenttia sai tiedot radiosta ja vain kolme prosenttia vastaajista piti tuolloin tärkeimpänä uutislähteenään internetiä. (Uskali 2001.) Laajamittaisempi internetuutisoinnin murros koettiin 2000-luvun puolivälin jälkeen, kun netin ja erityisesti sosiaalisen median nousu alkoi toden teolla ja perinteisten sanomalehtien levikit alkoivat kääntyä laskuun (Russell 2011). Suomalaiset mediayhtiöt kiinnostuivat internetpalveluista 1990-luvun puolivälissä. Ensimmäisinä kaikkien saatavilla olevina sanomalehtinä nettiin ehtivät vuonna 1995 Laukaa-Konnevesi-lehti, Turun Sanomat, IltalehtiOnline ja MTV3 Internet (Lindholm 2009, 16). Sosiaalisen median kasvavan rooliin uutisvälityksessä kotimaiset uutismediat alkoivat herätä toden teolla vasta vuoden 2010 aikana. (Uskali 2011,101.)

Esa Väliiverosen (2009) mukaan internetvallankumouksen ohella mediamurroksen syitä ovat journalismin ja demokratian muuttunut suhde sekä lehdistön markkinatilanteen haastavuus. Markkinatilanteen haastavuus ja journalismin ja demokratian muuttunut suhde voidaan toisaalta nähdä myös netti vallankumouksen oheistuotteina eikä siitä irrallaan olevina teemoina. Ilmaiseksi kuluttajille uutisia ja muita mediasisältöjä suoltava netti sekä kaupallisten medioiden mainosrahojen siirtyminen kotimaisilta mediataloilta kansainvälisille internet-toimijoille ovat syöneet merkittävästi perinteisten medioiden kannattavuutta ja vieneet toimittajien työpaikkoja. Nettimediamurroksen laajuutta ja merkittävyyttä kuvastaa se, että pelkästään Yhdysvalloissa kolmannes toimittajista on menettänyt 2000-luvulla työpaikkansa (Russell 2011). Myös Suomessa mediatalojen yt-ilmoituksista on tullut arkipäivää. Nettimurros on tuonut uutistoimituksiin paljon haasteita, epävarmuutta tulevaisuudesta, kiristyvää kilpailua, aikapulaa, väen vähennyksiä. Mutta se on tuonut myös mahdollisuuksia,

kuten uusia toimenkuvia ja työpaikkoja, halvempia tuotantokustannuksia, nopeampaa julkaisua, vuorovaikutuksellista uutistyötä, tiedonhankinnan nopeutumista, teknisiä innovaatioita ja yhteistyötä yleisöjen kanssa.

Uutistilanteen keskellä älypuhelimensa kanssa tilannetta tallentava kansalainen voi parhaassa tapauksessa tuottaa uutiskuvia ja silminnäkijämateriaalia mediataloille jo paljon ennen kuin omat kuvaajat ja toimittajat ehtivät tapahtumapaikalle. Toisaalta kansalaisten tuottaman amatöörimateriaalin käyttöön voi liittyä myös riskejä, kuten tietojen manipulointia, yksipuolisuutta tai tahallista harhaanjohtamista. Lisäksi sosiaalisessa mediassa voidaan levittää huhuja, vääriä tietoja, tahallaan manipuloituja uutisia ja omaa maailmankuvaa alleviivavaa propagandaa. Ongelmia voi myös ilmetä esimerkiksi amatöörikuvaajien toimittaman materiaalin teknisessä tai eettisessä laadussa.

Internetmediamurros on myllertänyt uutistoimituksia monin tavoin organisaatioiden tasolla: Samanaikaisesti, kun toimitukset pohtivat sisältö- ja luotettavuuskysymyksiä, niiden täytyy uutisoida tapahtumista lähes reaaliaikaisesti netissä ja miettiä samalla, minkälainen kenttäresurssi tapahtumapaikalle lähetetään, kuka tekee uutisjutut, kuka hoitaa somen, kuka netti-tv:n live-lähetyksen, ja mitä materiaalia mahdollisesti säästetään perinteisen median puolelle, joko seuraavan päivän lehteen, tai tv:n ja radion lähetyksiin.

Julkaisualustojen monikanavaisuus syö resursseja, joten toimituksissa joudutaan jatkuvasti arvottamaan sitä, mihin rajalliset voimavarat kannattaa suunnata. Internet on myös erottanut median ja journalismin toisistaan. Perinteiset uutisvälineet, lehdet, radio ja tv, ovat menettäneet mahdollisuuksiaan säännellä uutisten julkaisua, koska internetissä uutisisällöt leviävät reaaliaikaisesti, ja toisaalta ihmisillä on mahdollisuus käyttää uutisisältöjä silloin kuin heille itselleen parhaiten sopii. Nykyisin ei enää ole niin väliä sillä, mihin mediaan sisältö on alun perin tehty, koska se kuitenkin kulutetaan pääasiallisesti verkon jakelualustan kautta. (Aitamurto 2010.)

2000-luvun nettimurros on myös muuttanut mediamaisemaa aiempaa kilpailummaksi. Netissä yleisöjen huomiosta taistelevat perinteisten mediainstituutioiden lisäksi myös lukuisat muutkin kaupalliset ja epäkaupalliset julkaisijat. Nopea nettikilpailu on johtanut myös siihen, että uutiset menettävät nopeasti kaupallisen markkina-arvonsa. Perinteisten medioiden vaivalla hankkimat skuupit voidaan syödä internetissä kilpailijoiden toimesta saman tien. Pahimmillaan tilanne on sellainen, että uutistoimitukselta kymmeniä tai satoja työtunteja vaatinut uutinen napataan heti aamulla useiden muiden nettisivustojen tarjontaan, jonka seurauksena uutisen alun perin julkaissut media, esimerkiksi iltapäivälehti, myy skuupin sisältävää uutislehteään paljon vähemmän kuin mitä samainen lehti möi ennen nettiäikää. Tämä vaikuttaa suoraan lehtien leikkien laskuun ja sitä kautta mediayhtiöiden talouteen, joka puolestaan voi vaikuttaa uutistyössä käytettävissä oleviin resursseihin, journalismin laatuun ja lopulta myös työpaikkojen säilymiseen.

Kiristytävä netti- ja mediakilpailu voi heijastua myös uutisoinnin sisältöihin ja tapoihin, joilla uutisia tehdään. Yleisön houkuttelemiseksi, joko omalle sivustolle tai perinteisen julkaisun ääreen, toimitukset yrittävät hakea entistä enem-

män draamaa, tunnetta ja mielenkiintoisia selviytymistarinoita sekä ihmisiä kiinnostavia puheenaiheita. Toisinaan uutisten ylidramatisointi on johtanut yli-lyönnteihin, joista sosiaalisen median yleisö rankaisee heti kyseisen jutun tehnyttä toimittajaa tai mediaa. Nettimurroksen myötä myös uutisjournalistien oma toiminta on nyt sosiaalisen median yleisön välittömän arvioinnin ja arvostelun kohteena, samalla tavalla kuin journalistien itsensä kritisoimat viranomaisen tai poliitikkojen toimet. (Raittila ja Koljonen 2009.)

Esa Väliiverroksen (2009) mukaan nettivallankumouksen ohella mediamurroksen yhtenä syynä voidaan pitää journalismin ja demokratian muuttunutta suhdetta. Kuka tahansa voi nykypäivänä toimia julkaisijana. Menestyksen ratkaisee vain sisällön kiinnostavuus ja merkityksellisyys sen yleisön silmissä, joka halutaan tavoittaa. Voidaan ajatella, että vanha journalistinen lähdehierarkia on ainakin osittain murtunut nettimurroksen myötä, mikäli tavallisten ihmisten mielipiteet, tarinat ja kokemukset nousevat aiempaa tärkeämpään asemaan esimerkiksi poliittikkoihin, viranomaisiin ja muihin asiantuntijoihin verrattuna.

## 2.3 Digitalisointi yhtenäisti

Vielä 1990-luvun alussa tietokone, puhelin, kamera, televisio, radio ja kannettavat soittimet olivat toisistaan erillisiä teknisiä laitteita. Sisältöjen digitalisoituminen, laajakaistaisten tiedonsiirtoverkkojen ja päätelaitteiden kehittyminen, loivat teknisen perustan erillisten mediasisältöjen pakkaamiselle samalle alustalle eli medioiden konvergenssille. (Seppänen ja Väliverronen 2012, 26.) Konvergenssi näkyy hyvin esimerkiksi perinteisten lehtitalojen nettisivuilla. Sanomalehdistä on tullut nettimurroksen myötä sähköisiä alustoja, jotka sisältävät perinteisen tekstin ja kuvien lisäksi videoita, live-videoita, live-kuvia, äänitallenteita, blogeja, videoblogeja, sääpalveluita, äänestysalustoja ja erilaisia keskustelufoorumeita. Digitalisoitumisen myötä viestinnän eri lohkot ovat lähentyneet toisiaan. Käyttäjänäkökulmasta tarkasteltuna mediallyllä on karkeasti määriteltynä neljänlaisia tehtäviä: tiedollisia, taiteellisia, viihteellisiä ja mainontaan liittyviä. Teknologian näkökulmasta viestintäala voidaan määritellä monien toimialojen kokonaisuudeksi, johon kuuluvat: painoviestintä eli painaminen ja kustantaminen, sähköinen viestintä ja digitaalinen media. (Nordenstreng ja Wiio 2003, 9–13.)

Mediamaiseman muutos ja murros on ollut nopeaa. Tuotantoprosessit on digitalisoitu, ja internetistä on tullut keskeinen uutis- ja jakelukanava, jonka ylläpito vaatii kaikilta viestintäyrityksiltä mittavaa ja monimediallista teksti-, kuva- ja videotuotantoa. Viestinnän sisältöjen tuotannon ja jakelujärjestelmän digitalisoinnin aikaansaamia trendejä ovat tuotannon puolella medioiden konvergenssi ja vastaanoton puolella päätelaitteiden divergenssi. Konvergenssi tarkoittaa eri medioiden viestintäteknologioiden ja jakeluverkkojen lähentymistä tai yhteen sulautumista. Mediakonvergenssissa syntyy uusia yhteistyömalleja, kun vanhat toimialarajat ylitetään. Konvergenssi ja päätelaitteiden divergenssi muuttavat myös mediayleisöjen kulutuskäytäntöjä.

Internet ja joukkoviestinnän sisältöjen siirtyminen kannettaviin päätelaitteisiin on muuttanut ja muuttaa jatkuvasti myös journalistien ammatillisia osaamisvaatimuksia. Monimediallinen uutisten tekeminen on osa nykyjournalistin perusammattitaitoa. Hytösen (2013) mukaan journalistien monimediallinen ammattitaito on sitä, että aiemmin toimittajan työtä määrittivät erilaiset selkeästi toisistaan erotettavissa olevat julkaisuvälineet, mutta monimediallisessa maailmassa journalistit tekevät työtään hyödyntämällä kaikkien ihmisten ulottuvilla tai käytössä olevia medioita. Hytösen mukaan monimediallisuuden ulottuvuudet ovat: *monitekeminen* eli käytännön työ, jossa ylittyvät ammattikuntien rajat ja työvälineet, *intermediaalisuus* eli monikanavaisuuden toteutuminen suunnitellusti toimitustasolla sekä *ylivälineellisyys* eli journalistinen kulttuuri, johon sisältyy monimediallinen tuotekehittäminen, suunnittelu ja koulutus (Hytönen 2013, 39).

Media-alan tekninen kehitys vaikuttaa osaamistarpeisiin kahdensuuntaisesti: yhtäältä uudet laitteet ja ohjelmistot edellyttävät ammatinharjoittajilta joustavuutta ja yhä parempaa teknistä valmiutta, toisaalta ohjelmistojen kehityksessä monet media-ammattilaisten työvälineet ovat myös kansalaisten käytössä ja laajentavat mahdollisuuksia kaksisuuntaiselle vuorovaikutukselle ja sisällöntuotannolle (Mannermaa, 1999). Konvergenssin kulttuuri näkyy myös siten, että median tuottajien ja kuluttajien välinen raja on hämärtynyt. Sosiaalisen median eri muodot tarjoavat nyt jokaiselle potentiaalisen mahdollisuuden henkilökohtaiseen joukkoviestintään (Seppänen ja Väliaverron 2012, 26).

Reaaliaikaiset yhteydet kaikkialle maailmaan muuttavat sisällöntuotannon prosesseja aiempaa hektisemmiksi. Sama sisältö voidaan vastaanottaa eri versioina eri välineiden kautta. Sisällöntuotannossa tämä merkitsee uusiin välineisiin sopivien ilmaisumuotojen kehittelyä ja sisällön versioinnin kehittämistä. Teknologiaavetoinen kehitystyö merkitsee muutosta myös mediasisällöille. Esimerkiksi netti-tv:n esitysformaatti poikkeaa huomattavasti perinteisen tv:n ohjelmarakenteesta. Nettiformaatti on traditionaalisesti ollut lyhytkestoisempaa kuin tv:ssä esitetyt jutut. Netti-tv:n formaatin rakentumisen taustalla ovat vaikuttaneet digitaalisten videoiden kehityskaaren alkuvaiheen teknologiset reunaehdot. Jotta video pyöri hyvin ja näkyi tietokoneen ruudulla 5–10 vuotta siten, sen oli oltava riittävän lyhyttä ja riittävän ”huonolaatuista”. Nykylaitteilla pystytään netissäkin esittämään huippulaatuisia videoita, mutta näin ei ollut silloin, kun netti-tv alkoi kehittyä, ja nämä kehityksen alkuvaiheen teknologiarajoitteet ovat osaltaan muokanneet myös ihmisten katselutottumuksia.

Internet tarjoaa, erilaisine sosiaalisen median sovelluksineen, mahdollisuuksia vahvistaa myös toimitusten yleisösuhdetta entistä vuorovaikutteiseman ja reaaliaikaisemman yhteisöllisyyden suuntaan. Toimintatapojen muutos ei kuitenkaan välttämättä suju helposti kaikilta journalisteilta, koska siirtyminen yksisuuntaisen viestintäprosessin hallitsijan asemasta vuorovaikutteisen viestinnän yhdeksi osatekijäksi voi koetella ammatillisen identiteetin perusteita tai horjuttaa oman osaamisen rajoja. Internetin tuoma muutos vakiintuneisiin uutisprosesseihin on aiheuttanut useille uutisjournalisteille myös aiempaa suuremman työ määrän. Digiteknikan kehitys ja nettiuutisoinnin aiheuttamat uu-

det työprosessit ja -velvoitteet haastavat journalisteja päivittämään omaa ammattitaitoaan ja muuttamaan myös omaa ajattelumaailmaansa. Moni voi myös kokea, että nykyinen muutosvaatimus ei ole lainkaan sen suuntaista, mihin itse on journalistina valmis sitoutumaan. Teknologian kehitys on herättänyt hurjimmillaan keskustelua myös siitä, tarvitaanko journalistien ammattikuntaa enää lainkaan, kun uutisrobotit kykenevät tekemään uutisia, ja asiantuntijakan- salaiset voivat itse tuottaa ja julkaista netissä erilaisia uutisisältöjä. Kansalaiset eivät myöskään välttämättä enää tarvitse perinteistä mediaa päivän uutisagen- dan tarjoiluun, koska he voivat lukea tai katsoa haluamansa aihepiirin uutisia erilaisten sosiaalisten medioiden palveluiden tai suodatinjärjestelmien kautta.

Vaikka sisältöjen tallentaminen digitaaliseen muotoon helpottaa niiden yhdistämistä, konvergenssi ei silti ole pelkkää teknologiaa. Yksi konvergenssi- kehityksen ulottuvuus liittyy talouteen. Mediasisältöjä tuotetaan ja hallinnoi- daan suurissa mediataloissa, joiden tarjontaan kuuluu sanoma- ja aikakausleh- tiä, radio- ja tv-kanavia, sekä kustannus- ja verkkopalveluita. Niissä työskente- levät journalistit tekevät samoja sisältöjä moniin eri välineisiin. Tämän väitös- kirjan vuoden 2012 haastattelujen aikana taloudellinen konvergenssi näyttäytyi Nelosen uutisten ja Helsingin Sanomien uutistoimitusten yhdistymisenä. Vuonna 2012 julkilausuttuna tavoitteena oli vahvistaa erityisesti Helsingin Sa- nomien visuaalisuutta ja monimediallisuutta kaikissa konsernin digitaalisissa julkaisuissa, joiden kehittämiseen yhtiö halusi satsata yhä voimakkaammin printtilehden levikkimäärien laskiessa.

Teknologian kehitys ja konvergenssi ovat tehneet mahdolliseksi sen, että nykyisin kuvat, audiot ja videot on helppo napata mobiililaitteilla ja jakaa digi- taalaisesti netin kautta ympäri maailmaa. Kuvallisen materiaalin eli visuaalisen datan välittäminen vei jo vuonna 2012 valtaosan dataliikenteen kapasiteetista maailmanlaajuisesti. Visuaalisen viestinnän merkityksen kasvu voi Prenskyn (2010) mukaan johtaa kielestä riippumattomien videouutisten leviämiseen kult- tuurista toiseen. Hänen mukaansa eri kulttuureista tai maantieteellisestä väli- matkasta huolimatta ihmiset voivat kuvallisen viestinnän avulla ymmärtää, mitä toisella puolella maapalloa kuvatulla uutisvideolla tapahtuu. Viestien väli- titys ei ole enää välttämättä riippuvainen sanoista ja kielestä. Prenskyn mukaan olemme siirtyneet 1900-luvun kirjoitetusta massamediasta ja broadcast- teknologiasta jälkikirjalliseen visuaaliseen verkkoyhteiskuntaan, jossa massoilla on pääsy helppoihin audio- ja videoteknologioihin (Prensky 2010).

## 2.4 Kansalainen tuottaa tietoa

2000-luvun alussa mediakentällä puhuttiin paljon kansalaisjournalismista (civic journalism). Erityisesti yliopistotutkijat haastoivat perinteisiä medioita otta- maan tavallisia kansalaisia mukaan journalistisiin tuotantoprosesseihin. Koska tutkimusaineistossani käydään läpi myös kansalaisjournalistista diskurssia, on kansalaisjournalismin monipolvista käsitettä syytä avata myös tässä. Kansalais- journalismi-liike (civic journalism, public journalism) syntyi USA:ssa 1990-

lunun alussa reaktiona sanomalehtien pakeneviin levikkeihin ja turhautumisenä politiikan etääntymisestä kansalaisten arjesta (Heikkilä ja Kunelius, 1999).

Perinteisesti uutisjournalismin käytännöissä yleisölle on Heikkilän (2001) mukaan vakiintunut niin sanottu informoidun kansalaisen malli. Kansalaisten odotetaan pysyvän sopivasti perillä asioista voidakseen valita päättäjät tekemään päätöksiä heitä koskevissa asioissa. Perinteisen uutisjournalismin menestys perustuu paljolti tämän tiedonvälitystehtävän ja informoidun kansalaisen välisen yhteyden toimivuuteen. Heikkilä kutsuu tätä vuorovaikutusta kuitenkin ”ohueksi journalismiksi”, koska se asemoi yhteiskunnan eliittitahot journalismin itseoikeutetuiksi toimijoiksi ja jättää samalla yleisön informoitavan kansalaisen pysyvään asemaan. Journalismin vankistaminen vaatisi kansalaisten omien kysymysten nostamista uutisjuttujen keskiöön, ja kansalaisten aktivoimista osaksi journalismia. (Heikkilä 2001, 149, 283.)

Kansalaisjournalismi voidaan nähdä historiallisena median uudistusliikkeenä, joka ottaa tavalliset kansalaiset aiempaa paremmin median tuotantoprosesseissa huomioon. Kansalaisjournalismia voidaan käsitellä myös teoriana, joka pureutuu median rooliin yhteiskunnassa. Tai sitten kansalaisjournalismina voidaan pitää uusia työkäytäntöjä, joilla journalistisesta tiedonhankinnasta ja jutunteosta tehdään aiempaa kansalaislähtoisempää. Alkuperäisessä merkityksessään kansalaisjournalismi-määritelmä lienee lähimpänä määritelmää, jossa ammattijournalistit ja kansalaiset tuottavat yhdessä ihmisille itselleen merkityksellistä journalismia, ja jossa kansalaisten omia kokemuksia hyödynnetään vakiintuneiden eliittilähteiden sijaan.

Suomalaisten mediatutkijoiden mielestä kansalaiset piti ottaa aktiivisesti mukaan journalismin tuotantoprosesseihin. Heikkilän ja Kuneliuksen (1999) mielestä toimivin konsepti oli amerikkalaisella kansalaisjournalismi-liikkeellä, jonka teemat Heikkilä ja Kunelius ovat tiivistäneet kolmeen ajatukseen:

- 1) Journalismi ei ole pelkkä viestinviejä, välittäjä tai maailman tilan raportoija, vaan myös itse osaltaan vastuussa yhteiskunnallisen keskustelun tasosta tuottaessaan keskusteluagenda.
- 2) Journalismin pitää oppia asettumaan kansalaisten osallistumisen välineeksi, kansalaisten käyttöön.
- 3) Journalismin on hyväksyttävä, että myös ihmisten arkinen kokemus on tärkeä tapa tietää.

Nykyisin ensimmäisen aallon kansalaisjournalismi-into on hiipunut, tai ainakin kansalaisjournalismin painopiste on muuttunut: nyt puhutaan perinteistä kansalaisjournalismia enemmän citizen journalismista, kansalaisreporttereista, bloggaajista, sattumaraportoijista, sosiaalisesta mediasta, käyttäjien tuottamista mediasisällöistä, median ja kansalaisten vuorovaikutuksesta sekä joukkoistamisesta. Tai kuten Deuze (2011) on todennut, media-ammattilaisten rinnalle on tullut eräänlaiset ”pro ams” tai ”amafessionals” ryhmät eli taitavat amatöörijournalistit (Deuze 2011, 11).



Laura Ruusunoksa on tutkinut diskursseja, jotka määrittävät median käyttämiä erilaisia kansalaislähtöisiä projekteja. Ruusunoksan (2005, 29) mukaan projekteille on tunnusomaista sekä markkinataloudellinen diskurssi että yhteiskunnallinen diskurssi. Ruusunoksan mielestä molemmat diskurssit sopivat yhtä hyvin toiminnan perusteluiksi, koska niillä kuitenkin pyritään osittain samaan eli kansalaisten osallistumisen ja aktiivisuuden lisäämiseen. Riikka Haikaraisen mukaan journalismin objektiivisuuden ja julkisen keskustelun suhde on määritelty kansalaisjournalismigenressä kolmen eri argumentaatioposition kautta: perinteisen journalismin valitsema *julkisuuden tarkkaileminen*, kansalaisjournalistien valitsema *julkisen keskustelun edistäminen* ja tutkijoiden konstruktionistisesta lähtökohdasta valitsema *julkisuuden rakentaminen*. (Haikarainen 2005, 61–65.) Sosiaalisen median nousun myötä Haikaraisen objektiivisuuden ja julkisen keskustelun argumentaatioposition listaan voidaan lisätä neljäs kohta eli *journalistien ja kansalaisten vuorovaikutteisuus* eli vuorovaikutuksen, keskustelun ja yhteisen julkisuuden rakentaminen kansalaisten ja perinteisen median välillä. Haikarainen toteaa vielä, että julkista keskustelua edistävien kansalaisten pitäisi määrittellä, mikä ja kuka on se kansalainen ja yhteisö, jonka keskustelua liike kulloinkin ja todellisuudessa edistää (Haikarainen 2005, 83–85). Tämä subjektiivisuusnäkökulma on hyvä pitää mielessä, kun vaaditaan yleisellä tasolla kansalaisten vaikutusmahdollisuuksien lisäämistä mediassa.

Mitä kansalaisuuden nousu journalismin tuotantoprosessissa tarkoittaa perinteisen uutisvälityksen kannalta? Auli Harju (2005) on todennut, että kansalaisten pitäisi päästä eroon passiivisen informaation vastaanottajan asemasta. Ja tämän passiivisen position hylkäämisen myötä kansalaisten pitäisi saada äänensä kuuluviin uutismedioissa todellisina oman elämänpiirinsä asiantuntijoina. Perinteisestihän uutisoinnissa on suosittu asiantuntijoita ja kansalaisille on jäänyt statukseltaan heikompi asema joko yleisönä, tai asiantuntijaan nähden yhden intressin vastapoolina tai esimerkkitapauksena, johon asiantuntijan tai viranomaisen lausuma asia vaikuttaa. Harjun mukaan kansalaisia on harvemmin nähty ja kuultu perinteisten medioiden uutisgenressä todellisen tiedon tai tietämyksen tuottajina. (Harju 2005, 6.) Perinteisestä uutisjournalismista puhuttaessa on usein vakiintuneesti todettu, että uutisissa äänensä kuuluville saavat pääosin eliittiryhmät kuten poliitikot, virkamiehet, asiantuntijat ja viranomaiset. Kansalaisia käytetään uutisjutuissa tuomaan läheisyyttä, samaistumispintaa, emotionaalisuutta tai heiltä saadaan autenttisia uutiskuvia ja silminnäkiätodistuksia tapahtumista.

Syy 2000-luvun puolivälin kansalaispassiiviseen käytäntöön on Harjun mielestä se, että yksittäisten kansalaisten tai kansalaisryhmien tuottama tieto nähdään usein toimituksissa värittyneenä, koska kansalaiset näyttävät usein selkeän avoimesti omat intressinsä eikä tätä intressiä nähdä välttämättä kaikkien yhteisesti jakamaksi. Journalistit myös pyrkivät välttämään sitä, että he asettuisivat vain yhden ryhmän äänitorveksi. Tilanteen seuraus on usein ollut se, että kansalaisten on ollut vaikea saada mediassa legitimitä äänensä kuuluviin, vaikka toiminnan motiivina olisi hyvinkin laajojen ja yhteistä hyvää edistävien kantojen esille tuominen. Harjun mukaan kansalaisvaikuttamisen kehittämisen

yksi ulottuvuus pitäisikin olla kansalaisten asiantuntijuuden todellinen kuunteleminen heidän asiantuntijuuttaan koskevilla asioilla. (Harju 2005, 8.)

Tässä tutkimuksessa tarkastelun keskiössä on kansalaisten tuottama uutismateriaali, joka kuitenkin prosessoidaan uutiseksi perinteisen median sisällä. Suomalaisissa uutismedioissa ensimmäinen laajamittainen kansalaismateriaalin liittyvä mullistus koettiin Aasian vuoden 2004 tsunamin aikana. Tuomo Mörän (2005) mukaan Aasian tsunamikatastrofi nosti kuin vahingossa kansalaisten osallistuvan sisällöntuotannon perinteisten medioiden uutistuotannon keskiöön. Tsunamin kautta kansalaisten tuottamat sisällöt ikään kuin näpäyttivät virallisiin lähteisiin orjallisesti luottanutta suomalaista mediaa. John Dewey'n pragmatismien termin voidaan todeta, että tsunamikatastrofi synnytti internetiin julkison eli yhteisiä ongelmia pohtimaan ryhtyvän sekä ratkaisuisista keskustelemaan aktiivisten kansalaisten joukon (Kunelius 2004, 98).

Käyttämäni kansalais-termin pohjana on citizen journalist -määrittely (mm. Bowman & Willis 2003). Siinä tavallinen ihminen saa kansalaisen statuksen olemalla aktiivinen mediatoimija raporttoimalla uutistoimitukseen havaitsemaan ilmiöitä. Käyttämäni citizen journalist eli kansalaisreportteri-määritelmä poikkeaa "keveydessään" mediatutkijoiden konstruoimasta perinteiseen kansalaisjournalismiin liittyvästä kansalaisjournalistin käsitteestä, mutta on aktiivisuudessaan enemmän kuin pelkkä uutisjuttuun kadulta sattumalta poimittu mielipideautomaatti. Kansalaisreportteri-määritelmään liittyy toiminnan aktiivisuus ja kansalaisen oma journalistinen aloitteellisuus eli se, että kansalaisreportteri tuottaa tai välittää sisältöä mediaan esimerkiksi lähettämällä ottamiaan uutiskuvia tai selostaessaan silminnäkijänä uutistilannetta tai kertoessaan omaa kokemustaan tapahtumista. Kansalainen voi olla ja usein onkin sattumalta uutistilanteessa silminnäkijänä tai kuvaajana, jolloin häntä voidaan kuvata myös random act of journalism -määritelmällä eli sattumaraporttoijana. Aktiivisuuden astetta ja toiminnan sisältöä mukaillen puhunkin työssäni journalistiseen tuotantoon osallistuvasta kansalaisesta joko kansalaisreportterina, -vinkkaajana, -keskustelijana, silminnäkijätodistajana, some-aktiivina, bloggaajana tai amatöörikuvaajana.

Useimmiten mediatilat ovat tähän asti valinneet linjakseen sen, että vaikka kansalaiset otetaan mukaan uutistuotantoon esim. uutisvinkein, uutiskuvain, silminnäkijätarinoin, bloggaajiksi jne. niin silti mediat haluavat säilyttää itsellään portinvartijan roolin tai editointioikeuden kansalaisten tuottamaan materiaaliin. Singer toteaa, että monet uutisorganisaatiot näyttävät käsittelevän yleisöltä saatua materiaalia normalisoimalla sen sopimaan traditionaalisin journalistisiin normeihin ja käytäntöihin (Singer 2005). Samalla kun kansalaisilta saatu amatöörimateriaali prosessoidaan se myös professionaalisesti, eli siitä jalostetaan uutiskoneen sisällä uutistuote. Vaikka esimerkiksi kansalaisblogeja ei tarkasteta ennakolta, siitä huolimatta mediat valitsevat itselleen sopivat bloggarit ja usein säilyttävät editointioikeuden materiaaliin tarpeen vaatiessa. Koska tutkimukseni kohdistuu perinteisen median uutisprosessiin isoissa uutistilanteissa, tarkasteluni keskiössä on journalistiseen uutisprosessiin osallistuva kansalainen, jonka tarjoama materiaali prosessoidaan uutiseksi perinteisen median sisällä.

Mediakäytäntöjen näkökulmasta ainakin joitain kansalaislähteitä arvostetaan uutisjournalismissa. Journalistin arkikokemus on osoittanut sen, että vain harvoin uutisiksi päätyvät asiat saavat päivänvalon, mikäli vääryyttä kokeneet kansalaiset eivät olisi niistä perinteiselle medialle vinkanneet. Lisäksi 2000-luvun uutistilanteissa yhä useammin ensimmäisen uutiskuvan ottaa tavallinen kansalainen, joka on sattunut tai ehtinyt tapahtumapaikalle jo paljon ennen perinteistä mediaa. Lisäksi ison uutistapahtuman ympärille syntyvä julkiso, eli aktiivisesti uutistapahtumaan osallistuvien kansalaisten joukko, voi olla korvaamaton tiedonkeruuapuvoima uutistoimituksille. Kansalaismateriaalien saamisen varmistamiseksi olisi tärkeää, että uutistoimituksilla on toimivat vuorovaikutussuhteet yleisönsä. Nopeassa uutistilanteessa ihmiset valitsevat yleensä itselleen läheisimmän median, jolle he haluavat uutisvinkkinsä tai uutiskuvansa lähettää.

Toki ihmiset voivat julkistaa tietoja myös itsenäisesti erilaisissa sosiaalisen median palveluissa, mutta usein he silti lähettävät samat tiedot myös perinteiseen mediaan. Esimerkiksi kansalaisvoimin laajoja paljastuksia omilla sivuillaan julkaissut Wikileaks halusi myös valita julkaisukumppanikseen perinteisiä mediataloja. Tämä tapahtui sen vuoksi, että Wikileaks sai näin menetellen enemmän uskottavuutta ja näkyvyyttä paljastuksilleen kuin pelkkänä itsenäisenä toimijana, ja myös sen vuoksi, että ammattimainen journalistinen prosessi lisäsi tietojen julkaisun professionaalisuutta muun muassa suojaamalla vuodetuista tietomateriaaleista paljastuneiden ja mahdollisesti vaaraan joutuvien ihmisten yksityisyyttä.

Mediamurroksen ja kaupallisuuden puristuksessa kansalaisjournalismin arkikäytäntöjä voivat motivoida toimituksissa osin myös taloudelliset tuotantopaineet. Avuksi on otettu kansalaislähtöisiä työmenetelmiä eli tehdään sellaista journalismia, joka on merkityksellistä kansalaisille tai käytetään kansalaisia ilmaistyövoimana. Nykyisessä nettimaailmassa erilaisten osallistavien menetelmien käyttö on yhä suositumpaa. Osallistavan journalismin termillä tarkoitetaan sitä, että lukijoille ja katselijoille annetaan mahdollisuus osallistua journalismin tekemiseen perinteisen median verkkojulkaisun puolella. Useimmiten näissä osallistavan journalismin hankkeissa ihmiset tuottavat tai analysoivat perinteisen median tarjoamia aineistoja, kommentoivat toimittajien artikkeleita tai lähettävät toimitusten pyynnöstä omia kokemuksiaan, tarinoitaan tai kuviaan.

Kotimaisista mediatoimijoista esimerkiksi huuhkaja.fi on kutsunut kansalaisia ideoimaan ja tekemään juttuja ammattitoimittajien kanssa. Aikakauslehti-puolella muun muassa Olivia-lehti on tehnyt lehtiä yhdessä aktiivisten lukijoidensa kanssa. Ulkomaisista medioista joukkoistamisessa ovat kunnostautuneet muun muassa Svenska Dagbladet sekä The Guardian, jotka ovat ottaneet kansalaiset avuksi isoihin juttukokonaisuuksiin liittyvien aineistomateriaalien perkauksessa ja skuuppien kaivamisessa. Guardian tutki joukkoistamisen avulla muun muassa parlamentin kulukorvauksia ja Svenska Dagbladet kuntien kehitysyhteistyörahojen käyttöä. Haastatteluaineistoni perusteella suomalaisissa joukkoistamiskokeiluissa edelläkävijänä pidetään Helsingin Sanomia. Uutisrintamalla iltapäivälehdet ovat jo pitkään käyttäneet lukijoiden kokemuksia,

kuvia ja silminnäkijätarinoita uutisjuttujensa lähteenä ja verkon ja lehden osallistavana vuorovaikutuselementtinä. Yleisradiossa puolestaan on tehty muun muassa Suora linja -nimistä uutislähetystä, jota rakennetaan päivittäin tiiviissä osallistavassa vuorovaikutuksessa verkkoyhteisön kanssa.

### 2.4.1 Silminnäkijät

Zelizerin (2007) mukaan silminnäkijätodistuksista tuli 2000-luvulla osa uutisjournalismin kovaa ydintä. Hänen mielestään uutistapahtuman silminnäkijäraportoinnista on tullut jopa synonyymi hyvälle journalismille. Silminnäkijätarinat voivat toisinaan olla ainoa keino saada tietoa uutistapahtumasta, mutta samalla on syytä muistaa, että subjektiivisina tilannekuvauksina silminnäkijätarinat tuovat uutistilanteeseen aina vain yhden ihmisen tarinan eli juuri siinä tilanteessa ja sillä paikalla koetun. Ashurin ja Pinchevskin (2009) mukaan silminnäkijätodistukset ja silminnäkijöiden ottamat kuvat voidaan määritellä seuraavasti: niissä pitää todentua läsnäolo, kommunikaatio, kompetenssi, suhteellisuus, osallistuminen ja subjektiivisuus. Näiden määritelmien pitää Ashurin ja Pinchevskin mukaan täytyä ennen kuin voidaan puhua silminnäkijätodistuksista. *Läsnäolo*, ilman läsnäoloa ei voi olla myöskään silminnäkijää. *Kommunikaatio*, aikaisemmin kommunikaatio tapahtui lähinnä puheaktina eli silminnäkijä kertoo tarinansa toimittajalle. Nykyisin silminnäkijä voi kertoa tapahtumista myös esimerkiksi sosiaalisessa mediassa tekstein, kuvin ja videoin. *Kompetenssi*, silminnäkijän pitää olla jossain määrin kyvykäs eli osata esimerkiksi kuvata. Ja lisäksi hänen pitää kyetä esittämään asiansa, jotta hän saa tarinansa tai kuvansa julki mediassa. *Suhhteellisuus*, silminnäkijätarinaa tai kuvia ei ole olemassa ilman suhdetta tapahtumaan, jota se kuvaa. *Osallistuva*, jokainen silminnäkijäakti on sidoksissa muutokseen. Silminnäkijä on osallistuja siitä riippumatta, pitääkö hän itseään neutraalina observoijana vai aktivistina. *Subjektiivisuus*, silminnäkijätodistus tapahtumasta on kuin tunnelinäkö, joka kertoo vain yhden kulman tilanteesta, siitä spesifistä kohdasta tarkasteltuna, mistä tapahtumaa tarkkaillaan.

Traditionaalisesti silminnäkijätodistajan moraalinen positio ja habitus ovat olleet tärkeitä, koska silminnäkijätodistusta on pidetty siviilirohkeana tekona ja yleisen hyvän puolesta tehtynä aktina. Silminnäkijätodistaja on positioitu usein enemmän uhrin asemaan kuin pahantekijäksi (Peters 2009, 47). Silminnäkijätodistajan lausuntoihin liitetään lähtökohtaisesti vahva totuusolettama, tosin subjektiivinen sellainen. Esimerkiksi kärjäsälissä silminnäkijätodistajan totuuden puhumisen velvoittavuutta vahvistetaan vannomalla asia todeksi käsi Raamattulla. Nykyisessä mediamaailmassa silminnäkijätodistuksen arvostusta voidaan pitää lähtökohtaisesti suhteellisen vahvana. Oikeutukseksi riittää se, että silminnäkijä on tapahtumapaikalla ja kykenee raportoimaan näkemäänsä sanoin tai kuvin.

Tämän päivän sisältöä tuottava mediayhteisö tietää aiempaa paremmin silminnäkijätodistusten ja silminnäkijöiden ottaman kuvamateriaalin journalistisen arvon, ja tästä syystä silminnäkijämateriaalia voidaan myös käyttää aktiivisesti totuuden konstruomisessa haluttuun suuntaan. Journalistit joutuvat koko ajan huomioimaan sen, että monet silminnäkijät pyrkivät aktiivisesti

muokkaamaan mielikuvia tapahtumista omien intressiensä mukaisesti. Viime vuosina on nähty yhä enenevässä määrin uutistapahtumia, joissa konfliktin molemmat osapuolet tarjoavat aktiivisesti itselleen suotuisaa silminnäkijämateriaalia medialle.

Esimerkiksi vuonna 2010, kun Israelin merivoimat hyökkäsivät Gazaa kohti matkustaneeseen avustuslaivaan, sekä armeija että avustusaktivistit lähettivät medialle kuva- ja tekstimateriaaleja, joka puolsivat molempien osapuolten omia näkemyksiä tapahtumien kulusta. Sama toistui vuonna 2012, kun samainen Estelle-alus oli jälleen matkalla Gazaan viemään avustustarvikkeita. Suomalaismediat uutisoivat aktivistien kuljettamista avustustarvikkeista, joita yritettiin viedä miehitetylle alueelle Gazaan, kun taas Israelin näkökulmasta raportoitiin The Jewish Press totesi uutisissaan, että laiva ei kuljettanut ensinnäkään mitään avustustarvikkeita, ja että koko operaatiossa oli kyse vain tarkoitushakuisesta provokaatiosta, joka oli suunnattu Israelia vastaan.

Silminnäkijätodistajien rooli ja tietoisuus omasta merkityksestä on muuttunut internetmurroksen myötä. Peters teki vuonna 2001 tutkimuksen, jonka mukaan suuri osa silminnäkijätodistajista ei vielä tuolloin ollut tietoisia omasta silminnäkijäroolistaan ennen kuin vasta sen jälkeen, kun tapahtuma oli jo ohi. Nykyisin tilanne on toinen, sillä silminnäkijätodistamisesta on tullut tietoinen valinta, mahdollisuus ja massailmiö, johon ihmiset ottavat sankoin joukoin osaa heti, kun jokin isompi uutistilanne on päällä. Tulevaisuudessa materiaalin tarjonta varmasti vielä kasvaa, koska tallennuslaitteet kehittyvät ja ihmisten on entistä helpompi kuvata ja lähettää silminnäkijätodistuksiaan sekä sosiaaliseen mediaan että perinteiseen mediaan. Myös kynnys kertoa omista kokemuksistaan on laskenut sosiaalisen median suosion kasvun myötä. Näyttääkin siltä, että olemme vasta kehityksen alussa. Mutta muuttuuko silminnäkijätodistusten uutisarvo tai arvostus suomalaisessa mediassa nyt, kun yhä useammasta ihmisestä on tullut oman elämänsä silminnäkijä ja mediaraportoija? Tätä teemaa käsittelemme tarkemmin aineistoni analyysiosiossa.

## 2.4.2 Amatöörikuvaajat

Ei-ammattilaisten ottamista kuvista ja ihmisten yksityisistä perhealbumikuvista käytetään synonyymina termiä amatöörikuvat. Niille on tunnusomaista se, että ne eivät ole journalismin ammattilaisten ottamia. Amatöörikuvat voivat olla joko valokuvia tai videoita. (Andén-Papadopoulos & Pantti 2011.) Amatöörikuvia käytetään toisaalta tietolähteenä eli varsinaisina uutiskuvina ja toisaalta kuvina, joilla luodaan yhteyttä ja rakennetaan yhteisöllisyyttä mediayleisön kanssa (Pantti and Bakker 2009). Amatöörien ottamia kuvia käytetään mediassa monin tavoin, esimerkiksi isoissa uutistilanteissa. Toisaalta hyvinkin yksityisiä perhealbumikuvia voidaan käyttää emotioelementtinä esimerkiksi rikosuutisoinnissa. Amatöörikuvien genreen kuuluvat lisäksi ns. kevyemmät amatöörikuvat: lemmikkikuvat, kesäkuvat, sääkuvat, joita käytetään monesti viihdyttävämmässä tarkoituksessa kuin varsinaisia uutiskuvia. Tässä tutkimuksessa keskityn erityisesti uutistilanteita varten yleisöltä saatuihin ja pyydettyihin uutiskuviin ja -videoihin.

Mikä merkitys amatöörikuvilla on uutistoimituksille? Monissa tutkimuksissa (mm. Andén-Papadopoulos 2008; Heriman and Lucaites 2007; Zelizer 2004) on esitetty, että emotionaalinen visuaalisuus on tämän hetken tärkein ja dominoivin tekijä uutismaailmassa. Tutkimuksissa todetaan myös, että mikäli uutistapahtumasta on tarjolla hyvät uutiskuvat tai videot, pääsee se myös helpommin toimitusten uutisagendalle kuin jos kuvia ei ole. Kuvat kertovat siitä, että uutistoimitus on päässyt uutistapahtumien keskipisteeseen ja raporttoimaan paikan päälle, mitä tilanteessa todella tapahtui. Uutiskuvien saaminen toimituksiin on tärkeää myös sen vuoksi, että uutisointi on siirtynyt deadline-maailmasta online-maailmaan, jossa uutistapahtumia seurataan jatkuvana virtana. Nettimurroksen vuoksi kuvamateriaalia tarvitaan nykyisin paljon enemmän kuin aiemmin, jolloin toimituksen tarvitsemat kuvat oli rajoitettu lehden sivumääriin tai tv:n rajalliseen uutisformaattiin. Amatööriutiskuvien merkitystä uutistoimitukselle pidetään tutkimuksissa tärkeänä myös sen vuoksi, että usein autenttisimmat ja nopeimmat kuvat uutistapahtumasta saadaan paikalla olleiden tavallisten ihmisten kameroista, älypuhelimista ja videokameroista. Näiden amatööreiltä saatujen kuvien avulla mediayleisölle luodaan vaikutelma, että uutistoimitus välittää viimeisimmät ja ainutlaatuisimmat kuvat uutistapahtumasta, vaikka omat ammattitoimittajat ja -kuvaajat eivät vielä olisikaan ehtineet tapahtumapaikalle (Patti and Bakker 2009; Williams, Wardle and Wahl-Jorgensen 2010).

Amatöörikuvat myös nostavat muutoin pimentoon jääviä uutistapahtumia yleisön tietoisuuteen: esimerkkinä tästä muun muassa Mumbain pommitukset 2008, Iranin vaalien jälkeiset protestit 2009, Haitin 2010 maanjäristyksen ensimmäiset silminnäkijäkuvat, tai Japanin maanjäristyksen ja tsunamin 2012 ensimmäiset kuvat, jotka kaikki voidaan nähdä todisteina siitä, kuinka merkittävä rooli kansalaisilla on silloin, kun he nostavat kriisejä julkiseen tietoisuuteen. Hanna Nikkasan (2012) mukaan Egyptin sotilasneuvosto joutui pahoittelemaan sotilaiden käytöstä naismielienosoittajia kohtaan Egyptin kansannousun aikana vuonna 2011 sen jälkeen, kun YouTubeessa levisi läheisen kerrostalon parvekkeelta kuvattu tärisevä amatöörivideo, joka todisti sotilaiden potkivan rajusti maassa makaavaa nuorta naista.

Amatöörimateriaalin merkitystä kuvastaa myös se, että kuvien ja videoiden tiimoilta käydään ankaraa aitoussotaa. Muun muassa Syyrian sisällissodan helmikuun 2012 Homsin pommitukset olisivat jääneet uutisoimatta, koska ulkomaisille toimittajille ei annettu maahantulolupaa, elleivät asukkaat olisi videoineet tapahtumia. Syyrian Presidentti Bashar al-Assad kiisti Homsin videoiden aitouden ja väitti niitä vanhoiksi arkistomateriaaleiksi. Homsilaiset alkoivatkin näyttää videoiden mukana päivän sanomalehteä, jotta kuvien aitous voitiin varmistaa. (Nikkanen 2012, 42.)

Media-ammattilaiset arvostavat amatöörimateriaalia myös sen vuoksi, koska se on autenttista ja myös näyttää autenttiselta. Amatöörivideot ovat usein rakeisia ja täriseviä eli ”puhdasta ja väristelemätöntä todellisuutta” uutisen tapahtumapaikalta. Lisäksi kuvat tulevat suoraan uutistapahtumien keskipisteestä ilman välikäsiä eli suoraan ensikäden lähteiltä (Andén-Papadopoulos &

Pantti 2011). On myös sanottu, että amatöörikuvat lähentävät katsojia uutistilanteeseen, koska amatöörimateriaalista puuttuu etäännyttävä journalistinen ote. Materiaali on ikään kuin aidompaa ja läheisempää yleisölle kuin ammattilaisten kuvaamat teknisesti paremmat otokset. Fyysinen ja sosiaalinen välimatka ovat pyyhkiytyneet amatöörikuvasta pois, mikä vahvistaa katsojan emotionaalista uutisten kokemista.

Amatöörimateriaalin käytön kriitikot, kuten Allan (2005, 155), puhuvat snapparazzeista, jotka nappailevat kuvia breaking news -tilanteista. Kriitikoiden mielestä tällainen snapparazzailu voi johtaa sensaatiohakuisuuteen, tirkistelyyn, ja se voi myös lisätä kuvattavan kohteen epäinhimillistämistä. Läheltä kuvaaminen ja kuvan intiimisyys eivät välttämättä korreloi mitenkään journalistiseen ammattimaisuuteen liitetyn vastuullisuuden kanssa (Silverstone 2006). Jotkut amatöörikuvaajat voivat olla liikkeellä vain rahastustarkoituksessa, jolloin he kilpailuttavat eri medioita siitä, kuka maksaa suurimman summan tarjotusta kuvasta. Useimmilla mediataloilla on netissä näkyvillä vakiintuneet palkkiot, jotka maksetaan joko netissä tai perinteisen median puolella julkaistuista kuvista.

Kuuluissa, edesmennyt sotavalokuvaaja Robert Capa on todennut, että mikäli kuva ei ole hyvä, se johtuu yksinkertaisesti vain siitä, että kuvaaja ei ole ollut tarpeeksi lähellä kohdettaan. Läheisyys on visuaalista emotionaalisuutta painottavien uutiskuvien toivottu ja haluttu ominaisuus. Arvokasta on se, että todistetaan tapahtuma juuri silloin kun se tapahtuu. Mutta mikä on eettisesti sopiva etäisyys, erityisesti uutistilanteessa? Amatöörikuvien kohdalla toimitukset kertovat usein nettisivuillaan perusohjeet siitä, mitä saa kuvata ja mitä ei. Salakuvaus on kielletty, mutta joskus sekin voi olla journalistisesti perusteltua, esimerkiksi silloin, kun uutistilanne on niin merkittävä, että se vaatii salakuvasta paljastaakseen totuuden. Tällöin toimitukset ottavat kuvien julkaisussa harkitun juridisen riskin. Amatöörikuvien kohdalla ei välttämättä voida täysin varmasti tietää, missä olosuhteissa kuva on otettu. Tässä tullaan jo laajemmin yleiseen tiedon varmistamisprosessiin ja sen mukanaan tuomiin moniin ongelmiin, jotka jokainen toimitus joutuu tapauskohtaisesti ratkaisemaan.

Iltapäivälehdistö on se journalismin genre Suomessa, joka on käyttänyt 2000-luvulla paljon amatöörikuvia, lukijoiden lähettämiä uutiskuvia ja niin sanottuja perhealbumikuvia. Useimmiten yksityisiä perhealbumikuvia käytetään paljastamaan intiimiä totuutta tai kosketuspintaa ihmisistä, joita suru on kohdannut, tai sitten kuvat viestittävät uhrin tavallisuutta traagisessa tilanteessa eli luovat samaistumis pintaa onnettomuustilanteeseen. Kotialbumikuvia käytetään myös läheisyyselementtinä. Ne ikään kuin tuovat lukijoita lähemmäksi kuvien kohteita eli paljastavat inhimillisempää puolta esimerkiksi usein etäisiksi jäävistä päättäjistä ja poliitikoista. Tällaisesta kovuutta emootioiden kautta pehmentävästä kuvajournalismista hyvänä esimerkkinä toimivat poliitikkojen kotialbumeista pyydyt lapsuus kuvat, joiden kautta ihmisille välittyy aivan erilainen tunnekokemus kaukaisesta päättäjistä kuin pelkkien perinteisesti työhön liittyvien virallisten kuvien kautta.

Yksi kiinnostava sisällöllinen kysymys on se, vaikuttaako amatöörikuvamateriaalin saaminen siihen, tuleeko uutisesta uutisarvoltaan uutisoitava, eli nouseeko yksittäisen uutisen status amatöörikuvan myötä? Uutistapahtumien emotionaalista visuaalisuutta korostavassa iltapäivälehtigenressä vastaus on usein kyllä. Uutisen visuaalisuus ja hyvät uutiskuvat nostavat jutun uutisstaatuksellista arvoa sen vuoksi, että hyvä uutiskuva on uutinen jo sinänsä. Visuaalisen voiman kautta amatöörikuva voi vaikuttaa siihen, kuinka näkyvälle paikalle uutinen lehdessä tai netissä nostetaan. Mielenkiintoista on myös analysoida sitä, miten amatöörikuvia käytetään. Kertovatko mediat yleisesti, että kyseessä on amatöörikuva. Ja miten kuvan subjektiivisuus/objektiivisuus julkaisuvaiheessa ratkaistaan. On selvää, että ristiriitatilanteessa kuvan tai videon ottanut osapuoli eli amatöörijulkaisija pyrkii välittämään omalta kannaltaan edullista kuvamateriaalia. Tilanne on kuvien käytön suhteen ongelmallinen median kannalta aina silloin, kun perinteisiltä medioilta on evätty pääsy konfliktialueelle. Yksi tällainen esimerkki oli Iranin 2009 vaalien jälkeen järjestetyistä mielenosoituksista, joista saatiin medioihin kansalaismateriaalia, joka todisti rajuista väkivaltaisuuksista. Osa kansainvälisistä medioista pyrki lisäämään materiaalin läpinäkyvyyttä julkaisemalla kuvat ja videot, mutta laittamalla niihin tekstin, että materiaalin autenttisuutta ei ole pystytty verifioimaan (Newman 2009).

Makaaberein osallistuvan amatöörikuvajournalismin muoto nähtiin Suomessa Jokelassa ja Kauhajoella, kun koulusurmaajat jakoivat varta vasten medialle räätälöityä amatöörikuvamateriaaliaan nettiin. He loivat itsestään visuaalisen kuvaston, jonka avulla he pystyivät kierrättämään omia herooisia kuviaan ja sanomaansa mediassa. Tilanne oli ensimmäisen koulusurman eli Jokelan kohdalla niin uusi, että useimmat mediat eivät oikein tieneet, miten tähän ampujan ennalta koostamaan mediapakettiin olisi pitänyt suhtautua. Pääosin vasta jälkikäteen journalistit ilmaisivat huolensa ja pahoittelunsa siitä, että koulusurmaaja oli onnistunut omalla amatöörikuvamateriaalillaan manipuloimaan mediaa omiin tarkoituksiinsa (Andén-Papadopoulos & Pantti 2011).

Yhteiskunnan ja valtioiden demokratiakehityksen kannalta voi pohtia ajatusta, jonka Helsingin yliopiston maailmanpolitiikan professori Teivo Teivainen esitti Hanna Nikkasen (2012) kirjassa. Teivainen pohdiskelee: ”Minkälainen demokratian tila Kiinassa olisi tänä päivänä, jos Pekingin Tienanmenin aukion joukkomielenosoituksen osallistujilla olisi ollut kamerakännykät ja Twitter käytössään vuonna 1989, kun viranomaiset tukahduttivat panssarivaunuin demokratia-liikkeen mielenosoituksen.” Kansainvälisellä medialla oli tapahtumapaikalta käytössään vain muutama kuva eikä lainkaan tietoa siitä, kuinka moni tilanteessa mahdollisesti kuoli. Nykyisellä internet- ja mobiiliaikakaudella vastaavasta tapahtumasta olisi tarjolla useita kuvia, videoita ja silminnäkiäkertomuksia. Teivainen toteaaakin, että ”kun tieto väkivallasta leviää laajemmalle, kuin vain vainajan lähipiiriin, väkivalta ei enää toimi pelotteena, vaan päinvastoin ruokkii kapinahenkeä”. (Nikkanen 2012, 43.)



## 2.5 Sosiaalinen media jalkautui toimituksiin

### 2.5.1 Tuotantoa, jakamista ja vuorovaikutusta

Sosiaalisen median nousu kansalaisten ja journalistien tietoisuuteen on aiheuttanut asteittaisen murroksen myös uutistoimitusten ja toimittajien rutiineihin. Facebook rantautui Suomeen vuonna 2007. Ensin toimituksessa suhtauduttiin hieman epäillen, kun nuorimmat ja innokkaimmat nettikäyttäjät ”lorvailivat” facessa, ja olivat vuorovaikutuksessa kavereidensa ja mediayleisöjen kanssa. Yksittäiset edelläkävijät olivat kuitenkin suhteellisen pitkään vähemmistönä toimituksissa, sillä vasta vuoden 2010 aikana uutismediat niin Suomessa kuin maailmallakin alkoivat toden teolla herätä sosiaalisen median kasvavaan merkitykseen uutisvälityksessä (Uskali 2011). Vuonna 2012 asenteet olivat muuttuneet. Nyt pidettiin jo uutistoimitusten johtoporrasta myöten suotavana sitä, että toimittajat viettävät työaikaansa entistä enemmän sosiaalisessa mediassa.

Vuonna 2012 sosiaalinen media oli jo vakiinnuttanut asemaansa osana uutisprosessia. Jokainen iso uutistapahtuma synnytti viestien ja kansalaismaterian tulvan erilaisiin sosiaalisen median yhteisöpalveluihin. Sosiaalista mediaa käytettiin monissa mediataloissa aktiivisesti kaksisuuntaisena uutiskanavana uutisten etsimiseen ja niiden välittämiseen. Aikaisemmin Yhdysvaltain presidentti olisi järjestänyt lehdistötilaisuuden heti, kun hänen vaalivoittonsa varmistui, mutta vuonna 2012 presidentti Obama ilmoitti vaalivoitostaan ensimmäisenä sosiaalisen median mikroblogipalvelussa Twitterissä.

Nykyiselle nettiajalle on tunnusomaista, että ensimmäiset tiedot uutistapahtumista välittyvät usein kaikkein nopeimmin sosiaalisen median kautta. Ihmiset raportoivat, linkkaavat ja keskustelevat uutisaiheista sosiaalisessa mediassa sellaisella vauhdilla ja intensiteetillä, että perinteinen media on joutunut toden teolla ravistelemaan pölyjä hartioiltaan ja miettimään linjaansa, miten se itse toimii sosiaalisessa mediassa, ja miten perinteisen median tarjoamat uutistiedot ja yleisöt löytyvät sosiaalisen median runsaan ja kansainvälisen tarjonnan puristuksessa. 2010-luvulla nettimediamurrokseen liittyvä ja varmasti useimmin toistettu sana lienee konvergenssin kulttuuriin liittyvä sosiaalinen media.

Sosiaaliselle medialle ei ole selkeää määritelmää, mutta karkeasti ottaen käsitteellä viitataan mediasisältöjen tuotannon hajautumiseen, jossa käyttäjät eli kansalaiset tuottavat omaehtoisesti erilaisia sisältöjä. Sosiaalisella medialla tarkoitetaan myös internetin yhteisöpalveluita, kuten esimerkiksi Facebookia, Twitteriä, erilaisia blogeja ja videopalveluita. Niissä käyttäjät tuottavat yksin tai yhdessä pääosin epäkaupallisia sisältöjä, vaikka palvelut itsessään ovatkin kaupallisia. Sosiaalisen median piiriin luetaan sisällöntuotanto ja julkaisut (blogit, podcastit), sisällön jakaminen (YouTube, Flickr, Tumblr, Instagram), sosiaaliset yhteisöpalvelut (IRC-galleria, Facebook, LinkedIn, Heia Heia), yhteistuo-tannolliset verkkopalvelut (Wikipedia, MediaWiki), virtuaalimaailmat (Second Life, Habbo Hotel) ja sosiaalisen median liitännäispalvelut (Slide, Friends for Sale). Kun puhutaan sosiaalisen median yleisöjen aktiivisesta roolista, käytetään termejä vertaisverkko, vertaisviestintä tai keskusteluryhmät (Hytönen, 2013, 15).

Katri Lietsala ja Esa Sirkkunen (2008, 24) ovat analysoineet suosituimpien sosiaalisten medioiden sivustoja ja löytäneet niistä joukon yhteisiä ominaisuuksia. Kaikkia luonnehtii sisällön omaehtoinen tuottaminen, jakaminen ja vuorovaikutus. Lietsalan ja Sirkkusen mukaan suosituimpien sosiaalisen median sivustojen viisi yleisintä ominaisuutta ovat seuraavat: 1) jakamiseen on tila, 2) osallistujat luovat ja käsittelevät sisällöt pääasiassa itse, 3) palvelu perustuu sosiaaliseen vuorovaikutukseen, 4) kaikilla sisällöillä on suora URL-linkki ja 5) aktiivisilla osallistujilla on oma profiilisivunsa, johon voi linkittyä.

Nopea sosiaalisen median kasvu johtunee siitä, että kautta historian ihmiset ovat halunneet luoda ja jakaa asioita sosiaalisesti keskenään, ja nyt tälle toiminnalle on luotu helppokäyttöinen teknologiapohjainen alusta. Netti on lisännyt mahdollisuuksia tuottaa erilaisia mediasisältöjä ja myös saattaa toiset tietoisiksi sisältöjen olemassaolosta. Facebookissa tai Twitterissä voi linkata ystävilleen joko perinteisen median artikkeleita, ohjelmia tai sosiaalisen median sisältöjä. Tätä muiden johdattamista mielenkiintoisten sisältöjen ääreen kutsutaan sosiaalisesti kuratoinniksi. Termillä viitataan taidenäyttelyjen kokoajien eli kuraattoreiden toimintaan. Ilmiö on tärkeä sen vuoksi, että se osoittaa, että sosiaalisen median käyttäjät eivät välttämättä tuota sisältöä itse, vaan he tuottavat yhteyksiä eri sisältöihin. (Seppänen ja Väliverronen 2012, 29.)

Sosiaalisen median rinnakkaisia käsitteitä ovat muun muassa web 2.0, sosiaalinen verkko tai vertaismedia. (Matikainen 2009.) Termi web 2.0 kuvaa nettipohjaisia sovelluksia, jotka korostavat sosiaalista verkottumista, yhteistyötä, vuorovaikutusta ja osallistumista, jossa kontrolli näyttää siirtyvän vakiintuneilta instituutioilta tietyn uutistapahtuman ympärille yllättäen syntyville nettiryhmittymille (Andén-Papadopoulos & Pantti, 2012). Sosiaalisen median sisältöä puolestaan kuvataan termillä user generated content eli käyttäjien luoma sisältö. Perusmääritelmältään UCC on internetistä löytyvää sosiaalisen median sisältöä, jonka ovat tuottaneet nettisivuston amatöörikäyttäjät. Vastakohtana kansalaisten tuottamalle uutismateriaalille on media-ammattilaisten voimin tuotettu perinteisen median sisältö.

Lietsala ja Sirkkunen ovat jaotelleet sosiaalisen median käyttäjälähtöisen sisällön kolmeen luokkaan.

1. Käyttäjien *luoma* sisältö: User-created content (UCC)
2. Käyttäjien *tuottama* sisältö: User-generated content (UGC)
3. Käyttäjien *välittämä* sisältö: User-driven content (UDC)

Jaottelu korostaa erilaisten sisältöjen merkityksen tasoeroa eri tilanteissa sekä lähettäjälle että vastaanottajalle. Samalla se kuvastaa sosiaalisen median kirjoa ja jaottelun vaikeutta, koska jokainen kategoria jakautuu vielä eritasoisiin merkityksiin. (Lietsala ja Sirkkunen, 2008 19.)

Some-tutkija Clay Shirky on sitä mieltä, että sosiaalinen media luo avoimempaa yhteiskuntaa ja lisää demokratiaa. Shirky pitää hyvinä esimerkkeinä tästä muun muassa arabikevättä ja Kiinan maanjäristysuutisointia. Kiinassa tapahtui 12.5.2008 tuhoisa maanjäristys ja sosiaalisen median aikakaudella

maanjärityksestä tietysti raportoitiin reaaliaikaisesti sosiaaliseen mediaan. Ensin kuvat, videot ja silminnäkijähavainnot levisivät kiinalaisten sosiaalisen median mikroblogipalvelussa Weibossa, josta ne siirtyivät salamana ulkomailla asuvien kiinalaisten avulla Twitteriin ja muihin sosiaalisen median palvelimiin. Lopputulos uutisnopeuden kannalta oli se, että Kiinan Sichuanin maanjäristys uutisoitiin Twitterissä kahdeksan minuuttia aiemmin kuin ensimmäiset seismologit Amerikassa edes havaitsivat sen. Nykyisen some-vallankumouksen demokraattisuus näkyy Shirkyin mukaan nimenomaan siinä, että edellisen vuonna 1976 Kiinassa sattuneen suurjärityksen myöntämiseen kului Kiinan viranomaisilta kolme kuukautta. Sosiaalisen median aikakaudella tällainen viranomais-tiedon pimittäminen katastrofiuutisoinnissa on lähes mahdotonta. Shirkyin mielestä nämä esimerkit todistavat sosiaalisen median toiminnan hyödyt.

Perinteinen media on ollut joukkojen ja massayleisön aikaa. Sosiaalinen media puolestaan jatkaa monella tavalla joukkojen toimintaa. Useissa sosiaalisen median palveluissa käyttäjät tuottavat sisältöä, mutta tekevät sitä kyseisen verkkopalvelun ehdoilla, jolloin omaehtoisuus saattaa olla hyvinkin vähäistä. Bowman ja Willis (2005) ovat sitä mieltä, että useimmat ihmiset eivät tosiasiaassa halua olla journalisteja, vaan he haluavat osallistua uutistapahtumaan vain vähän ja itselleen mielekkäällä tavalla, ja tähän osallistumistarpeeseen sosiaalisen median palvelut vastaavat.

Sosiaalinen media on monilta osin myös kansainvälisten suuryritysten hallitsemaa joukkojen ohjailua ja liiketoimintaa, ja monissa suosituimmista some-palveluista ohjataan massoja toimimaan tietyllä tavalla. Duttonin (2008) mukaan sosiaalisen median viisaus piilee kaupallisessa johtamisessa tai joukkojen hallitsemisessa eikä niinkään joukkojen demokraattisessa voimassa. Dutton esittää, että sosiaalisessa mediassa joukot eivät toimi omaehtoisesti, vaan niiden toimintaa suunnataan. Tämä ei tapahdu suoraan tai näkyvästi, vaan verkkopalvelun kaupallislähtöisen toiminnan, käyttöliittymän ja sääntöjen kautta. Tämä näkökulma unohtuu usein, kun puhutaan sosiaalisen median demokraattisuudesta.

Uutisoinnin näkökulmasta on hyvä pitää mielessä, että sosiaalista mediaa käytetään aktiivisesti myös propagandaan, tietosiin harhautuksiin ja mediasodankäyntiin. Kyberturvallisuuteen erikoistunut Jarmo Limnell totesi blogissaan (2012) kuinka Israelin asevoimat kertoi Twitterissä aloittaneensa sota-toimet Hamasia vastaan Gazassa. Tapausta pidettiin ensimmäisenä varsinaisena some-sodanjulistuksena. Sosiaalinen media on Limnellin mukaan taistelutanner, jolla on pakko pärjätä, mikäli aikoo menestyä sodankäynnissä. Yhdysvaltalaiset oppivat jo Persianlahden sodan aikana, ettei sotaa voi voittaa, jos ei voita mediasotaa. Nykyisin yhä useampi mediasota käydään sosiaalisen median välityksellä. Limnell toteaa, että sanojen, kuvien ja bittien merkitys jatkaa kasvuaan sodankäynnissä. Sosiaalisen median kautta tavoitetaan suuri joukko ihmisiä, joille voidaan perustella omien toimien oikeutusta ja kuvata vastapuolen aiheuttamia kärsimyksiä. Ei ole sattumaa, että niin Israelin kuin Hamasin julkaisemissa kuvissa tunteisiin vetoavat lapsiuhrit olivat näkyvästi esillä. Israelin asevoimien Facebook-sivuilla oli näyttäviä kuvia Hamasin rakettien kantoetäisyyksistä, kun taas #GazaUnderAttack -tviittauksien linkeistä löytyi vide-

oita, jotka eivät sovellu herkemille katselijoille. Erityisesti Israelin armeijaa pidetään edelläkävijänä sosiaalisen median käyttämisessä. Some-taitojen kehittämiseen on Israelissa viime vuosina investoitu kymmeniä miljoonia dollareita ja asevoimien sisällä puhutaankin yleisesti myös ”sosiaalisen median operaatioista” osana muuta propagandatoimintaa. Israelin asevoimilla on oma Facebook-sivunsa, Twitter-tilinsä ja videoita YouTubessa sekä kuvia Flickr:ssä.

Tapio Kujala (2012) toteaa tutkimuksessaan, että uuden teknologian kehitys ja kansalaisten saatavilla olevat digitaaliset viestintävälineet ovat muuttaneet sotapropagandan luonnetta ja painopistettä. Viestintäteknologioiden kehitys tuottaa mediasodan, jossa perinteisten mediaorganisaatioiden vaikutus vähenee. Konfliktissa olevien valtioiden kansalaisvaikuttaminen ja journalisteihin kohdistettu painostus luovat uusia areenoita sotapropagandan suuntaamiseksi niin, että perinteinen journalismi voidaan joko mitätöidä tai ohittaa. (Kujala 2012, 205.)

Propagandan levittämisen lisäksi sosiaalista mediaa on kritisoitu myös kollektivismista. Digipioneeri Jason Lanier kritisoi sosiaalista yhdessä tekemistä ja uutisten jakamisen kulttuuria. Lanier pohtii, että mikäli kaikki osallistuvat sisällöntuotantoon, syntyykö lopputuloksesta vain tylsä ja keskinkertainen. Menetetäänkö tällä kehityskululla yksilöiden särmä ja innovatiivisuus. Lanier kritisoi myös internetin ilmaiskulttuuria. Nettilehdet panevat palkkatyössä olevien sisällöntuottajien eli journalistien työn tuloksia ilmaiseksi tarjolle, ja sen jälkeen mediat ihmettelevät, miksei yleisö enää osta maksullista rinnakkais-tuotetta. (Lanier 2010.)

Francisco Dao puolestaan kritisoi sosiaalisen median jakojen perusteella tapahtuvaa uutisten seuraamista: ”Onko tässä jo kyse ylijakamisesta ja siitä, että olemme tietynlaisen ryhmäajattelun orjia. Synnyttääkö ryhmäajattelu kyvyttömyyttä ja rohkeuden puutetta ajatella toisin?” Daon mielestä sosiaalisen median ryhmäpaine ja epäonnistumisen pelko synnyttävät joukkojen tyranniaa, jossa ei uskalleta olla aitoja ja innovatiivisia, eikä enää uskalleta epäonnistua. Hän vertaa sosiaalista mediaa pomoon, joka pyytää vapaasti kertomaan mielipiteen asioista, mutta jos mielipide ei miellytäkään, pomo antaa varoituksen tai potkut. Daon mielestä yksityisyys ja eksklusiivisuus tuottavat yhteiskunnassa parempia innovaatioita kuin ryhmäajattelu. (Dao 2011.) Sosiaalisen median kritiikkiin yhtyy myös BBC:n ex-pääjohtaja Mark Thompson, joka sanoi Guardianin (2012) haastattelussa, että jos ihmiset menevät internetiin ja löytävät tai hakevat vain sellaisia mielipiteitä ja uutisia, jotka heitä kiinnostavat, tai joista he ovat samaa mieltä kuin niiden kirjoittajat, nämä ihmiset eivät enää altistu uusille ja erilaisille ajatuksille, jotka voivat olla ristiriidassa omien ajatusten kanssa, mutta antaisivat rakennusmateriaalia monipuolisemman maailmankuvan luomiseksi. Sen vuoksi Thompsonin mukaan tarvitaan perinteistä laatumediaa, jossa ammattitaidolla analysoidaan ja uutisoidaan asioista.

## 2.5.2 Perinteinen vai sosiaalinen media

Sosiaalista mediaa ja perinteistä mediaa arvostetaan eri syistä. Matikaisen (2009) tekemän tutkimuksen mukaan ihmiset arvostavat perinteisiä medioita erityises-

ti luotettavuuden takia. Perinteisen median luotettavuus nojaa sisältöön eikä niinkään muiden käyttäjien suosituksiin, vaikka nuoremmassa (15–29) ikäryhmässä muiden kävijöiden suositukset lisäsivät myös oletettavaa jutun luottavuudesta. Matikaisen tutkimus korostaa myös, että yleisön luottamus pitää ansaita laadukkaan ja luotettavan sisällöntuotannon kautta. Luottamus myös rakentuu monisyisesti:

- 1) yleisestä käsityksestä perinteisestä mediasta luotettavuuden takeena
- 2) henkilön omasta kokemuksesta
- 3) henkilön suhteesta kyseessä olevaan mediaan
- 4) mediatuotteen sisällöstä

Luottamus mediaan on enemmän monisyinen vuorovaikutussuhde kuin ominaisuus sinänsä. Matikaisen (2009) tutkimuksen mukaan perinteisen median asema ihmisten mielissä on edelleen vahva, koska ihmiset arvostavat perinteisen median uutistietojen luotettavuutta. Mediayleisön silmissä luottamuspuutteen voi myös nopeasti menettää. Nopeuskilpailun aiheuttamia haavoja nuolttiin myös huhtikuussa 2013 tapahtuneen Bostonin maratonin pommi-iskun jälkeen. Pommi-iskujen uutisointi rapautti perinteisen median asemaa ja luotettavuutta erityisesti Yhdysvalloissa. Perinteiset mediatalot hakivat skuppeja kilpaa salamannopean, mutta epäluotettavan sosiaalisen median kanssa ja tulokset olivat luotettavan tiedonvälityksen näkökulmasta surkeat. Esimerkiksi CNN uutisoi liian aikaisin ja virheellisesti pommi-iskun pidätyksestä. Sama virheellinen uutinen löysi tiensä myös suomalaismedioiden uutisvirtaan. Sosiaalisen median kanssa nopeuskilpailuun ryntäsi myös New York Post, joka uutisoi virheellisesti lukuisista uhreista kolmen todellisen uhrin sijaan ja julkaisi kuvat epäilyistä tekijöistä, vaikka he olivat syyttömiä sivullisia (Pekkala 2013).

Yhtenä syynä siihen, että perinteinen media teki Boston-uutisoinnissaan ylilyöntejä, pidettiin sosiaalista mediaa, jossa huhut ja väärät ”uutiset” velloivat ja tietojen metsästys kävi kuumana. Nettisalapoliiseina toimineet kansalaiset kuuntelivat poliisiradiota, selasivat kuvia ja yhdistelivät Twitter-tietoja, joiden pohjalta he julkaisivat väärin epäiltyjen kuvia ja nimiä. Pahimmat ylilyönnit teki Reddit-keskustelupalstan Find Boston Bombers -osio, jossa käyttäjät tekivät rikostutkintaa crowdsourcing-menetelmin. Monet syyttömiä ihmisiä leimanneet sivuston käyttäjät pysyivät myöhemmin toimintaansa anteeksi (Lee 2013). Vaikka osa perinteisistä medioista lähtikin mukaan uutiskilpailuun näiden some-salapoliisien kanssa, kaikki mediatalot eivät kuitenkaan niin tehneet. Suurin osa uutismedioista toimi Bostonin iskujen aikaankin perinteisen uutiskaavan mukaan ja nojasi tietojen kunnolliseen tarkistamiseen, luotettavuuteen ja analyysiin.

Parhaimmillaan sosiaalista mediaa ja perinteistä mediaa voidaan pitää toisiaan täydentävinä uutiskumppaneina. Some on salamannopea ja sen kautta löytyvät silminnäkijät ja mahdolliset uudet johtolangat. Perinteisen median tehtävänä puolestaan on varmistaa nämä sosiaalisessa mediassa välitetyt tietoaihiot ja julkaista ainoastaan luotettavia tietoja. Koska sosiaalinen media perustuu tavallisten ihmisten väliseen vuorovaikutukseen, on ymmärrettävää, että julkai-

sutilanteessa ylilyöntejä voi tapahtua. Samasta syystä ei voi olettaa kaikilta some-salapoliiiseilta journalistien ammattietiikan mukaista julkaisutoimintaa. On hyvä muistaa myös se, että sosiaalisen median uutiskulttuuri on vielä nuorta, joten kansalaisten mediataitojen edetessä tai julkaisijan vastuun laajetessa myös sosiaalisen median uutisjulkaisujen eettisyys ja luotettavuus toivottavasti vielä kehittyvät.

Sosiaalisen median suosio ja lisääntynyt käyttö voi myös muuttaa ihmisten arkista mediakäyttäytymistä. Jos käyttämämme media muuttuu, se voi muuttaa myös sosiaalista vuorovaikutustamme. Ennen luettiin sanomalehti aamukahvipöydässä ja lounaslukemisena oli kioskilta mukaan napattu iltapäivälehti. Nykyisin yhä useampi ihminen lukee uutiset netistä monta kertaa päivässä, etsii itseään kiinnostavat uutiset sosiaalisen median kautta ja suosittelee niitä vielä omalle kaveripiirilleenkin. Tämän lisäksi uutisaiheista voidaan vielä verkossa käydä intohimoista keskustelua. Vakiintuneiden uutismedioiden olisi syytä miettiä strategiat, joilla ne pärjäävät alati muuttuvassa internet-, mobiili- ja some-maailmassa, jossa ihmisten uutistottumukset ja tavat käyttää eri medioita ja päätelaitteita muuttuvat jatkuvasti.

Se, miten perinteisen median uutiset alkavat elää ja kerätä suosiota sosiaalisessa mediassa, vaikuttaa myös suoraan perinteisen median omien verkkosivujen kävijämääriin, mainostajiin ja voi heijastua lopulta myös kaupallisten medioiden elinvoimaan. Julkisen palvelun puolella verkkosuosio voi vaikuttaa yleisösuhteeseen ja sitä kautta koko julkisen palvelun toiminnan oikeutukseen. Sosiaalinen media voi myös tasa-arvoistaa uutistoimituksia. Sekä pienen että ison toimituksen hyvin tehty juttu jaetaan yhtäläillä sosiaalisessa mediassa, ainostaan sisällön laatu ratkaisee. Tasa-arvo voi toteutua sosiaalisessa mediassa myös asiantuntijakansalaisen ja ammattijournalistin välillä. Kun molemmat kirjoittavat kommentin tai analyysin tietystä uutisaiheesta, some-yleisön suositukset ratkaisevat sen, kumman juttu lähtee kiertoon ja saa suosituksia.

Bowman ja Willis (2005) ovat esittäneet, että sosiaalisen median osalta erilaiset osallistumisen infrastruktuurit ja yhteisöllisyys tuottavat perinteisille mediayhtiöille lisäarvoa, eivät niinkään sosiaalisessa mediassa jaetut perinteiset mediasisällöt. Asiasta voi myös perustellusti olla toista mieltä, koska vuonna 2012 yhä useampi uutistoimitus jakoi uutisiaan sosiaalisessa mediassa nimenomaan sen vuoksi, että saisi lisää kävijöitä omille sivuilleen. Toki myös yhteisöllisyys koetaan tärkeäksi. Yhteisöllisen yleisövuorovaikutuksen kautta mediayhtiöt hakevat sosiaalisen median keinoin uutta yleisöä, joka luo pitoa eli uskollisia päivittäiskävijöitä omille verkkosivuille.

Mediayleisön kanssa vuorovaikutuksessa oleminen ei ole historiallisesti mikään uusi asia. Jo 1700-luvulla sanomalehdet palvelivat pientä bisnes- ja poliittikkoyleisöään eksklusiivisesti. Kustantajat ja päätoimittajat olivat usein henkilökohtaisesti verkostoituneita eli läheisissä tekemisissä keskeisten lukijoidensa kanssa (Davis 1994). Uutiset olivat enemmän vuorovaikutteista diskurssia kuin ylhäältä alas tarjottua informaatiota. Kun mediat kasvoivat ja laajentuivat, kasvoi myös välimatka yleisön kanssa, jolloin medioiden roolikin muuttui entistä enemmän massoille suunnatuksi tiedonvälitykseksi. Nettivallankumouk-

sen ja sosiaalisen median nousun myötä olemme tavallaan siirtyneet takaisin 1700-luvun keskieuropalaisten kahviloiden luovaan ja verkostoituneeseen keskustelukulttuuriin: kahvilakeskustelun logiikan voi nyt löytää Facebookista, Twitteristä tai muusta perinteisen median nettijulkaisun uutiskeskustelusta (Markman 2008).

Siirtyminen kansallisvaltioiden ajasta globaaliin internetpohjaiseen verkostoyhteiskuntaan on vaikuttanut siihen, että hyvinkin paikalliset kriisit, kuten esimerkiksi Suomessa tapahtuneet koulusurmat tai Bostonissa tehty pommi-isku leviävät verkon kautta hetkessä globaaleiksi mediatapahtumiksi. Elämme ubiikkiyhteiskunnassa, jossa ubiikki eli kaikkialla oleva tietotekniikka levittää mediasisällöt hetkessä maapallon toiselta laidalta toiselle. Laajemmassa katsantokannassa kansalaisten kanssa verkottunutta vuorovaikutteista journalismia voidaan myös pitää voimatasapainon siirtona uutisten kuluttajilta uutisten amatööriutuottajille. (Jenkins 2006; Russell et al. 2008.)

2000-luvun lopun suomalaismedioiden yleisövuorovaikutusta tarkastellut Ari Heinosen (2008) tutkimus ei tue Jenkinsin ja Russellin esittämiä näkemyksiä siitä, että Suomessa olisi tapahtunut merkittävää voimatasapainon siirtoa uutisten kuluttajilta uutisten amatööriutuottajille. Heinosen tutkimuksen mukaan suomalaiset sanomalehdet arvostivat yleisövuorovaikutusta 2000-luvun alussa lähinnä vain periaatteellisella tasolla eli journalismin yleisenä voimavarana. Verkkoviestinnän myötä suomalaislehdille oli jo avautunut mahdollisuus ottaa yleisö osaksi journalistista prosessia ja toisaalta verkkoviestinnän vertaiskulttuuri myös pakotti perinteisiä lehtiä entistä enemmän vuorovaikutukseen yleisöjensä kanssa. Toisin sanoen lehdet näkivät, että niiden on pakko muuttua, mutta samanaikaisesti niillä oli myös mahdollisuus uudistua. 52 kansainvälistä ja kotimaista sanomalehteä ja niiden verkkosivustoja koskeneen tutkimuksen mukaan suomalaisissa lehdissä vuorovaikutusta yleisön kanssa tapahtui erityisesti journalististen prosessien alku- ja loppupäässä eli uutisvinkkien ja muiden sisältöväinkkien sekä palautteen muodossa. Varsinainen journalistinen sisällöntuotanto oli Heinosen mukaan edelleen ammattijournalistien omissa käsissä lukuun ottamatta yksittäisiä kokeiluja tai täydentäviä alueita kuten esimerkiksi lukijoiden lähettämiä kuvia. (Heinonen 2008, 3, 121.)

Heinosen tutkimuksen mukaan sanomalehtien suhtautuminen yleisöön voitiin jaotella karkeasti kahteen ryhmään eli segregatioksi ja integraatioksi. Segregatio-asennetta edustavat lehdet korostivat yleisön palvelua, mutta samalla ne toimivat omaa itsellisyyttä tarkoin vaalivina journalistisina instituutioina. Integraatiota vaalivat lehdet puolestaan näkivät, että toimituksen omat journalistiset tuotannot ja yleisöltä saatu materiaali voivat ainakin jossain määrin kietoutua yhteen, jolloin niistä muodostuu lehden journalististen sisältöjen kokonaisuus. Heinosen tutkimuksen mukaan suomalaisten lehtimedioiden suhteen edellä mainitut segregatian ja integraation jakolinjat eivät olleet yhtä selkeät kuin tutkimukseen osallistuneissa kansainvälisissä lehdissä. Eräiden suomalaisten päälikköhaastateltavien mielestä sanomalehdet ”menettävät pelin, elleivät ne ala ottaa huomioon lukijavuorovaikutusta nykyistä paremmin”, toisten päälliköiden mielestä mitään kummempaa internetmurrosvaihetta ei ollut

olemassa ja lehdistä ei ollut jatkossakaan mitään syytä tehdä vuorovaikutteisia ”pulinabokseja”. (Heinonen 2008, 126.)

Korpiolan mukaan (2011) vuorovaikutteista uutisointia on 2000-luvulla tehty joko suoraan sosiaaliseen mediaan tai sitten sosiaalisen median logiikkaa mukailien oman median julkaisualustalle. Vähimmillään yleisöä pyydetään keskustelemaan uutisaiheesta, tulemaan haastateltavaksi, lähettämään omia kokemuksiaan tai uutiskuvia toimitukseen, tai äänestämään mitä mieltä he kulloinkin tapetilla olevasta asiasta ovat. Enimmillään tavalliset ihmiset päättävät julkaisun uutisagendan, tai etsivät yhdessä toimittajien kanssa uutisia, tai tekevät koko mediajulkaisua alusta loppuun yhdessä ammattijournalistien kanssa. Verkostotuotanto, yleisöosallistuminen tai talkoistaminen kuvaavat joukkoistamis- eli crowdsourcing-käsitettä, joka edustaa yhtä sosiaalisen median toimintalogiikkaa. Siinä tavalliset ihmiset tarttuvat annettuun pulmaan ja ratkaisevat sen. Esimerkiksi Japanin ydinvoimalaonnettomuuden yhteydessä viranomaisilla oli hankaluuksia riittävän kattavan alueellisen säteilymittauksen tekemisessä. Japanilaiset ottivat joukkoistamis-menettelmän käyttöönsä. Sen avulla vapaaehtoiset alkoivat tehdä säteilymittauksia, kerätä dataa ja koota informaatiota viranomaisten tiedonjakoa varten. Näin saatiin paljon kattavampi kuva säteilytilanteesta kuin muuten olisi saatu. (Korpiola 2011, 37.)

Journalismissa verkottuminen on sitä, että ammattitoimittajat käyttävät digitekniikalla varustettuja kansalaisia uutisten hyperlähteinä ja kansalaiset voivat osallistua uutistuotantoon muun muassa kertomalla, missä päin on ollut myrskytuhoja, jolloin mediatalo voi päivittää kartan sivustolleen näiden tietojen pohjalta, tai sitten kansalaiset voivat seuloa uutistoimituksen vapaaseen jakoon antamasta isosta tutkimusdatasta kiinnostavia yksityiskohtia ja lähettää tiedot toimitukseen, jonka jälkeen toimitus myöhemmin koostaa kerätyistä tiedoista uutisjutun.

### 2.5.3 Toimittajat sosiaalisessa mediassa

Sosiaalisen median kasvusta huolimatta suomalaisten uutisjournalistien työskentelytavat olivat vuonna 2012 hyvin samanlaiset kuin ennenkin. Perustyö oli edelleenkin uutisten metsästämistä, haastattelujen tekemistä ja tarinoiden kertomista eri välineisiin näille välineille ominaisilla keinoilla. Sosiaalisen median tulo oli kuitenkin jo muuttanut toimittajien työtapoja. Toimittajat seurasivat entisten töidensä ohella kiinnostavien henkilöiden viestejä ja puheenaiheeksi nousevia teemoja sosiaalisessa mediassa. Somesta etsittiin uutisia, haastateltavia ja kiinnostavia puheenaiheita. Jarmo Häkkisen ja Ville Lehtovirran (2012) tutkimuksen mukaan 62 prosenttia suomalaisista toimittajista käytti vuonna 2012 sosiaalista mediaa päivittäin työnsä tukena. Sosiaalista mediaa käytettiin muun muassa juttuaiheiden etsimiseen (54 prosenttia käytti säännöllisesti) sekä haastateltavien ja mielipiteiden etsimiseen (45 prosenttia käytti säännöllisesti). Toimittajista erityisesti life style -toimittajat ja urheilutoimittajat olivat aktiivisia sosiaalisen median käyttäjiä.

Yli viidellesadalle Journalistiliiton jäsenelle kohdistetun tutkimuksen mukaan sosiaalisessa mediassa liikkuvan tiedon luotettavuuteen suhtauduttiin



yleisesti skeptisesti. Vain kahdeksan prosenttia toimittajista koki, että sosiaalisesta mediasta löytyvä tieto on luotettavaa. Tutkimuksen mukaan tärkeimmät sosiaalisen median työkalut suomalaistoimittajille olivat vuonna 2012 Wikipedia ja Facebook. Puolet vastaajista (52 prosenttia) kertoi käyttävänsä Wikipediaa juttujensa pohjana säännöllisesti. Lähes kaikki (97 prosenttia) ilmoittivat käyttävänsä Wikipediaa juttujensa pohjana toisinaan. Facebookia säännöllisesti juttujensa teon pohjana kertoi käyttäneensä 38 prosenttia vastaajista. Naiset seurasivat fb-keskusteluja aktiivisemmin kuin miehet, mutta yli puolet kaikista toimittajista (54 prosenttia) etsi Facebookin kautta haastateltavia juttuihinsa.

Tutkimus osoitti myös sen, että eri alojen toimittajat käyttivät sosiaalista mediaa eri tarkoituksiin. Esimerkiksi taloustoimittajat suosivat keskustelupalstoja juttujensa tukena, kun taas life style -toimittajat suosivat enemmän Facebookia. Tutkimus paljasti myös sen, että sosiaalisen median käyttö vaihteli toimittajien iän mukaan. Nuorista, alle 25-vuotiaista toimittajista 70 prosenttia käytti sosiaalisen median palveluita useita kertoja päivässä, ja peräti 80 prosenttia etsi juttuaiheita sosiaalisesta mediasta. Yli 51-vuotiaista vain kolmasosa (33 prosenttia) käytti some-palveluita useita kertoja päivässä ja 36 prosenttia yli 51-vuotiaista etsi sieltä juttuaiheita.

Tutkimus toi esiin niin ikään sen, että toimittajat eivät juuri tuota itse sisältöä sosiaaliseen mediaan. Vain seitsemän prosenttia vastanneista ilmoitti itse osallistuvansa usein tai melko usein keskusteluun edustamansa median omalla keskustelupalstalla. Kolme neljästä toimittajista ei myöskään koskaan ollut kirjoittanut omaa blogia. Edellä kuvatut toimittajien sosiaalisen median käytännöt nostivat esiin sen, että vaikka some-vuorovaikutusta perinteisen median edustajien ja kansalaisten välillä oli, silti toimituksissa oltiin vielä vuonna 2012 kaukana tilanteesta, jossa suomalainen media ja sosiaalisen median kansalaiset tuottaisivat yhdessä laajamittaisesti toistensa kanssa uutisia. (Häkkinen ja Lehtovirta 2012.)

Vuonna 2006 perustettu uutissähkömäisesti toimiva Twitter oli Suomessa vuonna 2012 ainoastaan pienen toimittajapiirin käytössä, sillä vain yhdeksän prosenttia Lehtovirran ja Häkkisen (2012) tutkimukseen vastanneista journalisteista ilmoitti käyttävänsä Twitteriä. Käyttäjistä suurin osa oli miehiä. Laajemmin suomalaisten Twitterin käyttöä selvittänyt datastrategikko Hampus Brynolf teki analyysin Finnish Twitter Censusin tilastoista (2013). Niiden mukaan Suomessa oli vuoden 2013 alussa 63 000 suomeksi kirjoittavaa Twitterin käyttäjää, joista aktiivikäyttäjiä eli vähintään kerran päivässä tviittaavia oli 5 234. Ruotsissa Twitterin käyttäjiä oli yhteensä 298 819 ja maailmanlaajuisesti käyttäjiä oli noin 300 miljoonaa. Helsingin Sanomien datajournalisti Esa Mäkisen (2013) samaisen Finnish Twitter Censusin tilastoista tekemän analyysin mukaan suosituimmat suomalaiset uutismediat Twitterissä olivat vuodenvaihteessa 2012–2013: *Ilta-Sanomat* (32 680), *Kauppalehti* (16 829) ja *Helsingin Sanomat* (15 939). Yksittäisistä journalisteista seuratuin oli Tuomas Enbuske, jolla oli vuoden 2013 alussa 24 652 Twitter-seuraajaa.

Yhdysvalloissa sosiaalista mediaa ja erityisesti Twitteriä on käytetty uutistyössä pidempään ja aktiivisemmin kuin Suomessa. Yksi eniten journalistista

mainetta niittänyt sosiaalisen median kuratoija on Andy Carvin. Mediailmiö Carvinista tuli arabikevään Twitter-utisoinnin vuoksi. Carvin kuratoi lähes reaaliaikaisesti tapahtumia eli jakoi, linkitti ja selvitti yhdessä paikallisten some-aktiivien kanssa sitä, mitä arabikevään eri konflikteissa tapahtui. Poikkeuksellista Carvinin toiminnassa oli juuri se, että hän käytti lähteinään ja tietojen varmistamisessa huomattavan paljon paikallisia sosiaalisen median kansalaisaktiiveja. Carvinin yhteydessä on syytä mainita, että hän ei ole varsinaiselta työaustaltaan perinteinen journalisti tai kentällä työskentelevä reporteri, vaan NPR-median sosiaalisen median strategi.

Carvinin käyttämät kansalaislähteet ja uudenlaiset journalistiset menetelmät ovat herättäneet myös kritiikkiä. Esimerkiksi Libyan Nato-pommitusten aikaan Benjamin Doherty (2011) piti Carvinia enemmän uutistapahtuman osallisena kuin perinteisenä ja tasa-arvoiseen tiedonvälitykseen keskittyvänä journalistina. Doherty syytti Carvinia muun muassa avoimesta Nato-hyökkäysten tukemisesta sekä pommituskohteiden yksilöinnistä. Alfred Hermida (2012) analysoi määrällisesti ja laadullisesti Carvinin käyttämiä Twitter-lähteitä arabikevään ajalta. Hermidan tutkimustulosten mukaan Carvin käytti Twitter-utisoinnissaan arabikevään aikana huomattavasti enemmän lähteinään kansalaisaktivisteja kuin viranomaisasiantuntijoita.

Avoimuuteen, reaaliaikaiseen läsnäoloon ja jatkuvaan jakamiseen perustuva sosiaalisen median toimintalogiikka herättää Hermidan mukaan kysymyksen siitä, miten ja millä perusteilla sosiaalisen median toimittajat tai kuratoijat keräävät ja jakavat tietoaan ja linkkejään. Koska some-tiedonvälitys on lähes reaaliaikaista, journalistikuratoijille ei jää aikaa samankaltaiseen tietojen tarkistamiseen ja varmistamiseen, joka on vakiintunut perinteisen median hitaampaan toimintakulttuuriin. Hermida korostaa, että sosiaalinen media representoi tapaa, jolla internetmurros vaikuttaa perinteiseen journalismiin, sen käytäntöihin ja siihen, miten journalismi itse itsensä määrittelee. (Hermida 2010a, 4.)

Nadja Hahnin (2013) tutkimuksen mukaan kansainväliset toimittajat ja uutistoimitukset pitivät Twitteriä kaikkein tärkeimpänä sosiaalisen median välineenään. Hahnin tutkimuksen tulos näyttää toteen sen, että vaikka Suomessa Twitter oli vuonna 2012 vasta pienen toimittaja- ja käyttäjäpiirin työväline, kansainvälisesti Twitter oli jo lyönyt itsensä läpi toimittajien uutistyyppikaluna. Suomalaistoimittajien suosima Facebook oli Hahnin tutkimuksen mukaan kansainvälisille toimittajille enemmän keskustelu ympäristö kuin varsinaisen uutistyyppikaluna. Hahnin tutkimukseen haastateltu BBC:n kirjeenvaihtajien päällikkö totesi, että mikäli toimittaja ei seuraa sosiaalista mediaa uutistilanteen aikana, hän ei voi mitenkään saada kokonaiskuvaa uutistapahtumasta. Sosiaalisen median merkitystä uutistyyppissä korosti myös BBC:n tuottaja, joka kertoi, ettei hän enää palkkaisi uutistyyppiin ketään, joka ei osaa käyttää Twitteriä. (Hahn 2013.)

Tutkimuksen mukaan Twitteriä käytetään toimituksissa kaksisuuntaisesti: sillä kerätään tietoa tapahtumista ja sen avulla myös julkaistaan uutisia ja ohjataan liikennettä oman median palveluiden ääreen. Eräs Hahnin tutkimukseen haastateltu BBC:n tuottaja kertoi, että hänen uutisrutiineissaan oli tapahtunut

merkittävä muutos kolmen viime vuoden aikana. Aiemmin hän vain päivysti uutistoimistojen uutissyötteitä, mutta nykyisin hän kerää nopeimmin uutistiedot Twitter-linkkiensä avulla. Hahnin tutkimus nostaa esiin myös sen, että toimittajat pitävät Facebookia hankalana työvälineenä, koska kaupallisen toiminnan korostumisen myötä sivustolta täytyy ostaa mainostilaa näkyvyyden saamiseksi. Tai jos ei osta mainoksia, niin sitten toimituksen täytyy tehdä paljon töitä yleisökontaktien keräämiseksi. Uutismielessä Facebookia pidetään enemmän keskustelualustana kuin reaaliaikaisena uutisalustana.

Hahnin tutkimukseen haastatellut eurooppalaisten julkisen palvelun medioiden edustajat suhtautuivat kriittisesti some-tietoihin. Niitä ei julkaista sellaisenaan, vaan ne toimivat ainoastaan perinteisen uutistiedonkeruun alkusykäyksenä eli pisteenä, josta varsinainen uutistyö lähtee liikkeelle. Epäluotettavuuden lisäksi toinen Twitteriin liitetty kielteinen asia oli se, että toimittajat voivat joutua niin sanottuun Twitter-kuplaan, jolloin he kuvittelevat, että asia, josta Twitterissä kaikkein eniten kohistaan, olisi myös laajalle yleisölle tärkeää ja merkityksellistä. Näinhän asia ei välttämättä ole, koska Twitteriä ja sosiaalista mediaa käyttävät ihmiset, jotka ovat jossain määrin homogeenisia keskenään ja edustavat vain tiettyä teknisesti orientoitunutta edelläkävijäpopulaatiota verrattuna laajempaan yhteiskuntaan. (Hahn 2013.)

Nadja Hahnin kyselytutkimus toi esiin myös sen, että toimittajat eivät tiedä työ- ja yksityisrooliensa rajoja sosiaalisessa mediassa. Monet kirjoittavat Twitter-tilinsä yhteyteen, että heidän Twitterissä esittämänsä mielipiteet ovat heidän omiaan eivätkä ne edusta työnantajan näkemyksiä. Käytäntö on kuitenkin ongelmallinen, koska se ei julkilausuttunakaan vapauta työntekijää vastuusta omien tviittien suhteen. Mikäli toimittaja on julkinen toimittaja-persoonana, on hän myös julkinen Twitter-hahmo, ja mikäli Twitter-tiliä käytetään työasioiden uutisointiin tai suoraan työtilinä, journalistia sitoo tällöin myös lojaalisuus työnantajaa kohtaan. (Hahn 2013.)

Hahnin tutkimuksessa listattiin käytäntöjä, jotka mediatulojen olisi hyvä huomioida sosiaalisen median suhteen:

1. Kouluta työntekijät sosiaaliseen mediaan
2. Hanki toimittajille modernit työvälineet: älypuhelimet, tabletit ja kannettavat
3. Yksilöi sosiaalisen median strategia ja anna toimintaohjeistus
4. Aktivoi yleisöpalautekanavat
5. Yksilöi, mitä eri ohjelmien pitäisi tavoittaa sosiaalisen median avulla
6. Pane toimituksen some-tuottajat myös uutistuotannon keskiöön
7. Tee toimitukselle multimediasivusto, jonne voi linkata

## 2.6 Mediamurros muutti ansaintalogiikan

Suomessa ja maailmalla on pohdittu nettimurroksen ja sosiaalisen median vaikutuksia perinteisen median ansaintalogiikkaan. Päälinja Suomen kehityksessä

on pitkälti ollut se, että netti on syönyt erityisesti perinteisten printtisuutislehtien levikkiä. Toiseksi nettimurros on vaikuttanut voimakkaasti kaupallisten medioiden mainostulojen määrään ja rakenteeseen. Levikintarkastuksen vuoden 2012 tilastojen mukaan kymmenen suurimman seitsenpäiväisen sanomalehden joukosta vain Savon Sanomat kasvatti levikkiään vuonna 2012. Helsingin Sanomien levikki laski 4,5 prosenttia, Turun Sanomien 3,6 prosenttia ja Aamulehden 1,1 prosenttia. Myös iltapäivälehdet menettivät levikkiään. Ilta-Sanomat 4,7 prosenttia ja Iltalehti 4,6 prosenttia. Sanomalehtien levikkien lasku on pääsääntöisesti jatkunut koko nettimurroksen ajan. Levikintarkastuksen tilastojen mukaan esimerkiksi Helsingin Sanomien levikki oli laskenut kymmenessä vuodessa lähes sadalla tuhannella. HS:n levikki oli vuonna 2001 (446 380) ja vuonna 2011 (365 994).

Laskevien levikki- ja mainostulojen kompensoimiseksi kaupallisen median puolella on viime vuosina mietitty kuumeisesti ratkaisumalleja: maksullisia nettijuttuja, maksullisia erityissisältöjä, oheistuotekauppaa, nettimaksumuureja tai erilaisille luku- ja katselulaitteille räätälöityjä maksullisia digitaalisia mediatuotteita. Monet tahot ovat pitäneet mediatalojen pahimpana virheenä sitä, että ne alkoivat aikanaan jakaa ilmaiseksi uutisia verkossa, jolloin kuluttajat totutettiin ilmaiseen uutistarjontaan. Muun muassa The Economistin (2011) mukaan mediayhtiöiden suurin virhe oli 1990-luvulla se, että ne panivat ilmaiseksi uutisiaan verkkoon. Tämän jälkeen alettiin tuijottaa netin kävijämääriä, vaikka journalismin ja mainostajien kannalta olisi ollut oleellisempaa alkaa mitata käyttäjien sivustoilla lukemien juttujen määrää ja yleisön sivustoilla viettämää aikaa. Ilmaistarjonnan avulla haluttiin nettimurroksen alkuvaiheessa houkutellessa mahdollisimman laaja yleisömassa oman median sivustoille.

Kaupallisella puolella kävijämäärien kalastelun taustalla oli mainostajien houkuttelemisen. Mitä suuremmat kävijämäärät nettisivustoille saatiin, sitä kiinnostavampi sivuston uskottiin olevan myös mainostajien mielestä. Kävijämassojen kalastelu on jo osoittautunut eräiden mediatalojen kohdalla menestykselliseksi strategiaksi. Onnistujien joukossa on esimerkiksi Ruotsin suurin verkkolehti Aftonbladet, jolla oli vuonna 2012 kolme miljoonaa päiväkävijää nettisivustollaan. Aftonbladetin selkeä verkkoylivoima Ruotsin markkinoilla on tuonut mukanaan myös mainostajat, jopa siinä määrin, että haastatteleman Aftonbladetin toimituspäällikkö totesi keväällä 2013 yhtiön olevan superkannattava: "Mainosrahaa tulee nyt ovista ja ikkunoista", hän sanoi.

Aftonbladetin menestyksen taustalla on toimituspäällikön mukaan kolme keskeistä syytä: Yhtiö satsasi Ruotsissa ensimmäisenä ja heti alusta lähtien voimallisesti internetiin. Lisäksi yhtiö panosti ensimmäisenä myös mobiilipalveluihin. Esimerkiksi vuoden 2012 aikana mobiilikäyttäjien generoima nettiliikenne Aftonbladetin sivuille oli jo kasvanut niin paljon, että mobiililiikenne oli useina päivinä jo suurempaa kuin perinteisillä tietokoneilla tehdyt nettivierailut. Kolmantena Aftonbladetin listaamana menestystekijänä pidetään uutissisältöön keskittymistä eli toimituksen vahvaa uutisbrändiä, joka on rakennettu erityisesti uutisoinnin nopeuden varaan. Toimituspäällikön mukaan brändilupaus on jo lunastettu käytännön uutistyössä riittävän monta kertaa, joten ihmiset tietävät,

että mikäli jotain merkittävää tapahtuu, nopeimmin tiedot tapahtumasta saa Aftonbladetin sivuilta.

Oleellista Aftonbladetin menestyksessä on myös se, että uutistilanteessa kaikki jakelukanavat ovat yhtä aikaa käytössä siten, että ne on optimoitu jokaiselle julkaisukanavalle sopivimmalla tavalla. Toisin sanoen Aftonbladetin netti, tabletti, mobiili, tv ja perinteinen lehti toimivat uutistilanteessa jokainen oman lajityyppinsä mukaisesti. Lisäksi Aftonbladet tuntee tarkasti yleisönsä. Erilaisien yleisöjen (naisten, miesten, nuorten, eläkeläisten, sinkkujen ja perheellisten) uutispäivä on pilkottu kulutustottumusten ja vuorokausirytmien mukaan niin, että kaikille avainkohderyhmille on netissä tarjolla heitä kiinnostavia juttuja, jotka on räätälöity ko. ryhmään kuuluvien ihmisten vuorokausirytmien mukaan. Myös Suomessa suurimman uutisnettisivuston eli Iltalehden verkkotoiminta on ollut jo useamman vuoden kannattavaa liiketoimintaa. Samoin kuin Aftonbladetissa myös Iltalehdessä menestyksen avaintekijänä oli aikanaan se, että toimitus lähti jo varhaisessa vaiheessa panostamaan nettiuutisointiin ja myös se, että verkon uutisbrändi on rakennettu vahvasti nopeuden varaan.

Suurista kävijämääräluvuista huolimatta kotimaisen kaupallisen median potentiaaliset mainosrahat eivät siirry printistä suoraan omaan verkkomediaan, sillä mainosrahat jakautuvat nykyisin netissä operoiville muillekin toimijoille esimerkiksi Googlelle, Facebookille ja YouTubeille. Media-alan arvioiden mukaan kaupallisten medioiden mainostuloista ohjautui vuonna 2012 vuosittain noin 200 miljoonaa euroa kansainvälisille toimijoille, jotka eivät tuota suomalaista sisältöä eivätkä maksa verojaan Suomeen. (HS, 2013). Niiden arvioidaan vievän kotimaisten medioiden mainosrahoista noin 20 prosenttia ja osuuden arvioidaan lähivuosina kaksinkertaistuvan. Vielä vuonna 2005 suomalaiset sanomalehdet saivat kaikista mainostuloista 24 prosenttia, mutta vuonna 2011 osuus oli enää 15 prosenttia (Honkonen & Lankinen 2012). Suomalaiset kaupalliset mediat joutuvat myös kilpailemaan internetuutisrintamalla kävijöistä verovaroin rahoitetun Yleisradion kanssa. Yhtiön toiminta turvattiin vuonna 2012 reilun 500 miljoonan vuosittaisella veropotilla. Samaan aikaan valtio on nostanut sanomalehtien arvonnäköveroä. Kotimaisen kaupallisen median tulevaisuuden toiminnan turvaamiseksi on esitetty muun muassa verkkolehtien arvonnäköveron laskua 24 prosentista kymmeneen prosenttiin, jotta uutta alaa voitaisiin kehittää. Tätä ehdotti muiden muassa Sanoma Median toimitusjohtaja Anu Nissinen Helsingin Sanomien haastattelussa (HS, 2013).

Tulojen kartuttamiseksi osa suomalaisista uutismedioista on tehnyt verkossa julkaistavista uutisissä joko osittain tai kokonaan maksullista eli mediatalot ovat panneet verkkosisältönsä maksumuurin taakse. Suomessa näin ovat tehneet muun muassa Kauppalehti ja Helsingin Sanomat. Niillä molemmilla on käytössään osittainen maksumuuri, jolloin kuluttaja saa lukea muutamaa jutun viikossa ilmaiseksi ja lopusta sisällöstä häneltä peritään maksu. Median ansaintamalleja analysoinut Merja Myllylahti on tutkinut osana väitöskirjatyötään maksumuurien onnistumista kansainvälisessä mediassa. Uuden Suomen (2012) haastattelussa hän kertoi alustavista tutkimustuloksistaan. Myllylahden mukaan maksumuuri tuottaa sanomalehtien kokonaislevikkituloista

vain hieman alle kymmenesosan. Määrä ei riitä kattamaan tuloja, joita menetetään levikinlaskuna ja mainonnassa, joka on siirtynyt odotettua hitaammin verkkoon. Myllylahden mukaan maksumuurilla ei silloin vielä elänyt yksikään lehtitalo.

Helsingin Sanomilla oli jo ennen maksumuuria 130 000 tilaajaa, joiden tilaukseen kuului myös maksullinen digilehti. Muutama kuukausi maksumuurin käyttöön oton jälkeen HS:n vastaava luku oli 180 000 tilaajaa. Maksumuurin kaksiteräinen miekka on se, että kun kokonaiskävijämäärät netissä laskevat, samalla myös mainostajat voivat alkaa hylkiä kyseistä mediaa. Myllylahden mukaan mainostajien karkaamisesta on vaikea saada faktatietoja mediataloilta, koska lehdet salaavat näitä lukuja. Maksumuurin käyttöönoton karuudesta kertoo muun muassa The Timesin tilanne. Brittilehden verkkojulkaisun kävijämäärät vähentyivät 62 prosenttia ja sivunäytöt 90 prosenttia heti maksumuurin astuessa voimaan. Luvut ovat kohentuneet sittemmin, mutta digilehden tilaajamäärä on The Timesilla silti jäänyt 119 000:ään. Lehden alkupeleistä tiukkaa maksumuuria on myös jälkikäteen jouduttu keventämään kävijöiden ja mainostajien uudelleen houkuttelemiseksi. Maksumuureissa on myös käytännön ongelmia, koska ne pystytään kiertämään.

Journalismin kaupallisia ansaintamalleja selvittänyt Mathew Ingram (2013) on esitellyt vaihtoehtoisia tapoja rakentaa journalismin ansaintalogiikkaa uudessa mediamaisemassa. Hän tarjoaa ratkaisuksi yleisten maksumuurien sijaan personoituja maksumuureja. Ingramin mielestä mediayhtiöiden pitäisi kysyä yleisöltään, minkälaisesta sisällöstä, tai keiden toimittajien tekemästä sisällöstä kuluttajat olisivat valmiita maksamaan. Koska mainostajat haluavat kohdentaa mainontaansa tietyille yleisöille, yksilöllisesti räätälöidyt maksumuurit voisivat samalla johtaa myös personoidun mainonnan lisääntymiseen. Ingram esittää viisi esimerkkiä personoidun maksumuurin sisältömallista:

- 1) Mediatalojen pitää rakentaa malli, jossa lukijat voivat helposti ja yhdellä kertaa maksaa kaikesta haluamastaan sisällöstä. Jos tilaaja haluaa seurata yhden journalistin suoria videolähetyksiä ja toisen journalistin mielipidekirjoituksia ja kolmannen journalistin urheiluanalyysyjä, hänen pitäisi myös saada seurata näitä. Mediatalojen pitäisi myös paketoita kokonaisuus mahdollisimman helposti tilattavaksi malliksi.
- 2) Erityisille sisällöille pitäisi luoda uusia tuotemuotoja, esimerkiksi niin, että viiniarvosteluja kirjoittavalle asiantuntijatoimittajalle luodaan oma sivusto, jossa palvelun tilanneet ihmiset saisivat ennen muita lukijoita esimerkiksi kattavimmat viiniarvostelut ja uutuuksiin viinivinkit.
- 3) Mediatalot voisivat luoda pienen yleisöryhmän kiinnostuksen kohteista maksullisia teemailtoja yhdessä ammattitoimittajien ja asiantuntijoiden sekä yleisön kanssa.
- 4) Mediatalot voisivat myös luoda virtuaaliyhteisön, johon kuulumisesta ihmiset haluavat maksaa. Kyseessä voi olla esimerkiksi yhteisö, tai

yhteisön kehittäminen wiki-sivusto, joka on rakennettu tietyn aiheen ympärille, jolloin kiinnostunut yleisö voi olla mukana myös aiheen jatkokäsittelyssä.

- 5) Ingram ehdottaa myös, että mediatalojen kannattaisi luoda maksullinen pääsy asiantuntijatoimittajan tiedon ytimeen. Jos toimittaja on esimerkiksi talouden, digitekniikan tai kuntoilun ammattilainen, miksei häneltä voisi maksua vastaan kysyä suoraan tietoja, neuvoja tai ohjeita.

Ingramin neuvojen sisältö tiivistyy siihen, että mediatalojen pitäisi tuntee yleisönsä ja tietää mikä ihmisiä kiinnostaa niin paljon, että he ovat myös valmiita maksamaan haluamastaan sisällöstä. Toimitusten pitäisi myös tunnustaa oman talon sisällä piilevät vahvuudet. Tähän asti mediatalojen ansaintalogiikka on kulkenut pääosin kokonaisjulkaisun laadun ja sisällön mukaan, mutta kuten Ingram esittää, myös mediatalon vahvoja sisäisiä laatubrändejä ja kiinnostavia tuotteita voisi pilkkoa ja myydä uudelleenpaketoituina eri yleisösegmenteille niiden omien intressien pohjalta.

Kaupallisesti kannattavia julkaisu- ja toimintamalleja pohdittaessa on syytä erottaa julkaisu- ja toimintamallit journalistisesta sisällöstä. Kaupallinen julkaisu- ja toimintamallit tähtää mahdollisimman suuren taloudellisen hyödyn tavoitteluun, mutta sisällöllisesti laadukkaalla journalismilla on mahdollisen kaupallisen kannattavuuden ohella myös oma itseisarvonsa, ainakin journalisteille ja toivottavasti myös yleisölle. Journalistista laatua voi kuitenkin olla vaikea määritellä, koska jokaiselle tekijälle ja vastaanottajalle laatu todennäköisesti merkitsee hieman eri asioita. Selvitän myöhemmin tutkimukseni analyysiosiossa tarkemmin sitä, miten tähän tutkimukseen osallistuneet journalistit näkivät uutistoiminnan laadun ja mistä tekijöistä se heidän mielestään rakentui.

Kaupallisella julkaisu- ja toimintamallilla ja laadukkaalla journalismilla ei välttämättä ole keskinäistä toiminnallista ristiriitaa, mutta toisinaan näin voi olla. Toimintalogiikan kannattavuuden ja yleisötavoittavuuden näkökulmasta molemmat edellyttävät kuitenkin sitä, että yleisö saadaan kiinnostumaan journalistisesta tuotteesta. Mediatuotteen on oltava yleisölle niin merkityksellinen, kiinnostava ja ainutlaatuinen, että ihmiset haluavat ostaa tai tilata sen. Netti antaa uudenlaisia mahdollisuuksia testata yleisön mieltymyksiä, esimerkiksi selvittää sitä, minkälaisien yksittäisten juttujen tai juttusarjojen julkaiseminen olisi taloudellisesti kannattavaa. Kyseessä voisi olla yksittäinen maksullinen journalistisesti laadukas ja kiinnostava juttu muutoin mainosrahoitteisen verkkotarjonnan sisällä, tai sitten täysin ilman mainosrahoituksen apua julkaistu maksullinen yksittäisjuttu, tai tilaajamaksuilla rahoitettu nettituotanto.

Verkossa maksullisena olevan yksittäisjulkaisun sisällöllinen ehto on jo edellä mainittu eli se, että journalistinen tuotos on niin kiinnostava, laadukas ja ainutlaatuinen, että ihmiset ovat valmiita maksamaan siitä. Yksi esimerkki vuoden 2013 kotimaisesta uudesta media-avauksesta oli suomenkielinen "hiitaaseen journalismiin" erikoistunut nettipohjainen Long Play -mediajulkaisu, jonka ensimmäinen journalistinen pitkä juttu eli "single" ilmestyi 16.1.2013.

Uudenlaiseksi mallin tekee se, että kuluttajat ostavat eri aihepiiristä tehtyjä pitkiä juttuja ja reportaaseja netistä 3–6 euron kappalehintaan. Vuonna 2012 maksullisen yksittäisen verkkojournalismin yksi iso este liittyi maksutekniikkaan eli verkkomaksamisen hitauteen ja vaivalloisuuteen. Jutun tai e-kirjan tilaaminen vaati monilla palveluntarjoajilla liian paljon aikaa ja viitseliäisyyttä, jotta lukija nähdessään mielenkiintoisen jutun rekisteröityisi järjestelmään ja kirjautuisi sisään ja vielä maksaisi jutun. Vuonna 2012 käytössä olevat tilausjärjestelmät olivat osittain niin vaivalloisia, että hetken kiinnostuksen sytyttämä halu ostaa juttu voi hyytyä liialliseen tekniseen kankeuteen.

Journalismin tulevaisuuden ansaintamalleja tutkinut Pekka Pekkala (2012) arvioi, että nettimurroksen aiheuttama media-alan vuoristorata jatkuu vielä 5–10 vuotta ja sitten tilanne tasaantuu. Pekkala ei usko, että siinä vaiheessa Suomessa on enää yhtä monta valtakunnallista mediaa kuin nyt, sillä nykyisten isojen tekijöiden sisällöt ovat liian samankaltaisia. Pekkalan mukaan ihmiset eivät suostu maksamaan keskinkertaisesta toisilta kopioidusta journalismista. Ne mediat, jotka säilyvät, toimivat Pekkalan mukaan myös huomattavasti nykyistä pienemmällä organisaatiolla. Menestyminen vaatii jatkossa myös erottumista muista toimijoista. Jotta mediaorganisaatio menestyisi, sen pitää pystyä tarjoamaan jotain sellaista, mitä muut eivät pysty tarjoamaan. Tähän mennessä maailmalla parhaiten menestyneet uudet mediayritykset ovat olleet lähes poikkeuksetta pieniä ja tiettyyn alaan tai toimintasektoriin erikoistuneita verkkosivustoja.

Netin tarjoaman informaatiotulvan, nopean tiedon ja uutisten ja viihteen lisäksi osa ihmisistä kaipaa journalismilta myös syvempää maailman jäsentämistä, näkökulmia ja analyyskejä. Nettimurroksen keskellä hyvin pärjännyt *The Economist* -talouslehti (2012) kiteytti journalismin menestysreseptin seuraavasti: "The threat of the internet has forced magazines to get smarter." Lehti mainitsee yhtenä menestyjänä muun muassa ranskalaisen XX1-julkaisun, jossa lukijoille tehdään laadukasta "ranskalaiseen älyllisyyteen" nojaavaa journalismia ja pitkiä reportaaseja, ja tämä kaikki tehdään taloudellisesti kannattavasti pelkillä tilausmaksuilla.

Tutkimukseni analyysiosan lopussa esittelen haastattelemini journalistien näkemyksiä siitä, millä keinoin he uskovat uutismedioiden selviytyvän tulevaisuudessa ja mihin suuntaan uutistoimintaa pitäisi heidän mielestään kehittää.

## 2.7 Uutinen uudessa tilanteessa

Uutisten suosiota selitetään sillä, että ne tuottavat katsojalleen monella tasolla mielihyvää (Stam 1983, 23). "Jatkuvan uutisnälän" selityksenä voidaan myös pitää psykoanalyysin termein tietämisviettiä eli epistemofiliaa (Hietala 2007). Haluamme tietää päivittäin, mitä maailmassa tapahtuu ja suhteuttaa itsemme maailman tapahtumiin. Internetmurroksen myötä tästä epistemofilisestä syklistä on tullut entistä nopeampi. Ennen tietämisvietin täyttäjiksi riittivät sanoma-



lehti ja tv-uutiset, mutta nykyisin katsomme perinteisten medioiden lisäksi nettistä ja sosiaalisesta mediasta uutiset, ja usein vielä monta kertaa päivässä.

Jos analysoidaan sitä, miksi juuri visuaaliset tv-uutiset keräävät yhä edelleen miljoonayleisön katsomaan päivän pääuutislähetystä, niin syytä on etsittävä uutistiedon nälkää syvemmillä. Mistä tv-kuvan vetovoima johtuu? Tv-uutisten mielihyvää analysoitaessa huomio kiinnittyy ihmisten korostuneeseen rooliin uutiskerronnassa. Valtaosa tv-viestinnästä koostuu ihmisten kuvista, äänistä ja toiminnasta. Juuri ihmisen esittäminen vetää puoleensa katsojan emotionaalista puolta, ja mikäli tunteenomainen reagointi katsotaan viihteen vastaanotolle ominaiseksi, tv-uutisointia voidaan pitää tässä merkityksessä viihhteellisenä formaattina. Kun kuvioon lisätään vielä iso kriisiuutistilanne, niin tv-uutiskerronnalle avautuu ainutlaatuinen (elokuvista tuttu) dramaattisen kerroksen mahdollisuus. Sankaritoimittajat etsivät tietoa ja raportoivat vaarojen keskeltä kriisialueella. Tunteita nostattavat koskettavat kansalais-uhrien tarinat ja dramaattiset katastrofin kuvituskuvat. Ja lopulta uutisen päättää katsojaa helpottava kokemus: kriisi tapahtuu kaukana, tuolla jossain, ja minä saan kauhistella ja eläytyä, mutta samalla istun kotisohvillani täysin turvassa. (Hietala 2007, 96)

Hietalan kuvaama emotionaalisten kuvien käyttö ja tarinallinen ihmiskehinen draamakerronta on ollut jo pitkään tunnusomaista myös iltapäivälehdille. On sanottu, että emotiot ja ihmissläheisyys ovat vallanneet yhä enemmän myös perinteisten sanomalehtien uutiskerrontaa. Tällä tabloidisaatioksi kutsutulla ilmiöllä on ollut vaikutuksia uutisointiin. Väitetään, että iltapäivälehtityyppinen tabloidisaatio on sekä ihmissläheistänyt että viihhteellistänyt uutiskerrontaa. Tabloidisaatiota kritisoidaan muun muassa siitä, että se ammentaa enemmän yksityisestä kuin julkisesta sfääristä, ja tämän vuoksi huomiota herättävä ja tunteellinen sisältö korvaa monimutkaiset poliittiset, taloudelliset ja yhteiskunnalliset uutiset. Kriitikot syyttävät myös uutisten ihmissläheistymistä siitä, että vaikka yleisö otetaan mukaan uutistuotantoon, se asemoidaan silti vain sivulliseksi tarkkailijaksi, uhriksi, surijaksi, tai uutistapahtumia kommentoivaksi tavikseksi. (Nieminen ja Pantti 2009, 91–92.)

2000-luvun kuvallisenä emotiotrendinä on puolestaan lisääntynyt lukijoiden ja katsojien ottamien amatöörikuvien käyttö. Niiden tuoman läheisyyden, aitouden tunteen, intensiteetin ja subjektiivisuuden uskotaan vaikuttavan katsojaan vielä emotionaalisemmin kuin ammattilaisten ottamien uutiskuvien (Chouliarakis 2008, Andén-Papadopolus and Pantti 2011). Hietala (2007) pitää nykyajassamme voimallisesti tilaa saanutta ihmisten kautta esitettävää kollektiivista surukuvastoa uusromanttisen media-ajan tuotteena, eräänlaisena vasta-aaltona aiemmin mediassa vallinneelle rationaaliselle ja ulkokohtaiselle onnettomuusraportoinnille. Tämänkaltaisessa uutisoinnissa erityisesti tv on ollut perinteisesti ihmistä esittävänä emotiovälineenä omaa luokkaansa. Nykyisin myös muut mediat sekä niiden verkkosivut muistuttavat yhä enemmän kuvallista tv-formaattia: isoja lähikuvia ja ihmisten kautta kerrottuja draamatarinoita.

Jos on niin, kuten Hietala esittää, että elämme uusromanttisen media-ajan kultakautta, on hyvä muistaa, että uusromantiikan tunnejuuret ovat meissä sy-

vällä. Jo muinoin kerrottiin tarinoita sankarillisista sota- ja metsästysretkistä, joiden äärellä esi-isät ja äidit tunsivat suuria tunteita – surua ja iloa. Sankarilliset selviytymistarinat myös visualisoitiin dramaattisiksi kuvastoiksi luolien seinälle. Tarinallisen draamakerronnan taustalla on ikiaikainen ihmisyyteen kuuluva psykologinen tapahtumien käsittämisen ja niistä oppimisen metodi, jossa samaistuminen ja kokemuksellinen oppiminen tapahtuvat nimenomaan emootioiden kautta. Ei ole sattumaa, että yhä tänäkin päivänä uutiskuviin haetaan draamaa ja koskettavuutta. Uutiskuvan voima puhuttaa katsojaa suoraan, kun se osuu tunteisiin. Lukija ja katsoja viedään suoraan tapahtuman ytimeen tunteiden tasolla.

### 2.7.1 Utistiedon rakentaminen

Ytimekkäästi ilmaistuna uutinen on se, mikä yhteisöä puhuttaa (Wall 2006). Perusmääritelmältään uutinen on yksinkertainen selostus äskettäin tapahtuneesta tai esille tulleesta tapahtumasta, onnettomuudesta, ilmiöstä tai prosessista. Kyseessä ei useimmiten ole kovin syvällisesti rakennettu tai hienosyinen tiedon muoto. Silti uutisesta on tullut modernin tiedonvälityksen lippulaiva ja joukkoviestinnän kova ydin, jonka ympärille muut genret ryhmittyvät (Kantola 1996, Kivikuru 1990).

Nykyinen, ytimekkääseen tietoon perustuva uutisoinnin muoto on kehittynyt 1800-luvun puolivälissä tieteen, teollistumisen ja muun yhteiskuntakehityksen rinnalla. Porvarillisten vallankumousten myötä alettiin suosia uudenlaista tietoa, joka myös oikeutti nousevien uusien yhteiskuntaluokkien merkityksen. Uskonto alkoi menettää auktoriteettiasemaansa, ja jumalallisen ilmoituksen korvasivat puhdas tieteellinen havainto sekä empiirinen hypoteesien testaus. Niiden avulla tietoa saattoi hankkia kuka tahansa säätyyn katsomatta. Uudet tekniikat, sähkö, puhelin ja kirjeenvaihtajat, tekivät journalismista tiedon keräämistä, jossa havaintotiedon auktoriteettia vahvistettiin ajatuksella objektiivisuudesta. Tämä uutisen perinteinen tietoihanne asemoi uutisen puhtaiksi havainnoiksi ja tosiasioiksi ilman mielipiteiden arvorasitusta. Uutisen klassinen ideaali edellyttää empiirisen havainnon kautta saatavaa selkeää varmaa tietoa tai väitettä. Tieteen pikkuveljeksi kehittyneessä uutisessa tietoa siirretään suoraviivaisesti tietäjältä A vastaanottajalle B. (Smith 1980, 158–183.)

Länsimainen informaatiojulkisuus on ollut pitkään perusteiltaan hyvin asiallista ja asiakeskeistä. Jürgen Habermasin mukaan informaatiojulkisuus perustui nimenomaan porvarismiesten mahdollisuuteen osallistua yhteisten asioiden hoitoon eli poliittisiin keskusteluihin lehdistössä ja kahviloissa. Tämä merkitsi kodin ja yksityisten asioiden eli elämän tunteellisen puolen jäämistä pois julkisuudesta. Tunteet kuuluivat ainoastaan henkilökohtaiseen sfääriin, jolloin julkisessa elämässä korostui vahvasti asiakeskeinen rationaalisuus. (Pietilä 2004, 38.) Nykyisin uutisjournalismin esitystavat ovat pitkälti kehittyneet versioksi realistisesta esittämisestä. Realistiselle kerronnalle on tyypillistä, että tekstin tuottava taho jätetään näkymättömäksi. Kertoja ei tuo itseään esiin eikä ota suoraan kantaa asioihin tai tapahtumiin. Uutisrealismi rakennetaan siten, että uutistoimittaja tuo esiin ainoastaan selkeästi tosia seikkoja ja epävarmem-

mat, uudet tai kiistanalaiset näkökannat pannaan haastateltavien eli asiantuntijoiden tai tapahtuman silminnäkijätodistajien suuhun. Koska nyky-yhteiskunnassa hyvin monet asiat ovat monimutkaisia ja niihin sisältyy erilaisia näkökulmia, on uutinen usein representaatioiden representaatiota. Uutinen on esitys esityksistä ja juuri siksi erityisesti ideologisessa mielessä kiintoisa journalistisen diskurssin osa. (Kunelius 2003, 227.)

2000-luvun uutisrepresentaatiossa on lisääntyvänä trendinä uutistoimittajien läsnäolon korostuminen eli toimittajan oma näkökulma tai analyysi käsiteltävästä asiasta. Käytäntö heijastelee viihteestä ja politiikasta tuttua ja nyt myös uutisointiin hiipinyttä henkilöitymistä ja myös toimittajuuteen liittyvää mediapersoonakulttia. Arvostetut tähtitoimittajat kertovat perusuutisen kyljessä suoraan lukijalle, mitä mieltä he henkilökohtaisesti ovat tästä kyseisestä asiasta. Näkökulmilla, journalistiblogeilla ja laajemmilla analyyseillä vastataan myös internetmurroksen myötä syntyneeseen uutisten nopeaan nettikulumiseen. Toimittajan oma näkökulma tai uutisanalyysi on juuri tämän tietyn mediatalon omaa ainutlaatuista sisältöä ja ammattitaitoa, jota muut mediat eivät lukijoilleen tai katsojilleen pysty tarjoamaan.

Uutistoimintaa voidaan tutkia myös dramaturgian oppien mukaan. Yksinkertaisimmillaan niin draamassa kuin uutisdraamassakin on läsnä ongelma, jännite ja ratkaisu. Uutisten avulla yhteiskunnassa esiin tuleva uusi ja outo pilkataan palasiksi, kuvataan ja normalisoidaan. Vieraasta ja hätkähdyttävästä tulee uutisten kautta tuttua ja arkipäiväistä. Oleellista ei ole uutisesta saatu uusi tieto, vaan draamaprosessista saatu tyydytys, jonka uutinen antaa katsojalle herättämällä ensin kysymyksen ja antamalla lopulta vastauksen. Uutisdraaman vangitsevuutta vahvistavat sen jatkuvuus, ratkeamattomuus ja realismi eli samat tekijät, jotka kiehtovat myös saippuasarjan katsojaa. (Virta 1994, 13–19.)

Onnettomuus uutisoinnin draamakerronnan muutosta kuvaa osuvasti Koljosen ja Kuneliuksen (2005) tutkimus, jossa todetaan, että 50 vuodessa onnettomuus uutisointi on kulkenut teknisestä, virallisesta ja osin ulkokohtaisesta kin uutisoinnista onnettomuuden rationaalisen selittämisen kautta eräänlaiseen kollektiivisen terapian aikaan. Toimittajista on nyt tullut ennen kaikkea ihmistä koskevien tarinoiden kertojia (Koljonen & Kunelius 2005; Koljonen 2013). Yhteiskunnallisten muutosten ja yksilöllistyneen kilpailuyhteiskunnan myötä myös onnettomuus uutisointi on Koljosen (2013) mukaan muuttanut muotoaan 2000-luvulla. Koljonen näkee, että journalistit ovat kriisiuutisoinnissa siirtyneet jatkuvan reflektion aikaan, mikä tarkoittaa sitä, että yhä enemmän journalistit pohtivat oman kriisiuutistyönsä motiiveja, oikeutusta, tekotapoja ja yleisösuhdetta. (Koljonen 2013, 233.)

Olipa uutinen tuotettu draaman rakenteiden tai realistisen kerrontaperinteen mukaisesti reflektoiden, silti se ei ole koskaan sisällöllisesti neutraali. Sekä realistiset että dramaturgian oppien mukaan rakennetut uutiskertomukset sisältävät aina uutistoimituksissa tehtyjä ideologisia valintoja, joilla todellisuutta arvioidaan. Analysoimalla esimerkiksi kriisiuutisissa käytettyjen lähteiden käyttöä ja niiden arvostusta saadaan näkyville erilaisia toimitusorganisaation

sisäisiä valta- ja arvovakenteita, jotka vaikuttavat suoraan siihen, minkälaisia uutisia meille kansalaisille kerrotaan.

### 2.7.2 Kriisiuutisen anatomia

Kriisiuutisen tai breaking news -tilanteen erottaa tavallisesta onnettomuus uutisesta tapahtuman laajuus, vaikutukset sekä uhrien lukumäärä. Kriisiuutisia leimaa myös dramaattisuus, niitä kutsutaan miltei välittömästi katastrofeiksi tai tragedioiksi. Kriisiuutinen tai iso uutistapahtuma muuttaa välittömästi toimistusten perinteiset uutiskaaviot ja täyttää nettiuutisvirran massiivisella uutisillä. Lisäksi kriisiuutistilanne herättää välittömästi myös laajaa yhteiskunnallista ja kansalaiskeskustelua, jota käydään sekä verkossa, sosiaalisessa mediassa että perinteisten medioiden lähetysvirrassa. Kriisien uutisointi ei ole mikään uusi ilmiö, sillä jo 1500-luvulla jaettiin lehtisiä, joissa kerrottiin erilaisista kansalaisia kohdanneista luonnonkatastrofeista. Ihmisiä ovat kautta historian kiinnostaneet kaikki kriisiuutisoinnin klassiset piirteet kuten onnettomuuden laajuus, yllätyksellisyys, uhrien määrä sekä erilaiset kärsimys- ja selviytymistarinat. Tunnettu tosiasia on myös se, että mitä läheisemmin kriisi yleisöä koskettaa, sen kiinnostuneempina uutisointia seurataan. (Kämppe 1990.)

Kriisi-sanalla on tarkoitettu kohtalokasta häiriötä, äkillistä muutosta tai ratkaisevaa käännettä. Kielitoimiston sanakirja (2007) määrittelee kriisin olevan *”kärjistynyt, vaarallinen tilanne, käänne(kohta), murros”*. Kiinassa kriisi tarkoittaa uhkaa tai mahdollisuutta. Kreikan kielen *”krisis”* sitä vastoin tarkoittaa ratkaisua. (Huhtala & Hakala 2007.) Kriisin määrittelyssä olennaista on aina konteksti eli toimijat, organisaatio ja yhteiskunta. Se, mikä tavalliselle kansalaiselle on kriisitilanne, on poliisille ja uutistoimituksille jokapäiväinen työtehtävä. Kriisin keskellä työskentelevän organisaation näkökulmasta toiminnan prosessimalleja voidaan käyttää analyysin välineenä, koska kriisitilanne on aina luovaa strategista toimintaa ja ratkaisua. Kriisissä luodaan yhteyksiä eri osapuolten välille ja pidetään yllä yhteyttä. Siksi tiedonkulku, kriisiviestintä ja median toiminta ovat kiinteä osa kokonaisvaltaista kriisin johtamista.

Mikä erottaa kriisin katastrofista? Kielitoimiston sanakirjan (2007) mukaan katastrofi on *”tuhoisa tapahtuma, (suur)onnettomuus, romahdus, tuho”*. Suomen punainen risti määrittelee katastrofin *”suureksi onnettomuudeksi, mullistukseksi tai romahdukseksi, jossa olemassa olevat resurssit ovat liian pienet onnettomuuden laajuuteen nähden”* (SPR, VS 2004). Tällaisia katastrofeja ovat olleet esimerkiksi 2000-luvun tsunamit ja Suomessa Jokelan ja Kauhajoen koulusurmat. Tsunamin tapauksessa Indonesiassa Acehin maakunnan rannikot ja turistien suosima lomakohde Thaimaan Khao Lak ja monet muut rannikot Intian valtameren ympärillä muuttuivat yhdessä hetkessä kaaosmaiseksi taistelutantereeksi. Tsunami oli inhimillinen katastrofi paitsi menehtyneille tuhansille turisteille ja heidän omaisilleen, myös sadoille tuhansille alueen kalastajille ja rannikkokyläen asukkaille.

Quarantellin (2005) mukaan kriisejä pitää analysoida niiden olosuhteiden, luonteiden ja seurausten näkökulmista. Länsimaiselle turistille on luonnollista ottaa kännykkä ja kamera lomalle mukaan. Niinpä mediatilat ja internet täyttivät tsunamikatastrofin kuvista. Tämän seurauksena media alkaa rakentaa

kuvista, tarinoista ja tapahtumista omaa mediakatastrofiansa (Hakala 2009a; Sumiala 2009). Mediayhteiskunnan katastrofeja voidaan siis hyvällä syyllä kutsua myös mediakatastrofeiksi. Katastrofi ikään kuin repäisee kuilun yhteiskunnan eheyteen pyrkivään kommunikaatiomaailmaan. Mediakatastrofi-termillä viitataan medioidun kommunikaation keskeiseen merkitykseen ja rooliin traagisten tapahtumien välittäjänä, ja siten myös tapahtumien muokkaajina. Mediakatastrofi kutsuu katsojan ja lukijan päätteiden ääreen seuraamaan ja kommentoimaan katastrofiuutismaratonia. (Liebes 1998; Sumiala ja Tikka 2009.)

2000-lukua voidaan pitää Raittilan ja Koljosen tutkimuksen mukaan niin sanottuna kolmantena vaiheena suomalaismedioiden katastrofiuutisointiin liittyvän professionalismin kehityksessä. Ensimmäinen vaihe oli 1900-luvun alusta 1960-luvulle, jolloin kriisiuutisointia leimasi suoraviivainen toiminta. Kuolonuhrien nimiä painettiin lehtiin ja pelastuneista kaikki silminnäkijät jututettiin. Toisessa vaiheessa, 1970-luvulta aina 2000-luvun alkuun, kriisiuutisoinnissa elettiin muutosten ja itsetutkiskelun aikaa. Toisaalta haettiin tunteisiin vetoavia selviytymistarinoita ja surun kasvoja, ja toisaalta tasapainoiltiin hienotunteisuuteen pyrkivän seurausajattelun välillä. (Raittila & Koljonen 2009, 63; Koljonen 2013, 233). 2000-luvulta alkanutta kolmatta vaihetta kuvaa se, että journalismin toimintaympäristö on muuttunut aiempaa kaupallisemmaksi ja kilpailullisemmaksi. Lähes kaikki mediatalot uutisoivat myös verkossa, jossa yleisön huomiosta kilpailevat myös monet muut julkaisijat.

2000-luvun piirteinä voidaan pitää myös yleisön aktivoitumista uutistilanteissa ja toisaalta myös viranomaisten aktivoitumista siinä, että he asettavat yhä enemmän rajoituksia toimittajien kriisiuutisoinnille. Suomessa on viime vuosina väännetty kättä siitä, kuka saa kriisissä puheoikeuden ja määrittelyvallan: media, kansalaiset vai viranomaisinstituutiot. Osin kärjekkäidenkin vastakkainasettelujen jälkeen nyt on tultu vaiheeseen, jossa kaikki kriisin osapuolet, mediasta viranomaisiin, ymmärtävät sen, että kriisinhoidon näkökulmasta parhaaseen lopputulokseen päästään, kun tehdään yhteistyötä sekä perinteisessä mediassa että sosiaalisen median pelikentillä. Myös yleisön reaktiot ohjaavat entistä enemmän perinteisen median kriisiuutisointia. Journalisti, joka toimii yleisön mielestä kriisitilanteessa väärin, saa nykyisin osakseen samanlaista arvostelua kuin viranomainen, joka toimii väärin. (Salmela 2008; Raittila & Koljonen 2009, 63–64.) Viimeistään Aasian vuoden 2004 tsunami ja Jokelan koulusurmat osoittivat sen, että internet yhdessä uuden viestintäteknologian kanssa muodostaa kriisissä globaalin median, jonka kautta ihmiset saavat yhteyden, hakevat tietoa ja jakavat kokemuksiaan. Yhteiskuntatutkimuksen kontekstissa kriiseissä ei ole kyse vain kriisijohtamisesta ja kriisien hallinnasta, vaan laajemmasta sosiaalisesta ilmiöstä, joita yhteiskuntarakenteet, sosiaaliset suhteet ja media tuottavat. (Tikka, Hakala ja Pedack, 2010.)

Ammattijournalistien näkökulmasta netin vuorovaikutteisuus voi kantaa hedelmää erityisesti kriisitilanteissa. Aktiivisten kansalaisten tuottamat uutisvinkit, -linkit, -kuvat ja silminnäkijäkertomukset voivat olla kullan arvoista journalistista materiaalia uutistoimituksille. Samalla katastrofit rakentavat uutismedioiden ja yleisön välille yhteisöä, joka selvittää, pohtii ja yrittää ymmär-

tää katastrofin syitä. Kyseessä on niin sanottu rituaalisen viestinnän muoto, jossa keskeistä on yhteisyyden tuottaminen, jakaminen ja ylläpitäminen (Carey 1994; Sumiala ja Tikka 2009). Toisin sanoen mediakatastrofi rakentuu kommunikaatiossa ja kommunikaatiosta, jossa keskeisiä elementtejä ovat Croteaun & Hoynesin (2003) ja Sumialan ja Tikan (2009) mukaan:

- 1) Medioitu viesti (esim. hyökyaalto tai koulusurmat)
- 2) Viestin tuottaja (journalisti, ampuja, kansalainen, viranomainen)
- 3) Teknologia (väline, jonka kautta viesti tuotetaan ja vastaanotetaan)
- 4) Viestin vastaanottaja (katsoja, lukija, yleisö)
- 5) Mediateollisuus (säätelee viestien tuottamisen ja lähettämisen ehdot)
- 6) Konteksti (esim. suomalainen yhteiskunta)

Rituaalisessa viestinnässä yhteisellä keskustelulla on tärkeä rooli katastrofin kokemusten jakamisessa. Verkkoon syntyy kriisityötä tekevien viranomaisten pystyttämiä sivustoja ja kansalaisten omaehtoisesti pystyttämiä surusivuja, mutta myös perinteisen median koolle kutsumia keskustelusivustoja. Esa Sirkkunen (2006, 54) on todennut, että Suomessa internet-julkaisijan juridinen vastuu sisällöistä on hillinnyt medioiden halua ryhtyä koko kansan reaaliaikaisiksi keskustelufoorumeiksi verkossa. Kriisitilanteelle on tyypillistä vielä se, että ihmisten tunteet käyvät kuumina, jolloin keskustelujen moderoiminen voi olla vielä tavanomaistakin työläämpää.

## 3 TUTKIMUSMATERIAALI JA SEN KÄYTTÖ

### 3.1 Päälliköiden ja toimittajien teemahaastattelut

Koko tutkimusprojektini sai alkukimmokkeen tapaninpäivänä 26.12.2004, kun hyökyaalto iski Aasian rannikoille. Toimin tuolloin uutispäällikkönä Ylessä (Uudenmaan uutiset) ja seurasin eri medioiden katastrofiuutisoitua. Jännitin myös hyökyaallossa olleiden ystäväni pelastautumista. Journalistinen mielenkiintoni aiheeseen heräsi syvemmin, kun kuulin silminnäkijäkertomuksia paikan päältä ja totesin, että eri mediatalojen uutistoimitukset uutisoivat katastrofin alkupäivien tapahtumista eri lailla. Aloin pohtia syvemmin katastrofiin liittyneitä viranomais- ja mediakäytäntöjä. Kun hyökyaallon rantautumisesta oli kulunut vuosi, kävin Sri Lankassa tutustumassa tsunamituhoihin. Samaan aikaan valmistuivat ensimmäiset tutkimukset ja selvitykset suurimmasta suomalaisia kohdanneesta rauhanajan katastrofista. Pehdyin erityisesti median toimintaa käsitteleviin Tuomo Mörän (2005) sekä Juho Rahkosen (2005) tutkimuksiin siitä, miten toimitukset uutisoivat hyökyaaltokatastrofia, ja miten eri toimituksissa meneteltiin katastrofin aikana. Näissä tsunamikatastrofin viestintää ja tiedonkulkua koskeneissa tutkimuksissa todettiin, että suomalaiset sähköiset mediat toimivat erityisesti katastrofin alun organisoitumisvaiheessa eri tavoin ja käyttivät ja arvottivat kansalaisilta saatua informaatiota toisistaan poiketen. Tämän vuoksi myös katastrofin uutissisällöt poikkesivat huomattavan paljon toisistaan erityisesti kriisin toisena ja kolmantena uutispäivänä.

Sähköisen median osalta tutkimuksissa todetaan, että erityisesti MTV3 hylkäsi hitaat viranomaislähteet ja lähti aktiivisesti rakentamaan kriisistä itsenäistä uutisoitua, joka nojasi pitkälti silminnäkijöiden, paikallisten suomalaisten työntekijöiden sekä oman paikalle lähetetyn toimittajan työskentelyyn. Myös tavallisten ihmisten rooli uutisoinnin todellisena lähteenä oli MTV3:n ja Nelosen uutisissa huomattavasti keskeisemmässä asemassa kuin Yleisradion uutisissa. (Mörä 2005.) Tämä erilainen kriisiuutisointistrategia näkyi myös konkreettisesti uutisten katsojaluvuissa. Luotettavana pidetty Ylen tv-uutiset menetti kriisipäivien kuluessa suhteellista katsojaosuuttaan. Selityksenä katso-

jaosuuksien muutoksiin pidetään sitä, että Yle pitäytyi pitkään varmistettujen ja virallisten tietojen välittämisessä, kun taas esimerkiksi MTV3 julkaisi epävirallisia, mutta kansalaisten kaipaamia tietoja kuten silminnäkijäreportaaseja. (Tiedonkulku ja viestintä Aasian hyökyaaltokatastrofissa 2005.) Mörän tutkimuksessa todetaan, että viranomaisvetoiseen kuvaan katastrofin tapahtumista ei ollut kenenkään pakko jäädä kiinni, kuten MTV3:n ja Aamulehden uutistointi osoittivat. Tsunamikatastrofi nostikin arvoonsa vanhat journalistiset perushyveet eli ensikäden lähteiden käytön ja itsenäisten johtopäätösten tekemisen. ”Sattumaa ei kai ollut, että alkuvaiheessa oikeita johtopäätöksiä tehneet olivat kokeneita pitkän linjan journalisteja”, kuten Tuomo Mörä totesi tutkimuksessaan.

Lähdin ensimmäisessä tutkimusjaksossani (2006) siitä ilmeisestä taustaoleuksesta, että myös muilla uutistoimituksilla kuin MTV3:lla oli tsunamin aikana töissä kokeneita pitkän linjan journalisteja, joten ammattitaitoisten toimittajien käyttö ei voinut olla selittävänä tekijänä tsunamiuutisoinnin onnistumisessa tai epäonnistumisessa. Myös vanhat journalistiset perushyveet, ensikäden lähteiden käyttö ja itsenäisten johtopäätösten tekeminen, kuuluvat lähtökohtaisesti jokaisen uutistoimituksen peruskäytäntöihin. Miksi siis osa toimituksista käytti ensikäden lähteitä eli silminnäkijöitä uutisointinsa pohjana enemmän kuin jokin toinen toimitus ja teki myös nopeammin uutisointiin vaikuttavia päätöksiä? Mitkä olivat ne toimituskulttuuriset ja organisaatiotason syyt, jotka tähän vaikuttivat? Nämä kysymykset olivat päällimmäisinä mielessä, kun tein ensimmäistä haastattelukierrostaani tsunamikriisin uutisointiin osallistuneille toimittajille ja päälliköille vuonna 2006.

Analysoin kriisiin osallistuneiden sähköisten medioitten päällikkö- ja toimittaja-haastattelujen avulla sitä, minkälaiset organisaatiokulttuurit ja uutistyössä käytettyjen eri tietolähteiden arvostuskäytännöt vaikuttivat siihen, että uutistoimitukset käyttivät epävirallisia lähteitä eri tavoin ja toimivat tsunamin alkuvaiheessa muutoinkin organisaatiotasolla toisistaan poiketen. Keskityin siihen, mistä johtui, että osa toimituksista hyödynsi muita enemmän internetin epävirallisia kansalaistietoja, kuvia ja katastrofin silminnäkijäkuvia. Kriisiuutisoinnin toimituskäytäntöjen kautta tarkastelin myös internetin kansalaissisältöjen uudenlaista vaikutusta uutistyön muutoksiin.

Tutkimukseni fokuksessa oli uutistyön ja organisaation haastavin ja paljastavin vaihe eli ison uutistapahtuman alku ja sen organisointi, koska juuri kriisin alkuvaiheessa toimitukset joutuvat tekemään lukuisia päätöksiä, jotka heijastuvat uutisoinnin onnistumiseen, mikäli toiminnan onnistumisen mittareina pidetään uutisoinnin nopeutta ja luotettavuutta, kuten tsunamiuutisoinnissa pidettiin. Kriisin alussa kaikkien uutistoimitusten on pakko usein toimia varsin hatarin tiedoin, mutta kuitenkin mahdollisimman nopeasti eli tehdä uutistyötä ja päätöksiä niin sanotusti selkäytimen varassa. Tällöin toimituksissa vallitsevat työtavat, ääneen lausumattomat käytännöt ja toiminnan arvopohja näyttäytyvät paljaimmillaan. Aikaa vieviä perusteluja toimintatavoille ei kriisin keskellä ehditä pohtia, vaan tavoitteena on toimia mahdollisimman tehokkaasti, jotta uutisia voitaisiin välittää niitä janoaville ihmisille mahdollisimman nope-



asti ja luotettavasti. Anthony Giddensin (1984) termein kuvattuna uutistoimitukset toimivat kriisitilanteessa käytännön tietoisuuden tasolla, jolloin uutistoimituksen työskentely nojaa kaikkiin niihin ääneen lausumattomiin asioihin, sääntöihin, arvoihin ja normeihin joiden avulla toimitus ja toimittajat selviytyvät kriisitilanteesta, mutta joita toisaalta ei välttämättä helposti kyetä verbalisoimaan. Tähän hiljaiseen tietoon halusin tutkimuksellani tarttua.

Tsunami aloitti myös verkkouutisjournalismin nousun ja trendi jatkui kasvavalla tahdilla Jokelan koulusurmista vuonna 2007. Ensimmäisen kotimaisen koulusurman verkkoläsnäolo oli aiempaan verrattuna poikkeuksellisen suurta. Koulusurmakatastrofin aikaan myös median tiedonhankintatavat puhuttivat laajalti sekä yleisöä että mediaa. Tämän vuoksi halusin verrata tsunamitutkimuksestani nousseita teemoja ja käytäntöjä myös Jokelan uutistapahtuman toimituskäytäntöihin. Jokelaa varten tein erillisen kyselytutkimuksen kouluampumis uutisointiin osallistuneille yhdelletoista toimittajalle ja päällikölle neljästä eri mediasta. Haastateltavat olivat eri henkilöitä kuin tsunamitutkimukseen osallistuneet.

Jokela-tutkimuksessa analysoin, mitä toimituskulttuurisia ja organisaatio-tason käytännön muutoksia tuolloin voimallisesti lisääntynyt nettiuutisointi aiheutti toimituksille. Tsunamista oli jo kulunut kolme vuotta, kun koulusurmat tapahtuivat ja paine reaaliaikaiseen nettiuutisointiin oli kova. Tilanne oli toimituksille poikkeuksellisen haastava, koska viranomaistiedotus ontui pahasti Jokela-uutisoinnin alkuvaiheessa, ja tämän vuoksi journalistit joutuivat kaivamaan tietoja poikkeuksellisen paljon tapahtuman silminnäkijöiltä ja internetin epävirallisilta sivustoilta eli nykytermein erilaisista sosiaalisen median palveluista. Keskityin myös Jokelan osalta erityisesti uutisoinnin alkuvaiheeseen, joka on organisaatiokulttuurin kannalta paljastavin ja haastavin vaihe.

Vuonna 2008 sain valmiiksi lisensiaatintutkimukseni *Kansalaislähteiden käyttö sähköisten medioiden kriisiuutisoinnissa*. Tämän tutkimuksen valmistumisen jälkeen tapahtuneen massiivisen sosiaalisen median murroksen nousun jälkeen päätin, että teen vielä vertailuanalyysin vuosilta 2006–2012 niistä uutisointiin, kansalaislähteisiin ja toimituskulttuureihin liittyvistä teemoista, jotka olivat muospaineiden alla nettimurroksen vuoksi ja erityisesti sosiaalisen median nousun seurauksena. Halusin analysoida sitä, miten sosiaalisen median rynnitys on haastanut perinteisten uutisorganisaatioiden toimintakulttuureja, ja miten kansalaislähteiden statuspositiot rakentuivat uutistilanteissa some-murroksessa, joka on tuonut aivan uusia haasteita ja mahdollisuuksia kansalaisten ja journalistien vuorovaikutukseen.

Näiden tutkimuskysymysteemojen pohjalta tein vuonna 2012 puolistrukturoidun haastattelukierroksen vuoden 2006 tutkimukseen osallistuneille 17 journalistille tai vastaavissa tehtävissä toimiville journalisteille. Tässä tutkimusosiossani vertaan aiemmista tutkimuksista esiin nousseita teemoja ja peilaan niitä vuoden 2012 tilanteeseen. Tutkimuksen keskiössä on edelleen kansalaismateriaalin käyttö sekä internetin epävirallisilta sivustoilta eli sosiaalisesta mediasta saadun uutismateriaalin käyttö, arvostus sekä käyttötapojen muutokset. Vertaan journalistien asenteita ja toimitusten kulttuuria vuoden 2006 tilanteessa

vuoteen 2012 ja analysoin muutoksia, joita näinä vuosina on tapahtunut. Kriisiuutisoinnin käytäntöjen kautta analysoin tutkimuksessani myös internetmurroksen vaikutusta koko viestintäkentän muutoksiin sekä pohdin toimitusten ja mediayhtiöiden tulevaisuuden haasteita, kun nettiuutisointi ja sosiaalisen median kansalaisvuorovaikutuksen lisääntyminen rymistelevät yhä voimallisemmin perinteisten medioiden uutisnäyttämöille.

Väitöstutkimukseni koostuu siis kolmesta itsenäisestä, mutta temaattisesti toisiinsa liittyvästä haastattelukokonaisuudesta, jotka on tehty vuosina 2006, 2007 ja 2012 kriisiuutisoinnin keskiössä toimiville journalisteille. Tutkimustyöni taustalla on syytä huomioida se, että olen tehnyt vuodesta 1997 alkaen töitä uutisjournalistina ja kokenut uutistoiminnan mediamurroksen käytännössä. Työskentelin ensin Yleisradiossa 10 vuotta toimittajana ja uutispäällikkönä, ja tämän jälkeen olen tehnyt töitä netti- ja lehtiuutisoinnista vastaavana uutispäällikkönä ja toimituspäällikkönä Iltalehdessä reilut seitsemän vuotta.

Aloitan tutkimusanalyysini esittelemällä ensin tsunamiuutisointiin liittyvien vuoden 2006 haastattelujen keskeiset tulokset toimituskohtaisesti, jonka jälkeen peilaan niitä suhteessa journalismiin hierarkkisiin tasoihin ja organisaatiobyrokraattisiin malleihin. Analyysin fokuksessa on se, mitkä organisaatiotason syyt vaikuttivat siihen, että joissain toimituksissa meneteltiin tietyllä tavalla ja joissain toisissa toimituksissa toisella tavalla erityisesti tsunamiuutisoinnin organisoitumiseen ja kansalaislähteiden käyttöön liittyen. Tämän jälkeen pureudun Jokela-uutisoinnin nostamiin keskeisiin verkkouutisoinnin ja kansalaismateriaalin käyttöön liittyviin teemoihin. Lopuksi analysoin diskursiianalyttisiä menetelmiä hyväksi käyttäen kaikista kolmesta tutkimushaastattelusta esiin nousseita internetmediamurrokseen liittyviä keskeisiä teemoja.

### 3.1.1 Teemahaastattelu menetelmänä

Käyttämäni teemahaastattelu oli puolistrukturoitu. Se on strukturoitua haastattelua vapaamuotoisempi ja keskusteluvampi haastattelutekniikka. Tutkija päättää etukäteen haastattelun teemat, mutta kysymysten tarkka muoto ja järjestys rakentuvat jokaisen haastattelun aikana omanlaisikseen. Tämä mahdollistaa sen, että haastatteluissa voidaan keskittyä niihin aihepiireihin, jotka osoittautuvat kussakin haastattelutilanteessa eniten mielenkiintoa herättäviksi. Puolistrukturoitu teemahaastattelu mahdollistaa myös sen, että haastattelun aikana voi nousta esiin seikkoja, joita tutkija ei ole etukäteen osannut ennakoida, mutta jotka ovat tutkimuksellisesti mielenkiintoisia.

Koska tutkimukseni tavoitteena on saada uutta tietoa isojen uutistilanteiden toimituskäytännöistä ja kansalaislähteiden ja internetin merkityksestä, sopii teemahaastattelu metodiksi paremmin kuin esimerkiksi valmiita hypoteeseja testaava lomakehaastattelu. (Hirsjärvi & Hurme 2001.) Puolistrukturoidussa teemahaastattelussa huomio kohdistetaan nimensä mukaisesti tiettyihin teemoihin ja asioihin, joista keskustellaan vapaamuotoisesti. Haastattelussa etusijalla ovat ihmisten tulkinnat ilmiöstä sekä heidän asioille antamansa merkitykset. (Hirsjärvi & Hurme 2001, 47–48.) Puolistrukturoitu haastattelu eroaa strukturoidusta haastattelusta myös siten, että haastateltaville ei tarjota valmiita vas-

tausvaihtoehtoja, vaan he saavat vastata kysymyksiin omin sanoin. Puolistrukturoidun teemahaastattelun ero strukturoituun näyttäytyy myös siinä, että haastattelukysymyksiä ei esitetä välttämättä tarkassa muodossa tai tietyssä järjestyksessä. Haastattelijan vastuulla on varmistaa se, että ennalta päätetyt teemat käydään läpi, mutta teemojen käsittelyn järjestys ja painotukset voivat vaihdella. (Eskola & Suoranta 1998, 86.)

Pidän metodologista valintaani puolistrukturoidusta teemahaastattelusta perusteltuna sen vuoksi, koska menetelmä mahdollistaa niiden keskeisten teemojen käsittelyn, joita haastateltavat itse pitivät internetmediamurroksen ja kansalaismateriaalin käytön suhteen kulloinkin tärkeimpinä. Tutkimukseni tavoitteena on selvittää toimittajien henkilökohtaisia käsityksiä omasta työstään ja organisaatiostaan, joten myös tämän vuoksi puolistrukturoidut keskustelut olivat mielestäni paras tapa päästä näissä teemoissa pintaa syvemmälle. Haastattelullakin on tiedonkeruumenetelmänä heikkoutensa. Vuorovaikutustilanteessa haastateltava voi pyrkiä antamaan itsestään ja/tai organisaatiostaan arkisia käytäntöjä edullisemman kuvan, joka ei välttämättä vastaa todellisuutta, joten interaktiutilanne on syytä ottaa huomioon mahdollisena virhelähteenä (Alasuutari 1994, 122). Tämän havaitsin myös omassa työssäni, kun vertasin vuoden 2006 ja 2012 haastatteluaineiston kerrottuja toimintakuvauksia erään toimituksen osalta. Mediatalon päälliköt kertoivat vuonna 2006 oman organisaationsa toiminnan sujuvan hyvin, ilman päällekkäistä tekemistä, mutta vuoden 2012 haastatteluissa samat haastateltavat myönsivätkin jo, että kuusi vuotta aiemmin oli ollut yllättävän paljon päällekkäistä tekemistä eri osastojen kesken.

Toinen mahdollinen heikkous puolistrukturoidussa haastattelussa on se, että sosiaaliset vuorovaikutustilanteet ovat heikosti toistettavissa. Jokainen haastattelu on yksilöllinen tilanne, jossa tutkija voi tiettyä asiaa vapaamuotoisesti kysyessään esittää sen eri tavalla eri tilanteissa. Myös tutkijan sanavalinnat tai painotukset voivat ohjata haastateltavaa vastaamaan kysymykseen tietyllä tavalla. Siksi analyysivaiheessa on syytä ottaa analyysin kohteeksi koko vuorovaikutustilanne. Tällöin haastattelijan rooli ja toimintatavat kuuluvat eriteltävänä olevaan tutkimusaineistoon yhtä olennaisesti kuin haastateltavien puheet. (Alasuutari 1994, 123–124.)

### 3.1.2 Teemahaastattelu tässä tutkimuksessa

Puolistrukturoitujen haastattelujen vapaamuotoisen keskustelun avulla tarkoitukseni oli nostaa esiin niin sanottua hiljaista käytännön tietoa toimituksen kriisitilanteen toimintaa ohjaavista arvoista ja normeista. Puolistrukturoidun haastattelututkimuksen avulla pääsin tutkimuksellisesti mielestäni hyvin kiinni niihin perusteluihin ja prosesseihin, joita analysoimalla avautui se, miksi jokin tietty vaihtoehto valittiin kriisitilanteessa toimintamalliksi jonkin toisen vaihtoehdon kustannuksella. Nämä perustelut ja prosessikuvaukset kertovat myös valaisevasti journalismin taustalla olevista mekanismeista sekä organisaation toimintakulttuureista ja niiden taustalla vaikuttavista ideologioista. Puolistrukturoitu haastattelututkimus oli relevantti tutkimukseni kannalta myös sen vuoksi, että se kertoo huomattavasti paremmin journalismin taustalla vaikutta-

vista mekanismeista kuin esimerkiksi uutisjuttujen sisällönanalyysi. Analysoimalla uutisjuttujen sisältöjä pystyttäisiin kyllä luokittelemaan esimerkiksi käytetyt lähteet, mutta ei perusteluja sille, miksi lähteitä käytettiin juuri tietyllä tavalla. (Möra 1999, 25.)

Omalla kohdallani tutkimustilannetta vaikeutti jossain määrin se, että olin joidenkin esimiesasemassa olevien haastateltavien mielestä kilpailevan median eli Iltalehden edustaja, enkä niinkään tutkija. Esimerkiksi Yleisradiossa joudun anomaan vuoden 2012 tutkimuslupaa useampaan kertaan ja kautta linjan erityisesti päälliköt varoivat sanomasta tai paljastamasta asioita, jotka olivat internetmediamurroksen suhteen kilpailustrategisesti heille tärkeitä. Nämä tutkijapositioni rajoittuneisuudesta ja mediakilpailusta johtuvat seikat on syytä huomioda taustalla, kun aineistoa analysoidaan ja tuloksia luetaan. Yhtä kaikki, pyrin näyttämään tämän tutkimuksen lukijalle mahdollisimman selvästi ja avoimesti, miten tämä tutkimus on tehty, ja mitkä sen reunaehdot ovat, sillä vain haastattelutilanteen kokonaisvaltaisella erittelyllä voidaan lisätä tutkimuksenteon läpinäkyvyyttä (Kantola 2006, 78).

Haastattelukeskusteluja ohjasivat kirjalliset kysymysrungot, mutta otin haastattelutilanteessa huomioon myös toimittajien ja päälliköiden erilaiset tehtäväroolit omissa organisaatioissaan, ja tätä kautta myös heidän itsensä painottamat ja esiin nostamat teemat tutkimusviitekehitykseni sisällä. Lisäksi halusin tiivistää vuoden 2006 kysymysrunkoni laajahkoa aihepiiriä vuoden 2012 haastatteluissa. Keskityin jälkimmäisissä haastatteluissa erityisesti internetmediamurroksen, organisaation toiminnan ja kansalaismateriaalin käytön osalta oleellisiin muuttujiin käytännön uutistyydyssä ja sen hetkessä mediamurros-tilanteessa.

Ensimmäiseen haastattelukokonaisuuteen eli keväällä ja kesällä 2006 tehtyihin yksilöhaastatteluihin osallistui 17 tsunamiuutisoinnissa keskeisesti mukana ollutta Yleisradion Radiouutisten, Tv-uutisten ja Online-uutisten sekä MTV3:n Tv-uutisten ja Multimediatoimituksen sekä Nelosen uutisten uutistyydyssä vastaavaa päällikköä ja toimittajaa. Keskimäärin noin puolentoista tunnin mittaisista ääninauhoitetuista yksilöhaastatteluista kertyi tarkasti litteroituna ja tiiviisti ykkösvälillä kirjoitettuna kirjallista aineistoa reilun 150 A4-sivun verran. Kun työssäni esittelen suorita siteerauksia journalistien haastatteluista, olen siistinyt tekstiä hieman muun muassa poistamalla toistoja, kuitenkin niin, että puheen alkuperäinen sisältö on säilynyt ennallaan. Vuoden 2006 haastattelukeskusteluja jäsentäneet kysymykset olivat:

1. Miten toimitus havahtuu kriisitilanteisiin yleensä ja tsunamikriisiin erityisesti. Miten töiden ja uutisoinnin organisoituminen käytännössä tapahtui. Mitkä tekijät vaikuttivat organisoitumisen sujumiseen ja uutisoinnin onnistumiseen, mitkä tekijät vaikuttivat mahdolliseen toiminnan epäonnistumiseen, ja miten toimintaa pitäisi kehittää?
2. Miten eri lähteitä käytettiin toimituksessa yleensä ja erityisesti tsunamin aikana ja miten lähdekäytäntöjä perusteltiin. Mistä johtui, että viranomais- ja silminnäkijälähteitä käytettiin eri tavoin eri uutistoimituksissa?

3. Miten ja millä perusteilla toimituksessa arvostetaan eri lähteitä: viranomaislähteitä kansalaislähteitä sekä internetistä saatua epävirallista tietoa ja minkä syiden arvioidaan vaikuttaneen siihen, että kansalaisen status uutisten tietolähteenä vaihteli eri toimituksissa?
4. Miten toimituksissa tehdään kriisitoimittajan lähetyspäätos, mihin tarkoitukseen häntä käytetään, miten häntä mahdollisesti autetaan, mikä on käytössä oleva tekniikka ja toimintatapa kriisialueella, minkälainen työvelvoite kriisitoimittajalla on?
5. Miten internetiä hyödynnettiin ja hyödynnetään kriisitilanteiden uutisoinnissa ja miten toimittaja itse käyttää nettiä uutistyoissa. Minkälaiseksi arvioidaan internetin merkitys tietolähteenä ja tiedon välityksen sekä kansalaisvuorovaikutuksen kanavana?
6. Uhrihaastattelujen käytännöt, miksi silminnäkijäuhrien haastatteluja käytetään ja miten on soveliasta kriisitilanteessa toimia ja miksi?

Haastattelututkimukseeni valikoidut journalistit olivat eri uutistoimituksissa tsunamikatastrofin aikana työskennelleitä kriisitilanteiden avainhenkilöitä. Haastattelukeskustelujen tarkoituksena ei ollut saada tietoa kriisiuutistyoön prosessista eksaktina ja objektiivisena eli sellaisena, jona toiminnan pitäisi ideaalitalanteissa edetä. Sen sijaan tarkoituksena oli luoda vapaamuotoinen keskusteluympäristö, jossa toimittajat ja päälliköt itse muotoilivat selostuksia siitä, miten toimituksissa meneteltiin käytännön tilanteissa ja minkälaisia onnistumisia, epäonnistumisia, organisaatio-ongelmia tai henkilökohtaisia epävarmuuksia konkreettiset uutistilanteet toivat esiin. Journalististen prosessien tutkimisen kannalta erityisen kiinnostavia ovat juuri nämä erilaiset valintatilanteet ja ristiriidat, joissa jokin ratkaisu tehdään jonkin toisen ratkaisun kustannuksella tai jätetään kokonaan tekemättä. Usein tällaisten ratkaisujen päättäminen on varsinkin nopeissa kriisitilanteissa niin sanottua selkäytimestä kumpuavaa toimintaa tai giddensiläisittäin määriteltynä journalistin käytännön tietoisuutta (Giddens 1984, 21-23).

Vuonna 2007 tehty Jokela-tutkimus oli tietyllä tapaa oma kokonaisuutensa, ja sitä voidaan kuvata välitarkasteluna, joka tehtiin koulusurmauutisointiin osallistuneille yhdelletoista neljää eri mediaa edustavalle toimittajalle ja päällikölle. Kyselytutkimuksen ja aiheesta käytyjen keskustelujen tarkoituksena oli analysoida toimituskulttuurin muuttuvia käytäntöjä tuolloin merkittävästi laajentuneen internetuutisointipaineen alla. Aineiston keruuvaiheessa lupasin, että haastateltavat saavat esiintyä nimettömänä eikä heidän edustamaansa mediaa paljasteta, joten siksi en yksilöi tässä tutkimuksessa sitä, mistä eri medioista haastateltavat olivat. Jokela-tutkimuksessa tutkimusteemallisena erityishuomion kohteena olivat erityisesti nettiiutisoinnin merkityksen kasvu sekä se, millainen merkitys kansalaislähteiden käytöllä ja sosiaalisen median nousulla oli kriisiuutisoinnin rakentumiseen ja muuttuviin käytäntöihin.

Keskeiset kysymykset olivat seuraavat:  
Miten toimitus havahtui Jokela-kriisiin?

- Miten töiden ja uutisoinnin organisoituminen tapahtui?
- Mitkä tekijät vaikuttivat organisoitumiseen ja uutisoinnin onnistumiseen?
- Mitkä tekijät vaikuttivat mahdolliseen toiminnan epäonnistumiseen?
- Miten toimintaa pitäisi kehittää?
- Miten eri lähteitä käytettiin ja arvotettiin?
- Mikä rooli oli kansalaislähteillä ja viranomaislähteillä?
- Miten netin epävirallisia tietoja käytettiin uutisoinnissa?
- Miten uutisoimintaa ohjattiin perinteiseen mediaan ja nettiin?
- Miten monitekeminen vaikutti työskentelyyn?
- Mitä mahdollisia ongelmia epävirallisten nettitietojen käyttämiseen liittyi?

Vuonna 2012 tehty kolmas haastattelututkimus puolestaan kohdistui samoihin medioihin ja samoihin, tai vastaavissa tehtävissä työskenteleviin journalisteihin, kuin ensimmäinen eli vuoden 2006 tutkimus. Tähän haastattelututkimukseen osallistui 17 journalistia Yleisradiosta (7), MTV3:sta (5) sekä Nelosen uutisista (5). Haastateltavien suhteen on myös syytä huomioida se, että kaksi vuoden 2006 haastatteluihin osallistunutta henkilöä oli jäänyt eläkkeelle ja yksi oli vaihtanut työpaikkaa. Lisäksi kolmen toimittajan työtehtävät olivat vaihtuneet päällikkötehtäviin. Vuoden 2006 haastattelujen osalta voin todeta saamani palautteen perusteella, että kaksi edustajaa Nelosen uutisista oli suhteellisen vähän, joten vuoden 2012 aineistoon olin lisännyt Nelosen uutisten haastateltavien määrän kahdesta viiteen. On hyvä myös huomioida se, että Nelosen uutiset oli yhdistymässä juuri haastattelujen aikana Helsingin Sanomien toimitukseen, joten tämän vuoksi Nelosen uutisten haastatteluissa korostui HS/Nelosen uutisten yhteistoimituksen tuleva rooli. Aineistoyhteenvedona totean, että haastateltelin vuonna 2012 kymmenen täysin samaa henkilöä kuin vuonna 2006, muut haastateltavat olen valinnut mahdollisimman paljon vastaavissa työrooleissa toimineista journalisteista kuin vuoden 2006 aineiston haastateltavat olivat.

Vuoden 2012 haastatteluissa analysoin aiemmista haastattelututkimuksista nousseita teemoja kansalaismateriaalin käytöstä sekä sosiaalisen median ja internetin merkityksen muutoksesta ja peilasin niitä vuoden 2006 tilanteeseen samoissa toimituksissa. Keskimäärin noin tunnin mittaisista ääninauhoitetuista yksilöhaastatteluista kertyi tarkasti litteroituna kirjallista aineistoa 98 sivun verran. Vuoden 2012 haastattelun teemoina olivat seuraavat aiheet:

- 1) Miten kriisitilanne organisoitiin vuonna 2012, ja mitä muutoksia on tapahtunut verrattuna vuoteen 2006?
- 2) Mitkä tekijät vaikuttavat organisoitumisen sujumiseen ja uutisoinnin onnistumiseen? Mitkä tekijät vaikuttivat mahdolliseen toiminnan epäonnistumiseen, ja miten toimintaa pitäisi kehittää?
- 3) Millaisia eri uutislähteitä toimituksissa käytettiin vuonna 2012 erityisesti ison uutistilanteen aikana ja miten näitä lähdekäytäntöjä perusteltiin? Miten toimituksessa arvotetaan eri lähteitä: viranomaisia kansalaisia ja internetistä saatua ns. epävirallista eli sosiaalisen median tietoa?

- 4) Miten internetmurros on vaikuttanut uutistoimintaan, organisaatioon ja työtehtäviin, ja miten murrokseen suhtaudutaan toimituksissa?
- 5) Minkälaiset ohjeet tai velvoitteet toimituksissa on sosiaalisen median käyttämiseen uutistyössä annettu ja minkälaisia ongelmia sosiaalisen median käyttöön liittyy? Miten toimittaja itse käyttää nettiä ja sosiaalista mediaa uutistyössään?
- 6) Mikä on kansalaisilta saadun materiaalin arvo uutistyössä, miksi kuvia ja videoita yleensä halutaan? Mitä hyötyjä tai haittoja kansalaismateriaalin käytöstä aiheutuu?
- 7) Mitkä ovat uutisoinnin uudet trendit, tulevaisuus ja toimittajien tulevaisuuden identiteetti?

Tekemäni laadullisen analyysin luotettavuutta voidaan arvioida Lincolnin ja Guban (1985) esittämillä faktoreilla. Niitä ovat: *Uskottavuus*, jonka edellytyksenä on, että analyysiin sisältyvä rekonstruktio tutkimukseen osallistuneiden henkilöiden rakentamasta todellisuudesta on ajateltavissa oleva. *Siirrettävyys*, joka edellyttää sitä, että analyysin tuloksena muodostunut kuva kohteena olevasta ilmiöstä on sovellettavissa myös toisissa olosuhteissa vastaavaan ilmiöön. *Käyttövarmuus* puolestaan tarkoittaa sitä, että käytetty analyysitapa soveltuu useimpiin tapauksiin, niiden keskinäisestä poikkeavuudesta ja ulkoisten tekijöiden aiheuttamasta vaihtelusta riippumatta ja *vahvistettavuus*, joka pitää sisällään mahdollisuuden, että samasta aineistosta voidaan eri analyysikeinon päästä toisiaan vastaaviin tuloksiin.

Tässä tutkimuksessa haastatteluaineiston uskottavuutta voidaan peilata aiempiin kriisiuutisoinnista tehtyihin haastattelututkimuksiin. Omassa tutkimuksessani syvennän aiempien tutkimusten teemoja ja etsin organisatorisia ja toimintakulttuurisia syitä sille, miksi isojen uutistilanteiden aikana toimituksissa toimittiin niin kuin toimittiin. Siirrettävyyden arvioinnissa edellytys on, että kohteena olevasta ilmiöstä analyysin tuloksena muodostunut kuva on sovellettavissa myös toisissa olosuhteissa vastaavaan ilmiöön. Tällöin isojen uutistilanteiden toimitusorganisaatioiden toiminnasta saatujen tulosten pitäisi näkyä myös missä tahansa muissakin isoissa uutistilanteissa, mikäli organisaatiot eivät muuta toimintaansa. Siirrettävyyden osalta on todennäköistä, että jokainen tutkittu organisaatio kärsii tai nauttii myös tulevissa kriisitilanteissa tämän tutkimuksen esiin nostamista toimintamalliensa hyvistä ja huonoista hedelmistä, mikäli toimintatapoihin vaikuttavia organisaatiokulttuureja ei tiedosteta ja kriisitilanteissa ongelmia aiheuttavia toimintamalleja muuteta. Tällöin voidaan todeta, että kriisitoiminnan analyysin tuloksena saatu organisaatiokuva on siis sovellettavissa myös toisissa olosuhteissa vastaavaan ilmiöön. Kolmatta analyysin luotettavuuden edellytystä eli käyttövarmuutta voidaan arvioida sen mukaan, soveltuvatko käyttämäni analyysimenetelmät useimpiin tapauksiin niiden keskinäisestä poikkeavuudesta ja ulkoisten tekijöiden aiheuttamasta vaihtelusta huolimatta. Analyysin käyttövarmuutta olen pyrkinyt varmistamaan analyysin läpinäkyvyydellä eli esittämällä riittävän paljon suoria lainauksia perusaineistosta, mikä tekee analyysiprosessin seuraamisesta ja arvioimisesta

mahdollisen. Tulosten vahvistettavuutta puolestaan näytän toteen sillä, että olen analysoinut aineistoa useammilla erilaisella analyysimenetelmällä. Niiden avulla varmistan sen, että käyttämästäni aineistoa voidaan seurata ja tarkistaa, miten eri analyysikeinoin on päästy saatuihin tuloksiin.

### 3.2 Haastattelumateriaalin analyysimetodit

Selvitän tässä luvussa tutkimukseni teoreettisia taustoja ja niihin liittyviä metodologisia ratkaisuja. Yhteiskuntatieteellisten teorioiden kehittämissä koulukuntaeroja voidaan tarkastella muun muassa siten, millä tavoin teoria painottuu suhteessa mikro- ja makrotason selitysmalleihin. Yleistäen voidaan sanoa, että mikrotason teorioissa henkilökohtaiset ja henkilöiden väliseen vuorovaikutukseen liittyvät tekijät korostuvat, kun taas makroteorioissa kiinnostuksen kohteena ovat laajemmat yhteiskuntarakenteelliset tekijät kuten organisaatiot, instituutit ja kulttuurit (Layder 1994, 7).

Laadullisen tutkimustradition mukaisesti työssäni näkyy se, että analysoin ilmiöitä tutkittavien ihmisten itsensä niille antamien merkitysten perusteella (Denzin & Lincoln 1994a, 2-3). Laadulliselle tutkimukselle tyypillistä on myös se, että tutkimukseni on vuorovaikutteinen prosessi, jota muokkaa sekä tutkijan että tutkittavien henkilöhistoria, sukupuoli ja muu tausta. Lähtökohtoletukseksi on tuolloin se, että arvoista vapaata tiedettä ei ole olemassa. Omalla kohdallani tämä näkyy muun muassa siten, että pelkästään jo aiheen nousemiseen tutkimuskohteeksi on vaikuttanut se, että toimin vuosien 2004–2005 vaihteessa eli Aasian tsunamikatastrofin aikana Yleisradiossa Uudenmaan uutisten uutispäällikkönä ja seurasin eri medioiden uutisointia ja koko tsunamikatastrofin kulkua tarkasti. Lisäksi olen tehnyt töitä lähes kaksikymmentä vuotta uutistoimituksissa sekä julkisen palvelun Yleisradiossa että kaupallisella puolella Iltalehdessä. Käytännön uutistyön kautta olen myös itse kokenut internetmediamurroksen aiheuttaman turbulenssin. Tämä kokemus on toivottavasti osaltaan auttanut tutkimuksellisesti mielenkiintoisten toimituskulttuuristen näkökulmien havaitsemista. Laadullisen tutkimuksen perinteen mukaisesti en kuvittele olevani irrallinen objektiivinen tarkkailija vaan tutkija, joka kertoo havaintonsa tutkimustaan maailmasta.

Laadulliselle tutkimukselle on tyypillistä, että tutkimusmenetelmät räätälöidään kunkin tutkimuksen tarpeisiin. Strategioita ja tutkimusmenetelmiä voidaan myös tarpeen vaatiessa muuttaa (Alasuutari 1999). Laadulliselle tutkimukselle tyypilliseen tapaan olen käyttänyt useampaa kuin yhtä tutkimusmetodia: Narratiivista päämäärärationaalisen toiminnan juonirakennanalyysiä, Shomakerin & Reesen journalismiin vaikuttavien tekijöiden hierarkkista kehysmallia sekä diskurssianalyttisiä menetelmiä. Tutkimukseni yhteiskuntatieteellisenä taustateorianä on Anthony Giddensin rakenteistumisteoria.

Tähän tutkimukseen voi soveltaa myös Pierre Bourdieun (1984) kenttäteoriaa, jota on käytetty useissa journalismin tutkimuksissa kuvaamaan, kuinka toimittajien toiminta, arvot ja tuotanto ovat keskinäisissä suhteissa koko journa-



lismien kentällä vallitseviin rakenteisiin, ja joissa jokaisen toimintaa määrittävät suhteet muihin. Bourdieu erottelee kolme pääoman muotoa, joita ovat taloudellinen, kulttuurinen ja sosiaalinen pääoma. Nikusen (2011) mukaan taloudellisen pääoman voidaan ajatella kytkeytyvän mainosmarkkinoihin, levikkiin ja yleisöomäisiin. Kulttuurinen pääoma liittyy journalismin arvoihin, uutiskriteereihin ja uutiskäytäntöihin. Sosiaalinen pääoma puolestaan muodostuu erilaisten verkostojen suhteista ja kytkeytyy esimerkiksi epävirallisiin suhteisiin työyhteisöjen sisällä ja niiden välillä. Bourdieun teorian mukaan journalistinen autonomia merkitsee riippumatonta eli alan sisäistä määrittelyä siitä, mitä journalismi kulloinkin on ja millaiset tekijät kasvattavat pääomaa journalistisen autonomian kentällä. Kenttäteoriassa journalistinen autonomia rakentuu erityisesti poliittisia ja taloudellisia intressejä vastaan, jotta ne eivät pääsisi liikaa määrittämään uutisarvoa ja journalistista sisältöä. Nikusen mukaan internetmediamurroksessa erityisesti mediatalouden on nähty rajoittavan journalistista autonomiaa, koska journalistista kenttää on pidetty taloudelliselle pääomalle alisteisena. Nykypäivän journalismia koskevat samat taloudelliset tuotantopaineet kuin muutakin teollisuutta. (Nikunen 2011, 16–17.)

Kenttien välillä käydyn strukturalistisen valtataistelun ohella inhimillisessä toiminnassa voidaan korostaa myös yksilöiden omaa tietoa toiminnastaan, kuten fenomenologisesti orientoituneissa lähestymistavoissa tehdään. Keskeistä on silloin se, että rakenteiden nähdään todentuvan aina vain kunkin yksilön niille antamien merkitysten kautta. Välttämättä kaikki yksilöt eivät koe journalismin kenttää Bourdieun kenttäteorian mukaisena jatkuvana keskinäisenä valtataisteluna. (Mörä 1999, 28–29.) Koska tarkastelen isojen uutistilanteiden toimintakäytäntöjä journalistien itsensä kokemina, on mielekästä tutkia journalismiin vaikuttavan inhimillisen toiminnan ja laajemman sosiaalisen kontekstin välistä vuorovaikutusta eli Giddensin termein journalistisen todellisuuden rakenteistumista. Sekä inhimilliset että rakenteelliset tekijät vaikuttavat uutisorganisaatioissa jatkuvasti toisiinsa. Seuraavaksi selvitän, miten näitä molempia puolia voidaan tutkimuksellisesti yhdistää.

### 3.2.1 Giddensin rakenteistumisteoria

Yhteiskuntateorioiden kentässä tutkimukseni nojautuu Anthony Giddensin (1984) kehittämän rakenteistumisteorian kontekstiin. Suomalaisessa journalismin tutkimuksessa rakenteistumisteoriaa on ensimmäisenä soveltanut Tuomo Mörä. Tässä teoriassa sosiaalisen analyysin pohjana on näkemys, jossa yksilö- ja rakennetekijät kietoutuvat toisiinsa. Rakenteistumisteoriassa subjektia ja objektia ei nähdä kahtena erillisenä tai vastakkaisina ilmiöinä, vaan yhtenä rakenteena, jolla on kaksi puolta. Teorian keskeisenä ideana on se, että yksilöllä on mahdollisuuksia tehdä henkilökohtaisia valintoja, mutta samaan aikaan teoria tunnustaa rajoitukset, joita sosiaalinen konteksti yksilön valinnoille asettaa. Toiminnalla tai rakenteella ei ole ensisijaisuutta, vaan molemmat vaikuttavat toisiinsa ja yhdistyvät sosiaalisissa käytännöissä eli asioissa, joita ihmiset toistavat säännöllisesti, ja juuri näiden toistuvien käytäntöjen tulee olla sosiaalisen analyysin kohteena. (Giddens 1984, 19–21, 26.)

Toinen rakenteistumisteorian ydinkäsitys liittyy siihen, että samalla kun toimija toimii maailmassa, jota hän itse ei ole luonut, hän samaan aikaan omalla toiminnallaan luo sitä uudelleen. Ihmiset eivät ole rakenteiden tai olosuhteiden uhreja, vaan ympäristöään tarkkailevia ajattelevia olentoja, jotka kykenevät muuttamaan olosuhteitaan. Sosiaaliset rakenteet ovat rakenteistumisteoriassa inhimillisen toiminnan aikaansaannoksia ja samaan aikaan aikaansaamisen välikappaleita. (Giddens 1984, 23.) Rakenteistumisteorian mukaisella sosiaaliteetiellä peruslähtökohtana ei siis ole minkään yksittäisen toimijan kokemus eikä sosiaalisen totaliteetin tai yhteiskuntarakenteen olemassaolo, vaan ajassa ja tilassa tapahtuvat sosiaaliset käytännöt. Juuri käytännön rutiinit ovat keskeisiä rakenteen kaksinaisuuden ilmentymiä. Giddensin ajattelussa kollektiivisuus syntyy siitä, että toimijat toistavat rutiineja ja rituaaleja ajassa ja tilassa uudestaan ja uudestaan, jolloin nämä tavat muuttuvat vähitellen vakiintuneiksi sosiaalisen elämän piirteiksi eli instituutioiksi, jotka jälleen vaikuttavat uusien sukupolvien toimintaan, ja jotka jälleen uusien sukupolvien toiminnan myötä muuttuvat toisiksi. (Giddens 1984, 281–282.)

Rakenteet ovat koko ajan muutoksen tilassa, ja ihmiset tuottavat niitä toiminnallaan yhä uudelleen. Giddensin mukaan rakenneselityksissä pitää ottaa huomioon sekä toimijan motiivit että tietoinen toiminta. Toimijat ovat refleksiivisiä ja heillä on kapasiteettia ymmärtää mitä he tekevät. Missä tahansa tilanteessa henkilö olisi voinut toimia jossain määrin eri tavalla kuin hän toimi. Ihmiset eivät aina kuitenkaan kykene pukemaan tietoisuuttaan sanoiksi, vaan heidän tietoisuutensa on suurelta osin käytännöllistä. Käytännöllinen tietoisuus koostuu kaikista niistä ääneen lausumattomista asioista, joiden avulla toimija selviytyy päivittäisestä elämästään, mutta joita hän ei välttämättä kykene verbalisoimaan. Ytimenä käytännöllisessä tietoisuudessa on päivittäisen toiminnan edellyttämä tietoisuus sosiaalisista säännöistä. (Giddens 1984, 21–23, 281–282.) Kuten Tuomo Mörä (1999, 243) esimerkissään toteaa, joillekin journalisteille voi olla diskursiivisesti hankalaa määritellä mikä on uutinen. Käytännön tilanteessa toimittajat osaavat kuitenkin toimia alalla vallitsevien konventioiden mukaisesti, jolloin he myös näkevät sen, mikä jossakin laajassa puheenvuorossa tai isossa poliittisessä selvityksessä on ”uutinen”, ja miten tämä tehty havainto saatetaan esimerkillisen uutisen muotoon.

Giddensin teoriassa rakenteet koostuvat säännöistä ja resursseista. Säännöillä tarkoitetaan suoria toiminnan ohjeita ja ennen kaikkea piileviä, toimijan päällä sisällä olevia sosiaalisia faktoja, jotka jäsentävät heidän käytännöllistä tietoisuuttaan ja käyttäytymistään, ja joiden avulla asioille annetaan merkityksiä. Resursseja puolestaan on kahdenlaisia, inhimillisiä ja materiaalisia. Sosiaalisten systeemien keskeiset elementit muodostuvat säännöistä ja resursseista. Sosiaaliset systeemit eivät siten ole itsessään rakenteita, vaan ne ovat sääntöjen ja resurssien rakenteistamia. Teorian rakenne-käsite poikkeaa tavanomaisesta sosiologisesta määrittelystä, jossa rakenteet ovat subjektin ulkopuolella. Giddensin mallissa rakenteet ovat joukko periaatteita, jotka ohjaavat toimijoiden arkea samaan tapaan kuin kielen säännöt ohjaavat kielenkäyttöä. (Giddens 1984, 20–28, 258–262.)

Giddens korostaa, että rakenteet eivät ole yksinomaan pakottavia, kuten rakennesosiologisissa lähestymistavoissa usein, vaan myös toimintaa mahdollistavia. Rakenteistumisteorian keskeinen idea on korostaa ihmisen mahdollisuuksia tehdä henkilökohtaisia valintoja samaan aikaan kun teoria tunnustaa rajoitukset, joita sosiaalinen konteksti näille yksilöiden valinnoille asettaa. Giddens ei myöskään teoriassaan lyö lukkoon yksilönvapauden ja sosiaalisen kontekstin rajoitusten suhdetta, vaan katsoo, että niiden rooli vaihtelee aina tilanteesta riippuen. (Giddens 1984, 17–26, 258–262.)

Giddensin rakenteistumisteoria luo teoreettisen tarkastelualueen tälle tutkimukselle. Erityisesti Giddensin ajatukset rakenteen kaksitahoisuudesta ja käytännön tietoisuudesta ovat tutkimukseni kannalta keskeisiä: samaan aikaan kun journalistit toimivat uutistilanteissa organisaation, työrutiinien ja ideologioiden maailmassa, joita he eivät ole itse luoneet, he omalla käytännön tietoisuudellaan ja toiminnallaan luovat niitä uudestaan. Eli journalistien toimintalogiikkaan ja tilannemäärittäisiin vaikuttavat aina resurssien lisäksi muun muassa työyhteisön kulttuurihistoria, toimintaideologia, organisaatiomalli, työrutiinit, resurssit ja yksilön oma arvomaailma. Sitä, miten nämä eri tasot vaikuttivat erityisesti vuosina 2006, 2007 ja 2012 uutistoimitusten käytännön uutistyyliin, pyrin tutkimuksessani analysoimaan. Tarkastelen erityisesti Giddensin käytännöllisen tietoisuuden käsitettä, joka korostaa esimerkiksi kriisiuutistilanteessa kaikkien niiden ääneen lausumattomien normien, arvojen ja toimituksessa valitsevien hiljaisten käytäntöjen ja sääntöjen kirjoa, joiden avulla toimitus organisaationa ja journalistit yksilöinä selviytyvät isossa uutistilanteessa.

### 3.2.2 Päämäärärationaalinen juonirakenneanalyysi

Kriisitilanteen toimituskäytäntöjä ja organisoitumista tutkin ensiksi Pertti Alasuutarin (1999) esittämän päämäärärationaalista toimintaa kuvaavan narratiivisen juonirakenneanalyysimallin avulla. Uutistyylinen päämäärä, keinot ja esteitä sisältävän toiminnan elementtien kuvaus voidaan aina konstruoida myös draamallisen kertomuksen muotoon, vaikka alkuperäinen haastattelu ei sitä suoraan sellaisenaan esittäisikään. Haastattelujen purkamisen uutistoiminnan päämäärä, keinot ja esteitä ja organisaatiotason vastustuksen muotoja sisältävän mallin muotoon auttaa hahmottamaan vapaamuotoisissa haastattelukertomuksissa esiin nousevia uutistyylinen ja organisaation rakennepiirteitä, ja siten malli auttaa myös jatkoanalysoimaan aineistoa, eli tarkastelemaan yksityiskohtaisempia syitä ja diskurssi-teemoja, joiden kerrotaan vaikuttavan haastattelussa esiin nousseiden rakenneseikkojen taustalla. (Alasuutari 1999, 138–139.)

Tutkimuksessani olen ensin konstruoinut haastateltavien kertomukset isoista uutistapahtumista narratiivisesti teemoittain rakentuvien kertomusten muotoon. Näistä esillepanoista on erotettavissa kaikissa toimituksissa tietynlaiset uutistyylinen toiminnan päämäärät, kuten esimerkiksi luotettavuus. Lisäksi puureudun myös uutisorganisaation käytössä oleviin keinoihin, koettuihin esteisiin sekä uutistoiminnan vastusten muotoihin, esimerkiksi organisaation huonoksi koettuihin resursseihin tai johtamiskulttuurissa koettuihin ongelmiin. Olen etsinyt uutistilanteen rakennepiirteitä haastateltavien jokseenkin polveilevista ja

vapaamuotoisista haastattelukertomuksista, eikä ole koodannut haastattelutekstejä minkään muun ulkokohtaisen kriteeristön mukaan.

Teksteissä olevien rakennepiirteiden etsiminen helpottaa tutkittavien merkitysten jatkoanalyysiä, koska juonirakenneanalyysin avulla on voitu etsiä eri haastattelukertomuksissa esiintyneitä yhteisesti koettuja rakennetekijöitä lukuisten yksityiskohtien sijaan. Pertti Alasuutarin mukaan juonirakenteiden tutkimus johtaa usein kohti tulkintoja kertomusten merkitysrakenteesta, jolloin voidaan pohtia muun muassa sitä, miksi kerrotut toiminnallis-kulttuuriset juonirakenteet ovat tietyissä uutistoimituksissa juuri sellaisia kuin ovat, ja mitä nämä kerrotut juonirakenteet tuovat esiin eri toimitusten organisaatiokulttuurien muutoksista vuosina 2006–2012. (Alasuutari 1999, 134–135.)

Käytän päämäärarationaalisen toiminnan juonirakenneanalyysimallia uutistoimituksissa isojen uutistilanteiden toimintakuvausten jäsen- ja luokittelupauna. Mallin avulla analysoin haastatteluaineistoista neljää faktoria, jotka ovat 1) onnistuneen uutistoiminnan päämäärät, 2) uutistoiminnan keinot, 3) uutisoinnin esteet ja vastustajat sekä 4) vastuksen organisaatiotason muodot. Teen analyysin vuosien 2006, 2007 ja 2012 aineistoista, jolloin yleisellä rakennetasolla voidaan havainnoida ja verrata kuuden vuoden aikana uutiskentässä ja toimitusten organisaatiokulttuureissa sekä uutisoinnin kerrotuissa päämäärissä ja vastuksen muodoissa tapahtuneita muutoksia. Tämän jälkeen peilaan näitä rakennepiirteitä Pamela Shoemakerin ja Stephen Reesen (1991, 86) kehittämään journalismiin vaikuttavien hierarkkisten tasojen malliin ja analysoin, minkälaisia mahdollisia painotusmuutoksia mediakentässä sekä uutistoiminnassa on tähän malliin suhteutettuna kuuden vuoden aikana mahdollisesti tapahtunut.

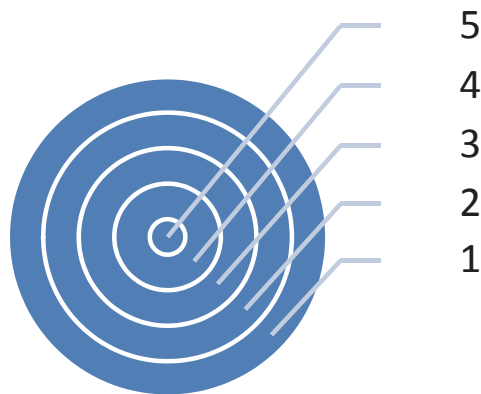
### 3.2.3 Journalismin hierarkkiset tasot

Shoemakerin & Reesen journalismin rakennemallin avulla voidaan analysoida sitä, miten yksilötason tekijät, mediarutiinit, organisaatio, median ulkopuoliset tekijät sekä yhteiskunnassa ja toimituksessa valitsevat ideologiat vaikuttavat journalismin sisältöön. Yksilötasolla vaikuttajana on toimittaja itse, hänen taustastaan ja kokemuksestaan kumpuavat arvot ja asenteet, ammatillinen rooli ja etiikka. Mediarutiinien tasolla käsitellään erilaisia toistuvia käytäntöjä, joiden avulla uutisia valitaan ja harkitaan. Mediarutiineja ovat muun muassa toimituksen uutiskriteerit ja tiettyjen vakiintuneiden lähteiden käyttö, sekä toimituksen toimintakulttuurin tehokkuus ja taloudellisuus. Organisaatiotasolla median sisältöön vaikuttavat muun muassa organisaation tavoitteet, johtamiskulttuuri, järjestäytyminen, toimituksen koko ja omistussuhteet sekä se, minkälaisessa roolissa kukin toimija organisaatiossa on, eli minkälaista valtaa uutistilanteessa toimivat henkilöt organisaatiossa tosiasiaassa käyttävät. Organisaation tasolla toteutuu myös journalistien sosiaalistaminen työyhteisön arvoihin ja tavoitteisiin. Median ulkopuolisella tasolla vaikuttavat muun muassa käytettävissä olevat lähteet: lainsäädäntö, mainostajat, sosiaalinen media ja yleisön odotukset. Shoemakerin & Reesen mallin ylintä ja vaikuttavinta tasoa kutsutaan ideologian tasoksi, jossa fokus on siinä, minkälaiset arvot ja ideologiat mediayhtiössä ja

toimituksessa hyväksytään ajattelun ja toiminnan perusteiksi. Tällaisia arvoja ovat muun muassa valtiokeskeisyys tai markkinoiden vapaus, yksilöllisyyden korostus, kaupallisuus ja julkinen palvelu. (Shoemaker & Reese 1991.)

Shoemakerin & Reesen malli on hierarkkinen siten, että yksilön taso on alisteinen muille tasoille, jolloin ideologian taso laajasti ajateltuna vaikuttaa journalistiseen työhön eniten. Malli on kuitenkin myös samanaikaisesti vuoro-vaikutteinen, jolloin kaikki tasot ovat keskinäisessä vaikutuksessa toistensa kanssa. Shoemakerin & Reesen mallia pidetään klassisena synteessä uutisten syntyprosessia käsitteleistä tutkimuksista viimeisen 50 vuoden ajalta, ja mallin avulla he ovat onnistuneet kytkemään eri tasojen analyysin käsitteellisesti toisiinsa. (McManus 1995, 302.) McManus on myös itse kehittänyt Shoemakerin & Reesen rakennemallia vastaavan uutistuotannon mallin. Hänen mallissaan ei kuitenkaan korosteta ideologian tasoa yhtä tärkeänä tekijänä kuin Shoemakerin & Reesen mallissa. Ideologian sijaan McManus puhuukin mieluummin kulttuurista tai kulttuurisesta ilmapiiristä. Tärkeimpänä journalismiin vaikuttavana tekijänä McManus pitää ideologian sijaan omistajia, mainostajia ja eliittilähteitä. (McManus 1994, 60.)

KUVIO 1 Journalismin hierarkkiset rakennetasot (Shoemaker & Reese 1991)



1. Ideologian taso (tai kulttuurinen taso, McManus)
2. Median ulkopuolinen taso
3. Organisaation taso
4. Mediarutiinien taso
5. Yksilön taso

Itse käytän analyysini pohjana Shoemakerin & Reesen mallia, koska he korostavat mallinsa tulkinnassa sitä, että media-yhtiön omistajien intressit kietoutuvat vahvasti toimituksen ideologiseen ilmapiiriin, jolloin omistajan tahtotilaa ja toimituksessa vallitsevaa ideologiaa ei voi eikä pidä erottaa toisistaan. (Shoemaker & Reese 1991.) Käytän tutkimuksessani hyväksi myös Juho Rahkosen (2005, 6) Aasian hyökyaaltokatastrofin tutkimuksessa esittämää Shoemakerin & Reesen mallin kotimaista sovellusta hieman muokattuna.

1. Ideologian taso: valtiokeskeisyys, julkinen palvelu, suomalaiset kansakuntana, lehdistön vapauden ihanne, markkinatalous/kaupallisuus
2. Median ulkopuolinen taso: saatavat tietolähteet, lainsäädäntö (mm. laki yksityisyyden suojasta), sosiaalinen media, yleisön odotukset, viranomaisien luomat työn rajoitukset/helpotukset
3. Organisaation taso: toimittajan työroolin vaikutukset, johtamis- ja työ-kulttuuri, toimituksen koko, taloudelliset resurssit ja työvoimatilanne
4. Mediarutiinien taso: kilpailu muiden toimitusten kanssa, uutiskriteerit, uutis- ja kuvatoimistojen käyttö, kansalaismateriaalin käyttö ja etsimisaktiivisuus, asiallisuus vs. emootioiden korostaminen
5. Yksilön taso: kriisiuutisoinnissa vaikuttivat toimittajien luonteenpiirteet esimerkiksi yleinen tapa suhtautua maailmaan, toisiin ihmisiin ja viranomaisiin, henkilökohtaiset arvot, asenteet ja koulutus, työkokemus sekä sosioekonominen tausta.

Esimerkki hierarkkisten tasojen vuorovaikutuksesta: Kaupallisen ideologian (*ideologian taso*) mukaisesti toimivassa uutistoimituksessa on pakko kuunnella taloudellisten reunaehtojen vuoksi tarkasti sitä, mikä ihmisiä kiinnostaa (*median ulkopuolinen taso*) eli minkälaisesta uutisoinnista uutisten kuluttajat ovat valmiita maksamaan, tai minkälaisia uutisia he netissä klikkaavat. Nämä reunaehdot vaikuttavat puolestaan alempiin tasoihin, esimerkiksi (*organisaation tason*) resurssien kohdentamiseen, tai siihen, kuinka emotionaalisesti koskettavia uutistarinoita, kuvia ja otsikoita lukijoille ja katsojille tarjotaan (*mediarutiinien taso*) ja lopulta esimerkiksi siihen, minkälainen toimittajan arvomaailma on eli lähteekö hän esimerkiksi soittamaan uhrien omaisten ovikelloja ja tätä kautta hakemaan lisää koskettavuutta kriisitilanteen uutisointiin (*yksilön taso*). Lopulta koko edellä kuvattu uutisorganisaation viisiportainen toiminnan kaari palautuu takaisin markkinalähtöiseen ideologiaan eli siihen, että edellä mainituilla toimituskulttuurisilla käytännöillä lehteä saadaan myydyksi, uutisille saadaan katsojia ja nettisivustolle saadaan myytyä mainoksia.

Uutistoiminnan yksilötason alisteisuuden suhteesta muihin journalismiin vaikuttaviin tasoihin nähden ovat puhuneet muun muassa mediatutkijat Peter Golding ja Philip Elliot (1979, 207). He ovat havainneet, että mikäli organisaatiossa vaihdetaan uutisia tekevät ihmiset toisiin, silti itse journalismi muuttuu hyvin vähän. Tutkimustulos puhuu sen puolesta, että yksittäisellä journalistilla ei olisi kovinkaan paljon valtaa koko toimituksen mediasisältöjen kokonaisuutta ajatellen, mutta toisaalta yksittäisen jutun toimintatavoissa, näkökulmavalinnoissa sekä aiheen nostamisessa toimituksen agendalle yksittäisellä journalistilla voi olla valtaa. Oman tutkimukseni kannalta näen Shoemakerin & Reesen mallin hyödyllisenä pohjarakennemallina, joka auttaa havainnoimaan internetmediamurroksen aiheuttamia mahdollisia muutoksia uutisorganisaatioissa vuosina 2006–2012. Vaikka Shoemakerin & Reesen mallia on kritisoitu hierarkkiseksi ja jäykäksi, (muun muassa Mörä 1999, 34–35), silti myös Shoemaker & Reese korostavat vahvasti eri tasojen jatkuvaa keskinäistä vuorovaikutusta.

Tuomo Mörä on kuitenkin vienyt omassa liaanimallissaan Shoemakerin & Reesen rakennemallin orgaanista vuorovaikutteisuutta pidemmälle. Mörän mallissa korostuu rakennetasojen liaanimainen vuorovaikutus, jolloin rakennetta ja yksilötekijät ovat jatkuvassa vuorovaikutuksessa, ja ne ovat kietoutuneet toisiinsa kuin liaanin säikeet. Päivittäisessä uutistyyössä organisaatiotason rutiinit muuttuvat ajassa ja tilassa. Joskus tietyt rutiinit hallitsevat toimittajan työsuoritusta, mutta toisinaan muut tilannekohtaiset tekijät ovat määräävämpiä.

Omassa tutkimuksessani huomioni keskittyy erityisesti toimitusten organisaation tasolla isoissa uutistilanteissa tehtyihin ratkaisuihin ja journalistien itsensä kertomiin tilannekuvauksiin ja arvioihin niistä. Näin ollen journalismia määrittävät muut tasot, kuten esimerkiksi ideologian taso tai yksilön taso, välittyvät analyysiaineistoon nimenomaan organisaation toimintaa käsittelevien haastattelupuheiden kautta. Vaikka päivittäisessä uutistyyössä on havaittavissa selkeän hierarkkisia rakennetendenssejä, silti lukuisat poikkeukset puoltavat jäykän rakennemallin liaanimaista tulkintaa. Mörän esittämä liaanimalli kuvaa journalistista prosessia enemmän orgaanisena prosessina kuin täysin jäykkänä rakennemallina, ja siinä hierarkkiset tasot kuvataan hienosyisempinä liaanimaisina säikeinä, jotka punoutuvat ja kietoutuvat toistensa ympärille. Liaanin poikkileikkaus kuvaa uutistilannetta ja liaanin mitta uutistilanteiden vaihtelevuutta. Myös rakennesäikeiden paksuus, eli tilannekohtainen merkitys ja sijoittuminen suhteessa toisiin säikeisiin, vaihtelee tilannekohtaisesti. (Mörä 1999, 222–226.)

Käytännön esimerkkinä median ulkopuoliseen tasoon kuuluvat yleisön odotukset. Ne voivat vaihdella sekä maantieteellisesti että historiallis-ajallisesti. Ja yleisön muuttuvat odotukset puolestaan vaikuttavat, usein pienellä viiveellä tosin, uutistoiminnan käytännön organisoitumiseen eli rakennemallin organisaation tasolle. Organisaation tasolla tehdyt muutokset puolestaan vaikuttavat lähes aina myös toimittajan käytännön työhön. Journalismin hierarkkisesta mallista jalostettu liaanimalli sopii teoreettisesti hyvin yhteen myös Giddensin rakenteistumisteorian näkemyksen kanssa, jonka mukaan yksilö- ja rakennetekijät ovat jatkuvassa vuorovaikutuksessa ja rakentavat toisiaan, myös uutistoimitusten arjessa (Giddens 1984, 17–26, 258–262).

Uutistapahtumat ja niihin liittyvät toimituksen organisaatiokulttuurit voivat olla tutkijan näkökulmavalinnasta riippuen joko tapahtumia, periodeja tai laajempia prosessikuvauksia. Tässä tutkimuksessa käytän haastattelupuheiden tapahtumakuvauksia avaamaan sekä tapahtumia itsessään että organisaatioprosessia. Arkisessa mielessä uutistapahtumasta kerrotut kuvaukset ja organisaation toimintaa kuvaavat puhuvat tuovat esiin sen, miten uutistapahtumasta rakennetaan itselle ja kuulijalle ymmärrettävä ja jaettavissa oleva kertomus kulloinkin vallitsevasta todellisuudesta. Kerrottua kuvausta tapahtumista voidaan yleisesti pitää kulttuurien erot ylittävänä tietämyksen muotona eli yhtenä ihmiselle ominaisista tavoista jäsentää maailmaa (Kalela 1993, 237). Näitä tapahtumakuvauksia teemoitan tutkimuksessani juonirakennanalyysin ohella myös diskurssianalyttisiä menetelmiä hyväksi käyttäen.

### 3.2.4 Diskurssianalyysi ja sen soveltaminen

Diskurssianalyysin juuret ovat strukturalismissa ja sosiaalisessa konstruktio- nismissa eli teorioissa, joissa kieltä ja kielenkäyttöä problematisoidaan suhteessa ympäröivään maailmaan. Diskurssianalyysi ei ole erityisen homogeeninen tutkimusmetodi, mikä tarkoittaa sitä, että diskurssianalyysiä soveltavat tutkijat voivat ponnistaa tiettyjen yhteisten lähtökohtien avulla, mutta erilaisin paino- tuksin. Omassa työssäni diskurssin ja tulkintarepertuaarin käsitteet auttavat selventämään niitä ehtoja, joilla erilaiset tahot journalismissa pääsevät ääneen. Esimerkiksi tavallisilla ihmisillä on toki pääsy journalismin kentälle, mutta useimmiten jollain tavalla rajatussa merkityksessä tai muuttuvissa rooleissa. Uutisjournalismissa puhutaan ensisijaisista määrittelijöistä eli institutionalisoi- tuneista tietolähteistä, joiden diskursiivisia luomuksia uutisjournalismi välittää eteenpäin. Kunelius määrittelee diskurssit historiallisiksi kielenkäyttötavoiksi, jotka mieltävät maailman tietystä näkökulmasta ja jotka rajaavat osallistujien puheoikeuksia, ohjaavat ihmisten toimintaa ja luovat sosiaalista todellisuutta määrittämällä sitä mikä on totta. (Kunelius 2003, 227.)

Diskurssianalyysin näkökulmasta puhe ja käytännön tekeminen kietoutu- vat yhteen ja niiden molempien katsotaan olevan toimintaa, joka ylläpitää tai muuntaa sosiaalista todellisuutta. Diskurssianalyysissä huomio kiinnittyy kie- lenkäyttöön tekoina ja toimintana (Jokinen, Juhila & Suoninen 1999). Lähtökoh- taoletuksena on, että samaa toimintatapaa on mahdollista tehdä ymmärrettä- väksi monin perustelluin puhetavoin. Tämän vuoksi tarkastelun kohteena on se, millaisia asiantiloja tai seurauksia diskursseilla kulloinkin rakennetaan. (Joki- nen, Juhila & Suoninen 1999, 18–19.)

Omassa tutkimuksessa kiinnostuksen kohteena ovat uutistilanteen käy- tännöt ja erot erityisesti toimitusten organisaatiotasolla vuosina 2006–2012 ja se, minkälaisia toimituskulttuurisia käytäntöjä ja arvostuksia haastateltavien puhe- tavat rakentavat. Yleistäen kyse on kielen sosiaalisen käytön, reunaehtojen ja seurauksien tutkimuksesta isossa uutistilanteessa, jolloin esille nousevat dis- kurssit tarkoittavat tietyn asian, ilmiön tai ryhmän merkityksellistämistä kie- lenkäyttötilanteessa (Hujanen & Pietikäinen 2000, 3–7).

Diskurssianalyysin kentässä tutkimukseni kiinnittyy laajemmin sosiaali- sen konstruktioismin viitekehykseen. Sosiaalisessa konstruktioismissa kes- keinen perusoletus on, että todellisuus maailmaa ja ympäristöämme koskevasta tiedosta rakentuu merkitysvälitteisesti, ja tietomme ja ymmärtämisen tavat ovat rakentuneet kulttuurisesti ja historiallisesti – tämäkin tutkimus on dialogisessa suhteessa oman aikansa kulttuuriin merkityksiin ja ymmärrykseen. Samaa kulttuuriin, ympäröivään yhteiskuntaan ja historiaan nivoutuvaa toiminnan rakenteistumista korostaa myös Giddens rakenteistumisteoriassaan. Siinä käy- tännön tietoisuus rakentuu kaikista niistä asioista, joiden avulla toimija selviy- tyy päivittäisestä elämästään, mutta joita hän ei välttämättä kykene suoraan verbalisoimaan. (Giddens 1984, 21–23, 281–282.) Käytännön uutistilanne tuo esiin näitä toimituksissa vallassa olevia ääneen lausumattomia ja toimituskult- tuuria hallitsevia yhteisiä merkitysjärjestelmiä tai diskursseja, jotka ovat vakiin- tuneet huomaamattomaksi ja luonnolliseksi osaksi toimituksen arkea. Tiettyjen



hallitsevien merkitysten vakiintuminen osaksi ihmisten jokapäiväistä arkea tapahtuu osin huomaamatta, mutta silti tässä vakiintumisprosessissa on kyse valankäytöstä ja jatkuvasta ideologisesta kamppailusta. Diskurssianalyysin tavoitteena on tehdä näkyväksi se, että sosiaaliset käytäntömme ja tapamme käyttää kieltä ovat sidoksissa syihin ja vaikutuksiin, joista emme normaalisti ehkä ole lainkaan tietoisia (Fairclough 1995, 54).

Stuart Hall määrittelee diskurssit ajattelutavoiksi, käsityksiksi ja oletuksiksi, joita eri instituutiot vahvistavat, arvottavat ja hierarkkisoivat (Hall 1999, 98-122). Diskurssilla tarkoitetaan myös ”verrattain eheää merkityssuhteiden kokonaisuutta tai merkitysulottuvuutta, joka rakentaa todellisuutta tietyllä tavalla” (Jokinen, Juhila & Suoninen 1999, 21). Brittitutkijat Margaret Wetherell ja Jonathan Potter puolestaan tekevät eron diskurssin ja tulkintarepertuaarin välille. Ratkaisevaa eronteossa on kielenkäytön seurauksellisuus. Wetherell ja Potter tarkoittavat tulkintarepertuaarilla melko laajaa keskustelujen ja tekstin eri kohdissa toistuvien samankaltaisten termien ja kuvausten joukkoa, joka voi ryhmittyä metaforien ja kielikuvien ympärille. Tulkintarepertuaarit ovat ikään kuin puhujien resursseja arvioiden tekemiseen, tosiasiallisten versioiden rakentamiseen ja esiintymiseen erilaisissa tilanteissa. Tulkintarepertuaari on keino ymmärtää diskurssin sisältöä ja sitä, kuinka diskurssin sisältö on organisoitunut. Kiinnostus kohdistuu tällöin ennen kaikkea kielen käyttöön ja kielen käytön käytännön seurauksiin. Tulkintarepertuaareja käytetään tekojen, tapahtumien ja ilmiöiden kuvailuun, luonnehtimiseen ja arvioimiseen (Potter & Wetherell, 1987, 148-149).

Diskurssianalyysi on tutkimuksena aineistolähtöistä. Tämä tarkoittaa sitä, että tutkija seurustelee aineistonsa kanssa tiiviisti eli katselee, kuuntelee ja lukee aineistoaan, jonka seurauksena tutkijalle alkaa hahmottua erilaisia ajatuskulkua (Jokinen, Juhila & Suoninen 1999, 37-53). Tässä tutkimuksessa tehtävänäni on poimia aineistosta diskursseja ja niiden tulkintarepertuaareja, eli melko laajaa keskustelujen ja tekstin eri kohdissa toistuvien samankaltaisten termien ja kuvausten joukkoa, ja jäljittää niistä nousevia keskeisiä teemoja, jotka merkityksellistävät 2000-luvun uutismaailmaa. Analysoin sitä, minkälaisia diskursseja uutisista, kansalaisista ja internetmurroksesta haastatteluista nousee, ja minkälaisia arvostuksia ja valtasuhteita eri uutislähteiden käyttöön mahdollisesti liittyy. Tutkin myös, minkälaiset diskurssit määrittävät kansalaisen asemaa uutisoinnissa. (Hujanen 2006, 37.)

Diskurssianalyysi ei ole kiinnostunut erittelemään tutkittavien persoonallisuutta. Sen sijaan diskurssianalyysin kiinnostus kohdistuu identiteettiin, joka määrittää ne oikeudet, velvollisuudet ja ominaisuudet, jotka toimija olettaa itselleen tai toisille toimijoille (Jokinen, Juhila ja Suoninen 1999, 39). Esimerkiksi uutisointiin osallistuvan kansalaisen määrittelemisen kansalaisreportteriksi, kansalaisjournalistiksi, some-aktiiviksi, silminnäkijäksi, amatöörikuvaajaksi, sattumanvaraiseksi random act -journalistiksi tai niin sanotuksi pakolliseksi tavikseksi, luo kansalaiselle erilaisia valtapositiioita journalismin kentällä.

Samalla tavalla kuin muidenkin ihmisten, myös tässä tutkimuksessa haastattelemani journalistien puhe nojaa aina joihinkin kulttuurisiin konventioihin

eli sovinnaisiin tapoihin ja yleisesti arvostettuihin käytäntöihin ja sääntöihin. Journalistisessa diskurssissa esimerkiksi onnettomuuden uhrien suojeleminen on tällainen konventionaalinen ja yleisesti hyväksytty diskurssi. Vuoden 2006 haastatteluissa nousi esiin tilanne, jossa tätä kulttuurista konventiota ei kuitenkaan noudatettu. Tyypillistä tällaisille tilanteille on se, että konventionaalisen diskurssin rikkomista perustellaan monin sanakääntein. Tässäkin tapauksessa haastattelemani journalisti perusteli sokissa olevan nuoren haastattelua monin sanakääntein, muun muassa vetoamalla toiseen konventionaaliseen käsitteeseen eli yleiseen etuun, joka tässä nimenomaisessa tilanteessa oli haastateltavan mielestä niin tärkeä, että se oikeutti sokissa olleen alaikäisen haastattelun. Yleistä etua voidaan käyttää journalistisessa diskurssissa selittävänä tekijänä myös silloin, kun halutaan rikkoa jotain toista vahvaa journalistista periaatetta kuten esimerkiksi poliitikon yksityiselämän suojaamista.

Näiden journalismin vakiintuneita konventioita rikkovien diskurssien käyttö johtaa yleensä toiminnan selittelyihin, ilman että kukaan näitä selityksiä periaatteessa olisi edes vaatimassa. Rikkoja ikään kuin olettaa jo ennakkoiden, että hänen esittämänsä näkemys vaatii syystä tai toisesta enemmän perusteluja ja selityksiä kuin peruskonventionaalinen toiminta. Näissä tilanteissa puhuja vetoaa usein johonkin toiseen tulkintarepertuaariin kuten yleiseen etuun, jota perustellaan selittämällä, että vain sokkihaastattelun avulla viranomaiset ymmärsivät laajemmin, kuinka vakavasta tilanteesta kriisissä oli kyse. Tai että yleinen etu vaatii sitä, että pääministerin yksityiselämästä pitää voida julkaista yksityiskohtaisia tietoja, koska tiedot vaikuttavat pääministerin toimenhoitokelpoisuuden arvioimiseen. Voisihan toiminnan sisäisenä motivaationa olla myös se, että sankaritoimittaja haluaa raflaavan ja koskettavan haastattelun alaikäiseltä, ja pääministerin yksityiselämän saloja julkistetaan sen vuoksi, että ihmisten tirkistelyhalun avulla saadaan uutisille katsojia ja lehtiä myytyä. Usein haastateltava tai puhuja ymmärtää varsin hyvin konventionaalisen kulttuurin mukaisen diskurssin eli esimerkiksi sen, että sokissa olevaa ihmistä ei kuuluisi haastatella, mutta perustelee ja oikeuttaa tekoaan toisella kulttuurisesti riittävän arvokkaalla diskurssilla. Samalla hän kuitenkin implisiittisesti paljastaa allekirjoittavansa vallitsevan hegemonisen journalistisen diskurssin, jonka mukaan sokissa olevaa ei kuuluisi haastatella.

Usein on niin, että joistain diskurssista tulee tietynä ajanjaksona toisia vahvempia ja ne sulkevat pois vaihtoehtoisia puhetapoja. Tällöin kysymyksessä on vallitseva eli hegemoninen diskurssi. Hegemoniset diskurssit ovat usein kulttuurisia itsestäänselvyksiä, joita ei arkitoiminnassa juuri kyseenalaisteta. Diskurssianalyysin avulla voidaan paljastaa hegemonisiin diskurssihin liittyviä vallankäytön aspektoja, joten diskurssianalyysi on myös keino yhteiskunnallisten ongelmien arvioimiseen. (Pellikka 1997, 152.) On hyödyllistä analysoida, kenen tai keiden sanasto hallitsee uutisoinnin rakentumista journalistien puheissa. Analysoitaessa diskurssien keskinäisiä valtasuhteita tarkastelen valtaa produktiivisena ja sosiaalisesti käytäntöihin kietoutuneena ilmiönä. Tarkastelukulmani kohdistuu siihen, miten valtasuhteet tuotetaan toimitusten käytän-

nöissä ja millaisia statuspositioita eri uutislähteille annetaan. (Fairclough 1992, 12.)

Sosiokulttuuriset käytännöt kietoutuvat Faircloughin (1997) mukaan vahvasti ideologioihin. Hän tiivistää sosiokulttuuriset käytännöt kolmeen aspektiin, joihin kaikkiin liittyy ideologinen taso: taloudelliseen (valta ja ideologia), poliittiseen (valta ja ideologia) ja kulttuuriseen (arvot ja ideologiat). Tiedotusvälineiden diskurssikäytännöt, joissa uutisia tuotetaan ja uutistietoja vastaanotetaan, muodostavat kytköksen sosiokulttuurisiin käytäntöihin. Sosiokulttuuriset käytännöt puolestaan muovaavat mediasisältöjä muuttamalla diskurssikäytännön luonnetta eli uutisten tuottamisen ja kuluttamisen tapoja.

Hegemonisissa diskursseissa mielenkiinto kohdistetaan niin sanottuihin kulttuurisiin itsestänselvyyksiin. Hegemoniset diskurssit ovat eräänlaisia luonnollisiksi ja kyseenalaistamattomiksi totuuksiksi muodostuneista diskursseista, jotka vievät elintilaa muilta diskursseilta. Hegemoniset diskurssit voivat olla sekä tukahduttavia että tuottavia. Voidaan puhua myös hegemonisista valtakursseista, mikä tekee niistä vahvoja ja voimakkaita ja joihin valta tätä kautta kietoutuu. Muuttuessaan itsestänselvyyksiksi eli institutionalisoituaan hegemonisten diskurssien diskurssiivinen luonne hämärtyy. (Jokinen, Juhila, & Suoninen 1993, 77.) Vallitsevat hegemoniset diskurssit eli kerrottujen puheiden yhtäläisyydet eli yhteiset merkityssysteemit voivat esiintyä haastatteluaineistossa joko piilotettuina tai selkeinä itsestänselvyyksinä. Tai sitten, mitä useammin tietyt diskurssit haastatteluissa esiintyvät, sen hegemonisemmasta diskurssista on kyse. Lisäksi hegemoniaa vahvistaa se, mitä itsestään selvempänä tai vaihtoehtottomampana jokin diskurssi esiintyy. Hegemoniset diskurssit ovat jotain enemmän kuin yksittäinen puhe tai teko, vaikka ovatkin niiden kautta olemassa. (Jokinen, Juhila, & Suoninen 1993.)

Aineistostani nousi selvästi esiin se, että uutistiedon luotettavuutta pidetään läpi koko mediakentän yhtenä perinteisen median uutistoiminnan kivijalkana eli kulttuuriseksi itsestänselvyydeksi muodostuneena hegemonisena diskurssina. Luotettavuus-diskurssin tulkintarepertuaarit rakentuivat kuitenkin toimituksissa eri ajanjaksoina eri tavoin. Esimerkiksi vuonna 2006 haastattelumistani journalisteista erityisesti Yleisradiossa korostettiin muita mediataloja enemmän uutisoiminnan luotettavuuden rakentumista nimenomaan viranomais-tiedon varaan. Organisaation viranomaiskorosteista tulkintarepertuaaria kuvasi se, että Ylessä julkaistavat uutistiedot pyrittiin vuonna 2006 varmistamaan mahdollisimman korkealta taholta eli kyseiseen uutisteemaan liittyvältä mahdollisimman korkealta viranomaiselta tai poliitikolta. Jotkut Yleisradiossa työkentelevistä journalisteista kuvasivat myös puheissaan luotettavuusdiskurssin viranomaiskeskeistä tulkintarepertuaaria puhumalla Yleisradiosta viranomais-tiedotuksen jatkeena. Valtanäkökulmasta tarkasteltuna viranomais-tasoon nojautuva Ylen vuoden 2006 luotettavuusdiskurssi johti käytännön toimitusrutiinien tasolla siihen, että varmistus uutisiin haettiin mahdollisuuksien mukaan yhteiskunnan eliittilähteiltä, jolloin eliitti myös sai käytännössä selvästi enemmän journalistista puhevaltaa kuin muut uutislähteet.

Toinen vuoden 2012 haastatteluista noussut esimerkki kuvaa luotettavuusdiskurssin murtumista kaupallisten resurssien paineissa. Ututisten luotettavuuden problematiikkaa pohtinut Nelosen uutisten toimittaja pahoittelee haastattelun aikana monin sanakääntein sitä, kuinka uutisoinnin luotettavuus kärsii, koska muut mediat eivät tarkista kunnolla lähteitään ja hän joutuu omisssa radiouutisissaan lukemaan muiden toimituksen virheellisiä uutisia, joita hän on suoraan kopioinut netistä. Toimittajalla itsellään ei ole aikaa tarkistaa uutista yhdestäkään lähteestä, koska kaupallinen tuottavuus- ja resurssiajattelu on toimituksessa viety niin pitkälle, että haastateltava kertoo voivansa ainoastaan siteerata muiden uutisia. Haastateltava syyttää paradoksaalisesti muita medioita epäluotettavasta uutisoinnista, jota hän kuitenkin itse kopioi suoraan. Normaali journalistinen käytäntö edellyttäisi toki, että uutiset tehdään lähtökohtaisesti itse ja muiden tekemät uutiset tarkistetaan ennen julkaisua, vaikka niitä siteerattaisiinkin. Haastateltava kuitenkin perustelee ja oikeuttaa toimintaansa vetoamalla oman organisaationsa niukkoihin resursseihin. Nämä edellä kuvatut tapaukset toimivat organisaation rakenteisiin kietoutuvina esimerkkeinä uutisoinnin luotettavuutta korostavasta hegemonisesta diskurssista. Selvitän uutisoinnin luotettavuuden diskursiivista rakentumista ajassa ja tilassa laajemmin aineistoni analyysiosiossa.

Analysoidessani journalistisen vallan kietoutumista hegemonisiin diskursseihin käytän Jokisen ja Juhilan (1993) esittämistä painotuksista seuraavaa: Miten tietyt diskurssit muotoutuvat hegemonisiksi? Ideana on kiinnittää huomio samojen merkityssysteemien osiin, yhtäläisyyksiin ja luonnolliseksi itsensänselvyydeksi tekoon eli siihen, miten kertomus tietyistä toimituksen toimintatavasta legitimoidaan. Se, millaisia näkemyksiä ja uutisarvostuksia toimituksessa on, vaikuttaa suoraan myös käytettyihin tiedonkeruuprosesseihin, esimerkiksi kansalaisten käyttöön ja puheoikeuteen uutislähteenä tai uutisoinnin rakentajana. Tämä puolestaan vaikuttaa toimitusrutiineihin, uutisointiin ja lopulta siihen todellisuuskuvaan, jota perinteinen media uutisten välityksellä ihmisille tarjoaa. Uutislähteiden statuksellinen positiointi heijastaa niiden arvostusta ja toiminnan mahdollisuuksia sekä määrittää samalla uutislähteiden käytössä olevaa julkisuusvaltaa. (Jokinen, Juhila, & Suoninen 1993, 37–40.)

### 3.3 Ututistoimitus organisaationa

Jokaisella toimituksella on organisaatorakenne, jossa on määritelty eri toiminnot ja niiden väliset suhteet. Ututistoimitusten organisaatorakenne määrittää ihmisten välisen yhteistyön uutistilanteessa. Kun organisaatio on vuorovaikutuksessa ympäristönsä kanssa, on selvää, että organisaation rakenne riippuu pitkälti ympäristön asettamista vaatimuksista. Mikäli ympäristö on hitaasti muuttuva, organisaatio voi olla rakenteeltaan jäykkä ja hierarkkinen, mikäli taas ympäristö on nopeasti muuttuva, pitäisi organisaatorakenteenkin olla ympäristönsä mukaisesti joustava. Organisaation johto määrittelee organisaatorakenteen, jotta tietyt päämäärät saavutettaisiin. (Juuti 1999, 209–210.) Ja me-

diamurroksen muuttuvassa uutismaailmassa on lähtökohtaisesti todennäköistä, että myös toimitusorganisaatiot muuttuvat yleisön ja muuttuvan toimintaympäristön mukana.

Tarkastelen tässä tutkimuksessa sitä, minkälaisin diskurssein journalistit organisaatiostaan puhuvat, ja miten he kuvaavat oman organisaationsa muutoksia vuosina 2006–2012. Aineistostani nousi esiin se, että eri mediatalojen journalistit määrittelivät organisaatiossa valitsevaa kulttuuria eri tavoin. Esimerkiksi yhdessä toimituksessa journalistien näkemykset organisaatiokulttuurista saattoivat olla keskenään hyvinkin ristiriitaiset, mutta toisessa mediatalossa näkemykset olivat keskenään samansuuntaiset. Mitä nämä erot ja yhtäläisyydet kertovat? Ristiriitaisesti organisaatiostaan puhuvista journalisteista voitaisiin ajatella, että toinen kuvaa todenmukaisesti organisaatiota ja toinen vähemmän todenmukaisesti. Totuuden suhteellisuuden tunnustaen hedelmällisempää on kuitenkin tulkita erot näkökulmaeroiksi, jolloin kyse ei ole siitä, että toinen kuvaus organisaatiosta olisi puhtaasti oikea ja toinen puhtaasti väärä, vaan että eri näkökulmista tarkasteltuna tilanne näyttää erilaiselta ja organisaation kulttuuri pitää sisällään molemmat näkökulmat (Mörä 1999, 78).

Frost & al. (1991, 157–164) ovat esittäneet kolme eri mallia, joiden avulla erilaisia tulkintoja organisaatiokulttuurista voidaan havainnoida. Tulkintamalleja kutsutaan integraatioparadigmaksi, differentiaatioparadigmaksi ja fragmentaatioparadigmaksi. Integraatioparadigmassa organisaatio nähdään yhteisöä yhdistävänä mekanismina ja liimana, joka liittää organisaation eri osat toisiinsa. Tässä lähestymistavassa käsite yhteinen on avainsana, puhutaan esimerkiksi yhteisistä arvoista ja toimintatavoista. Integraatioparadigmassa fokuroidaan yleensä kolmeen pääpiirteeseen eli konsistenssiin, konsensuskseen ja johtajien keskeiseen rooliin. Konsistenssillä tarkoitetaan käytännössä sitä, että yrityksen arvot ja ideaalit ovat harmoniassa organisaation päivittäisten ratkaisujen kanssa. Konsensus puolestaan tarkoittaa sitä, että eri puolilla organisaatiota työskentelevillä on samantyyppisiä näkemyksiä organisaation toimintaan liittyvistä asioista, ja johtajien roolin keskeisyydellä tarkoitetaan sitä, että johtoportaan toimet nähdään keskeisenä organisaatiokulttuurin luomisessa. Integraatioparadigmassa organisaatiokulttuurin tavoitteena on selvyys ja yksiselitteisyys. Epämääräisyys ja erilaiset tulkinnat tulkitaan häiriöiksi.

Differentiaatioparadigma fokusoi, päinvastoin kuin integraatioparadigma, konsensuksen puuttumiseen ja epäjohtonmukaisuuksiin sekä johtajiston ulkopuolelta nousevaan kulttuuriin. Kulttuuri muotoutuu erilaisten organisaation sisältä ja ulkoa tulevien vaikutteiden pohjalta ja koostuu erilaisista arvoista ja näkemyksistä sekä käytännöistä, jotka saattavat olla ristiriidassa keskenään. Kolmas organisaatiokulttuurin paradigma eli fragmentaatioparadigma poikkeaa kahdesta edellisestä ennen kaikkea suhtautumisessaan epämääräisyyteen. Kahdessa edellisessä paradigmassa epämääräisyys tulkitaan häiriöksi joka pitää poistaa, mutta fragmentaatioparadigmassa epämääräisyyttä ja erilaisia näkemyksiä pidetään väistämättöminä ja niiden olemassaolo hyväksytään. Tässä esitetyt kolme paradigmaa muodostavat kokonaisuuden ja tuovat erilaisia näkemyksiä organisaatiokulttuurin tutkimukseen. Meyerson ja Martin näkevät

organisaation ja kulttuurin sosiaalisina konstruktioina, arvoina ja merkityksinä, jotka voidaan ennako-oletuksista riippuen nähdä erilaisina. Heidän mielestään organisaatiokulttuurin tutkimuksessa kaikki kolme paradigmaa tulisikin ottaa huomioon. (Meyerson & Martin 1987, 623, 643.)

Utisorganisaatiota voidaan tarkastella myös byrokratianäkökulmasta. Shoemaker & Reese (1996) määrittelevät uutisorganisaation sosiaaliseksi, formaaliksi ja taloudelliseksi yhteisöksi, joka on palkannut journalisteja saadakseen tuotettua mediasisältöjä. Utisorganisaatio on rajattu ja päämääräorientoitunut sekä aina jossain määrin byrokraattisesti rakennettu. Jokaisella jäsenellä on omat rajatut tehtävänsä ja eri uutisorganisaatioissa byrokraattisuuden asteet voivat vaihdella. Useimmiten uutistapahtumassa vastuupaikoilla istuvat henkilöt toimivat uutistiedon portinvartijoina. Vastuunkantamisen ja päätöksenteon mallit on rakennettu jokaisessa toimituksessa ja mediatalossa omanlaisikseen. Mitä mutkikkaampi, kyseenalaisempi tai taloudellista tai oikeudellista riskiä sisältävämpi uutinen tai uutistapahtuma on, sitä todennäköisemmin toimintalinjauksista tai uutisen julkaisusta päättää laajempi organisaatio kuin vain yksittäinen uutispäällikkö. Päätösvalta myös kulminoituu sitä korkeammalle hierarkiatasolle, mitä suuremman oikeudellisen, eettisen tai taloudellisen riskin se sisältää. (Shomaker & Reese 1996, 143–144.)

Sellaisissa organisaatioissa, joissa muodollisuuden aste on alhainen, voivat työntekijät itse vaikuttaa siihen, mitä he tekevät ja millä menetelmillä he työnsä tekevät. Tällaisissa organisaatioissa henkilöstö voi toimia itsenäisesti ja vaikuttaa ympäristöönsä. Pitkälle standardoiduissa organisaatioissa henkilöstö ei voi olla kovin omatoiminen, koska kaikki toiminnot on suunniteltu etukäteen ja niiden toteutus on säännöstelty etukäteen. Työtä kuvaa rutiinomaisuus ja säännöt. Organisaatioissa, jotka työskentelevät jatkuvasti muuttuvien tehtävien parissa, ei ole mahdollista luoda kovin korkeaa muodollisuuden ja byrokraattisuuden astetta. (Juuti 1999, 214.)

Byrokratian tutkimuksen klassikko Max Weber on nimennyt 15 byrokratian tendenssiä, jotka Stewart Clegg nimeää keskeisiksi byrokratisoitumistekijöiksi. (Weber 1978, 956–1005; Clegg 1990, 39–41). Weberille byrokratia merkitsi tapaa organisoida. Tämänkaltaisen organisaation määräävä piirre on johtajan ja hallintohenkilöstön olemassaolo (Clegg 1990, 33). Jos johtaja puuttuu, toimintakyky menetetään, koska päätökset ja toiminnan valtuutus puuttuvat. Byrokratian perustana on organisaation jäsenten usko organisaatioon ja sen protokollien, henkilöstön ja politiikan legitimiteettiin. Tämä usko ja sen mukainen toiminta pitävät yllä byrokraattista hallinto- ja organisaatiomallia. Myös uutisorganisaation toimintaa voidaan tarkastella byrokratiomallien avulla ja erityisesti asian tuntijabyrokratiomallin näkökulmasta. Mallin avulla voidaan tutkia, mitkä eri byrokratiatendenssit vaikuttavat uutistoimituksessa ja miten näiden tendenssien olemassaolo heijastuu organisaation toiminnasta kerrotuissa kuvauksissa. Omassa tutkimuksessani olen selvittänyt, miten byrokraattisena tai demokraattisena eri uutisorganisaatioiden toiminta koettiin vuonna 2006 ja minkäläisten byrokratiatendenssien kerrottiin aiheuttaneen uutistyöhön onnistumista tai epäonnistumisia.

Weberin kuvaamat byrokratiatendenssit ovat:

- 1) Tietoperusteisuus, joka antaa työntekijöille toiminnan yleiset puitteet.
- 2) Erikoistuminen, joka mahdollistaa erityyppisten tehtävien suorittamisen asiantuntevasti.
- 3) Auktorisoituminen, joka mahdollistaa työnteon kun tiedetään milloin sääntöjen mukaan toimitaan.
- 4) Hierarkkisoituminen, jota kuvaa selkeä esimies- ja alaissuhde.
- 5) Sopimuksenvaraistuminen, jota kuvaa se, että tehtävään sisältyvät oikeudet ja velvollisuudet kirjataan sopimukseen.
- 6) Pätevyysperusteisuus, jolloin työntekijällä täytyy olla virallinen pätevyys tehtäviin töihin.
- 7) Uraperustaisuus, joka muistuttaa työntekijää siitä, että hänellä on mahdollisuus siirtyä toisiin tehtäviin tai vastaavasti hänet voidaan siirtää toisiin tehtäviin.
- 8) Asemien kerrostuminen, joka tarkoittaa asemien eriarvoistumista työntekijöiden välillä.
- 9) Auktoriteetin rakenteellistuminen, joka suo esimiehelle mahdollisuuden antaa käskyjä alaisilleen.
- 10) Sääntöjen formalisointi, jolloin koko yhteisö toimii yhteisten opittujen sääntöjen mukaan.
- 11) Standardoituminen, jolloin organisaatio toimii kirjallisten dokumenttien mukaan ja toiminta on standardoitu.
- 12) Keskittäminen, jossa keskusyksikkö valvoo erilaisten ammattilaisten joukkoa.
- 13) Toiminnan legitimointi, jolloin byrokraattinen organisaatio toimii vain jos sillä on legitimeetti työntekijöiden silmissä.
- 14) Toiminnan virastoituminen edellyttää työntekijältä täyttä työpanosta.
- 15) Toiminnan persoonattomuus, jossa valta on sidottu asemaan eikä henkilöön, jolloin henkilöt ovat helposti vaihdettavissa.

Näiden Weberin kuvaamien byrokratiatendenssien ei kaikkien tarvitse toteutua organisaatiossa, jotta se voidaan luokitella byrokraattiseksi. Käytännössä byrokraattiseksi nimetyssä organisaatiossa ilmenee yleensä vain osa näistä tendensseistä. Tendenssit ovat myös keskinäisessä vuorovaikutuksessa toistensa kanssa. Huhtala (2006, 26–27.) Weberin käsityksen mukaan organisaation byrokratia merkitsi toimivaa tapaa organisoida erityisesti isoja toimintayksiköitä. Demokraattinen organisaation hallintomalli on Weberin mukaan mahdollista vain silloin, kun organisaatio on kyllin pieni soveltamaan suoran demokratian mekanismeja. Demokraattista hallintomallia kuvaavat:

- 1) Vähäinen työnjako, jolloin kaikki tehtävät on helppo hoitaa keskenään.
- 2) Läheisyys, eli vähäinen eriytyminen organisaation jäsenten välillä.

- 3) Yhteiset arvot, eli vahva eettinen sitoutuminen organisaation arvoihin.

Tutkimuksessani selvitän, kuinka byrokraattisena tai demokraattisena eri uutisorganisaatioiden toiminta näyttäytyi journalistien kuvausten mukaan vuonna 2006, ja mitkä keskeiset tekijät olivat mahdollisesti muuttuneet vuoteen 2012 tultaessa. Selvitän myös sitä, kuinka tarkoituksenmukaisena oman organisaation rakenne ja toiminta nähtiin.



## 4 TAPANINPÄIVÄN 2004 TSUNAMI PALJASTI MUUTTUNEEN MEDIAMAISEMAN

Kriisiuutisoinnin toimituskäytäntöjen, toimintakulttuurin tutkimuksen kannalta tsunamiuutisoinnin alkupäivät muodostavat mielenkiintoisen tutkimuskohteen. Iso ja alussa varsin epämääräinen katastrofi luo mahdollisuuden kriisiuutisorganisaatioiden toiminnan ja taustalla vaikuttavien toimituskulttuuristen käytäntöjen ja organisaation ideologisten arvojen tarkasteluun (Aaltonen, Heiskanen ja Innanen 2003). Hyökyaaltokatastrofin alun uutisointi paljasti sen, että sähköiset uutistoimitukset menettelivät kriisin alkuvaiheessa organisaatiotasolla eri lailla ja myös uutisoivat katastrofista eri tavoin. Monet journalistit kritisoivat oman organisaationsa toimintaa erityisesti kriisin alussa. Aineistoanalyysini aluksi käyn ensiksi läpi koko tutkimushankkeen kimmokkeena olleen tapaninpäivän 2004 tsunamin keskeiset alkuvaiheen uutistapahtumat sekä katastrofiin liittyvät aiemmat tutkimukset. Tämän jälkeen aloitan oman haastatteluaineistoni analyysin.

### 4.1 Tsunamiuutisoinnin kronologia:

- 1) 26.12. 2004 aamulla ensi tiedot maanjäristyksestä ja hyökyaallosta, neutraalia yleiskuvausta, katastrofin laajuus kasvoi päivän kuluessa tunti tunnilta.
- 2) 26.12. illalla rauhoittumisvaihe: STT:n kautta välittyä tietoa, että suomalaisturisteilla ei tunnu olevan hätää, kaikkia reppumatkalaisia ei kuitenkaan tavoitettu.
- 3) 27.12. draaman tiivistyminen, päivän mittaan epäilyt suomalaisturistien kohtalosta alkavat lisääntyä. Illalla MTV3:n uhrihaastattelut Phuketin lentokentältä herättivät median sekä viranomaiset.
- 4) 2005 vuodenvaihteeseen asti kuvailua katastrofin yksityiskohdista, silminnäkijätarinoita, pelastustoimien seuranta ja latautuvaa kritiikkiä viranomaisia kohtaan.

- 5) Uudesta vuodesta eteenpäin uutisoidaan katastrofin syitä, seurauksia ja etsitään syyllisiä.

Tapaninpäivänä 2004 tapahtuneessa Kaakkois-Aasian hyökyaaltokatastrofissa kuoli yhteensä 179 suomalaista. (Aasian luonnonkatastrofi tutkintaselostus 2005).

Kaikkien toimitusten tsunamiuutisoinnille oli leimallista se, että aivan aluksi, tapaninpäivän aamuna uutisointi lähti liikkeelle Sumatran saaren pohjoispuolella tapahtuneena maanjäristyksenä. Kansainvälisistä uutistoimistoista Reuters oli lähettänyt 26.12 kello 04.00 ensimmäisen maanjäristystä koskevan uutisen. STT teki oman uutisensa maanjäristyksestä Reutersin ja AFP:n lähteitä käyttäen kello 04.35. Ylen Radiouutisten uutistoimitus oli ensimmäinen suomalainen sähköinen media, joka uutisoi Sumatran saaren pohjoispuolella tapahtuneesta maanjäristyksestä kello 05.00. Samassa uutislähetysessä puhuttiin myös ensimmäisenä Indonesiaan ja Thaimaahan vyöryneistä hyökyaalloista. STT mainitsi ensimmäisen kerran hyökyaallosta tapaninpäivän aamuna puolitoista tuntia myöhemmin kello 06.28. Varhaisimmat silminnäkijäkuvaukset soitettiin Thaimaasta Ylen Radiouutisiin ja Radion Novan uutisiin jo aamun aikana ja silminnäkijäkuvaukset ajettiin ulos molemmissa uutistoimituksissa kello 07.00 uutislähetysessä.

Maanjäristyksen ja hyökyaaltojen tietoja ja kansainvälisiä uhrilukuja tarkennettiin päivän mittaan ja toimitukset tekivät myös ylimääräisiä uutislähettyksiä. Sähköisistä uutistoimituksista erityisesti Yleisradio, jolla oli omia toimittajia lomailemassa alueella, reagoi nopeasti heti katastrofin ensitunteina. Tv:n ja radion uutistoimitukset ajoivat tv-uutisten ulkomaanosaston päällikön puhelintaportteja Sri Lankan tilanteesta pitkin päivää. (Möra 2005.) Ylen Radiouutiset oli tutkituista perinteisistä sähköisistä joukkoviestimistä nopein sikäli, että se puhui hyökyaallosta ensimmäisenä, eikä vain pelkästä maanjäristyksestä, lisäksi sillä oli lähetysessään myös ensimmäinen suomalainen silminnäkijä samoin kuin Radio Novalla. Radiouutiset kertoi myös ensimmäisenä alueella olevien suomalaisturistien määrästä ja haastatteli ensimmäisenä ulkoministeriön konsulipäivystäjää samaan aikaan kuin Ylen Tv-uutiset. Uutinen ymmärrettiin Radiouutisissa suureksi heti alusta alkaen, ja radiossa alkoi myös heti seuraavana päivänä eli 27.12 arvostelu Suomen ulkoministeriötä kohtaan. (Möra 2005.)

Eniten arvostelua herättänyt käännekohta koko tsunamiuutisoinnissa tapahtui heti tapaninpäivänä 26.12 kello 16.53, kun STT välitti ulkoministeriön tietoihin perustuvan sähköisen viestin, jonka otsikko oli *"Ulkoministeriö: Suomalaisia ei kateissa Phuketissa."* Jutusta ja erityisesti sen otsikosta ei käynyt yksiselitteisesti ilmi, että ulkoministeriön osastopäällikkö oli tarkoittanut aiemmin päivällä kadonneiksi ilmoitettuja kolmea suomalaista. Käsitystä siitä, että suomalaisilla ei ole hätää vahvasti myös STT:n välittämä Aurinkomatkojen kaupallisen johtajan tilannearvio, jossa hän totesi, että kaikkiin suomalaisiin ei ole saatu yhteyttä, mutta Phuketissa ja Sri Lankassa kaikki asiakkaat ilmeisesti ovat kunnossa. Näitä tietoja, ja mihin nämä oletukset pohjautuivat, ei STT:n jutussa kerrottu. Nämä uutisoinnit ja erityisesti UM:n välittämä viesti tulkittiin kaikissa toimituksissa,

Aamulehteä lukuun ottamatta, alkuillan aikana yleisesti niin, että suomalaisilla ei ollut hätää Thaimaassa. Illan kuluessa uutisointiin alkoi kuitenkin tulla jo varauksia, että kaikkia suomalaisia reppumatkalaisia ei olisi tavoitettu. Useiden toimitusten journalistit ovat tsunamitutkimuksissa kertoneet, että ulkoministeriön virallinen tiedotuslinja vaikutti erityisesti ensimmäisen päivän tilannearvion tekemiseen. Vaikka kaikilla välineillä oli käytössään silminnäkijäraportteja ja vaikka toimituksissa epäiltiinkin viranomaisten mahdollisuuksista tietää kaikkien suomalaisten olinpaikkaa, silti irrallisten ja osin ristiriitaisten silminnäkijäraporttien perusteella ei uskallettu tehdä viranomaistiedoista merkittävästi poikkeavia johtopäätöksiä.

Uutisoinnin lisäksi tilannekuvan vääristyminen näyttäytyi erityisesti siinä, miten ja milloin toimituksissa tehtiin päätös lähettää oma toimittaja kriisialueelle, tai miten esimerkiksi Yleisradio hyödynsi Thaimaassa jo valmiiksi paikalla olevaa omaa toimittajaa. Tv-uutisten Phuketissa lomalla ollut ulkomaantoimittaja oli soittanut jo tapaninpäivän aamuna 26.12 Tv-uutisten uutispäällikölle Pasilaan, mutta uutispäällikkö oli todennut, että häntä ei tarvita töihin, koska Thaimaan tuhot vaikuttivat vähäpätöisiltä Sri Lankaan ja Intiaan verrattuina. Thaimaassa olevan toimittajan haastatteluja tai juttuja ajettiin ulos Ylen Radio-uutisissa vasta 27.12 ja Tv-uutisissa 28.12.

Toisaalla Pasilan mäellä eli MTV3:n tiloissa tilannetta arvioitiin tapaninpäivänä eri tavoin. Jo 26.12. puoleen päivään mennessä päätoimittaja, uutispäällikkö sekä ulkomaantoimittaja olivat tehneet oman yhteisen tilannearvionsa turistimäärien, paikallisten kontaktien, aluetuntemuksen ja luonnonkatastrofien tuntemuksen perusteella. Tilannearvion pohjalta MTV3 päätti lähettää nimenomaan Thaimaahan pikaisesti kokeneen videojournalistin. MTV3:n toimittaja ehti siis Suomesta nopeimmin alueelle ja teki muuta mediaa herättäneet tv-juttunsa Phuketin lentokentältä 27.12. Samana päivänä 27.12 Ylen Tv-uutisilla ei ollut lainkaan katastrofialueelta toimitettua juttua, vaan studiossa haastateltiin Sri Lankasta evakuoitua ulkomaan osaston päällikköä. Samaan aikaan Ylen Radiouutiset puolestaan haastatteli puhelimitse Thaimaassa lomalla olevaa Tv-uutisten ulkomaantoimittajaa. Nelosen uutiset teki ensimmäiset juttunsa Thaimaasta 29.12. (Mörä 2005.)

## 4.2 Aiempi tutkimus

Aiemmin Aasian hyökyaaltokatastrofin uutisointia ovat tutkineet kattavimmin Tuomo Mörä (2005) ja Juho Rahkonen (2005). He selvittivät muun muassa sitä, miten eri toimitukset uutisoivat hyökyaaltokatastrofista ja miten eri toimituksissa meneteltiin katastrofin alkuvaiheen käännekohdissa. Lisäksi tutkijat ovat tarkastelleet sitä, minkälaisia lähteitä kriisiuutisoinnissa käytettiin ja minkälaisia merkityksiä eri lähteille annettiin. Tuomo Mörän Tsunami suomalaisessa mediassa -tutkimuksessa on analysoitu määrällisin ja laadullisin menetelmin hyökyaaltokatastrofin uutisointia suomalaisissa medioissa. Lehdistöanalyysissä on käytetty Observerin keräämää yli 1700 jutun aineistoa. Lisäksi Mörä on ana-

lysoinut sähköisistä medioista Ylen, MTV3:n ja Nelosen toimittamat tv-uutiset kahden katastrofiviikon ajalta sekä tutkinut radion uutistoimituksen ja STT:n tsunamiuutisoinnin. Mörän tutkimukseen on lisäksi haastateltu 29 lehdistön ja sähköisten median tsunamijuttuja tehnyttä journalistia tai päällikkötoimittajaa. Haastattelut on tehty 1,5–3 kuukautta katastrofin jälkeen.

Juho Rahkonen puolestaan on selvittänyt Journalisti aallon harjalla -tutkimuksessaan erityisesti hyökyaaltokatastrofin uutisointia tehneiden toimittajien työkäytäntöjä sekä työntekoon vaikuttaneita olosuhteita. Tutkimukseen osallistui 30 lehdistön ja sähköisen median toimittajaa ja päällikkötoimittajaa. Heiltä kerättiin omakohtaiset kirjalliset ja vapaamuotoiset kertomukset siitä, miten he yksilötasolla toimivat Aasian hyökyaaltokatastrofin yhteydessä ja miten he kokivat tapahtumien kulun. Aineistosta puuttuu kuitenkin kokonaan uutisointiin merkittävästi vaikuttanut MTV3:n uutistoimitus.

Tuomo Mörän tutkimuksen mukaan MTV3:lla ja erityisesti Nelosella ns. tavallisten ihmisten rooli haastateltavina oli suhteellisesti korkeampi kuin Yleisradion uutisissa. Myös Yleisradion uutisissa oli runsaasti katastrofin kokeneiden kansalaisten haastatteluja, mutta ne eivät olleet uutisinformaation kannalta yhtä keskeisessä asemassa kuin kaupallisilla kanavilla. Myös juttujen kriittisyydessä oli eroja. Valtaosa eli 90 prosenttia jutuista oli kaikilla kanavilla luokiteltavissa neutraaleiksi, mutta viranomaisten toimintaa kritisoivien juttujen osuus oli erityisesti MTV3:lla muita sähköisiä medioita korkeampi. (Möra 2005.) Mörän tutkimuksessa todetaan, että monet suomalaiset journalistit kritisoivat oman organisaationsa toimintaa erityisesti katastrofin alkuvaiheessa. Esimerkiksi suomalaisten kohtalon vakavuuteen herättiin toimituksissa liian myöhään. Osasyynä tähän pidettiin suomalaisten viranomaisten tiedotusta, sillä ulkoministeriön linja kertoa vain vahvistettuja tietoja suomalaisuhreista hidasti päätöksentekoa toimituksissa. Vaikka käytössä oli silminnäkijäkertomuksia tuhoalueelta, niille ei Mörän tutkimuksen mukaan alkuvaiheessa kuitenkaan uskallettu antaa sen enempää painoarvoa, koska tiedot näyttivät olevan ristiriidassa ulkoministeriöltä ja matkatoimistoilta saatavan tiedon kanssa. Toimitusten välillä oli kuitenkin eroja siinä, kuinka paljon viranomaistiedotuksen annettiin vaikuttaa omaan toimintaan.

Tilannekuvan muodostumista ja lähteiden painottamisen eroja havainnollistavat MTV3:n ja Yleisradion Tv-uutisten hyökyaaltokatastrofin alkupäivinä julkaistut uutiset. Tapaninpäivän iltana 26.12 MTV3:n 19.00 uutisissa käytettiin vielä viranomaislähdettä näin: *”Ulkoministeriön mukaan yksikään suomalaisista turisteista ei ole menehtynyt, loukkaantunut tai kateissa.”* Seuraavana päivänä eli maanantaina 27.12 Thaimaahan ennättänyt MTV3:n toimittaja kertoi illan kello 21.00 uutislähetyksessä: *”Virallisten tietojen mukaan vain muutama suomalainen olisi kadonnut, mutta varsin nopeasti täällä selviää, että määrä on moninkertainen.”* Kolmantena katastrofipäivänä eli 28.12 MTV3:n 22.00 uutisissa ei viranomaisia tai ulkoministeriötä enää tässä yhteydessä mainittu, vaan todettiin, että kuolleiden suomalaisten määrästä ei ole tietoa ja kateissa on ainakin 200 ihmistä.

Ylen Tv-uutiset sen sijaan toisti näinä samoina päivinä ulkoministeriön viralliset tiedot lähteen nimeten. Tv-uutisissa kuitenkin korostettiin UM:n tietojen siteerauksen jälkeen, että kaikkia suomalaisia ei ole tavoitettu. Näin Ylen Tv-

uutiset uutisoi 27.12 kello 20.30 uutisissa. ”Ulkoministeriö vahvistaa yhden suomalaisen kuolleen. Ministeriö ei kuitenkaan ole tavoittanut läheskään kaikkia tuhoalueella lomailevia suomalaisia.” (Mörä 2005.) Mörä toteaaakin tutkimuksessaan, että tsunamiuutisoinnin onnistumisessa korostuivat vanhat journalistiset perushyveet, kuten ensikäden lähteiden käyttö ja itsenäisten johtopäätösten tekeminen.

Erilaiset kriisiuutisoinnin strategiat alkoivat näkyä mielenkiintoisesti myös uutisten katsojaluvuissa. Yleisesti luotettavina pidetyillä Ylen Tv-uutisilla oli tuttuun tapaan eniten katsojia heti katastrofin alussa eli tapaninpäivän iltana. Muutaman päivän kuluessa MTV3:n ja Nelosen uutiset alkoivat kuitenkin lisätä merkittävästi katsojamääriään, kun taas Ylen Tv-uutiset menetti reilusti osuuttaan, jopa niin, että 29.12 MTV3:n Kymmenen uutiset meni katsojaluvuissa ohi Ylen pääuutisten, vaikka kyseessä oli rauhanajan vakavin Suomen kansalaisia koskenut onnettomuus. Ylen pääuutisten katsojamäärä laski tuona päivänä 29.12 2004 jopa alle edellisvuoden vastaavan päivän katsojamäärän.

Kysymykseen, miksi ihmiset lakkasivat kesken suurkatastrofin katsomasta Yleisradion Tv-uutisia samassa mittakaavassa kuin aiemmin, tarjoaa Tiedonkulku ja viestintä Aasian hyökyaaltokatastrofissa -raportti selitykseksi sitä, että Yleisradio pitäytyi pitkään varmistettujen ja virallisten tietojen julkaisemisessa, jotka kuitenkin eivät vastanneet kriisitilanteen todellista kuvaa, kun taas MTV3 julkaisi epävirallisempia, mutta kansalaisten kipeästi kaipaamia tietoja kuten silminnäkijäreportaaseja. Myös kuolleiden ja loukkaantuneiden määriä uutisoitiin eri mediataloissa eri tavoin. (Tiedonkulku ja viestintä Aasian hyökyaaltokatastrofissa, 2005.)

Juho Rahkonen on selvittänyt Journalisti aallon harjalla -tutkimuksessaan erityisesti hyökyaaltokatastrofin uutisointia tehneiden toimittajien työkäytäntöjä sekä työntekoon vaikuttaneita olosuhteita. Hän kiinnittää tutkimuksessaan huomiota siihen, millaiset asiat olivat vaikuttamassa Aasian hyökyaaltokatastrofin uutisointiin. Rahkosen mukaan esimerkiksi organisaation kulttuurin merkityksestä kertoo se, että osassa toimituksissa luottamus viranomaisiin ja heidän tiedotustoimintaansa on säännönmukaisesti myönteisempää kuin toisisa. Tällöin suhtautuminen viranomaisiin ja kansalaistietoihin vaikuttaa myös suoraan journalismin sisältöön. Toiset toimittajat suostuivat julkaisemaan vain viranomaisten vahvistamaa tietoa, kun taas toiset pitivät tärkeämpinä viranomaisten ohi meneviä lähteitä kuten silminnäkijöitä. Rahkosen tutkimuksen johtopäätöksessä todetaan, että journalistit eivät toimineet tsunamin aikana yhden ainoan ammattikunnalle tyypillisen toimintamallin mukaan, vaan ennemminkin omien yksilöllisten ominaisuuksiensa mukaan. Yksilön toimintatapaan puolestaan vaikuttivat hänen edustamalleen organisaatiolle ominaiset käytännöt ja arvostukset. (Rahkonen 2005, 20.)

Juttuaineistojen määrällinen analyysi kertoo, että tsunamiuutisten tärkeimpinä lähteinä olivat viranomaiset. Yli puolessa tsunamin aikana tehdyistä jutuista lähteiden joukossa oli jokin Suomen valtionhallinnon organisaatio. Valtionhallinto nousikin kokonaisuutena merkittävimmäksi lähdeluokaksi koko tutkimusjaksolla 26.12.-5.1.2005. Vaikka silminnäkijöitä kuunneltiin jo kriisin alkuvaiheessa, silti ulkoministeriö oli katastrofin ensimmäisten päivien aikana eniten äänessä ollut organisaatio. (Tiedonkulku ja viestintä Aasian hyökyaalto-

katastrofissa 2005.) Valtionhallinnon asemaa suomalaismedian merkittävimpänä lähteenä voi verrata esimerkiksi Turo Uskalin tekemään selvitykseen BBC:n verkkouutisten hyökyaaltokatastrofin aikana käyttämistä lähteistä. Selvityksestä käy ilmi, että Ison-Britannian viranomaiset olivat kahden ensimmäisen päivän aikana lähteinä ainoastaan kuudessa BBC:n verkkouutisten jutussa, kun taas silminnäkijöitä ja mediaa käytettiin lähteinä valtaosassa eli 65 jutussa (Uskali 2005).

Juttulähteiden määrällisen analyysin paljastamaa seikkaa, että suomalaisviranomaiset olivat lähteinä yli puolessa jutuista ja yleishyödylliset tahot seuraavaksi eniten, voi peilata myös Juho Rahkosen tutkimukseen. Siinä journalistien omakohtaisista kirjallisista kertomuksista tehty lähdeanalyysi kertoo, että Aasian katastrofin uutisoinnin merkittävin lähde oli toimittajien omasta mielestä silminnäkijät. Seuraavaksi tärkeimpänä lähteenä nousee muu media ja vasta kolmantena lähteenä journalistien kertomuksissa tulevat viranomaiset. Tutkimustulos kertoo siitä, miten toimittajat omassa työssään merkityksellistivät eri lähteitä, vaikka he eivät niitä tämän merkitysjärjestelmän mukaisesti käyttäneetkään. Tulos ei siis kerro sitä, mitä lähteitä journalistit tosiasiaassa käyttivät, vaan sen miten he omissa kertomuksissaan arvottivat eri tietolähteitään (Rahkonen 2005; Salmela 2008).

Vaikka toimitukset menettelivät tsunamiuutisoinnin alkupäivinä eri tavoin ja uutisoivat eri lailla katastrofista, niin loppua kohden, kun tarkastelun kohteeksi valitaan koko tsunamikatastrofin aika eli noin kahden viikon jakso tapaninpäivästä 2004 alkaen, voidaan havaita, että sähköisen median uutistuohtantoon vakiintui lopulta melko vahva yhtenäiskulttuuri. Juttu- ja lähdeanalyysien mukaan eri toimituksilla oli paljon yhtäläisyyksiä muun muassa uutisten sisällöissä, painotuksissa ja rakenteessa. Lisäksi toimituksilla oli hyvin yhtenäinen näkemys siitä, mitkä olivat keskeisimmät teemat uutisjutuissa, mistä tietoja hankitaan, ketkä olivat haastateltavia ja millä tavalla uutisten raaka-aineet koostettiin valmiiksi kokonaisuuksiksi. Hyökyaaltokatastrofin uutisjournalismille oli tyypillistä, että se oli pääosin toteavaa: yhdeksän juttua kymmenestä noudatti uutisen ilmaisusääntöjä eli ei ottanut suoraan kantaa tilanteeseen, vaan ennemminkin totesi asioiden laidan. Suomalaisuhrien suuri määrä oli selittävänä perusteluna sille, että suurin osa eli 60–70 prosenttia uutisjutuista tehtiin katastrofin aikana kansallisesta näkökulmasta (Tiedonkulku ja viestintä Aasian hyökyaaltokatastrofissa 7/2005). Nettiuutisoinnin osalta on huomionarvoista, että MTV3:n Ylen, Helsingin Sanomien ja iltapäivälehtien yhteenlaskettu verkko seuranta kohosi tsunamin ensimmäisellä uutisviikolla 35–40 prosenttia eli noin 800 000:sta 1,2 miljoonaan yhteenlaskettuun kävijään päivässä. Esimerkiksi Iltalehti Online teki siihenastisen päiväkävijäennätyksensä 30.12.2004 yhteensä 232 000 kävijällä.

Uutisoinnin yhtenä laadun mittarina voidaan pitää myös uutisen vastaanottajan kokemusta. Kansalaisten mielipiteitä tsunamiuutisoinnista tutkittiin katastrofissa loukkaantuneilta ja uhrien omaisilta saatujen kirjeiden avulla. Suomalainen media saa näissä kirjoituksissa varsin huonon arvosanan, erityisesti sen vuoksi, että uutisointi katastrofin laajuudesta käynnistyi kansalaisten mie-

lestä liian hitaasti. (Tiedonkulku ja viestintä Aasian hyökyaaltokatastrofissa 2005.) Kansalaiset mainitsevat ensimmäisenä mediana radion, josta kuultiin varhaisimmat uutiset hyökyaallosta. Myös mediatalojen verkkosivut ja erityisesti Yleisradion verkkosivut mainitaan hyvinä ja nopeina uutiskanavina. Tv:n puolella relevanteinta tietoa saatiin ulkomaisten medioiden välityksellä. Hyvinä tietolähteinä mainittiin BBC World, CNN sekä Saksan ja Ruotsin televisiot. Kun suomalaismedia ei kyennyt tapaninpäivänä eikä suurelta osin vielä maanantainakaan eli 27.12. välittämään oikeaa tilannekuvaa, kansalaiset alkoivat soittaa enenevässä määrin mediaan, ulkoministeriöön, matkatoimistoihin sekä Suomen Punaiselle Ristille.

Kriisissä osallisena olleiden kansalaisten kertomuksissa korostui yhtenäinen kokemus siitä, että heitä ei kuunneltu eikä uskottu erityisesti katastrofin alussa eli ensimmäisenä ja toisena päivänä. Näkemystä perusteltiin sillä, että niin media kuin viranomaisetkin toistivat vain yhtä kuollutta Sri Lankassa ja mahdollisia uhreja Thaimaassa, vaikka heille oli lukuisista lähteistä välitetty ja soitettu luotettavia silminnäkijäkertomuksia tilanteen katastrofaalisuudesta, suomalaisista uhreista ja selvistä kuolemantapauksista. MTV3:n uutisointi sai katastrofissa osallisina olleilta kansalaisilta eniten kiitosta hyvästä ja suhteellisen avoimesta tiedottamisestaan, jossa annettiin silminnäkijähavainnoille tilaa. Lähes kaikki kansalaiskirjeiden kirjoittajat mainitsevat myös Sukellus.fi-nettisivuston tärkeänä informaatiokanavana. (Tiedonkulku ja viestintä Aasian hyökyaaltokatastrofissa 2005.)

Risto Kuneliuksen mukaan hyvän journalismin pitäisi tarjota yleisesti merkittäviä tietoja, kertoa maailmasta asiantuntevasti ja realistisesti sekä tarjoutua tällaisen journalismin herättämien keskustelupuheenvuorojen areenaksi. (Kunelius 2000, 18–20.) Tsunamissa kansalaisten kokemus oli kuitenkin se, että asianmukaista ja merkittävää tietoa ei saatu perinteiseltä medialta riittävän nopeasti. Hyvän journalismin pitäisi kansalaisten mielestä korostaa myös moninäkökulmaisuuutta objektiivisuuden ohella. Hyvälle journalismille asetetaan kaksinaapainen vaatimus kertoa niin sanottu yleinen totuus ja samalla myös jokaisen oma totuus. Kun tieto ja sen arviointi näyttäisivät palautuvan tiettyjen erityisten ryhmien haluihin ja käyttöarvoihin, voidaan Kuneliuksen mukaan puhua jo latentisti uudenlaisesta tietokäsityksestä, jossa tärkeämpää on sanoman tuoma henkilökohtainen hyöty kuin sen suhde todellisuuteen. (Kunelius 2000, 18–20.) Aasian luonnonkatastrofin tutkintaselostuksen mukaan journalismin kokonaiskuva luonnonkatastrofin raportoijana jäi osin ristiriitaiseksi. Kyse oli valtavasta viranomaislähteisiin nojaavasta uutistapahtumasta, jossa silminnäkijät nousivat lopulta todenmukaisimman kerronnan keskiöön. Kaukainen asia tuotiin ihmisten lähelle tilannekuvien, elämysten ja yksityiskohtien kautta. Toisin kuin monissa muissa maissa, Suomessa mässäily yksittäisten turistien kokemuksilla ei peittänyt alleen katastrofin kokonaisuutta. (Aasian luonnonkatastrofin tutkintaselostus 2005.)

Silminnäkijä- ja uhrihaastatteluja tehneet journalistit joutuivat taiteilemaan herkällä alueella. Uhrijournalismia koskevan pohdinnan keskeinen kysymys oli se, saiko hyökyaaltoon joutuneita ja läheisiään menettäneitä ihmisiä haastatella

ja kuvata. Taustalla oli huoli, että uhrien haastattelemineen saattoi vahvistaa ja lisätä heidän traumojaan. Toisaalta uhrit tunsivat tarvetta puhua tapahtuneesta, mutta ajan kuluessa he saattoivat muuttaa mielensä ja katua tiedotusvälineissä esiintymistään. Mediayleisö odotti, että journalistit vetävät ammattilaisina rajan haastateltavien puolesta siihen, milloin on soveliasta haastatella katastrofin kokenutta henkilöä ja milloin ei. (Aasian luonnonkatastrofi tutkintaselostus 2005; Kuusela, 2005.)

### 4.3 Tsunamiuutisointi Ylessä, MTV3:ssa ja Nelosen uutisissa vuoden 2006 haastatteluissa

Analysoin seuraavassa päämäärärationaalisen juonirakennanalyysin avulla kaikkien haastattelemieni sähköisten mediatalojen tsunamiuutisoinnin päämäärät, keinot, vastustajat ja vastustuksen organisaatiotason muodot. Tavoitteena on löytää kerrotuista toimintakuvauksista hegemonisia diskursseja ja tulkintarepertuaarisia teemoja, jotka kuvaavat uutistoimitusten organisaatiokulttuuria tsunamin aikana ja haastatteluhetkellä vuonna 2006. Tämän jälkeen esittelen kriisitilanteen toimintakuvaukset yksityiskohtaisesti toimituksittain sekä analysoin kerrottuja kuvauksia Weberin byrokraatiatendenssien sekä Shoemakerin ja Reesen journalismiin vaikuttavien hierarkkisten tasojen avulla.

Päämäärärationaalisen juonirakennanalyysin mukaan kaikkien tutkimukseen osallistuneiden uutistoimitusten yhteinen kriisiuutisoinnin tavoite oli uutistoiminnan nopeus ja luotettavuus. Haastateltavien kertomuksissa korostuivat myös läsnäolo kriisipaikalla, suomalaiset tulkinnat tapahtuman syistä ja seurauksista sekä suomalaisten kokijoiden kertomukset tilanteesta. Suomalaisen näkökulman vaaliminen nousi journalistidiskursseissa keskeiseksi kansallisen kriisiuutisoinnin perusteluksi ja oikeuttajaksi.

*”Ulkomailla tapahtuvassa kriisissä tavoitteena on antaa suomalainen kuva tilanteesta, suomalaisen toimittajan läsnäolon kautta ja suomalaisiantuntijoiden analysoimana, että miten se vaikuttaa meidän elämään täällä.”* (Päällikkö, Yle tv-uutiset)

Kaikki toimitukset pitivät omia päivystykseen perustuvia ja avainhenkilöt valtuuttavia hälytysorganisaatiokäytäntöjään periaatteessa toimivina. Kriisiuutistilanteessa suorittavaa työtä tekevä toimitushenkilökunta sai kaikissa toimituksissa kehuja ammattitaitoisuudestaan eli jokainen toimitus oli sitä mieltä, että heillä oli töissä tapahtumahetkellä riittävästi uutisammattilaisia. Yhteistä oli myös se, että kaikki uutistoimitukset valitsivat kriisitilanteissa työtehtäviin kokeneita ja ison uutistilanteen paineet kestäviä toimittajia. *”Ei näissä kriisitilanteissa aleta kokeilla mitään untuvikon lentokykyyä”*, totesi Yle Tv-uutisten toimittaja. Päämäärärationaalisen juonirakennanalyysin mukaan vuonna 2006 toimintaesteiden keskiössä kaikilla toimituksilla oli päätöksenteon hankaluus tilanteessa, jossa tietoa oli vaikea saada. Ongelmat päätöksenteossa johtuivat toimintakuvausten mukaan siitä, että varsinkin suomalaisten kohtalosta tietoa saatiin krii-



sin alkuvaiheessa niukasti toimitusten käyttöön. Viranomaisviestintä ja toimitusten omat tiedonhankintamenetelmät saivat kritiikkiä osakseen. Ulkomaan-kriisitilanteissa korostui myös se, että kriisialueelle oli vaikea saada teknisiä yhteyksiä ja yhteydenpito oli kallista. *”Ongelma oli se, että sinne ei saatu yhteyksiä heti ja konkreettisen kuvan saaminen oli hirveän vaikeata”*, totesi Ylen Radiouutisten päällikkö. Myös internetin epävirallisen tiedon ja kansalaisten välittämien tietojen ja kuvamateriaalin oikeellisuuden varmistamisen ongelmat mietityttivät kaikkia uutistoimituksia. Kansalaisilta ja verkkoyhteisöiltä saadun niin sanotun epävirallisen internet-tiedon kohdalla toimitusten kertomuksissa korostui epävarmuus tietojen käytön ja oikeellisuuden ja varmistamisen suhteen. Toimituksissa myös pohdittiin sitä, miten kyetään erottamaan kriisitilanteissa liikkeelle lähtevät huhut luotettavista tapahtuma- ja silminnäkijäkuvauksista.

Toimitusten uutisoinnin organisaatiotason vastusten tasolla tilannekertomuksissa korostui sisäisen tiedonkulun kehittämisen tarve. Toimituksen sisäisessä ja yhtiötason kriisitilanteen tiedonkulussa oli kaikilla toimituksilla eriasiaisia ongelmia. Tietoa ei käsitelty systemaattisesti eikä sitä jaettu eteenpäin organisaatioiden sisällä. Tiedonkulun ongelmana kerrottiin olevan kriisitilanteen stressaava, kiireinen ja sekava erityisluonne, joka aiheutti töiden sisäiseen organisoimiseen sekavuutta. Kriisitilanteelle tyypillistä oli myös se, että jokainen työyhteisön jäsen ja toimitusosasto alkoi tehdä töitä omalla sektorillaan, mutta koko ajan lisääntyvien tietojen ja toimintapäätösten koordinaatio toimittajien tai yhtiön eri osastojen välillä puuttui joko kokonaan, osittain, tai se unohtui kaiken kiireen keskellä. Isoista kriisitilanteen yksiköistä tai yhtiötason tiedonkulun ongelmista aiheutui paljon päällekkäistä työtä, koska useat ihmiset saman toimituksen tai saman yhtiön sisällä metsästivät asioiden koordinaation ja tiedon jakeluongelmien takia samoja tietoja. Myös toimitusten päätöksentekoportaan toimintaa pidettiin paikoin liian hierarkkisena pois lukien MTV3:n uutistoimitus. Mitä hierarkkisempi ja muutoinkin byrokraattisempi organisaatio oli, sen hitaampaa kriisitilanteen päätöksenteon kerrottiin olevan.

#### **4.3.1 Kriisitilanteen toimintakuvaukset toimituksittain**

Aiempien tutkimusten mukaan Ylen Radiouutiset oli kaikkein nopein tsunami-uutisoija, kun verrattiin suomalaisia perinteisiä sähköisiä medioita (Mörä 2005). Radiouutiset oli nopein sikäli, että se puhui hyökyaallosta ensimmäisenä ja sillä oli lähetyksessään myös ensimmäinen suomalainen silminnäkijä (samoin kuin Radio Novalla). Lisäksi Radiouutiset kertoi ensimmäisenä alueella olevien suomalaisturistien määrästä ja haastatteli ensimmäisenä ulkoministeriön konsulipäivystäjää (samaa aikaan kuin Ylen Tv-uutiset). Haastatteluanalyysi paljasti sen, että tsunami ymmärrettiin Radiouutisten toimituksessa mittavaksi heti alusta alkaen. Radiouutisissa tehty analyysi ennusti oikein tsunamikatastrofin laajuuden ja mittakaavan. Radiouutisten väki korosti nopeuden lisäksi toimituksen resursseja ja osaamista, joka mahdollisti laadukkaan informaatioanalyysin jo heti kriisin alkuvaiheessa. Tsunamissa ammattitaito näkyi jo tapaninpäivän aamuna kello 08.00 lähetyksessä, kun kokenut ulkomaantoimittaja analysoi sirpaletiedoista koostuvaa tilannetta jälkikäteen arvioituna hyvin todenmukaisesti.

Radiouutisissa kerrottiin olevan riittävät resurssit ja ne näkyivät muun muassa tsunamin aikaan siinä, että perusuutistoiminnassa oli varaa pitää riittävästi ihmisiä töissä, jolloin lomakausikaan ei häirinnyt kriisitilanteen uutisointia. Muissa tutkituissa toimituksissa mainittiin, että lomakausi vaikeutti jonkin verran tai huomattavasti hyökyaaltokatastrofin uutisointia. Vaikka aiemmissa tsunamitutkimuksissa Radiouutisten todettiin onnistuneen hyökyaaltokatastrofin uutisoinnissa, niin omassa tutkimuksessani haastateltavat nostavat esiin lukuisia toimituksen mediarutiineihin ja organisaatiokulttuuriin liittyviä epäkohtia. Ongelmat liittyivät kriisitilanteen toimitustyön organisointiin, esimerkiksi siihen, että silminnäkijätietojen saaminen toimitukseen on täysin onnen kauppaa. Osa kriisiuutisoinnin ongelmista liittyi myös laajemmin Yleisradion yhtiötason hierakkiseen päätöksenteko-organisaatioon ja muutoin byrokraattiseen ja eriytyneeseen tapaan toimia.

Kriisitilanteen organisaatiotason ongelmana pidettiin sitä, että kukaan toimituksessa ei seurannut ja koonnut yhteen toimitukseen saapuvaa materiaalia. Kenenkään tehtäväksi ei määrätty kerätä ja arvottaa esimerkiksi lähetyksissä ajettuja silminnäkijäläusuntoja jatkouutisoinnin ja lisäselvitysten pohjaksi. Hyökyaaltouutisoinnin aikana toimituksessa meni jatkouutisoinnin osalta hukkaan ensimmäinen ja erittäin hyvä silminnäkijähavainto pahimmasta suomalaistuhopaikasta eli Khao Lakista: *”Se ikään kuin unohtui jotenkin, että sitä käytettiin kyllä aamulla, muttei sitten enää”*, kertoi Radiouutisten päällikkö. Tilanteen korjaamiseksi toimituksen kriisitilanteen organisaatioon toivottiin erillistä vastuuhenkilöä tai tuottajaa järjestämään, arvottamaan ja jakamaan tietoa kaikesta toimitukseen tulevasta ja käytössä olevasta materiaalista. Ideologian tasolla Yleisradion ja Radiouutisten valtio- ja viranomaiskeskeisyyden kerrottiin heijastuvan uutisointiin siten, että erityisesti kriisitilanteessa toimitus toimi haastateltavien mukaan liian varovaisesti ja uutisoi liiaksi vain viranomaisilta varmennettua tietoa. Tiedot myös varmistettiin journalistien mielestä liian moniportaisen ketjun avulla. Käytännön kerrottiin hidastavan uutisointia ja aiheuttavan muutenkin henkistä arkuutta uutisoida toimituksen oman linjan mukaisesti tai kansalaisten näkökulmaa painottaen.

*”Olisi pitänyt uskaltaa käyttää uutisoinnin pohjana vielä enemmän niitä silminnäkijätietoja. Nopeissa tilanteissa ei aina voida varmistaa tietoja useammasta lähteestä, vaikka se muutoin onkin hyvää uutisrutiinia. Eli jos on hyvä syy epäillä, ettei se viranomainenkaan sitä tiedä, niin silloin pitäisi vaan uskaltaa luottaa enemmän omaan näkemykseen ja arvioon.”* (Päällikkö, Radiouutiset)

Mediarutiinien tasolla silminnäkijätietojen ja epävirallisten internet-tietojen hyödyntämistä ei oltu haastatteluhetkellä systemaattisesti lainkaan mietitty ja organisoitu. Tsunamin aikana ensimmäiset ja tilannetta hyvin kuvaavat silminnäkijähavainnot saatiin aivan sattumalta, kun toimituksen entinen työntekijä soitti Radiouutisiin Thaimaasta. Myöskään internetissä julkaistujen epävirallisten katastrofitietojen seulomiseen ei toimituksessa ollut valjastettu ketään. Työn tekemistä haittasi haastatteluanalyysin mukaan selkeä internetosaamisen puute ja työkuulttuuri eli se, että toimittajat eivät olleet lainkaan tottuneet ja opetelleet hyödyntämään nettiä epävirallisen uutistiedon hankinnassa. Yleisradion yhtiö-

tason hierarkkisen organisaatiokulttuurin kerrottiin vaikeuttavan Radiouutisten kriisiuutisointia siten, että esimerkiksi tsunamin aikana monipolvinen päätöksentekojärjestelmä pohti liian pitkään toimittajien lähettämistä kriisipaikalle. Haastateltavien mielestä tv-puolen olisi pitänyt kommentaa kriisipaikalla olleet toimittajat rivakammin töihin. Organisaation byrokratiatason ongelmana nähtiin se, että radion päälliköt eivät voineet kommentaa tv-puolen toimittajia töihin tai jäämään uutistyyöhön kriisialueelle, koska sellainen koettiin tv-puolen päälliköiden varpaille astumiseksi.

Haastatteluissa yhtiötason yhteistyöhön kerrottiin heijastuvan negatiivisesti myös vanhan yleisradiolaisen toimintakulttuurin, jossa eri tv- ja radiotoimitukset kilpaili uutisoinnissa keskenään, ja vaikka yhteistyön kerrottiin lisääntyvän koko ajan, silti sen kerrottiin olevan hyvin sattumanvaraista. Kriisitilanteissa jokainen toimitus piti ensisijassa huolen oman toimintansa onnistumisesta eikä yhtiötason uutisoinnista. Esimerkiksi tsunamin aikana silminnäkijähaastateltavien tietoja ja muita tietoja vaihdettiin vain muutaman kerran Tv-uutisten kanssa, mutta esimerkiksi yhtiön internet-toimitusta eli silloista Online-toimitusta ei hyödynnetty yhteistyössä lainkaan. Uutisoinnissa ei myöskään hyödynnetty Ylen yhteistä uutisjärjestelmää tiedon jakamisessa yhtiön eri toimitusten välillä. Kansalaisvuorovaikutuksen näkökulmasta tarkasteltuna Radiouutisilta puuttui toimiva suora vuorovaikutuskanava kansalaisten kanssa.

Weberin byrokratian tendensseillä kuvattuna Radiouutisten käytännöistä on havaittavissa muun muassa organisaation hierarkkista tietoperusteisuutta, eli toimitaan ikään kuin viranomaisvastuulla, jolloin viranomaistieto myös saa huomattavasti enemmän painoarvoa kuin kansalaistieto tai kriisin emotionaalisen tason käsittely uutisoinnissa. Ongelmana on, että kansalaiset kokevat tämänkaltainen byrokraattisen viranomaisuutisoinnin persoonattomana, kovana ja kansalaisten kokemukset ohittavana, jolloin todentuu toinen byrokratian tendenssi eli organisaation näyttäytyminen kaukaisena ja persoonattomana. Myös erikoistuminen voi johtaa negatiivisiin ilmenemismuotoihin. Utisorganisaatio toimii myös isoissa kriisitilanteissa kuten muissakin uutistilanteissa eli rutinoituneen ammattitaitonsa mukaisesti. Tämä ammatillisen erikoistumisen byrokratiatendenssi voi johtaa uudenlaisessa kriisitilanteessa siihen, että kyseisen kriisin vaatimaa uutta osaamista ei helposti hoksata käyttää hyväksi. Tsunamissa ei hyödynnetty organisaatiotasolla silminnäkijöiden ja uhrien verkkohakujen etsintätaitoja. Radiouutisissa ei myöskään vaihdettu tietoja juuri ollenkaan muiden Ylen toimitusten kanssa, tai hyödynnetty internet-asioissa Online-toimituksen erikoisosaamista.

Yhtiötasoisena ongelmana Radiouutisten kriisitilanteessa byrokratiatendensseistä näyttäytyivät myös hierarkkinen asemien eriarvoistuminen ja auktoriteetin rakenteellistuminen. Näiden tendenssien synnyttämä hierakkisoituminen näkyi tsunamin aikana korostettuna nojautumisena ylempänä hierarkiassa olevien näkemyksiin esimerkiksi siitä, milloin toimittaja pitää lähettää kriisialueelle tai kommentaa töihin. Yleisesti ottaen organisaation korostettu hierakkisoituminen voi rajoittaa toimintamahdollisuuksia ja hidastaa reagoitinopeutta.

Ylen Tv-uutiset pitäytyi aikaisempien tsunamitutkimusten pitkään varmistettujen ja virallisten tietojen julkaisemisessa. Tämä heijastui myös kuolleiden ja loukkaantuneiden määrien varovaisena uutisointina. Vaikka silminnäkijöiden lausuntoja käytettiin, ne eivät nousseet yhtä korostuneeseen asemaan uutisoinnin pohjana kuin esimerkiksi MTV3:lla. Myös kriisialueella olevan oman toimittajan käyttö oli tapaninpäivää lukuun ottamatta katastrofin kolmena ensimmäisenä päivänä huomattavasti vähäisempää kuin esimerkiksi MTV3:lla. (Tiedonkulku ja viestintä Aasian hyökyaaltokatastrofissa, 2005.)

Oman haastatteluanalyyksini mukaan syy siihen, että Ylen Tv-uutiset pitäytyi varsin pitkään viranomaistietojen varassa, johtui siitä, että toimituksen kivi-jalkana pidettiin viranomaistietoja luotettavuutta. Käytännön tasolla tämä tarkoitti sitä, että Yleisradion uutiset miellettiin toimitusorganisaation sisällä hyvin pitkälle viranomaistiedotustasoa vastaavaksi toimijaksi. Käytännön uutisointiin ajattelumalli heijastui vahvana asiantiedon korostamisena ja suoranaishaluttomuutena uutisoida viranomaistietojen vastaisesti. Katastrofin kokeneiden silminnäkijöiden tapahtumakuvausten käytön suhteen Ylen Tv-uutisilla oli tsunamin aikaan selkeästi asiakeskeisesti painottunut linjaus. Kriisiuutisjutuissa korostettiin erityisesti päällikkötasolla juttujen ehdotonta asiallisuutta ja kaikenlaisen emotionaalisuuden välttämistä. Mikäli uutisjutussa näytettiin tunteita, niiden näyttämällä piti ehdottomasti aina olla selkeä tiedollinen lisäarvo. Erityisesti päällikkötasolla ihmisten tunteiden näyttämistä ei haluttu uutisissa korostaa. Asiakeskeisyyden painottaminen kriisiuutisoinnin kansalaishaastateltavien käyttölinjauksessa oli yhteistä kaikille Ylen Tv-uutisten haastateltaville. Tosin toimittajahaastateltavat korostivat esimiehiään enemmän kiinnostavien ja ihmisten kautta välitettävien uutistarinoiden merkitystä hyvän uutisjutun sisällöllisenä edellytyksenä.

Päällikkötaso sen sijaan painotti toimittajia enemmän analyttisyyttä ja asiallisuutta kiinnostavuuden ja inhimillisen koskettavuuden sijaan. Toimituskulttuurissa erityisesti päällikkötasolla oli nähtävissä virkamiesten, viranomaisten ja asiantuntijoiden arvostamista, vaikka tsunamin jälkeen kansalaislähteiden myönnettiinkin kokeneen yleisellä tasolla tietynlaisen renessanssin. Huomionarvoista on se, että Ylen Tv-uutisten kriisiuutistoiminnasta kerrotut konkreettiset toimintakuvaukset poikkesivat merkittävästi toisistaan päällikkötason ja toimittajatason kertomuksissa. Tiivistäen voidaan todeta, että toimittajilla ja päälliköillä oli eri näkemykset siitä, kuinka hyvin Ylen Tv-uutisten organisaatio toimii kriisitilanteessa. Päällikköhaastattelujen kertomusten mukaan uutisointi toimi tsunamin aikana hyvin ja Tv-uutiset päihitti tässäkin uutistilanteessa muut suomalaismediat. Organisaatiokulttuurin tasolla päällikköhaastateltavien näkökanta edustaa integraatioparadigman mukaista eheää näkemystä itse johdetun toiminnan onnistumisen suhteesta organisaation tavoitearvoihin. Yrityksen arvot ja idealit olivat tsunamin aikaan päälliköiden mielestä harmoniassa tehtyjen ratkaisujen kanssa.

Tv-uutisten toimittajat puolestaan edustivat kertomuksissaan enemmän organisaatiokulttuurin differentiaatioparadigmaa. He korostivat tsunamiuutisoinnissa yhteisen konsensuksen puuttumista ja kriisitoiminnan epäjoh-

donmukaisuutta ja epäonnistumista erityisesti päällikkötason päätöksenteossa ja muussa työskentelyssä. Ylen Tv-uutisten toimittaja-haastateltavat kritisoivat kriisitilanteen alkuvaiheen päätöksentekoa hitaaksi ja hierarkkiseksi ja työtehtävien jakoa sekavaksi. Sekavuus näyttäytyy esimerkiksi siinä, että toimituksen työnjohto ei kriisin alkuvaiheessa organisoinut riittävän selkeästi toimenkuvia, jolloin syntyi työtehtävien päällekkäisyyttä ja tietämättömyyttä siitä, kuka tekee ja mitä tehdään. Tiedonkulkua vaikeuttivat myös organisaation rakenteelliset tekijät eli se, että Ylen Tv-uutistoimitus oli vuonna 2006 haastattelukertomusten mukaan iso ja liikkeissään jäykkä ja oli vielä jakautunut fyysisesti kahteen eri kerrokseen.

*”Tuntuu siltä, että sen saaminen vauhtiin, kun tasojakin on niin monta ja toimijoita, niin sen saaminen vauhtiin esimerkiksi Maikkariin verrattuna on hitaampaa, koska niillä on pienempi organisaatio.” (Toimittaja, Tv-uutiset)*

Ison ja hierarkkisen toimituksen sisäisessä kriisitiedonkulussa oli toimittajien mielestä parantamisen varaa. Toimittajat valittivat, että toimituksessa oli liian paljon päälliköitä ja erilaisia listoja, joille kaikille pitäisi ilmoittaa ja kertoa erikseen kriisitilanteen jatkuvasti päivittyvää informaatiota. Tiedotuksen ja tiedonkeruun olisi pitänyt olla selkeämmin organisoitu kuin mitä se nyt oli.

*”Soitin heti tapaninpäivän aamuna uutispäällikölle Pasilaan ja kerroin hyökyaallosta. Se tieto, että olin paikanpäällä (Thaimaassa), ei kulkenut kriisitilannetta johtavalle tv-uutisten päällikölle ennen kuin vasta kaksi päivää myöhemmin.” (Toimittaja, Tv-uutiset)*

Tv-uutisissa ei ollut (2006) mietittynä mitään erityistä suunnitelmaa epävirallisten internet-tietojen hyödyntämiseksi tulevissa kriisitilanteissa. Kriisitilanteen aikana tv-uutisten toimintamallissa ei myöskään oltu määritelty ulkomaantoimittajan taustatoimittajaksi ketään erityisesti. Listatoimittaja hoiti tsunamin aikana yhteydenpidon kentälle, vaikka tsunamista saadut kokemukset näyttivät toteen, että tietoja ja tukea kriisialueella työskentelevälle toimittajalle olisi pitänyt olla paljon enemmän.

*”Ollaanhan sieltä (Pasilasta) kyllä yhteydessä, varailaan (tv-juttujen) fiidiaikoja ja sellaista, mutta kyllä siellä aika omilla ollaan, että tarvis olla paljon enemmän tukea Pasilasta kriisialueelle ehdottomasti.” (Toimittaja, Tv-uutiset)*

Yhteinen näkemys kaikkien Ylen Tv-uutisten haastattelukertomuksissa oli se, että kun uutiskone oli saatu kunnolla polkaistua käyntiin, se oli tehokas ja resursseiltaan ylivoimainen muihin Suomen sähköisiin uutistoimituksiin verrattuna. Tv-uutisten työskentelytavat olivat haastatteluhetkellä kesällä 2006 perinteiset, eli toimittaja ja kuvaaja työskentelivät kahdestaan uutiskentällä ja ottivat ulkomaan uutisissa satelliittilinkillä yhteyden Suomeen. Mietinnässä oli myös se, miten kuvat ja materiaali saataisiin ulkomailta Pasilaan uuden tekniikan avulla aiempaa edullisemmin.

Weberin byrokratian tendensseillä kuvattuna Ylen Tv-uutisten organisaation toiminnan auktorisoituminen eli asemaan pohjautuva valta näyttäytyi tsu-

namin aikana kuormittavalla tavalla: Utisoinnista päävastuussa ollut henkilö joutui lomakauden vuoksi pääosin yksin kantamaan vastuun uutistoiminnasta, teknisistä järjestelyistä, suorista lähetyksistä, ylimääräisistä uutislähetyksistä ja vielä suunnittelemaan seuraavaa päivän agenda. Kriisiuutistilanteen päätöksenteon kannalta ongelmallisina byrokratiatendensseinä voitiin pitää myös asemien eriarvoistumista sekä auktoriteetin rakenteellistumista. Nämä byrokratiatendenssit näkyivät tsunamin aikana nojautumisena aina ylempänä hierarkiassa olevien näkemyksiin esimerkiksi siitä, milloin toimittaja pitää lähettää kriisialueelle tai miten kriisialueella jo olevia toimittajia hyödynnettiin.

Byrokratian tendensseillä kuvattuna Ylen Tv-uutisissa ilmeni myös organisaation hierarkkista tietoperusteisuutta. Kriisiä uutisoidaan ikään kuin viranomaisvastuulla, jolloin myös viranomaistieto saa huomattavasti enemmän painoarvoa kuin esimerkiksi kansalaistieto tai emotionaalisen tason käsittely uutisoinnissa. Tämä aiheuttaa sen, että uutisten katsojat voivat kokea byrokraattisen viranomaisuutisoinnin persoonattomana ja kansalaisten kokemukset ohittavana, jolloin todentuu seuraava byrokratian tendenssi eli organisaation näyttäytyminen persoonattomana. Toimittajat kertoivat myös esimerkkiä byrokratian tendenssistä eli sääntöjen formalisoinnista. Toimituksessa on luotu kriisiuutisoinnin toimintamalleja ja sääntökirja, mutta toimittajat eivät oman kertomansa mukaan ole näitä ulkokohtaisia ohjeita käytännön tasolla sisäistäneet.

Myös erikoistuminen, joka toisaalta on positiivinen organisaation byrokratiatendenssi, voi myös johtaa negatiivisiin ilmenemismuotoihin. Erikoistumista kuvaa se, että uutisorganisaatio toimii toimittajien erikoisammattitaitoon nojautuvana uutiskoneena. Konservatiivisimmillaan käytäntö voi johtaa siihen, että kyseisen kriisin vaatimaa uutta ja luovaa osaamista ei helposti osata tai hoksata käyttää hyväksi. Uusia käytäntöjä olisivat olleet esimerkiksi internetin verkkohakujen etsintätaidot tai silminnäkijätietojen hyväksikäyttö ja jatkojalostaminen. Tv-uutisille leimallista oli myös se, että tietoja ei vaihdettu muiden Ylen toimitusten kanssa, eikä Tv-toimituksessa hyödynnetty internet-asioissa Online-toimituksen asiantuntemusta.

Ylen Online-toimitus sai aiemmissä tutkimuksissa kansalaisten taholta kehuja toiminnastaan. Sitä pidettiin hyvänä ja nopeana uutiskanavana. Myös nettisivuille kerätyt silminnäkijä- ja selviytymistarinat saivat kansalaisilta positiivista palautetta. (Tiedonkulku- ja viestintä Aasian hyökyaaltokatastrofissa 2005.) Haastatteluanalyysini mukaan Ylen luotettavuusvaatimuksen kerrottiin aiheuttavan henkistä painetta Online-toimituksessa suhteessa epävirallisten nettitietojen käyttöön. Toisaalta epävirallista tietoa pitäisi rohjeta kriisitilanteessa käyttää, mutta yhtiön luotettavuusvaade painoi taustalla ja aiheutti sekä epäroinnin että tiedon varmistamisprosessin kautta viivettä uutisointiin. Tsunamin ajalta esimerkki kertoo, että journalistista tuskaa aiheutti myös kysymys, voiko Online-toimitus linkata omilta sivuiltaan epäviralliselle Sukellus.fi-sivustolle.

*”Kyllähän se tsunami opetti, että olihan se karvas opetus, kun toimittiin niillä luotettavan uutisvälityksen tavoilla eli tukeuduttiin viranomaistietoon ja näin eteenpäin. Se oli vaikea prosessi tässäkin toimituksessa, joka sentään on online-toimitus, jossa ihmiset ajattelee ja elää netissä, että mikä oikein on se Sukellus.fi ja voidaanko me linkata sinne. Siitä käytiin keskustelua, ja kyllähän sinne sitten mentiin. Mutta olihan*

se sellainen henkinen kynnyks ylitettävänä ensimmäistä kertaa. Ja kyllä me tiedetään, että ei se ole yhtään helpompaa sitten seuraavallakaan kerralla. Ja jätänpä sanomatta, mikä on se päätös sitten seuraavalla kerralla.” (Päällikkö, Online-uutiset)

Yle-linkkauksen johdosta Sukellus.fi-sivusto lopulta kaatui, koska sen kapasiteetti ei kestänyt Ylen ohjaamia kävijämääriä, jolloin tietoja kadonneista omainsistaan Sukellus.fi-sivustolta etsivät ihmiset eivät saaneet kaipaamiaan jatkuvasti päivittyviä tietoja. Sukellus-sivuston ylläpitäjät kritisoivat myöhemmin tätä Ylen tekemää linkkausta, koska Yle ei kysynyt heiltä siihen lupaa.

Ylen Online-toimitus kertoi olevansa internet-taidoiltaan ammattitaitoinen, mutta uutisoinnissa oli toimittajatasolla havaittavissa myös arkuutta. Kritiikkiä kuului myös siltä osin, että yhteistyö ja tiedonvaihto Ylen radio- ja tv-puolen uutistoimitusten kanssa olisi pitänyt olla paljon jouhevampaa kuin se nyt oli. Ongelmia oli muun muassa siinä, että vuorovaikutteisuutta korostava internet-ajattelu törmäsi esimerkiksi Tv-uutisten organisaatiossa yksittäisiin konservatiivisiksi mainittuihin uutispäällikköihin, jotka eivät nähneet mitään arvoa internetin kansalaistiedon ja kansalaisvuorovaikutuksen käytölle kriisitilanteissa.

”Meillä on joitakin muutosvastarintaisia uutispäälliköitä Tv-uutisissa, jotka eivät näe netin, mobiilin tai kansalaisilta saatujen tietojen ja kuvien merkitystä. Heidän kanssaan toiminnan kehittäminen on hidasta, eikä sitä ainakaan kriisitilanteissa aleta kokeilla.” (Päällikkö, Online-uutiset)

Ratkaisuna pidettiin koulutusta ja toimitusrutiinien uudistamista.

”Tämä on hidas prosessi ja vaatii koulutusta ja toimivat käytännön prosessit. Pitäisi esimerkiksi tehdä tv-lähetysiin grafiikkaplanssit, joissa lukee silminnäkökuvia onnettomuuspaikalta, jotta näitä kuvia voitaisiin sitten käyttää myös tv:n uutislähetyksissä.” (Päällikkö, Online-uutiset)

Haastatteluhetkellä vuonna 2006 oli vasta hyvin vähän hyödynnetty radio- ja tv-yhteistyötä uutisoinnissa. Prosessit olivat kesken, ja Yleisradion yhteisen uutisorganisaation Yle Uutisten oli tarkoitus aloittaa vuonna 2007. Online-toimituksessa nähtiin jo vuonna 2006, että nettiuutisoinnin asema ja merkitys tulevat jatkossa vahvistumaan myös Yleisradiossa – hitaasti mutta varmasti. Online-toimituksen tavoitteena oli, että netissä voitaisiin julkaista kuvaa ja ääntä jo ennen kuin se on mennyt perinteisissä kanavissa ulos. Toistaiseksi kuitenkin Tv-uutisten päällikkötaso ei tähän ollut suostunut, joten netissä julkaistiin vuonna 2006 uutisvideot vasta sen jälkeen, kun ne ensin oli julkaistu tv:n puolella. Yhteenvetona voidaan todeta, että Tv-uutisten konservatiivisuus ja internet-uutisoinnin arvostuksen puute vaikuttivat negatiivisesti Ylen nettiuutisportaalin kehitykseen.

Online-toimituksen tavoitteena oli, että Ylen internet-portaali olisi jatkossa merkittävä lisätiedon ja linkkien välittäjä kriisiuutistilanteissa, koska tämänkaltaiselle tiedonvälitykselle kerrottiin olevan paljon kysyntää. Yhtiötason toimintakulttuuriin toivottiinkin pikaista muutosta. Toiveena oli myös se, että kaikki Ylen toimittajat alkaisivat pelata yhtiön yhteiseen uutismaaliin ja jakaisivat avoimesti tietoa kaikille muille yhtiössä työskenteleville. Lisäksi toivottiin keskinäisen luottamuksen ja arvostuksen lisääntymistä ja nettiuutisoinnin merki-

tyksen kasvun ymmärtämistä. Online-toimitus halusi jo vuonna 2006 korostaa muita Ylen uutistoimituksia enemmän kansalaisvuorovaikutusta, jonka avulla esimerkiksi kriisitilanteessa saataisiin yhtiön uutisointiin uutta ja olennaista tietoa viranomaistiedon ohella.

”Mikä on julkisen palvelun rooli? Onko se todella vaan antaa tietoa näin päin, vai voisiko roolina olla myös se, että otetaan tietoja vastaan. Onko sekin myös julkisen palvelun tehtävä, että kuuntelet yleisöjä ja välität.” (Päällikkö, Online-uutiset)

Aiemmissa tsunamitutkimuksissa kaupallisten sähköisten uutistoimitusten todettiin käyttäneen kansalaislähteitä uutisoinnin todellisena pohjana esimerkiksi Ylen Tv-uutisia enemmän. Tutkimushaastattelussani Nelosen uutiset perusteli ihmisten käyttöä uutisoinnin sisällöllisenä ytimenä taloudellisilla näkökohdilla, kaupallisella kiinnostavuudella ja resurssien vähäisyydellä. Ihmiskeskeistä uutisointia on kriisitilanteessa kriisialueella oleellisempaa tehdä kuin toimittaja-asiantuntijavetoista uutisointia. Sisällöllisesti ihmisläheisyyttä perusteltiin Nelosen uutisten haastattelukertomuksissa sillä, että uutisten tosiasiallinen merkitys aukeaa kriisitilanteessakin ennen kaikkea ihmisten kertomien tarinoiden välityksellä. Asiantuntijoita käytettiin toki myös, mutta tärkeintä oli välittää yleisölle tavallisten ihmisten välityksellä suomalaisten läsnäoloa kriisitilanteessa. ”*Me pidetään uutisvoittona sitä, jos saadaan hyvä silminnäkijäkertomus*”, sanoi Nelosen päällikköhaastateltava. Painotuksen taustalla kerrottiin olevan myös sen, että toimituksen pienestä koosta ja resursseista johtuen Nelosen uutistoimituksella ei ollut mahdollisuuksia lähteä kilpailemaan tiedollisessa kilpajuoksussa esimerkiksi kansainvälisten yhtiöiden kanssa.

Nelosen uutistoimituksen haastattelukertomuksissa korostuivat kaikista toimituksista eniten niukkojen resurssien asettamat uutisoinnin reunaehdot. Kriisitilanteessa korostettiin sitä, että vain relevantit uutistiedot voitiin hankkia, ja muutoin korostettiin silminnäkijöiden ja -kokijöiden roolia uutisoinnissa. Tämän vuoksi oli myös tärkeää, että Nelonen lähetti oman toimittajan kriisipaikalle. Taloudellinen niukkuus näkyi myös muun muassa siinä, että kotimaahan jäävän toimittajakaartin kerrottiin kuormittuvan liikaa, mikäli väkeä lähetetään ulkomaille uutistehtäviin pitkäksi aikaa. Myös juhlapyhien vähäisemmän työvoimareservin kerrottiin ainakin tsunamiuutisoinnissa vaikuttaneen uutisoinnin onnistumiseen. Nelosen uutistoimituksessa uutistoiminta oli vuonna 2006 järjestetty perinteisin keinoin kuvaaja-toimittaja-työparilla ja yhteydensaanti satelliittilinkein. Kustannuspaineiden uskottiin ohjaavan toimitusta entistä enemmän uusien nettivetoisten lähetysformaattien ja tekniikoiden käyttöön.

Päällikköhaastateltava piti Nelosen uutisorganisaatiota toimivana. Sen sijaan toimittajahaastateltava arvosteli toimintaa huomattavasti enemmän, muun muassa tiedonkulkua oman toimituksen sisällä sekä toimituksesta kriisialueelle. Päällikköhaastateltava edusti integraatioparadigman mukaista organisaatiokulttuurin näkemystä, jossa korostetaan ehyttä arvojen ja ideaalien käytännön harmoniaa päivittäisten ratkaisujen kanssa sekä sitä, että päällikkötaso on vastuussa organisaation toimivuudesta. Toimittaja edusti kertomuksissaan enemmän organisaatiokulttuurin differentiaatioparadigmaa, joka fokusoiti kon-



sensuksen puuttumiseen ja johtajiston ulkopuolelta nousevaan omaan toimintakulttuuriin. Hierarkkinen ja toisinaan käskyttävä esimiestyyli sai toimittajalta kritiikkiä. Erityisesti kriisitilanteissa toivottiin, että tilannearviointi olisi kriisi-alueella työskentelevällä toimittajalla. Kritiikkiä sai osakseen myös se, että internetistä ei toimituksessa osattu hakea riittävästi tietoja kriisitilanteesta. Netin käyttöön liittyi myös toisenlaista kritiikkiä, varsinkin nuorempia toimittajia arvosteltiin siitä, että he eivät enää tartu puhelimeen yhtä innokkaasti ja käytä perinteistä journalistista tiedonhankintaa, vaan etsivät uutis- ja yhteystietoja ainoastaan netistä. *”Ne ajattelee, että jos sitä ei ole Googlessa, niin sitä ei ole olemassa lainkaan”*, totesi Nelosen päällikköhaastateltava. Nelosen uutiset valmisteli netti-uutisoinnin uudistusta haastatteluhetkellä kesällä 2006.

Byrokratian tendensseillä kuvattuna Nelosen uutisissa oli tsunamin aikana havaittavissa hierarkisoitumista, asemien eriarvoistumista sekä auktoriteetin rakenteellistumista. Organisaation hierarkisoituminen rajoittaa toimintamahdollisuuksia, hidastaa reagointinopeutta ja jäykistää reagointivalmiutta. Erityisesti tsunamin aikana byrokratiatendenssit näyttäytyivät nojautumisena ylempänä hierarkiassa olevien näkemyksiin esimerkiksi siitä, milloin toimittaja pitää lähettää kriisialueelle, tai miten kriisialueella olevia toimittajia ohjeistettiin.

Aiemmissa tsunamitutkimuksissa erityisesti MTV3 sai kiitosta uutisoinnin onnistumisesta. Mörän (2005) tutkimuksessa todettiin, että MTV3 hylkäsi nopeasti viranomaisvetoisen kuvan kriisistä ja teki omien tietolähteidensä pohjalta jo tapaninpäivänä tilannearvion, jonka perusteella toimittaja lähetettiin kriisialueelle. Aiemmissa tutkimuksissa on kuitenkin hyvin vähän käsitelty sitä, miksi itsenäisten johtopäätösten tekeminen ja pikainen lähteminen kriisipaikalle olivat erityisesti MTV3:ssa mahdollista verrattuna muihin sähköisiin medioihin, vaikka kaikilla toimituksilla oli käytössään ammattitaitoisia journalisteja.

Haastatteluanalyysissäni nousi esiin MTV3:n osalta selkeästi erilainen työskentelyilmapiiri. Kaikki haastateltavat totesivat kuin yhdestä suusta, että erityisesti kriisitilanteet olivat MTV3:n uutistoimitukselle näytön paikka ja onnistumisen mahdollisuus. Haastateltavat kertoivat olevansa pääosin erittäin tyytyväisiä oman uutistoimituksensa kriisitilanteen toimintaan, ja tämä tyytyväisyys huokui yhtenäisesti kaikista haastateltavista, niin päälliköistä kuin toimittajistakin. Kyseessä oli merkittävä ero muihin haastattelemiini toimituksiin verrattuna. Niin toimittajat kuin päällikötkin jakoivat saman integraatioparadigman mukaisen toimituskulttuurisen kertomuksen siitä, että MTV3:n uutistoimitus oli toimiva kriisiorganisaatio ja siitä ollaan ylpeitä. Lisäksi toimittajilla oli kova yrittämisen ja onnistumisen halu erityisesti isoissa uutistilanteissa.

MTV3:ssa oli pohdittu organisaation toimintakulttuurin merkitystä toiminnan onnistumisessa. Sen tuloksena uutisiin oli syntynyt matala päätöksentekohierarkia ja nopea päätöksentekokulttuuri sekä välittömät vuorovaikutussuhteet ja onnistumisista palkitseminen. Lisäksi haastattelukuvauksista välittyi yhteinen toimituskulttuurinen vastuunkanto ja niin sanottu talkoohenki.

*”Meil on kyl hirveen paljon tän tyyppisissä tilanteissa tällaista talkoohenkeä, että nyt laitetaan vähän aikaa kybällä ja sitten taas voidaan vähän huilata ja semmoistahan ei voi toimituksen johto alkaa määrätä, vaan sen tarttee tulla tavallaan semmoisena si-*

säsyntyisenä haluna tehdä mahdollisimman hyvää, ja että ollaan ylpeitä siitä jäljestä.”  
(Päällikkö, MTV3)

Toimituksessa tiedostettiin oma piskuisempi asema sekä taloudelliset reunaehdot suhteessa kansainvälisiin kilpailijoihin ja koko Yleisradion uutis- ja ajankohtaiskoneistoon verrattuna. Strategiaksi olikin valittu kilpailu sillä sektorilla, jolla kilpailu oli mahdollista voittaa eli kriisiuutistilanteen alkuvaiheessa, jolloin uutisvoittoja pyritään hakemaan nopeudella, luotettavuudella ja kansalaisnäkökulmalla sekä sillä, että primäärilähteille yritettiin mennä mahdollisimman nopeasti.

”Kansainvälinen vertailu on tullut meille aika rankaksi ja ihmiset seuraavat matkoiltaan muutenkin satelliitin välityksellä kansainvälisiä uutiskanavia BBC:tä, CNN:ää ja ne on tottuneet näkemään suoria sieltä täältä ja tuolta ja tottuneet siihen, että globaali kansainvälinen uutistoimitus toimii näin, joten ei me voida kokonaan siitä irrottautua täällä peräkylässä. Kyllä me joudumme toimintamalleja omaksumaan sieltä, mutta siinä on vaan se surullinen puoli, et erittäin pienillä taloudellisilla resursseilla. Mutta yritetään sitten tehdä täsmäiskuina aina silloin, kun jotain erityistä tapahtuu.”  
(Päällikkö, MTV3)

Käytännön toimintamallit on hiottu mahdollisimman taloudellisiksi: videojournalistit, yksinkäyttö, monimediatoimittaminen sekä juttumateriaalien lähettäminen netin kautta. Toimitus kertoi haluavansa olla etulinjassa uuden teknologian käytössä sekä kansalaisvuorovaikutteisuuden nostamisessa sähköisen uutistyön ytimeen. Ulkomaantoimittajat kertoivat saavansa vaihtelevasti tukea työlleen Pasilasta, toisinaan sisäinen tiedonkulku organisaatiossa oli mutkikasta. Toimittaja joutui kentältä selittämään samat asiat monelle päällikölle erikseen, mutta tsunamin aikana kenttätoimittajan tukeminen oli toimituksessa järjestetty ensiluokkaisesti. Yksi uutispäällikkö oli valjastettu täysin palvelemaan Thaimaassa työskentelevää kriisitoimittajaa. Tämä taustatoimittaja syötti netistä löytyviä epävirallisia kadonneiden ja löytyneiden tietoja koko ajan kenttätoimittajalle uutisoinnin tueksi.

”Meillä oli uutispäällikkö kokonaan omistautunut tähän Sukellus.fi-sivuston lukemiseen Helsingissä, ja hän kertoi (kriisitoimittajalle Thaimaahan) koko ajan tietoja ja yhteyksiä tekstiviestein.” (Ulkomaantoimittaja, MTV3)

Markkinoiden ehdoilla toimivan kaupallisen uutistoimituksen kivijalkana ovat kiinnostavuus ja luotettavuus, ja sitä kautta saatavat uutisten katsojamäärät ja netin kävijämäärät. MTV3:ssa tärkeänä katsojia houkuttelevana eli kiinnostusta lisäävänä uutiskriteerinä pidettiin uutistiedon koskettavuutta eli kansalaisten tunnetason läsnäoloa uutisissa. Tunnetaso nähtiin myös luotettavuutta lisäävänä uutiselementtinä eli tiedollisen informaation syventäjänä. Toimituksella ei nähty olevan mitään historiallisia tai kulttuurisia paineita miellyttää muita kuin tv:n katsojia, ja sitä kautta saada mahdollisimman suuri yleisö kanavalle ja mainostuloja taloon. Toimitus näki tulevaisuuden mittavana haasteena siirtymisen deadline-ajattelusta reaaliaikaiseen online-ajatteluun, jonka uskottiin muuttavan toimintatapoja vielä nykyistä nopeatempoisemmiksi ja lisäävän toimittajien työmäärää entisestään. Journalistisena haasteena pidettiin sitä, mi-

ten tulevaisuudessa löydetään, järjestetään ja arvotetaan oleelliset tiedot valtavasta kansalais- ja nettitiedon määrästä ja silti säilytetään uutisoinnin luotettavuus nopeatempoisessa uutistyydyssä. Nettitiedot pyrittiin aina varmistamaan useammasta kuin yhdestä lähteestä. Toimituksessa todettiin jo vuonna 2006, että myös nettiyhteisö itse valvoo yleisessä jakelussa olevan tiedon paikkansa pitävyyttä varsin tehokkaasti. Työn rasitteina pidettiin uuden teknologian käytön aiheuttamaa stressiä ja työmäärän kasvua. Lisäksi todettiin, että yhteistyötä multimediatoimituksen ja Huomenta Suomen kanssa pitäisi vielä parantaa. Rajalliset resurssit tuntuivat konkreettisesti myös toimituksen selkänahassa, eli mikäli toimitus käytti kriisiuutistilanteessa normaalia enemmän rahaa, oli se sitten myöhemmin pois muusta uutistoiminnasta.

MTV3:n uutisorganisaatiossa toimi vuonna 2006 myös Multimediatoimitus, joka teki perussähkeet kaikkien MTV3:n uutistoimitusten käyttöön. Internetpalveluiden uudistaminen oli haastatteluhetkellä nostettu Multimediatoimituksen uutistyydyksen strategiseksi kärkihankkeeksi. Uutistoiminnassa oli vahva nopeuden ja kattavuuden korostus, mutta ehdottomasti kansalais- ja silminnäkijätietojen painotuksella. Toimituksen tavoitteena oli lisätä kansalaisjournalistien käyttöä uutistyydyssä. Kansalaisjournalistien käytöllä haluttiin saada lisää vuorovaikutusta, kustannustehokkuutta ja uutisvoittoja tilanteissa, joissa oma toimittaja ei ehdi kriisi paikalle kuin vasta tuntien päästä tapahtumista. Tätä varten toimitus halusi vuonna 2006 rekrytoida kansalaisia tuottamaan kuvamateriaalia ja silminnäkijäraportteja erilaisista uutistilanteista. Lisäksi kansalaisjournalismin korostamisen kerrottiin heijastavan arvostusta tavallisia ihmisiä kohtaan poliittisen eliitin tai virkamiesten sijaan.

Kansalaisjournalismin uudistuslinja oli kaksijakoinen: toisaalta kansalaisjournalismilla haluttiin saada uutta imagoa ja kilpailuetua, mutta samalla haastattelupuheista kävi ilmi, että sillä myös haluttiin paikata journalistista resurssipulaa. Kansalaisjournalismin käytön lisäämishalu toi esiin myös ristiriitoja sen suhteen, mitkä ovat toimituksen journalistiset periaatteet kansalaistiedon käytön suhteen, ja miten uutistyydyssä vaadittava luotettavuus saadaan kansalaisuutisoinnissa säilytettyä. Haastatteluissa oli myös havaittavissa jonkinasteista epävarmuutta sen suhteen, onko tällainen kansalaisten toimittama tieto niin sanotusti oikeaa uutistietoa, ja millä resursseilla kansalaistiedon tulvaa jatkossa hallitaan ja käsitellään. Pohdinnassa oli myös se, kuinka paljon tällainen kansalaisjournalistien paimentaminen syö lopulta toimituksen resursseja.

Koko MTV3:n organisaation osalta mielenkiintoinen huomio oli se, että toimituksen kaikkien toimittajien ja päälliköiden kertomukset kriisitilanteiden organisaatiosta olivat merkityssysteemeiltään hyvin samankaltaisia, mikä osoittaa organisaatiokulttuurin vahvaa yhdenmukaisuutta. Toimitus toimi integraatioparadigman konsensuksen ja konsistenssin mukaisesti, jolloin yrityksen arvot ja ideaalit olivat harmoniassa organisaation päivittäisten ratkaisujen kanssa. Konsensus puolestaan kertoo siitä, että eri puolilla organisaatiota työskentelevillä henkilöillä oli samantyyppisiä näkemyksiä organisaation arvoihin ja toimintaan liittyvistä asioista. Tässä integraatioparadigman mukaisessa organisaatiossa

tiomallisissa MTV3:n johtoporras oli haastattelukertomusten mukaan onnistunut luomaan yhtenäisen, yhteisöllisen ja epäbyrokraattisen toimintakulttuurin.

Toimintatapa muistuttaa byrokraattista organisaatiota enemmän demokraattisen päätöksenteon tapaa, joka on mahdollista vain, mikäli työntekijät ovat vahvasti sitoutuneita organisaation arvoihin ja mikäli organisaatiossa on mahdollisimman vähäinen työnjako, jolloin toimittaja voi käytännön tilanteessa alkaa vaikka itse nopeasti järjestää lentoja kriisialueelle. Ja kun toimittaja myös kuvaa materiaalinsa itse, hänen ei tarvitse sovitella kuvaajan aikatauluja ja läh- töhaluja omiinsa. Myös vähäinen eriytyminen organisaation jäsenten välillä oli merkille pantavaa eli se, että toimittajat uskalsivat soittaa pomolle ja vinkata, että nyt pitäisi nopeasti lähteä kriisialueelle. Tavalliset rivitoimittajat uskalsivat myös soittaa hieman kokemattomalle uutispäällikölle ja patistella, että nyt pitäisi alkaa miettiä ylimääräisten uutislähetysten lisäämistä lähetykskaavioon. Tämänkaltainen epämuodollinen ja demokraattinen päätöksenteko ja korkea sisäinen motivaatiotaso olivat MTV3:n toimituksessa haastatteluanalyysien perusteella tunnusomaista. Käytännöt kuvastavat työyhteisön yhteishenkeä, onnistumishalua, matalaa hierarkiaa ja avointa keskustelukulttuuria, mitkä tekijät edesauttoivat kriisitilanteissa onnistumista. MTV3:n organisaatiossa korostui myös tehokkaalle organisaatiolle tyypillinen suorituksia korostava ja ihmiskeskeinen ilmapiiri.

Olennaista demokraattiseksi koetulle organisaatiolle on se, että alaiset saavat osallistua ja vaikuttaa työhönsä ja tiedostavat oman henkilökohtaisen vastuunsa organisaatiota ja ryhmää koskevien päämäärien tavoittelussa. Tulok- sena on yksilötasolla korkea suoritusmotivaatio, joka johtaa sisäiseen työtyty- väisyyteen, positiivisiin ryhmäasenteisiin ja usein myös onnistumisiin uutisti- lanteissa. (Juuti 1999, 249.)

#### 4.3.2 Ensikäden lähteillä

Ylen toimittajahaastateltavien mukaan kriisialueella työskentelevän toimittajan merkitys tv:n katsojille ja radion kuuntelijoille on merkittävä. Ensikäden lähteil- lä työskentelevä toimittaja kertoo kriisistä ihmisen kokoisia tarinoita ja välittää suomalaissilmin kerrottua ja suomalaisia kiinnostavaa tietoa paikan päältä. Ylen päällikkötasolla puolestaan korostettiin sitä, että toimittajan lähetyspäätös- tä pohdittaessa joudutaan aina huomioimaan myös taloudellisten resurssien käyttö. Kriisitoimittajan lähettämiseen liittyvä päätöksenteko ja siihen liittyvät ongelmat kohdistuivat Yleisradiossa ennen kaikkea organisaation tasolle. Lähe- tyspäätös liittyi haastattelukertomusten mukaan ennen kaikkea arvioon resurs- sien järkevästä käytöstä sekä yleiseen johtamis- ja työskulttuuriin. Päälliköiden oli kriisin alkuvaiheessa tehtävä varsin hatarin tiedoin päätöksiä siitä, kannat- taako toimittajaa lähettää kalliille ulkomaankeikalle.

*”Se on se hyötynäkökohta, että vaatiiko se oman henkilön lähettämistä paikanpäälle, vai tuleeko sieltä ensivaiheessa kuvaa muutenkin. Ja onko se sitten parhaassa käytös- sä se meidän resurssi, jos tehdään tiettyyn vaiheeseen asti Pasilasta. Sitä asiaa mieti- tään ja katsotaan sitten, missä vaiheessa kannattaa paikanpäälle lähteä. Tämä on se harkinta, minkä kanssa ollaan tekemisissä.” (Päällikkö, tv-uutiset)*

Toimittajien mielestä tämän kaltainen resurssien laskeskelu johtaa usein päätöksenteon hidastumiseen, jolloin kriisitoimittajan lähetyspäätös lykkääntyy ja uutisoinnista myöhästyy.

”Pitää uskaltaa vetää niistä hatarista alkutiedoista johtopäätöksiä. Ja hyvin usein niitä johtopäätöksiä ei uskalleta tehdä, vaan tehdään vaan se johtopäätös, että katsotaan myöhemmin, ja silloin se (kriisitoimittajan lähetyspäätös) on jo usein myöhäistä.” (Toimittaja, tv-uutiset)

”Muistan silloin tsunamin aikanakin, kun käytiin tätä keskustelua, että lähetetäänkö vai eikö, ja missä järjestyksessä ja mihinkä koneeseen päästään. Myönnän kyllä, että aikailtiin siinä, että oltaisi saatu oma ihminen sinne paikan päälle.” (Päällikkö, Radiouutiset)

Organisaation toiminnan taustalla vaikuttavan ideologian näkökulmasta voidaan pohtia, vaikuttiko erityisesti tv-puolen päällikkötasolla näyttäytyvä asia- ja viranomaiskeskeinen painotus kriisitoimittajan lähetyspäätökseen. Onko toimituksen asiallisuutta korostava viranomaisdiskurssi sellainen, joka hidasti pääasiassa ihmisläheisiä (tunteellisia, kiinnostavia) juttuja tekevän kriisitoimittajan lähettämispäätöstä? Asiakeskeisiä juttuja, eli suomalaisviranomaisten haastatteluita ja studiossa istuvien asiantuntijoiden kommentteja, saa usein myös edullisemmin tehtyä kuin katastrofin uhrien tunnelmia kriisipaikalta välittäviä reportaaseja.

Nelosen uutisissa kentälle lähetetyllä kriisitoimittajalla oli tärkeä ja journalistisesti arvostettu tehtävä välittää uutistapahtumat ihmisten kokemien tunteiden ja kohtaloiden kautta suoraan paikan päältä. Kotitoimituksen tehtäväksi jäi kriisiin liittyvien faktojen kerääminen. Tavoiteltu journalistinen päämäärä kytkeytyi kaupalliselle uutistoiminnalle tyypilliseen markkinataloudelliseen ideologiaan. Kaupallisen ideologiatason uutistoiminnassa korostuvat ihmisläheisyys, kiinnostavuus ja koskettavuus, joiden kautta Nelosen uutisille saadaan katsojia, ja sitä kautta lisää mainosrahaa. Koska läsnäolo ja silminnäkiäjät olivat korostetusti esillä Nelosen kriisiuutisoinnissa, kriisitoimittajan lähetyspäätöstä pidettiin korostuneessa asemassa myös uutisoinnin onnistumisessa. Nelosen uutisten haastattelukertomuksista kävi ilmi, että organisaation johtamis- ja työ- kulttuurin kerrottiin myös vaikuttavan lähetyspäätökseen.

”Vastaavalla päätoimittajalla on viimekädessä vastuu, koska siinä liittyvät raha-asiat ja usein myös turvallisuustekijät, mutta samalla pyritään tekemään mahdollisimman nopeasti, että aina otetaan lähtökohdaksi, että lähdetäänkö tuonne.” (Päällikkö, Nelosen uutiset)

Erityisesti tsunamin kokemusten jälkeen oli ollut paljon keskusteltua siitä, että hitaaksi ja jossain määrin byrokraattiseksi koettua lähtöpäätöstä pitäisi jatkossa nopeuttaa. Organisaation päätöksenteosta kerrotuissa esimerkeissä on nähtävissä sekä toimituksen sisäistä kritiikkiä, että myös itsekritiikkiä kriisitilanteen päätöksenteon ammattimaisuudesta. Vaikka toimittaja arvosteli esimiehiään kriisitoimittajan lähetyspäätöksen hitaudesta, hän otti myös itse vastuun uutisoinnin onnistumisesta ja oli sitä mieltä, että olisi myös itse voinut olla aktiivisempi kriisipaikalle lähdön suhteen.

”Tsunamin aikana se lähdön viivästyminen johtui kai siitä samasta kun kaikkialla muuallakin, että oli joulupyhät takana ja kukaan ei ehkä ottanut riittävän selkeästi sitä vastuuta ja päätöstä itselleen, että nyt lähdetään. Yhtälailla voisin syyllistää itseäni siitä, että miksi minä en soittanut päätoimittajalle silloin yöllä ja alkanut pakata kamoja, jolloin olisin ollut ensimmäisessä koneessa aamulla.” (Toimittaja, Nelosen uutiset)

Varsinainen kriisitoimittajan lähetyspäätös kytkeytyi Nelosen uutisissa merkittävästi organisaatiotason taloudellisiin seikkoihin, jolloin selkeänä hegemonisena diskurssina korostuivat raha ja resurssit. Nelosen päällikkö piti kriisipäätöksentekoprosessia organisaatiotasolla toimivana, mutta toimittajalta tuli kritiikkiä hitaudesta, rohkeuden puutteesta sekä ammattitaidottomuudesta.

”Lähtöpäätöksen nopeassa tekemisessä heijastuu myös tietty ammattimainen suhtautuminen aiheeseen eli kyky arvottaa nopeasti ja panostaa nopeasti aiheisiin, jotka muuttuvat ja voivat muuttua kriiseiksi. Työnteko ulkomailla on kuitenkin niin paljon hitaampaa ja niin paljon työteliäämpää niin sinne päähän pitäisi lähteä nykyistä nopeammin, että saa enemmän aikaa perillä ja se näkyy sitten heti jäljessään.” (Toimittaja, Nelosen uutiset)

Kritiikkiä sai osakseen myös toimituksen vähäinen tuki kriisialueella työskentelevälle toimittajalle. Tämä näkyi muun muassa siinä, että taustatietoja ei toimitettu riittävästi kriisitoimittajalle. Ongelmana koettiin myös esimiesten hierarkiseen asemaan perustuva valta ja tapa ohjeistaa kentällä olevaa toimittajaa.

MTV3:n uutisissa isoissa uutistilanteissa kentälle piti saada heti oma toimittaja, koska MTV3:n uutiskäsityksen mukaan kenttäreportterin tehtävänä on lisätä kriisiuutisoinnin ihmisläheistä tietopohjaa kotitoimituksen keräämien faktatietojen elävöittämiseksi.

”Kriisitoimittajan tehtävä on kertoa ihmisten tarinoita, välittää tunnelmia ja lisätä sitä kautta kriisin tietopohjaa. Uutistieto jää usein vajaaksi, jos kerrotaan pelkästään luvut ja muut niin sanotut kylmät faktat. Kriisin ymmärtämisen kannalta tärkeämpää on tietää ihmisten kertomusten kautta, mitä tämä yksilötasolla heille merkitsee.” (Toimittaja, MTV3)

Uutisten tietopohjan syventämisen lisäksi tunnelmien ja ihmistarinoiden välittäminen liittyvät MTV3:n yhteydessä aiemminkin todettuun markkinatalouden ideologiatasoon, joka kytkeytyy median ulkopuolisen tason eli yleisön odotuksiin uutislähetyksistä. Korostuneessa asemassa ovat nopeus, kiinnostavuus ja koskettavuus, joiden kautta saadaan uutisille katsojia, ja sitä kautta mainosrahaa. Kriisin onnistunut uutisointi kerää katsojia ja lisää toimituksen mainetta, jolloin myös mainostajat ovat tyytyväisiä kanavan tarjontaan. MTV3:n uutistyön onnistumisen voidaan nähdä tiivistyvän Shoemakerin & Reesen mallin organisaation toimintakulttuurin tasolle. Kriisitilanteen päätöksentekorganisaatiota ja kriisitoimittajan lähettämistä kuvataan haastattelukertomuksissa epäbyrokraattiseksi, intuitiiviseksi, yhteisvastuulliseksi ja taloudellisesti tehokkaaksi.

”Meillä on valmius lähteä heti, jos tarve vaatii. Meillä on aika lyhyet nämä käskytyt ja mahdollisimman pieni byrokraltaatan tämä organisaatio.” (Toimittaja, MTV3)

”Mä rupesin heti aavistamaan, että tämä on jotain paljon pahempaa. Ja suunnilleen tuntia myöhemmin rupesin vaivaamaan meidän pomoja, että pitäisiköhän sinne lähteä, vaikka oli sukulaiset tulossa kylään ja kaikkea. Tunsin, että tämä on tärkeää ja sitten ruvettiin puuhaamaan kyytejä.” (Toimittaja, MTV3)

Kun yllä mainittuihin organisaatiotekijöihin yhdistetään vielä taloudelliseksi hiottu juttutuotanto, niin todennäköisyys tehdä nopeita kriisitoimittajan lähetyspäätöksiä MTV:n uutisorganisaatiossa on suhteellisen suuri.

”Nyt kun toimin yksinkäyttövideojournalistina, voin ehdottaa melkein mitä tahansa keikkaa missä päin tahansa maailmaa ja se hyväksytään, kun taloudelliset kulut siitä matkasta ovat pudonneet viidennekseen aiemmasta. Toimin yksin enkä käytä satelliittilinkkiä, vaan lähetän sen jutun pakattuna netin kautta.” (Toimittaja, MTV3)

### 4.3.3 Journalismiin vaikuttavat hierarkkiset tasot

Tsunamiin keskittyvässä vuoden 2006 tutkimuksessani kiinnostuksen kohteena oli erityisesti se, minkälainen merkitys kriisiuutistilanteen organisoitumisen alkuvaiheessa oli yksilöllä, organisaatiolla tai organisaation toiminnan taustalla vaikuttavalla ideologialla. Käytin analyysissä apuna Mörän (1999) kehittämää liaanimallia, joka on vuorovaikutteisemmaksi ja orgaanisemmaksi muokattu versio Shoemakerin & Reesen (1991) journalismiin vaikuttavista hierarkkisista tasoista. Rakennemallin ylin taso on ideologian taso, jossa fokus on siinä, minkälaiset arvot ja ideologiat yhteiskunnassa ja sitä kautta mediayhtiössä ja toimituksessa hyväksytään ajattelun ja organisaation toiminnan perusteiksi. Tällaisia arvoja ovat muun muassa valtiokeskeisyys, markkinoiden vapaus tai yksilöllisyyden korostus. Median ulkopuolisella tasolla vaikuttavat muun muassa käytettävissä olevat lähteet, lainsäädäntö, mainostajat ja yleisön odotukset. Organisaatiotasolla median sisältöön vaikuttavat organisaation nykyiset tavoitteet, johtamiskulttuuri ja johtamistapa, toimituksen käytössä olevat resurssit ja omistussuhteet sekä se, minkälaisessa roolissa kukin toimija organisaatiossa on, eli minkälaista valtaa kriisitilanteessa toimivat henkilöt organisaatiossa tosiasiaa käyttävät. Lisäksi organisaation tasolla todentuu journalistien sosiaalistaminen organisaation arvoihin ja tavoitteisiin. Näiden jälkeen mallissa tulevat vielä mediarutiinit ja yksilötaso. (Shoemaker & Reese 1991.)

Kriisiuutisoinnin onnistumiseen merkittävästi vaikuttavat organisaation toimintakulttuuri ja mediarutiinit eivät synny tyhjiössä, vaan niihin kietoutuu oleellisesti toimituksessa vallalla oleva ideologia eli niin sanottu ”historian saatossa vakiintunut luonnollinen tapa toimia”. Samuel Becker (1984) kuvaa ideologiaa kontrolliksi, jota pidämme luonnollisena tai itsestään selvänä – jopa näkymättömänä. Tämä ”luonnollinen tapa toimia” eli toimituksen ideologiapohja on syntynyt aikojen saatossa muun muassa toimituksen omistus- ja arvoilman sekä vakiintuneiden toimitusnormien ja rutiinien muovaamana. Tutkimuksessani selvisi, että toimituksessa vallalla oleva ideologia vaikutti taustalla myös toimitusorganisaation uutisrutiineihin.

Alla oleva kuvio uutistiedon rakentumisesta tuo esiin uutistiedon taustalla vaikuttavat eri tasot. Vaikka kehät ovat erillisinä olemassa, ne ovat myös vuorovaikutuksessa toistensa kanssa.

KUVIO 2 Uutistiedon rakentumisen taustavaikuttajat



Kriisiuutistilanteen onnistumisen taustalla vaikuttava ideologinen ilmapiiri heijastui organisaation toimintakulttuuriin, toimintamalleihin ja sitä kautta myös yksittäisten journalistien työkäytäntöihin. Esimerkiksi siihen, jäätiinkö toimituksissa odottelemaan viranomaistiedotusta ja viranomaisvarmistuksia, vai lähdeittiinkö nopeasti rakentamaan omaa kuvaa uutistilanteesta, vaikka se olisi ollut ristiriidassa ns. virallisen totuuden kanssa. Omat havaintoni uutisorganisaatioiden toimintatavoista poikkeavat jossain määrin Juho Rahkosen aiemmas- ta (2005) tutkimusanalyysistä. Hänen mukaansa organisaatiossa vallitseva ideologinen taso ei ole niin määräävä tekijä kuin Shoemakerin & Reesen mallin tiukka tulkinta antaisi odottaa. Haastatteluanalyysini mukaan organisaation ideologiataso vaikutti tsunamin aikana uutistoimituksen toimintakulttuuriin, ja sitä kautta se myös määritteli organisaation toimintamallia suhteessa viranomais- ja kansalaislähteiden käyttöön. Painotuserot teorian tulkinnoissa voivat olla pieniä, mutta uutisorganisaation toiminnan analyysissä on silti hyvä huomioda, että taustaideologia ja sen myötävaikutuksella organisaatioon vakiintunut toimituskulttuuri ohjaavat konkreettisia uutisrutiineja huomattavan paljon – sekä organisaation tasolla että yksittäisten toimittajan työrutiinien tasolla.

Suomalaisen yhteiskunnan keskeisimpinä ideologiamääritteinä pidetään Shoemakerin & Reesen mallilla kuvattuna markkinataloudellista kaupallisuutta ja viranomaiskeskeistä valtiokeskeisyyttä. Nämä myös painottuivat eri tavoin eri mediataloissa. Vuoden 2006 aineistoanalyysin mukaan Yleisradiossa ideologian tasolla vaikutti vahva valtio- ja viranomaiskeskeisyys, kun taas MTV3:n uutisissa painottuivat markkinataloudellinen kaupallinen toimintamalli sekä lehdistön vapauden ihanne. Toimituksissa vallitsevat taustaideologiat vaikuttivat käytännön tasolla muun muassa uutisoinnissa käytettyjen uutislähteiden arvostukseen ja heijastuivat organisaation toimintaan, esimerkiksi siihen, kuin-



ka aktiivisesti kansalaislähteitä lähdettiin uutisoinnin alkuvaiheessa etsimään ja kuinka paljon kansalaistietoja ylipäättään arvostettiin uutislähteinä. Taustaideologia heijastui siis siihen, keiden välittämää informaatiota uutisoinnissa käytettiin ja minkälaisella painotuksella. Oliko uutisoinnissa arvostetuin ja keskeisin tietolähde kenties viranomaistietoa, kansalaistietoa vai netistä löytyvää ns. epävirallista tietoa.

Yleisradiossa kerrottiin arvostettavan enemmän viranomaislähteitä kuin muita lähteitä, koska viranomaistietoja pidettiin luotettavimpina ja asiallisimpina. Organisaation toimitusrutiineihin kuului myös vahvistaa tiedot aina mahdollisimman korkealta viranomaistaholta. MTV3:ssa puolestaan haluttiin tehdä yleisöä kiinnostavia uutisia nopeasti ja itsenäisesti. Markkinakeskeisyys heijastui organisaation toiminnan tasolle muun muassa siinä, että haastateltavaksi haluttiin kiinnostavuussyistä etsiä tunnepitoisia silminnäköjätarinoita. Myös kilpailuhenkisyys oli leimallista MTV3:n uutistoimitukselle. Kuvaavia sanoja ja puhetapoja olivat: aktiivisuus, tsemppi- ja talkoohenki sekä journalistien yksilöllinen vastuun kanto. Yleisradion haastateltavien organisaatiota kuvaavissa puheissa puolestaan korostuivat yhtiötason byrokraattinen hallinto- ja toimituskulttuuri, joiden kerrottiin heijastuvan negatiivisesti myös käytännön uutistyöhön.

Toimituksessa vallalla olevan taustaideologian ja organisaatiokulttuurin lisäksi merkittävänä reunaehtona kriisiuutisorganisaation alkuvaiheen järjestäytymisessä näyttäytyivät nopean uutistoiminnan aloittamisen kannalta keskeiset organisaation toimitusrutiinit ja resursointi. Resurssit asettivat konkreettiset raamit uutistyön syvyydelle ja laajuudelle eli sille, voitiinko esimerkiksi ulkomaan kriisialueelle lähettää toimittaja nopeasti ilman sen suurempaa harkintaa, vai tarvittiinko päätöksentekoon tarkkaa taloudellista kalkylointia. Toimituksen taloudelliset resurssit ja toimitusrutiineihin liittyvä päätöksenteko, esimerkiksi päätöksenteon hierarkkisuus sekä avainhenkilöiden toiminnallinen kompetenssi, kietoutuvat toisiinsa ja vaikuttivat yhdessä uutisoinnin onnistumiseen. Organisaatiotason resurssit olivat vuorovaikutuksessa myös ideologisen tason kanssa siten, että suurimmat taloudelliset resurssit eivät suoraan taanneet parasta kriisiuutisoinnin lopputulosta. Vaikka toimituksessa olisi ollut käytössä hyvätkin taloudelliset resurssit, kriisitilanteen alkuvaiheen uutisoinnissa voitiin yhtä hyvin myös epäonnistua. Uutisoinnissa saatettiin esimerkiksi myöhästyä, mikäli toimintapäätökset juutuivat organisaation byrokraattisiin ja hierarkkisiin päätöksentekorattaisiin.

*”Lähetyspäätös ei ole ihan yhden miehen päätös. Sanon tarkoituksella miehen, koska ne on miehet, jotka päättää lähdetäänkö. Eli se ei riitä, että mä soitan mun pomolle ja sanon, että tämä näyttää isolta, koska sitten mun pomon täytyy puhua oman pomonsa kanssa ja mahdollisesti senkin vielä täytyy konsultoida jonkun kanssa, et se on liian monipolvinen se päätöksenteko.” (Toimittaja, Yle Tv-uutiset)*

Toisin sanoen hyvätkin resurssit eivät pelasta organisaatiota, mikäli organisaatiokulttuurin muovaavat toimitusrutiinit eivät ole optimaaliset. Konkreettisine organisaation toimitusrutiineineen pidettiin tsunamin aikana muun mu-

assa sitä, että tieto ei kulkenut uutisorganisaation sisällä tai toimintamallissa ei hyödynnetty koko yhtiön resursseja.

”Se oli vähän ihme prosessi, että mekään emme tiedeet sitä heti, että Tv-uutisten ulkomaantoimittaja on siellä Thaimaassa lomalla... et se jotenkin meni vaan vähän kummallisesti, että Tv-uutiset ei kommentanut niitä omia toimittajia töihin, että sitten kun se komennettiin tv:n puolella töihin, niin mekin voitiin radion puolella käyttää sitä.” (Päällikkö, Yle Radiouutiset)

Shoemakerin & Reesen mallin journalismiin vaikuttavien tasojen mallihierarkkinen järjestelmä nostaa mielenkiintoisia seikkoja esiin myös, kun analysoin mallia alhaalta ylöspäin eli yksilötasolta kohti ideologian tasoa. Analysoidessani journalistien haastatteluja kriisitilanteiden organisaatiosta ja toiminnan onnistumisesta, korostui selkeänä tulkintarepertuaari, jonka mukaan yksilön henkilökohtainen tapa toimia kriisitilanteessa on viime kädessä alisteinen organisaatiotason toimintakulttuurille. Toisin sanoen se, millainen kulttuuri ja toimitusrutiinit organisaatiossa vallitsevat, voi joko tukea tai estää journalistin onnistumista kriisitilanteissa. Tämä havainto tukee analyysitulokintaani siitä, että toimitusorganisaation taustaideologia ja sen myötä syntyneet toimitusrutiinit ohjaavat vahvasti myös yksilöiden ja toimitusten toimintaa uutistilanteissa.

Haastatteluaineistosta nostamissani esimerkeissä kuvaan kahden päällikön tilanteita eri uutistoimituksissa tsunamin aikana. Molemmissa toimituksissa kriisitilannetta johti kriisiuutistilanteiden johtamisessa vielä suhteellisen kokematon, mutta muuten pätevä journalisti. Johtamiskokemuksen puute voi olla potentiaalinen riski toimitusten kriisitilanteen uutisoinnin onnistumiselle. Kuten haastatteluissani kävi ilmi, kokemattoman päällikön työ joko onnistui tai epäonnistui sen mukaan, minkälainen organisaation toimintakulttuuri toimituksessa vallitsi. Jos organisaatiossa on vallitsevana työkuulttuurina kollektiivinen dynaaminen vastuunkanto, silloin kokemattomallakin päälliköllä oli hyvät mahdollisuudet onnistua kriisitilanteessa.

”Olin sattumalta töissä silloin itse. Ja meillä oli uutispäällikkönä henkilö, joka ei yleensä ole uutispäällikkönä tai tuottajana, koska varsinaista uutispäällikköä ei ollut ollenkaan, kun oli pyhäpäivä. Soitin hänelle kaksi kertaa, kun olin tulossa töihin, että hei! kova juttu! tehdäänkö ylimäärästä? Hän sanoi vain, että ei tehdä. Jos alkaa suomalaisia mennä, niin sitten vasta harkitaan. Mutta sitten minun ja yhden toisen ulkomaantoimittajan painostuksesta tehtiin kuitenkin ylimääräinen uutislähetys kello 15 tapaninpäivänä. Tällä tavalla se toimii, kaikkien pitää olla aktiivisia ja painostaa, niin sitten tehtiin se ylimääräinen. Ja minun mielestäni me selvittiin hirveän hyvin sinä päivänä.” (Toimittaja, MTV3)

Jos taas organisaatio on byrokraattisesti eriytynyt ja päätöksentekomalliltaan hierarkkinen, kokematon päällikkö voi jäädä liian yksin vastaamaan hänelle auktoriteetin rakenteellistumisen myötä syntyneistä tehtävistä.

”Kyllä uutisten päällikkö aika yksinään on sen päätöksensä kanssa. Hänen on tehtävä se päätös, tehdäänkö ylimääräisiä uutislähetysiä, lähdetäänkö perustamaan kriisistudiota. Kyllä siinä oli yhden ihmisen mietittävänä aika monta asiaa.” (Päällikkö, Yle Tv-uutiset)

Byrokraattisesti eriytyneestä ja hierarkkisesta organisaatiosta kertoo myös esi-merkki, jossa innokas ja motivoitunut kenttätoimittaja olisi oman kertomuksensa mukaan heti ollut halukas ryhtymään kriisiuutistoihin, mutta organisaation työkulttuuri ja jähmeät toimitusrutiinit eivät tukeneet työskentelyä. Kotitoimituksessa tieto ei kulkenut pomolta pomolle, ja kun se vihdoin kulki, kotitoimituksesta ei saanut juurikaan apua tai taustatietoja kentälle. Tällaisen henkilön onnistumisen edellytykset kriisitilanteen työtehtävissä ovat lähtökohdiltaan vähintäänkin hankalat.

”Kun olin 28.12. saanut yhden jutun yli ja oli pitkä päivä takana, niin vastaajassa oli viesti, että hei, mene huomenna suomalaisten ruumiintunnistajien mukaan. Mä mietin, että ketä nämä ruumiintunnistajat oikein on, ja mistä mä löydän ne? Mä olen semmoisella isolla saarella, jossa on ensinnäkin kaaos, ja sitten siellä on ehkä satojatuhansia ihmisiä tai jotakin. Pasilassa ei tajuta, että no, jätänpä tässä nämä yhteyshiedot, tai jätänpä ehkä myös kännykkäni päälle. Kun minulle soitetaan, niin sitten Suomessa jo nukutaan tai jotain - ihan käsittämätöntä!” (Toimittaja, Yle Tv-uutiset)

Aiemmissä tsunamitutkimuksissa kriisiuutistilanteen organisaatiotason onnistumista selitettiin kokeneilla toimittajilla, ensikäden lähteillä ja hyvällä uutisonnella. Koska kaikilla tsunamitutkimukseen osallistuneilla suomalaismedioilla oli käytössään kokeneita toimittajia ja ensikäden lähteitä, jäi toiminnan onnistumisen syiden pohdinta organisaation tasolla aiemmissä tutkimuksissa monilta osin avoimeksi. Haastatteluanalyysini perusteella voin väittää, että vaikka uutisonnea toki aina tarvitaan, silti uutistyössä onnistuminen ei ollut tsunamikaan aikana mitään sattuman kauppaa. Onnistuneeksi koettu uutisointi rakentui toimituksen ideologiapohjan muovaamasta organisaation toimintakulttuurista, joka ohjasi organisaatiossa toimivien journalistien ja toimitusyksikköjen työskentelytapaa.

Konkreettisesti ilmaistuna: kaikilla toimituksilla oli tsunamikriisin alussa potentiaaliset mahdollisuudet onnistua. Haastatteluanalyysini mukaan parhaat mahdollisuudet onnistua oli riittävästi resursoiduilla uutisorganisaatiolla, joissa työskenteli ammattitaitoisia journalisteja. Onnistumista edesauttoivat myös epäbyrokraattinen organisaatiokulttuuri, journalistinen itsenäisyys, vähäinen viranomaiskeskeisyys ja ennakkoluuloton suhtautuminen internetin epävirallisia lähteitä sekä katastrofin kokeneiden silminnäkijätarinoita kohtaan. Leimallista onnistuvalle kriisiuutisorganisaatiolle oli myös se, että toimituksen työ-  
kulttuuri oli yhteisvastuullista, henkisesti matalahierarkkista ja kannustavaa.

## 5 JOKELAN KOULUAMPUMINEN 2007: VERKON KASVANUT ROOLI

Kolme vuotta tsunamista Jokelaan on lyhyt aika suomalaisessa mediahistoriasa, mutta näihin vuosiin tiivistyy uutistoiminnan raju muutos: nettiuutisoiminnan kasvu ja kansalaisten tarjoaman uutismateriaalin, vinkkien, kuvien ja videoiden lisääntyminen uutistuotannossa. Jokelan koulusurmien yhteydessä näyttäytyi konkreettisesti hyökyaaltokatastrofin aloittama nettiuutisointitrendi, jossa kansalaiset ja netin epäviralliset verkostot välittivät nopeasti ja jälkikäteen arvioituna totuudenmukaisesti silminnäkijätietoja ja nettilinkkejä uutistapahtumista. Tsunamin tapaan myös Jokelan yhteydessä kritisoitiin viranomaisten hidasta tiedotustoimintaa. Molemmissa kriisiuutistilanteissa oli leimallista se, että tapahtumia seurattiin poikkeuksellisen aktiivisesti nettiuutissivustojen välityksellä. Jokela-viikolla kaikki uutisia välittäneet verkkosivustot löivät aiemmat kävijäennätyksensä. TNS-gallupin mukaan kärjessä oli Iltä-Sanomat 1 561 100 verkkokävijällään. Toisena oli Iltalehti 1 489 643 kävijällä. Jokelan ensimmäisenä uutispäivänä 7.11.2007 Iltalehden verkkosivuilla vieraili 761 480 verkkokävijää, kun tavallisena arkipäivänä kävijöitä oli vuonna 2007 keskimäärin noin 500 000.

Kuva Jokelan koulusurmista rakentui perinteisissä medioissa vahvasti nettivetoisesti. Koulusurma-uutisoiminnassa kommunikaation keskiössä olivat:

- 1) medioitu viesti** eli Jokelan koulusurmat (kaikilla isoilla mediataloilla vahva uutisointi ja uutiskilpailu nimenomaan verkossa)
- 2) viestin tuottajat** eli ampuja (rakensi viestinsä verkkoon), journalisti, kansalainen (etsivät ja välittivät tietoja verkon kautta) ja viranomainen
- 3) teknologia** eli viestin tuottamiseen ja vastaanottamiseen tarvittava väline, (Jokelan tapauksessa erityisesti verkko)
- 4) mediateollisuus**, joka sääntelee käytettävissä olevia resursseja (verkkouutistoiminnan kehitysvaihe käynnissä)
- 5) konteksti**, jossa katastrofi tapahtuu eli suomalainen (verkottuva) yhteiskunta. (Sumiala ja Tikka 2009, 7 vrt. Crocteu & Hoynes 2003.)

Kommunikaation ytimessä oli klassisesti kolme elementtiä: tiedon siirto, yhteyden rakentaminen ja sanoman kylväminen (Carey, 1994). Jokelassa verkon rooli oli koko kriisin ajan kaikilla tasoilla keskeinen. Ensimmäinen koulusurmaviesti levisi ensin verkon kautta. Verkon kautta rakennettiin myös rituaalista tunnepohjaista yhteisöllisyyttä sekä perinteisen että sosiaalisen median alustoilla. Verkon kautta lopulta myös jaettiin laajalle yleisölle viestiä uutistilanteen kehittymisestä. Jokelassa leimallista oli myös se, että uutisviestit kiersivät verkon käyttäjältä toiselle eivätkä niinkään välittyneet perinteisen joukkoviestintämallin mukaan yksisuuntaisesti lähettäjältä vastaanottajalle. (Sumiala ja Tikka, 2009, 8.)

## 5.1 Uutistapahtuman kuvaus ja kronologia

*”Täällä on joku ammuskeliija, ainakin kolme on kuollut.”* Tällaisia kansalaisviestejä ja uutisvinkkejä alkoi saapua uutistoimituksiin 7.11.2007 heti puolen päivän jälkeen. Sitä, miten nämä sadat vinkit jalostuivat kriisin aikana uutisiksi, selvitän seuraavaksi.

Jokelan kouluammuskelun tapahtumien kulku:

- Klo: 11.13–11.23 koulun oppilas laittaa viimeiset viestinsä verkkoon.
  - 11.28 oppilas sulkee tietokoneensa.
  - 11.42 oppilas ampuu ensimmäisen uhrinsa ja sen jälkeen seitsemän muuta.
  - 11.43 hätäkeskus saa ensimmäisen soiton koulukeskuksesta.
  - 11.44 poliisi saa tiedon ampumisesta.
  - 11.53 koulusta lähetetty viesti MuroBBS-palstalle: ”Jokelan koulu sa ammuskeltu.”
  - 11.55 poliisipartio saapuu koululle, jossa on jo pari ambulanssia.
  - 12.04 poliisi saa yhteyden ampujaan, joka menee sisään ja ampuu itsensä.
  - 12.16 HS kertoi ensimmäisen uutiset kouluammuskelusta verkosivuillaan, paikka tosin oli merkitty virheellisesti Vantaalle.
  - 12.45 Keski-Uudenmaan poliisin ensimmäinen tiedote, jossa mainitaan uhreista.
  - 13.06 Etelä-Suomen lääninhallitus määrää tutkinnanjohton KRP:lle.
  - 13.10 K-U:n poliisin toinen tiedote, jossa ilmoitetaan mistä vanhemmat saavat tietoja, ja että tutkinnan johto on siirretty KRP:lle.
  - 13.50 Keski-Uudenmaan poliisin kolmas tiedote, jossa ilmoitetaan SPR:n kriisinumero
  - 16.00 KRP tiedottaa 1. kerran, ei yhteystietoja, ilmoitus kello 18.00 tiedotustilaisuudesta.
  - 18.00 Poliisin yhteinen tiedotustilaisuus, ei muita viranomaisia.
- Lähde: Hakala, Salli (2010)Koulusurmat verkostoyhteiskunnassa*

Jokela-uutisointi mediassa (päälinjat):

- 12.16 HS kertoi verkossa ensimmäisen uutisen kouluammuskelusta.
- 12.41 IS oli saanut KRP:ltä tiedon, että kuolonuhreja ainakin yksi, mutta uhrin henkilöllisyyttä ei vielä tiedetä.
- 12.53 IS julkaisee uutisen, että kuolleita on ainakin kolme ja tilanne Jokelassa jatkuu yhä. Uutinen perustui poliisin vahvistamiin tietoihin.
- 12.55 MTV3: kertoo ampujasta, että tämä on 18-vuotias lukiolaispoika.
- 14.20 Ampuja on saatu kiinni.
- 16.00 IL uutisoi: Uhreja ainakin seitsemän.

Viranomaistoiminnan ja mediauutisoinnin vertailun kannalta on huomionarvoista se, että poliisi piti ensimmäisen varsinaisen tiedotustilaisuutensa vasta klo 18.00, jonka yhteydessä tiedotusvastuun ottanut KRP kertoi lyhyesti tapahtumat, uhrin ja loukkaantuneiden määrän sekä epäillyn tiedot. Niukasta tiedotuslinjasta huolimatta suomalaismediat hoitivat uutisointia tehokkaasti jo paljon ennen virallista tiedotustilaisuutta, ja tässä työssä medioilla oli apunaan huomattava joukko aktiivisia nettikansalaisia, jotka osallistuivat yhteisöllisesti uutistiedon metsästämiseen. Runsasta kansalaisosallistumista kuvastaa se, että uutistoimituksiin alkoi saapua heti puolen päivän jälkeen kansalaisten lähettämiä uutisvinkkejä ja sähköpostiviestejä, joissa kerrottiin, että Jokelan koulussa liikkuu ammuskelija.

Iltalehden toimitukseen ensimmäinen tieto saatiin omalta toimittajalta, mutta heti sen jälkeen saapui ensimmäinen kansalaiselta saatu uutisvinkki toimituksen sähköpostiin kello 12.03 *"Jokelan lukiossa ammuskelua"*. Osa viesteistä oli lähetetty suoraan tapahtumapaikalta Jokelan koulukeskuksesta vielä poliisi-piirityksen ollessa käynnissä. Kansalaisviesteissä kerrottiin muun muassa: *"Täällä liikkuu joku ammuskelija, ja poliisi on piirittänyt koulun."* Kello 12.53 Iltalehden saapunut kansalaisvinkki kertoi, että myös koulun rehtori on ammuttu. Myös STT:hen ensimmäinen tieto tapahtumista tuli kansalaisvinkkinä. Heti vinkin saavuttua STT:n toimituksesta soitettiin Jokelan rehtorin kännykkään, josta vastasi järkyttynyt siivoja. Hän kertoi, että koululla lojui ruumiita. Kello yhden aikoihin Iltalehden toimitukseen saapui lukuisia kansalaisvinkkejä, joissa oli luonnehdintoja ampujasta, hänen taustaideologiastaan sekä Sturmgeist89 YouTube-manifestistaan. Kaikki Jokelan uutistyöhön aktiivisesti osallistuneet esimiehet arvioivat ihmisten lähettämät viestit erittäin merkittäviksi uutisoinnin etenemisen kannalta.

Kansalaiset olivat todella merkittävässä roolissa: pääsimme vihjeiden avulla kiinni mm. tapahtuman todistajiin. (Päällikkö, uutistoimitus)

Poliisi sai piiritystilanteen haltuun Jokelassa kello 13.55. Mutta jo tätä ennen kansalaisvinkit johdattivat Iltalehden toimitusta syvemmälle ampujan sielunmaisemaan ja henkilöllisyyteen. Vinkkejä tuli muun muassa IRC-galleriaprofiilista ja Rapidshare-tiedostonjakopalvelusta, josta löytyi muun muassa Pekka-

Eric Auvisen Jokela High School massacre -tiedosto: *Tapahtuma: Jokelan Lukion Verilöyly. Kohde: Jokelan Lukio, oppilaat ja henkilökunta, yhteiskunta, ihmisuus, ihmis-kunta. Päivämäärä: 7.11.2007. Hyökkäyksen tyyppi: Joukkomurha, poliittinen terrorismi...* Viestimäärän nopeutta ja runsautta kuvasi se, että pelkästään Iltalehteen uutisvihjeitä ja sähköpostilinkkejä lähetettiin ensimmäisenä koulusurmapäivänä satoja. Lisänä oli vielä runsas määrä vihjepuheluita. Muutamassa tunnissa tapahtuman syitä aktiivisesti selvittävät kansalaiset olivat lähettäneet vinkkejä, joiden avulla koko järkyttävän tilanteen profilointi oli mahdollista. Toimitukseen saapuneet lukuisat kansalaisviestit ja vinkit toimivat ikään kuin uutistyon polttoaineena. Ne käynnistivät ja syvensivät varsinaista uutistystä, joka oli vinkkien ja varmistamattomien tietojen tarkistamista. Mielenkiintoista oli kuitenkin se, että jo muutaman tunnin sisällä ampumisista esimerkiksi Iltalehden toimitukseen oli saapunut lähes kaikki tieto tapahtumasta, tekijästä, oletetusta motiivista ja surma-aseesta. Ainoastaan tarkat tiedot uhrien lukumäärästä puuttuivat, ja nekin tulivat kello 15.41, kun toimitukseen tuli ensimmäinen uhrien tarkan lukumäärän kertova poliisiradion tietoihin viittaava kansalaisvinkki.

## 5.2 Aiempi tutkimus ja kritiikki

Tiedotusvälineiden massiivinen nettiryntäys Jokelan tapauksessa ei saanut pelkkää kiitosta osakseen. Esimerkiksi Journalistiliiton puheenjohtaja Arto Nieminen (HS 30.12.2007) kritisoi Jokelan ammuskelutapauksessa nettiuutisoinnin hektisyyttä. *”Tässä ja nyt, kaikki ja heti. Ilman, että journalistilla on yhtään aikaa mieltä... kaiken sen roinan alle peittyä analysoitu tieto: mistä oikeasti on kyse. Journalistin tehtävä on analyttisen aineiston tuottaminen”*, Nieminen toteaa. Oma kantani oli vuonna 2007 ja yhä edelleen se, että analyttisyyden lisäksi uutisjournalistin tehtävä on välittää tietoa akuutissa tilanteessa mahdollisimman nopeasti. Ensin on kysyttävä ja kerrottava kuka, mitä, missä, jotta voi alkaa analysoida, miksi näin tapahtui.

Ennätykselliset kävijämäärät Jokelan tapahtumista uutisoivilla nettisivustoilla kertoivat siitä, että kansalaisten kiinnostus kriisitilanteen reaaliaikaista nettiuutisointia kohtaan oli suurta. Esimerkiksi Iltalehdessä uutisoinnista saatu palaute kriisin alkuvaiheessa oli lähes yksinomaan positiivista. Ihmiset kiittivät hyvästä, nopeasta ja avoimesta tiedonvälityksestä (toimitukseen lähetetyt kiitokset ovat yleensä aika harvinaisia). Myös kansalaisilta ja innokkailta *”net-tisalapoliiseilta”* saadut lukuisat ja tarkkaa tietoa sisältäneet vinkit kertovat omaa yhteisöllistä kieltään siitä, että toimittajat ja kansalaiset olivat yhdessä rakentamassa kokonaiskuvaavaa, mistä Jokelan järkyttävässä ammuskelutapauksessa lopulta oli kyse.

Valtamedioiden Jokela-uutisointia arvosteltiin jälkikäteen ampujan kuvien julkaisemisesta. Surmaaja rakensi nettiin kuvia ja videoita sisältäneen mediapaketin, jota toimitukset käyttivät laajalti uutisoinnissaan. Tekijän tarkoituksena oli saada mahdollisimman suuri julkisuus ja tietynlainen sankaruus kuoleman jälkeen, ja tässä hän myös onnistui. Ampuja oli suunnitellut mediastrategiaansa

pitkään ja loi itsestään täydellisen ”mediaystävällisen” visuaalisen paketin, joka oli ladattavissa netistä. Hän edusti viestillään aktiivista kansalaisjournalistia synkimmässä mahdollisessa lajityypissä. Uudenlaisen nettiutiskilpailun, visuaalisuuden ja kiinnostavuuden paineessa ampujan kuvia näytettiin ja kierrätettiin sosiaalisen median lisäksi laajalti sekä suomalaisessa että kansainvälisessä mediassa.

Koulusurmaajan kuvien julkaisua perinteisissä medioissa kritisoitiin mediatutkijoiden taholta myöhemmin (mm. Raittila 2008, Sumiala 2011). Tutkijoiden mukaan kuvien innokkaan käytön syynä olivat mediakentän tabloidisatitiokehitys, teknologian tuomat uudet mahdollisuudet julkaista verkkoaineistoa ja nettiuutisoinnin synnyttämä mediakilpailu. Kuvien, nimen ja videomateriaalin julkaisemista perusteltiin muun muassa sillä, että yleisöllä oli oikeus tietää, minkälainen persoona surmaaja oli, ja mitkä olivat hänen itsensä kertomat syyt tuon järjettömän teon taustalla. Myös tiedonvälitykseen oleellisesti kuuluvaa totuudellisen kuvan välittämistä pidettiin yhtenä kuvien julkaisun oikeuttavana tekijänä.

Vaikka julkisuudessa käsiteltiin paljon Jokela-uutisoinnin ylilyöntejä, surmaajan kuvien näyttämistä ja järkyttyneiden oppilaiden haastattelemista, silti tutkimuksen mukaan kaksi kolmesta nuoresta oli sitä mieltä, että media uutisoi Jokelan tapahtumista asiallisesti. Aamulehden Taloustutkimuksella teetätämän kyselyn mukaan 79 prosenttia 15–24-vuotiaista nuorista koki uutisoinnin asiallisena ja vain 17 prosenttia koki uutisoinnin epäasiallisena. Jokela-adressin käyntiin panneet paikalliset nuoret kritisoivat kuitenkin median toimintatapoja: *”Onko sopivaa kärkeä kriisikeskuksen ovella kamerat ojossa? Onko sopivaa kaivella tappajan ja uhrien elämää traagisten ihmiskohtaloitten rakentamiseksi? Onko sopivaa yrittää väkisin päästä ihmisten koteihin tekemään juttua? Onko sopivaa tunkeutua kameran kanssa muistotilaisuuteen kirkkoon?”*

Näin vastaavat uutisoitinta analysoineet tutkijat: Joukkoviestinten uutisointi Jokelan kouluammuskelussa on ollut raakaa, arvioi Tampereen yliopiston mediatutkija Erkki Karvonen (STT 9.11.2007.) Karvosen mukaan myös muissa kuin iltapäivälehdissä oli esiintynyt yksityiskohtaisia kuvauksia, kuinka monia laukauksia ammuttiin, mihin ne osuivat, ja miten esimerkiksi rehtori teloitettiin. *”Tällainen tunteenomainen, yksityiskohtainen ja konkreettinen kuvailu on ollut perinteisesti iltapäivälehtien kauraa. Nyt näyttää kuitenkin siltä, että tämä myyntivaltti on niiltä mennyt ja kaikki mediat kertovat suurin piirtein samat asiat.”* Karvosen mukaan esimerkiksi perjantain (9.11.2007) Aamulehti ja Helsingin Sanomat eivät juuri eronneet Jokela-uutisoinnissaan iltapäivälehdistä.

Uutisoinnissa on tärkeitä kertoa mahdollisimman totuudellinen ja konkreettinen kuva tapahtumista. Myös tapahtuman kokijoiden emootioiden välittäminen kuuluu traagisen uutistapahtuman kerrontaan. Ilman emootioita uutisointi saattaisi jäädä vajavaiseksi ja ulkokohtaiseksi kertomukseksi kokonaistilanteeseen nähden. Kriisipsykologi Salli Saari korostaa, että tapahtuminen kertominen, kertaaminen ja kuvailu ovat median avaintehtäviä kriisin keskellä. Ne kuuluvat osana laajempaan kansalliseen traumaprosessiin, jonka avulla ihmiset voivat lopulta alkaa päästä järkyttävien tapahtumien yli (Saari, 2005).



Eräät median toimintaa arvioineet tutkijat olivat sitä mieltä, että media toimi asiallisesti ja hyvin Jokela-uutisoinnissa. *”Media onnistui tehtävässään”*, totesi sosiaalipsykologian professori Karmela Liebkind Helsingin yliopistosta (STT 11.11.2007). Hänen mukaansa vakiintunut media antoi Tuusulan koulu-tragediasta oikeaa tietoa ja taustainformaatiota. Alussa tietoa sai kaikkein nopeimmin netistä, mikä on Liebkindin mukaan luonnollista tällaisessa äkillisessä, yllättävässä tilanteessa. Myös mediapsykologi Anu Mustonen (STT 11.11.2007) näki median pääosin onnistuneen tehtävässään. *”Tapahtumasta annettiin oikeaa tietoa sitä mukaa kun sitä saatiin. Se poisti pelkoa ja kysymysmerkkejä. Mässäilyltä pääosin vältyttiin”*, kuvaa Mustonen.

Journalisti-lehden silloinen päätoimittaja Johanna Korhonen totesi (23.11.2007) Journalistissa, että yleensä journalismissa on ansiokasta hakea haastateltavaksi ihminen, jota asia koskee. Jokelan kaltaiset tilanteet muodostavat Korhosen mukaan kuitenkin poikkeuksen: *”Järkyttynyttä ihmistä tulee suojella, ja jos sokissa olevalta ihmiseltä on kysyttävä jotain, niin pitäisi kysyä asiasta, ei tunteista.”* Korhosen mukaan surusta olisi parempi kertoa journalistin välityksellä eikä kysymällä siitä asian juuri kokeneilta.

Journalistin on aina tehtävä arvio siitä, pystyykö haastateltava antamaan lausuntoa – sokissa olevalta ihmiseltä on parempi olla kysymättä mitään. Järkyttäneiltä ihmisiltä voi kysyä tilannekuvauksenkin. Suru näkyy kasvoilta kysymättäkin, mutta kyllä surusta pitäisi voida mediassa puhua, mikäli haastateltava itse niin haluaa ja on sellaisissa sielun ja ruumiin voimissa, että näin voidaan tehdä.

### 5.3 Jokela-aineiston analyysi

Analysoin seuraavassa, miten ja miksi uutistoimitukset kertoivat hyödyntävänsä kansalaisten välittämää uutismateriaalia poikkeuksellisen traagisen uutista-pahtuman eli Jokelan koulusurmien keskellä. Miksi verkon voimallinen journalistinen käyttö sai pontta nimenomaan tästä konkreettisesta uutistilanteesta. Tarkastelen myös, miten toimituksissa hyödynnettiin silminnäkijätarinoita, netistä löytyvää kansalaismateriaalia, ja miten kansalaisvihjeet ja vinkit muotoutuivat lopulta uutistiedoksi. Aineistoni perustuu Jokela-uutisointiin osallistuneille yhdelletoista neljän eri mediatalon Jokelan koulusurmien uutisointiin osallistuneelle toimittajalle ja päällikölle lähetetyn tutkimuskyselyn tuloksiin sekä aiheesta käytyihin keskusteluihin. Osa kyselyyn vastanneista halusi säilyttää anonymiteettinsä, joten tämän vuoksi en yksilöi niitä medioita ja journalisteja, jotka tutkimukseen ovat vastanneet. Aloitan analyysini päämäärärationaalisella juonirakenneanalyysillä, joka nostaa esiin uutistoiminnan keskeiset päämäärät, keinot, vastustajat ja vastustuksen organisaatiotason muodot.

Kaikkien haastateltavien kriisiuutisoiminnan keskeiseksi päämäärärationaalisesti tavoitteeksi nousi tiedonjanoisen yleisön mahdollisimman hyvä uutispalvelu. Nettivetoisessa Jokela-uutisoinnissa organisaatiotasolla korostui erityisesti uutistoiminnan nopeus. Kentälle lähdettiin heti, kun tilanteen vakavuus alkoi

valjeta. Vahvasti verkkoon panostaneet toimitukset ohjasivat myös toimittajiaan ensisijaisesti nopeaan nettiraportointiin. Tässä tutkimuksessa mukana olleella sähköisellä medially korostui selkeästi perinteisen median palvelu, nettiuutistoituksen palvelu oli hänen kohdallaan toissijaista. Sen sijaan vahvasti verkkoon panostavilla toimituksilla korostui jo heti kriisin alkuvaiheessa kattava verkkouutisointi.

”Haastattelin neljää poliisia sekä kahta koululaisen vanhempaa ensimmäisen tunnin aikana. Lisäksi valokuvasin tapahtumia. Heti kun sain lisätietoja soitin tiedot toimitukseen nettiä varten.” (Toimittaja, lehti)

Uutistoiminnan käytännön keinoissa korostui se, että kentälle piti saada alkuvaiheessa väkeä riittävä määrä ja mahdollisimman nopeasti. Useimmille toimituksille selvisi varsin pian, että kyseessä oli poikkeuksellisen vakava uutistilanne. Vaikka tilanne ymmärrettiin nopeasti merkittäväksi, silti uutisoinnin alun organisoimisessa oli eroja toimitusten välillä – lähinnä siinä, kuinka isolla voilyymillä paikalle lähdettiin ja miten kenttätoimintaa ohjattiin.

”Varauduimme pahimpaan ja lähetimme heti paikalle kaksi toimittajaa ja kuvaajaa, mikä on enemmän kuin normaalisti. Ohjasimme ensiksi uutisoimaan nettiin, sillä tilanne oli niin sekava alkuvaiheessa, että lehteen tulevista näkökulmista saattoi tehdä päätöksiä vasta myöhemmin. Ohje taisi olla jotenkin: heti raportointia nettiin ja lehteä varten tarvitsemme ihmisiä.” (Päällikkö, lehti)

”Saimme tiedon ammuskelusta ja lähdin omasta intressistäni kuvaajan matkaan. Silloin ei vielä tiedetty, kuinka vakavasta asiasta kyse. Jokelassa meitä odotti sekasortoinen tilanne. Paniikissa olevia nuoria juoksi kirkon tiloihin pienissä vaatteissa.” (Toimittaja, radio ja tv)

Silminnäkijähaastateltavien tiedot nousivat nopeasti arvoon kaikissa toimituksissa, koska viranomaistiedotus oli ensimmäisenä uutispäivänä niukkaa.

”Poliisilta ei saanut asioille mitään vahvistusta. Opettajat tiesivät tilanteesta parhaiten. Luotin myös opettajiin silminnäkijälähteinä, koska he olivat olleet itse ammuskelun kohteena ja olivat itse nähneet tilanteen.” (Toimittaja, radio ja tv)

Kotitoimituksen työkuvan keskiössä olivat kansalaisvinkkien seulominen ja nettitietojen varmistaminen. Pirstaleisista epävirallisista tiedoista piti luoda mahdollisimman kattava tilannekuva yleisölle, joka kaipasi tietoa. Tietoja kerättiin, jaettiin ja julkaistiin sitä mukaa, kun niitä saatiin vahvistettua. Kansalaisilta tulvi ennätysmäisen nopeasti uutisvinkkejä ja linkkejä, jotka jälkikäteen osoittautuivat pääosin oikeiksi. Vuonna 2007 toimintaesteiden keskiössä oli kaikilla haastateltavilla tietojen saaminen ja niiden varmistus eli se, miten nopean ja traumaattisen uutistilanteen keskellä kyettiin varmistamaan pääosin epävirallisista lähteistä kootut tiedot luotettavasti. Haastateltavien tilannekuvauksissa korostuivat nettiuutisoinnin aiheuttama kiire, uutisoinnin mahdollinen epäluotettavuus ja kiireen aiheuttama laatuvaatimuksista joustaminen.

”Netti luonnollisesti hieman sotkee työtä kentällä, kun jatkuvasti pitää olla päivittämässä tietoja. Kyllähän työ on siksi katkonaista, mutta toisaalta olen siihen jo aika

tottunut. Kiire on päällä koko ajan. Se kyllä vaikuttaa laatuun, mutta sen kai jokainen tiedostaa.” (Toimittaja, lehti)

Jokaisessa toimituksessa nousivat esiin nettitiedonhankintaan ja varmistamiseen liittyvät osaamisen puutteet. Myös toimitusten resursointia ja uutistilanteen organisointia arvosteltiin.

”Onneksi oli ylimääräinen harjoittelija deskissä, joka alkoi seuloa viestitulvaa. Illalla irrotettiin myös yksi ihminen perkaamaan uutisvihjeitä. Lisäksi ainakin yksi henkilö tallensi netistä löytyneitä tekijän videoita sen jälkeen kun huomattiin, että serverien ylläpitäjät alkoivat poistaa Auvisen tiedostoja.” (Päällikkö, lehti)

Myös sisäisen tiedonkulun kehittämisen tarve nousi esiin.

Kotitoimituksesta en saanut lainkaan tietoja tai päivitystä tapahtumien kulusta. Muutama ystäväni piti minua ajan tasalla seuraamalla nettiä. Kokosin suoraa lähetystä varten tutuilta saamani nettitiedot, ja sisällä kirkon kriisikeskuksessa keskustelin Tuusulan kunnanjohtajan sekä opettajien kanssa.” (Toimittaja, radio ja tv)

Tiedonhankinnan yksilötason ristiriitana nousivat esiin sokissa olevien haastateltavien tai alaikäisten haastateltavien käyttäminen. Viranomaistiedotuksen hitaus aiheutti ylimääräistä painetta koko uutisprosessiin kautta linjan. Haastateltavien mukaan tämä oli keskeinen syy sille, että Jokela-uutisoinnissa jouduttiin vaivaamaan poikkeuksellisen paljon silminnäkijöitä.

Verkon voimallinen journalistinen käyttö Jokela-uutisoinnissa johtui haastatteluanalyysin mukaan siitä, että koko uutistapahtuma rakentui organisaatiotasolla vahvasti verkon ympärille. Viestin tuottaja eli ampuja oli rakentanut sanomansa vahvasti verkkoon. Vuonna 2007 erityisesti nuoremman polven journalisteilla oli myös jo varsin hyvät tekniset taidot sosiaalisesta mediasta saatujen viestien ja vinkkien seulomiseen. Lisäksi vuonna 2007 nettimurros oli jo edennyt osassa toimituksista niin pitkälle, että ainakin osa mediataloista kilpaili nettiuutisoinnissa keskenään. Aktiiviset, netissä operoivat kansalaiset raporttoivat ja etsivät verkosta tietoja ja osallistuivat uutistiedon rakentamiseen yhdessä ammattitoimittajien kanssa. Uutistapahtuman ympärille muodostuneet kansalaisreportterit lähettivät Jokelan aikana ennen näkemättömän paljon netin välityksellä vihjeitä ja linkkejä toimituksiin. Tämä uudenlainen ”nettisalapoliisien” vuorovaikutusryntäys aiheutti myös toimitusten organisaatiotasolle haasteita. Toimitukset joutuivat muuttamaan vakiintuneita uutisrutiinejaan joustavasti keskellä isoa uutistilannetta. Erityisesti tällaisissa mittaluokaltaan normaalia suuremmissa uutistilanteissa, journalismin toimintatapoja joudutaan arvioimaan joustavasti. Tutut toimitusrutiinit hylätään ja toimituksissa yritetään selvittää uuden tilanteen esim. isosta, verkon kautta saapuvasta viesti- ja vihjetulvan perkaamisesta, tai nettitietojen uudenalaisesta hausta ja tallettamisesta parhaalla mahdollisella tavalla. Haastatteluaineiston mukaan uutisorganisaatioiden toimintaa leimaa tällaisissa tilanteissa pragmaattisuus, jolloin toimituksen suorittamista arvioidaan ennen kaikkea sen mukaan, toimiiko jokin käytäntö tai asia vai ei.

### 5.3.1 Nettiuutisointi ja perinteinen media

Haastatteluanalyysini mukaan perinteisen median ja nettiuutisoinnin yhdistämistä ei vaadittu kaikilta kentällä operoivilta toimittajilta. Ne mediat, jotka jo Jokelan aikaan vuonna 2007 panostivat verkkouutisointiin, velvoittivat kenttätoimittajansa välittämään tietoja kotitoimituksen nettiuutisdeskiin. Netin ja perinteisen median uutisoinnin yhdistäminen lisäsi selvästi toimittajien kiirettä ja paineita. Lisäksi kentällä toimivat journalistit olivat sitä mieltä, että netin ja perinteisen median yhdistäminen heikensi työn laatua, ja sitä kautta mahdollisesti myös uutisoinnin luotettavuutta. Nettiuutisoinnin ja perinteisen median samanaikainen työstäminen koettiin myös operatiivisessa työnjohdossa jossain määrin vaativana. Päälimmäisenä mielessä oli kuitenkin yleinen uutistietojen hankinta ja uutistiedonvälitys kansalaisille ja tässä netin merkitys arvioitiin merkittäväksi. Nettitiedonhankinnan ja uutisoinnin resursointi ja organisointi vaihtelivat toimituksittain huomattavasti.

*”Iltapäivällä ajattelin vain sitä, että saamme kaikki mahdolliset tiedot ja kuvat hankittua, joten en ajatellut ensisijaisesti kumpaakaan (nettiä tai lehteä). Päivän uutispäälliköt jatkoivat vuorojaan ja hoitivat myös nettiä. Minulla meni kaikki aika siihen, että sain välitettyä tietoa kentälle ja toimittajat ja kuvaajat oikeille pelipaikoille.” (Päällikkö, lehti)*

Esimerkiksi Iltalehdessä kansalaisten lähettämiä tietoja seuloivat niin toimittajat, verkkotoimittajat kuin uutispäällikötkin. Työhön nimettiin erikseen henkilöitä, ja tietoa kerättiin, koottiin ja yhdistettiin monessa eri suunnassa. Tästä huolimatta osa uutistoimintaa operatiivisesti johtaneista päälliköistä oli sitä mieltä, että tietojen kokoamista ja jatkojalostusta ei organisoitu riittävän selkeästi. Jälkianalyysissä todettiin, että tulevaisuuden isoissa uutistilanteissa työn johtaminen nettiä ja printtiä varten pitää organisoida vielä selkeämmin ja katsoa, että avainrooleissa työskentelee Jokelan kaltaisessa poikkeustilanteessa riittävästi osaavia ihmisiä.

*”Yksi johtaa nettiä, yksi huolehtii että printin tuotanto etenee, yksi huolehtii kentällä olevista, lisäksi uutisvihjeisiin olisi pitänyt heti nakittaa joku, samoin myös puhelinrumbaa pyörittämään.” (Päällikkö, lehti)*

*”Pitää muistaa vain pitää nämä kaksi suunnitteluprosessia erillään ja muokata uutisointi nettiin ja seuraavan päivän lehteen sen mukaiseksi. Toimituksellinen työmäärä ei merkittävästi lisääntynyt, jos vain tarkemmin kanavoimme ja ohjeistamme sen, millaista materiaalia haemme millekin alustalle.” (Päällikkö, lehti ja netti.)*

Nettietojen läpikäymiseen ja tarkistamiseen oli kaikissa toimituksissa varattu liian vähän väkeä. Lisäksi tehtävään määrättyjen henkilöiden nettiosaaminen ei kaikilta osin ollut tilanteen tasalla.

Nettiseurantaa ja keskustelupalstoja teki yksi toimittaja. Olisi voinut olla enemmänkin. (Päällikkö, uutistoimitus)

Meillä oli täysin alimiehitetty nettitoimitus. (Toimittaja, radio ja tv)

Osa suomalaisista uutistoimituksista alkoi uutisoida uhreista ja tekijästä jo paljon ennen kuin viranomaiset olivat virallisesti vahvistaneet näitä tietoja. Esimerkiksi Iltalehti kertoi ensimmäisenä uhrien sen hetkistä virallista tietoa suuremman lukumäärän.

*”Uutisoimme uhrimäärästä siinä vaiheessa, kun olimme saaneet useammasta lähteestä varmuuden sille, että viranomaistiedotuksen antama uhrimäärä oli väärä. Uutisointi tehtiin normaalikäytännön mukaisesti ja uutinen muokattiin muotoon: Uhreja AINAKIN seitsemän. Otsikointi jätti tilaa tilanteen jatkokehittymiselle.” (Päällikkö, lehti)*

Ilman virallista vahvistusta tehtyä uhriluvun julkistusta perusteltiin esimerkiksi Iltalehdessä tapahtuman merkittävyydellä ja median tiedonvälitystehtävällä.

*”Tapahtuman merkittävyyden kannalta on ensiarvoisen tärkeää, että kansalaiset saavat tapahtumista mahdollisimman totuudellisen ja ajankohtaisen kuvan. Siksi oli tärkeää, että uhrimäärää tarkennettiin tiedon lisääntyessä. Viranomaisethan tiedottivat tapahtumasta todella passiivisesti. Tämä ei vastannut millään tavalla tapahtuman suuruutta, ja sitä kautta kansalaisten suurta tiedontarvetta.” (Päällikkö, lehti)*

Myös tekijän nimen nopeaa nettijulkaisua perusteltiin huhujen torjunnalla ja median tiedonvälitystehtävällä näin merkittävässä uutistapahtumassa.

*”Samalla periaatteella päätimme julkaista tietoja ampujasta. Hänen henkilöystään oli saatu vahvistus eikä ollut mitään perusteita olla julkaisematta eli suojella tekijää. Julkaisemalla saatiin suljettua pois totuudenvastaisia huhuja niin tekijästä, tekotapahtumasta kuin käynnissä olevasta piirityksestäkin.” (Päällikkö, lehti)*

Vuonna 2007 ei vielä laajassa mitassa ja yleisesti puhuttu sosiaalisesta mediasta, vaikka osa toimittajista seurasi jo tuolloin aktiivisesti sosiaalisen median sivustoja eli kansalaisten itse nettiin tuottamia sisältöjä. Koulusurmia Yhdysvalloissa tutkinut Douglas Kellner (2007) on todennut, ettei ensimmäistä versiota kriisiuutisesta kirjoita enää media, vaan tapahtumaan osalliset kansalaiset, jotka lähettävät ja välittävät netistä ja sosiaalisesta mediasta löytyvää tietoa tiedotusvälineisiin. Jokelan koulusurmissakin perinteiset mediat hyödynsivät laajalti aktiivisten kansalaisten verkkoon tuottamaa materiaalia. Jokainen Jokela-uutisointiin osallistunut haastattelemani toimittaja seurasi myös itse tuolloin sosiaalisen median keskustelusivuja ja muita epävirallisia nettifoorumeita.

*”Ensimmäisenä päivänä näkökulmani oli kaivaa mahdollisimman paljon tietoa ampujasta eli Pekka-Eric Auvisesta, pääasiassa netistä. Kolusin keskustelupalstoja ja nettifoorumeita. Toisena päivänä tein ison jutun menehtyneestä naisesta. Löysin hänen profiilinsa Facebookista ja otin yhteyttä hänen kavereihinsa sitä kautta. Kaverit muistelivat häntä.” (Toimittaja, lehti)*

*”Netin keskustelusivut olivat Jokelassa erittäin hyvä tiedonlähde, joita seurasin myös itse.” (Toimittaja, radio ja tv)*

Toimittajien mukaan nettitietojen haarukoiminen oli oleellisen tärkeää Jokela-uutisoinnin onnistumisen kannalta.

”Netistä saaduilla tiedoilla on suuri merkitys. Käytimme niitä paljon, mutta harkiten eli luotettavuus arvioitiin tarkasti. Jokelahan oli oikea nettikeissi, kaikki tieto oli käsillä naputtelun päässä. Jos rikollinen toimii netissä, silloin toimittajakin. Siinä voi olla konservatiivisille eilisen päivän journalisteille ihmettelemistä, mutta fakta se on.” (Toimittaja, lehti)

Kansalaisten lähettämiä runsaslukuisia nettivinkkejä ja -linkkejä ei käytetty uutisoinnissa suoraan sellaisenaan, vaan ne ainoastaan ohjasivat sekä kentällä tehtävää uutistyötä että toimituksissa tehtävää työtä. Kaikkiin kansalaisvinkkeihin haettiin ennen julkaisua vahvistus. Erityisesti kriisin alkuvaiheessa kansalaistietojen ja keskustelujen kerrottiin sisältäneen uutisoinnin kannalta hyödyllistä tietoa. Muutaman päivän jälkeen nettitietojen uutistiedollinen laatu heikkeni ja menetti journalistista merkittävyyttään.

”Keskustelupalstoilla jutut paisuvat, eikä niistä tällaisessa tapauksessa ollut iloa enää muutaman päivän jälkeen. Alkuvaiheessa tiedoista oli hyötyä.” (Toimittaja, lehti)

”Toisen päivän uutisoinnissa käytin nettipohjaisia tietoja etsiessäni menehtyneistä henkilöistä heidän taustatietojaan. Suhtautuminen netistä seulottuun tietoon on jokaisen omasta ammattitaidosta riippuvaista. Kaikki tiedot kuitenkin tarkastetaan aina useasta eri lähteestä.” (Toimittaja, lehti).

Internetin keskeinen rooli Jokela-uutisoinnissa toi haasteita uutisorganisaatioille. Haastatteluanalyysini mukaan toimituksissa oli vuonna 2007 selkeitä eroja siinä, miten ne olivat kouluttaneet toimittajiaan nettitiedonhankintaan tai kouluttaneet päälliköitään ymmärtämään, mitä kaikkea uutisointiin liittyvää tietoa netin kautta ylipäätään oli saatavilla. Kaikista toimituksista löytyi jo ammattitaitoisia toimittajia, jotka osasivat hankkia tarvitsemansa tiedot netistä hakupolkujen ja yhteisösivustojen kautta. Toimituksissa oli myös toimittajia, jotka osasivat lähinnä vain googlettaa ja käyttää sähköpostia. Sama karkea kahtiajako päti myös uutistyötä johtaviin päälliköihin. Leimallista oli myös nuoremman toimittajapolven osaamisen arvostuksen nousu nettivetoisessa uutisoinnissa. Koulutustarve oli Jokelan jälkeen selkeä. Suomalaisilta toimitusorganisaatioilta puuttui vuonna 2007 kokonaan epävirallisten kansalais- ja vertaisverkosivustojen nettitiedonhankintaan opastava koulutus.

”Meillä eivät kaikki osaa riittävän hyvin hakea tietoja netin ns. epävirallisilta sivustoilta, keskustelufoorumeilta jne. Toki poikkeuksiakin on.” (Päällikkö, lehti)

”Jokelan jälkeen lähetimme pari toimittajaa kohtalaisen perusteelliselle nettikurssille. Osaamisen taso vaihtelee. Perusasiat ovat hallinnassa, mutta syvänettietoa tarvitaan lisää.” (Päällikkö, uutistoimitus)

Journalistien suhtautumisessa nettitiedonhankintaan ja koulutukseen nousi diskurssina erityisesti esiin se, että netti on nuorempien toimittajien työkalu, ja nettitaitojen kouluttautumisen vaikeuden korostamisella haluttiin vielä vahvistaa nuoremman polven teknistä ylivaltaa vanhempien, mutta ehkä kokoneempien journalistien suhteen. Hegemonisena diskurssina nousi esiin netin sukupolviuilo. Kuten Nikusenkin (2011) tutkimuksessa todetaan, ikä on yksi keskeinen tapa hahmottaa ammattikäytäntöjä nettimurroksessa ja juuri iän kautta

hahmotetaan toimittajasukupolvien välisiä eroja. Ja usein nämä erot kytketään niihin toimituskäytäntöihin ja teknologioihin, joita eri sukupolvet ovat oppineet ja joiden kautta he ovat toimittajiksi tulleet (Nikunen, 2011, 41).

”Olen itse opiskellut alaa ja mielestäni taitoni ovat hyvät. Joillekin vanhemmille henkilöille tuottaa vaikeuksia jopa sähköpostin käyttö, josta voi päätellä paljon.” (Toimittaja, lehti)

”Nuorempi sukupolvi on tiedonhankinnassa netin avulla äärimmäisen valveutunut.” (Toimittaja, lehti)

### 5.3.2 Silminnäkijät ja uhrin

Silminnäkijäkuvausten käytöllä oli tärkeä merkitys Jokela-utisoinnin rakentumisessa, erityisesti sen vuoksi, koska poliisin virallinen tiedotuslinja oli niin niukka.

”Olin erittäin tyytyväinen, että sain haastateltavan, joka itsekin oli uhrina ja silminnäkijänä kertoi tarkkaan tilanteiden etenemisestä koululla, ja näin pystyin välittämään sen tiedon, mitä oikeasti oli tapahtunut. Rehtorin kuolemasta annoin tiedon jo ensimmäisessä suorassa lähetyksessä, koska minulla oli silminnäkijätieto, vaikka asiaa ei muuten oltu vielä virallisesti vahvistettu.” (Toimittaja, radio ja tv)

Silminnäkijäkertomuksia käytettiin Jokela-utisoinnissa:

- 1) Informaatiotarkoituksessa eli faktojen keräämisessä
- 2) Tapahtumien kuvailussa ja kokonaistilanteen hahmottamisessa
- 3) Emotionaalisen tunnelman välittäjänä

Silminnäkijätietojen ja uhrihaastattelujen käyttöön liittyvä eettinen kädenvääntö voidaan tiivistää yleiseen etuun ja yksityiselämän suojeluun. Kriisiuutisointi, kuten muukin journalismi ammentaa eettiset mallinsa laajasti ajateltuna joko absoluuttisesta tai relativistisesta etiikasta. Absoluuttisen etiikan suuntausta journalismissa edustavat universaalit periaatteet kuten tietojen oikeellisuuden velvoite tai yksilön suoja. Eettistä relativismia noudattava toimittaja puolestaan sopeuttaa toimintansa kulloinkin vallitsevan tilanteen mukaan ja hankkii uutistiedonvälitykseensä tarvittavan informaation joustavasti sieltä, mistä se on kulloinkin saatavissa. Joskus se voi tarkoittaa hyökyaallon alle jääneen ihmisen haastattelua tai toisinaan ampujan kohdanneen oppilaan tai opettajan haastattelua. Koska yhteiskunta, mediailmapiiri ja uutiskontekstit vaihtelevat, myös journalistin toimintatavat voivat vaihdella: joissain kriisiuutistapahtumissa voidaan katsoa oikeutetuksi sokissa olevan henkilön haastattelu sillä perusteella, että tilanteen yleinen merkittävyys ohittaa yksilön suojan (Kämppi 1990).

Näin silminnäkijähaastatteluja perustelivat Jokela-utisointiin osallistuneet journalistit.

”Kyllä, kyllä piti haastatella ja kuvata koululaisia, jotka olivat luokassa piileksimässä. He olivat silminnäkijöitä ja kokijoita, mutta pietteillä tietysti. Jos joku kieltää kuvaamisen tai haastattelun, pitää heti totella, ja kysyä haastateltavilta, että haluatko?” (Toimittaja, lehti)

”Kyseessä oli poikkeuksellisen suuri uutistapahtuma, jossa tiedonvälityksen merkitys tapahtumien ymmärtämisen kannalta on tärkeää. Kertomalla asioista voidaan esittää vastaavia tapahtumia ja ymmärtää asiaan johtaneita perusteluita. Siksi myös silminnäkijäkertomukset ovat tärkeitä, myös kouluun jumiin jääneiden oppilaiden osalta. Haastattelut tehtiin yhteisymmärryksessä haastateltavien kanssa. Haastatteluissa keskityttiin joko lukioikäisiin tai vanhempiin, tai sitten lupa kysyttiin lasten vanhemmilta. (Päällikkö, lehti)

Tietolähteinä silminnäkijöitä pidettiin yleisesti ensisijaisina lähteinä eli heidän kokemuksiinsa pidettiin kaikkein autenttisimpina.

”Ensisijainen lähde on aina paras: tilanteen kokenut henkilö, koululainen (vanheman luvalla), vanhempi tai opettaja. Poliisikin on jo toisen käden lähde, vaikka Suomessa pääasiassa hyvin luotettava. Huono toimittaja jää suuronnettomuuden hetkelä odottelemaan ja nojaamaan pelkkään viranomaistiedotukseen, sen on osoittanut esim. tsunami.” (Toimittaja, lehti)

Kukaan haastateltava ei Jokelan yhteydessä maininnut, että silminnäkijätieto saattaisi mahdollisesti olla vääristynyttä tai yksipuolista. Silminnäkijätietojen käyttöarvo poikkesi myös netistä löytyvien epävirallisten kansalaistietojen käyttöarvosta. Kansalaisten lähettämät nettitiedot varmistettiin, mutta paikalla olleiden silminnäkijöiden kertomia tietoja uutisoitiin yleisesti suoraan sellaisenaan. Journalistin ohjeissa (2004) silminnäkijä- ja uhrihaastattelujen käytäntöä linjataan seuraavasti.

1) Yksityiselämään kuuluvia erityisen arkaluonteisia seikkoja voi julkaista vain asianomaisen suostumuksella, tai jos niillä on poikkeuksellista yhteiskunnallista merkitystä. Yksityiselämän suoja on otettava huomioon myös kuvia käytettäessä. 2) Sairaus- ja kuolemantapauksista sekä onnettomuuksien ja rikosten uhreista uutisoitaessa on aina noudatettava hienotunteisuutta. 3) Julkistakin aineistoa julkaistaessa pitää ottaa huomioon yksityiselämän suoja. Kaikki julkinen ei välttämättä ole julkaistavissa. Erityistä varovaisuutta on noudatettava, kun käsitellään alaikäisiä koskevia asioita.

Miksi toimitukset ylipäätään halusivat käyttää silminnäkijätietoja? Jokela-uutisoinnin silminnäkijähaastattelujen käytön perusteluissa keskeisimmäksi selittäväksi diskurssiksi nousi median itsenäinen tiedonvälitystehtävä, journalistinen autonomia. Toimintaa selittävänä tulkintarepertuaarina korostui viranomaistiedotuksen hitaus ja se, että ei haluttu toistaa tsunamin virheitä uskomalla virallista ”liian hidasta” tietoa, joka rakentui Jokelan aikana varsin hitaasti verrattuna journalistien kokemaan verkkouutisoinnin nopeusvaatimukseen. Haastatteluaineiston mukaan toimituksissa muistettiin yhä tsunamin aikainen toiminta ja uutisorganisaatiot halusivat selvästi oppia aiemmista virheistään. Jokelan kohdalla tsunamin virheitä ei haluttu toistaa, vaan viranomaiset haastettiin erityisesti silminnäkijätietojen käytön avulla kertomaan uutistapahtumien kulusta. Silminnäkijät olivat käytännöllinen vastavoima viranomaistiedolle, ja heiltä saatujen tietojen avulla journalistit säilyttivät oman toimivaltansa suhteessa viranomaistietojen niukkuuteen. Bourdieun kenttäteorian mukaan journalistinen autonomia kamppaili valtio/viranomaiskoneistoa vastaan ja käytti tässä mittelössä hyväkseen silminnäkijöiltä ja verkkokansalaisilta saatua informaatiota. Journalistista autonomiaa ja tiedonvälitys-diskurssia käytettiin perus-



teluina myös silloin, kun puhuttiin kaikkein ongelmallisimmiksi koetuista kouluampumisten uhrien haastatteluista.

”Uhrien haastattelu oli ahdistavaa, mutta koin sen silti tarpeellisena. Toimin mielestäni eettisesti: kysyin jaksatko ja tahdotko? En myöskään haastattelut lapsia tai nuoria, jos vanhempi ei ollut paikalla.” (Toimittaja, lehti)

”Jos olisi saanut tietoa poliisilta, toimittajien ei olisi tarvinnut niin epätoivoisesti ahdistella itse uhreja ja kaivaa näin tietoa. Mielestäni ne, jotka suostuivat kertomaan oman tarinansa, olivat tärkeitä tiedonvälittäjiä noin vakavasta tilanteesta. Kaikki halusivat tietoa, myös uhrien omaiset, joten monelle saattoi olla jopa helpotus kuulla omaisensa ääni esim. radiossa, tai kuulla siitä kuinka moni oli jo päässyt ulos koulurakennuksesta.” (Toimittaja, radio ja tv)

Absoluuttisen kiellon silminnäkijämateriaalin käyttöön liittyen esitti vain yksi tähän haastatteluun osallistunut toimitus. Kiellon linjaus oli se, että videolle ei saanut haastatella alle 18-vuotiaita.

Videolle emme haastatelleet yhtään alaikäistä. Lehtiversioita varten käytimme alaikäisten haastatteluja nimettöminä tai nimellä heidän osaltaan, joiden vanhemmat olivat antaneet luvan. Yleiskuvissa oli toki nuoria, mutta varsin diskreetisti.” (Päälikkö, uutistoimitus)

Suurin osa haastattelemistani journalisteista suhtautui Jokelan haastattelutilanteisiin relativistisen etiikan mukaisesti:

- 1) Alaikäisiäkin sai haastatella. Yli 15-vuotiaita heidän omalla suostumuksellaan ja sitä nuorempia, mikäli vanhemmat antoivat luvan.
- 2) Uhreja sai haastatella, mikäli he olivat henkisesti haastattelukunnossa.
- 3) Myös kuolleiden ihmisten omaisten haastattelu oli osalle toimittajista mahdollista, mikäli omaiset olivat siihen valmiita.

Nuorten haastateltavien kohdalla haastattelutilanteen teki aiempaa monimutkaisemmaksi se, että nuorison suhde julkisuuteen on nettiajan myötä muuttunut. Nykynuoret ovat entistä enemmän esillä erilaisissa epävirallisissa medioissa. Esimerkiksi Jokelan aikana suosituissa sosiaalisen median IRC-galleriassa nuoret esittelevät avoimesti omia kuviaan ja tarinoitaan sekä hakeutuivat aktiivisesti haastateltaviksi. Nuorten halu esiintyä medioissa ei tietenkään poista journalistien vastuuta, mutta voi hämärtää sitä. *”Monet nuoret myös nauttivat haastatteluista ja iltatuimaan oikein etsiytyivät kohti televisiokameroita”*, kertoi eräs lehtitoimittaja.

Sananvapauden näkökulmasta silminnäkijä- ja uhrihaastatteluihin liittyvä olennainen kysymys on se, kenellä on viimekädessä oikeus määrittellä, saavatko kriisin kokeneet ihmiset antaa haastatteluja. Nykyisin tätä määrittelyvaltaa ovat kriisitilanteissa ottaneet omakseen yhä enemmän asiantuntijat eli terveydenhuollon ja kriisitilanteiden ammattilaiset. He suojelevat aktiivisesti uhreja medialta ja mielellään myös päättävät sen, ovatko uhrin siinä kunnossa, että he voivat kohdata median. Pierre Bourdieu (1984) puhuu suoraan vallankäytöstä kuvaillessaan yhteiskuntaa, jossa hallitsevat eliitit taistelevat eettisesti korrektin

elämän ja ihmisyyden määrittelymonopolista. Onko uhrihaastattelujen määrittelyvalta asianosallisilla itsellään eli kriisin uhreilla, vai terveydenhuollon kriisiammattilaisilla vai kenties journalistilla? Jos asiaa kysytään kansalaisilta, kuten tsunamin aikana tehtiin, kansalaisten mielestä journalistien pitäisi ammattilaisina itse vetää raja haastateltavien puolesta siihen, milloin on soveliasta haastatella katastrofin kokenutta henkilöä ja milloin ei (Aasian luonnonkatastrofi tutkintaselostus 2005). Samaa toimittajan määrittelyvastuuta peräänkuuluttaa myös Jokelassa töitä tehnyt toimittaja.

”Toimittajan, ei pomon tai seurakuntapastorin, tehtävä on jokaisen haastateltavan kohdalla arvioida omatuntoa kuunnellen, voiko saatua materiaalia käyttää. Oliko ihminen sellaisissa sielun ja ruumiin voimissa, että pystyi muodostamaan osallistumisestaan aidon ja harkitun mielipiteen. Ei ole väärin kysyä haastattelua, ei edes läheisensä menettäneeltä, koska jokaisella ihmisellä on oikeus ja monilla myös halu puhua omasta asiastaan. Väärin on myös olla kunnioittamatta ihmisen pyyntöä saada pysyä asiasta syrjässä.” (Toimittaja, lehti)

Kun verrataan tsunamin aikana tehtyjen silminnäkijä- ja uhrihaastattelujen perusteluita, huomionarvoisia ovat suuremmat mediakohtaiset erot. Tsunamin aikana Yleisradio ja Nelosen uutiset suhtautuivat selvästi varovaisemmin uhreina olleiden silminnäkijöiden haastatteluihin kuin MTV3:n uutistoimitus. Uhrihaastattelujen eettisessä pohdinnassa sekä Nelosen että Yleisradion kriisitoimittajat halusivat kertomuksissaan korostaa sitä, että vastoin viranomaisten ohjeita ei pitäisi koskaan haastatella. Käsitys poikkesi selvästi MTV3:n linjasta, jossa viranomaismääräyksiin suhtauduttiin osin kriittisesti ja haluttiin säilyttää journalistinen määrittelyvalta itsellä. MTV3:n suunnalta arvostelua saivat myös absoluuttista eettistä määrittelyvaltaa käyttävät kriisityöntekijät ja journalistit, jotka päättävät muiden toimittajien puolesta, saiko katastrofin uhria haastatella vai ei.

”Olen sitä mieltä, että psykologiliitto saattaa olla hieman väärillä jäljillä siinä, että saako antaa haastattelua vai ei. Ainoa henkilö, joka sen lopulta voi päättää, on se asian kokenut henkilö itse. Ei psykologiliitto voi mennä sanomaan, tai joku journalistinen eettinen neuvosto, että ei tällaisia haastatteluja voi mennä tekemään tai käyttää, koska ne ihmiset eivät välttämättä halua antaa niitä. Mä peräänkuulutan tässä rohkeampaa journalismia, ja silti se ei ole mitään mässäilyä, vaan jotakin, joka tuo sitä uutistiedollista lisäarvoa siihen.” (Toimittaja, MTV3)

MTV3:n, Nelosen ja Ylen uutisten yhteisesti jaettu uhriskurssi periaatteessa kielsi tsunamin aikana sokissa olevien haastattelun sekä alaikäisen haastattelun, mikäli vanhemmilta ei ollut saatu lupaa. Käytännöstä voitiin kuitenkin relativistisesti poiketa yleiseen etuun vedoten erityisesti MTV3:n ja Nelosen uutistoimituksissa kokonaisharkinnan jälkeen. Uhrihaastattelujen perusteet mietittiin tarkasti, mutta pelkkää tunteellista fiilistelyä omaisten ympärillä paheksuttiin. MTV3:n toimitus oli valmis joustamaan käytännöstä tilanteen vaatiessa, jos yleinen etu ohittaa yksityisen ja sillä edellytyksellä, että haastateltavat itse olivat halukkaita antamaan lausuntoja.

”Tsunamin ensimmäisinä päivinä Lumikero haastatteli niitä kahta poikaa lentokentällä. Mietin monta kertaa, että se oli just sen tyyppinen tilanne, jossa yleinen etu

ohittaa yksityisen. Lisäksi kaikki ihmiset halusivat tulla haastateltaviksi, ne halusivat kertoa omaisilleen, että me ollaan hengissä.” (Päällikkö, MTV3)

MTV3 peilasi omia kriisiuutisointikäytäntöjään muihin medioihin. Erityisesti Yleisradion varovainen uutislinja sai arvostelua osakseen.

”Tämmöinen ylivarovaisuus ei ole enää tätä päivää ollenkaan. Totta kai pitää muistaa, että ne ihmiset ovat sokissa, mutta silti se, mitä niillä on kerrottavaa, on musta tärkeämpää ja usein ne haluavat kertoa kovasti sen asian. Olen jälkikäteen kuullut, että Ylen toimittajat ovat sanoneet, että he eivät missään tapauksessa olisi haastatelleet näitä uhreja tai uhrien omaisia. Siihen olen todennut vaan, että sitähan me ei tiedetä, koska he eivät olleet siellä paikalla.” (Toimittaja, MTV3)

On syytä pohtia, miksi joissain toimituksissa ihmisten suruun ja tunteiden näyttämiseen uutisissa suhtaudutaan ikään kuin tabuna eikä osana ihmisten elämää ja todellisuutta. Kuvastaako tämänkaltainen emootiokielteisyys ja asiallisuuden korostaminen journalismin epistemologista historiaa. Oman lukunsa eettiseen keskusteluun tuo se, että erityisesti suomalaisten surun ja tunteiden näyttämisen koetaan huomattavasti kielteisemmäksi ja paheksuttavammaksi kuin ulkomaalaisten uhrien vastaavien tunteiden näyttäminen.

## 6 VERKKOMURROKSEN TILA VUODEN 2006 HAASTATTELUJEN MUKAAN

Koska vuoden 2007 Jokela-aineisto oli oma erillinen haastattelukokonaisuutensa, käyn seuraavaksi läpi verkkomurroksen tilaa koko tutkimusjaksoni ajalta. Palaan hieman taaksepäin ja aloitan verkkomurroksen analyysin vuoden 2006 tutkimusaineistosta.

Kesällä 2006 tekemissäni haastatteluissa monet journalistit pitivät nettimurrosta ja nettiuutisointia osin marginaalisena ja vasta joskus tulevaisuudessa edessä olevana haasteena, jolla ei nähty olevan liiemmin muutosvaikutuksia perinteisen median uutiskonsepteihin.

*”En mä usko, että uutistyössä lähdetäisiin kovin systemaattisesti seuraamaan, mitä keskusteluja käydään verkossa tai mistä ihmiset puhuu. Ihan tavanomaisista lähteistä sitä uutisointia rakennetaan.” (Päällikkö, Yle)*

*”Omassa uutistyössä en juuri käytä netistä muuta kuin kansainvälisten uutistoimitusten sivuja, en etsi tietoja verkkokeskusteluista tai blogeista.” (Toimittaja, Yle)*

*”Täytyy tässä tunnustaa, että en edes osaisi hakea tietoja mistään kansalaisten ylläpitämiltä nettisivuilta.” (Päällikkö, Nelonen)*

Vuoden 2006 haastattelututkimukseen osallistuneissa sähköisissä medioissa oli vallalla eräänlainen hajaannuksen tila suhteessa verkkomurrokseen. Jokainen toimitus kulki ikään kuin omaa latuaan, vaikka kaikilla mediataloilla oli uutisten julkaisualusta myös netissä. Organisaation osalta sekä Yleisradiolla että MTV3:lla oli tuolloin erillinen nettitoimitus. Nelosen uutiset keskittyi vahvasti perinteiseen mediaan ja heidän nettiuutisointiaan hoiti vuonna 2006 pääasiassa HS-Online. Perinteisistä uutismedioista MTV:n netti oli 2006 kaikkein suosituin ja nettiuutisointia pidettiinkin jo tuolloin yhtiön strategian kannalta merkittävänä toiminta-alueena. *”Me uskotaan netin kasvuun ja sen kehittäminen on meidän selkeä painopiste”,* totesi MTV3:n päällikkö.

MTV3:n uutistie alkoi vuonna 1981, kun Kymmenen Uutiset perustettiin. Neljätoista vuotta myöhemmin, vuonna 1995, perustettiin MTV3.fi-nettisivut. Vahvasti nettiin panostanut MTV3 piti pitkään sähköisten medioiden kärki-

paikkaa nettirintamalla. Vaikka nettiä kehitettiin MTV3:ssa vuonna 2006 aktiivisesti, silti se oli vielä tuolloin talon sisäisessä arvohierarkiassa selvästi alempana kuin yhtiön tv-uutiset. Vuoden 2006 haastattelujen mukaan MTV3:n organisaatio halusi jo tuolloin rakentaa uutisorganisaatioonsa tehokkaamman yhteistyömallin.

”Aika pian tsunamin jälkeen me lanseerattiin tällöinen kolmesta yhteen -malli, koska jo silloin koettiin, että me tehdään päällekkäistä työtä netissä Huomenta Suomessa ja iltauutisissa.” (Päällikkö, MTV3)

Yleisradio avasi nettisivustonsa muiden valtamedioiden tapaan 1990-luvun puolivälissä, mutta todellinen sisältöjen vieminen verkkoon alkoi vasta 2000-luvun puolivälissä. Yleisradiossa vain osa päälliköistä näki vuonna 2006 internetin ja nettiuutisoinnin merkittävänä yhtiön uutistoiminnan tulevaisuuden kannalta. Uutistyyössä kilpailtiin oman talon muiden toimitusten välillä. Iso muutos koettiin vuonna 2007, kun radion, tv:n ja netin toimitukset pantiin yhteen ja yhteinen YLE Uutiset aloitti toimintansa.

”Käytännössä organisaation tasolla avainkohta oli se, kun tv- ja radiouutiset yhdistettiin ja myös se, että siinä oli online samassa organisaatiossa, että ne puhuvat koko ajan keskenään. Se auttaa asennemuutoksessa. Ei tarvitse varjella mitään, kun on yhteisorganisaatiossa.” (Päällikkö, Yle)

Nelosen uutisissa oli vuonna 2006 käytännössä vain yksi nettitoimittaja. Muut toimittajat tekivät oman työnsä ohessa satunnaisesti nettiin versioita uutisvideoistaan. Pääosan Nelosen nettiuutisista tuotti tuolloin HS:n nettitoimitus. Nelosen uutisten osalta voidaan todeta, että uutistoimitus ei panostanut vuonna 2006 merkittävästi omia resurssejaan internetuutisointiin. Nelosen nettiportaali oli enemmän koko kanavan viihdetarjontaa puffaava kuin varsinainen uutistarjotin. Nelosen päällikköhaastateltava ei halunnut vuonna 2006 ottaa kantaa nettiuutisoinnin merkitykseen, koska heidän strategiansa tältä osin oli tuolloin vielä kesken.

Suurin osa mediatalojen toimittajista seurasi netistä lähinnä vain vakiintuneita kansainvälisiä uutistoimituksia. Toimittajat pitivät internetin välittämiä epävirallisia kansalaistietoja pääosin marginaalisena oman arkisen uutistyönsä kannalta, eivätkä monet edes osanneet itse hakea epävirallisia nettitietoja keskustelupalstoilta tai some-palvelimilta, kuten tuolloin suositusta IRC-galleriasta, vaikka toimittajat myönsivätkin, että erityisesti tsunami oli nostanut netin epäviralliset tiedot arvoonsa. Ylen Radiouutisilla olisi ollut periaatteellista halua internetin epävirallisen tiedon käyttöön, mutta kokemusta puuttui ja toimituksen käytännön mediarutiinit eivät tukeneet tämänkaltaista tiedonhankintaa. Toimitukselta puuttui myös näkemys siitä, miten nettikansalaiset tai epävirallinen verkkotieto voisivat hyödyttää päivittäistä uutistoimintaa. Haastatteluissa kerrottiin myös, että toimitukselta puuttui osaamista. Epävirallisen nettitiedon käyttödiskursseissa korostuivat vuonna 2006 epävarmuus ja epäluulo. Epäluuloa selitettiin Ylen konservatiivisuudella ja viranomaiskorosteisella luotettavan uutisoinnin vastuulla. Epävarmuutta puolestaan selitettiin muun muassa organisaation perinteisellä työkuultuurilla ja puutteellisella osaamisella.

”En osannut katsoa tsunamin aikana asiaa netin kannalta. En myöskään osannut arvottaa niitä tietoja, että sittenhän se myöhemmin osoittautui, että siellä (netissä) oli hirveän täsmällistä tietoa.” (Päällikkö, Radiouutiset)

”Epävirallisempia keskustelupalstoja ei kukaan tsunamin aikana seurannut. Eikä me hoksattu hyödyntää silloin Online-toimituksen tietoja.” (Päällikkö, Radiouutiset)

Ylen Tv-uutisten haastatteluanalysissä korostuivat tulkintarepertuaareina valtio- ja viranomaiskeskeisyys sekä luotettavuusvaade, jotka sotivat organisaation toimitusrutiinien tasolla tehtävää netin epävirallisen tiedon käyttöä vastaan. Myös epäluulo ja henkilökohtaisen osaamisen puute nousivat aineistosta esiin. Haastattelut paljastivat myös sen, että monille journalisteille tuli täytenä yllätyksenä se, että kansalaiset aktivoituivat ja viestivät netin välityksellä tsunamin aikana.

”Sukeltajat.fi tuli ihan puuntakaa, että he alkoivat kerätä sitä tietoa ja materiaalia näin ponnekkaasti, se tuli kaikille yllätyksenä.” (Päällikkö, Tv-uutiset)

Esimerkiksi Tv-uutisten toimittajat eivät haastatteluhetkellä kesällä 2006 kertooneet juurikaan hyödyntävänsä internetin epävirallista tietoa juttutuotannossaan tai tiedonhankinnassaan.

”En osaa hankkia tietoja netin keskustelusivustoilta. Kysyn aina pojalta, että onko siellä ircissä mitään. Olen myös ehdottanut palautekokouksessa, että meidän toimituksessa jonkun pitäisi kouluttaa seutuloimaan internetin epävirallista tietoa kriisitilanteessa, mutta en tiedä onko sille asialle tehty mitään.” (Toimittaja, Tv-uutiset)

Ylen Tv-uutiset asemoi netin epäviralliset tiedot lähtökohtaisesti epäluotettaviksi ja jopa vaarallisiksi. Näkökantaa perusteltiin sillä, että internetissä liikkuu erityisesti kriisitilanteissa paljon huhuja.

”Verkkoonhan voi kuka tahansa kirjoitella mitä tahansa, että siinä mielessä siellä on paljon sellaista tietoa, jolla ei ole oikeastaan mitään merkitystä, tai joka on suorastaan vaarallista käyttää.” (Päällikkö, Tv-uutiset)

Myös Ylen Online-toimituksessa yhtiön viranomaistiedotukseen rinnastettava luotettavuusvaade nousi tulkintarepertuaarina esiin nettitietojen hyödyntämistä haittaavana tekijänä, vaikka toimituksella olisi ollut osaamista ja halua epävirallisten nettitietojen käyttöön. Organisaation tasolla koettiin, että toimitus oli vastuussa tiedon luotettavuudesta sekä yleisölle että Ylen muille uutistoimituksille. Tulkintarepertuaarina näkyi myös arkuus ja tietynlainen alemmuuden tunne suhteessa Ylen tuolloisiin lippulaivauutistoimituksiin eli Radiouutisiin ja Tv-uutisiin. Tämä arvostuksen puute hidasti omalta osaltaan haastattelukertomusten mukaan netin epävirallisten tietojen hyödyntämistä kriisitilanteessa. Kansalaisten välittämää epävirallista nettitietoa pidettiin periaatteessa arvokkaana sen vuoksi, että tällaiset kevyemmät sisällöt selvästi tuntuivat kiinnostavan mediayleisöä.

”Meillä on viranomaistietoa, poliiseja pelastushenkilökuntaa tämän tyyppisiä, mutta kyllähän ihmiset kun ne kertovat silminnäkökuvauksia ja puhuvat verkon kautta ihminen ihmiselle, niin ne kertovat sellaisia human interest -tarinoita, jotka voi myös

olla jotenkin olennaisia sen uutisen kannalta. Ja ainakin ne ovat kiinnostavia ihmisten mielestä. Ne ovat käyttäjätietojen mukaan valtavan luettuja vielä kauan sen uutistilanteen jälkeen, eli joku arvo niillä ihmisten mielestä on.” (Päällikkö, Online-uutiset)

Vuoden 2006 haastatteluanalyysin mukaan internetin epävirallista tietoa hyödynnettiin MTV3:n toimitusorganisaatiossa käytännön uutistyössä enemmän kuin Yleisradiossa.

”Aloin tsunamin aikana aktiivisesti netistä kaivaa tietoja muun muassa sukeltajien sivuilta ja muualta, ja jatkuvasti olin Lumikeroon yhteydessä lähinnä tekstiviestein, että missä sairaaloissa niitä suomalaisia on, ja kuinka paljon niitä on kateissa. Hänellä oli sitten koko ajan kuva tilanteesta, koska sitä on hyvin hankala hahmottaa sieltä paikanpäältä.” (Päällikkö, MTV3)

Netin epäviralliset tiedot olivat MTV3:n kriisiuutisoinnissa oleellinen ja tärkeä osa uutiskilpailussa menestymistä. Toisaalta talossa työskenteli vuonna 2006 uutistoimittajia, jotka eivät juuri käyttäneet päivittäisessä työssään netin epävirallisia tietoja.

”Ei minulla ainakaan ole aikaa seurata niitä, kun niitä on niin valtavasti. Se on hirveä suo, että sieltä semmoisen järkevän löytäminen on niin hirveän vaikeata.” (Toimittaja, MTV3)

MTV3:n internetstrategiassa korostui kaupallinen tulkintarepertuaari. Netti oli jo vuoden 2006 haastattelujen perusteella oleellinen väline markkinalähtöisessä uutiskilpailussa.

”Kyllä sen netin voima on tullut. Me saadaan sieltä kokonaisnäkemystä ja fiilistä ja pystytään lähestymään viranomaisiakin entistä paremmin.” (Päällikkö, MTV3)

Nelosen uutistoimituksessa oli haastatteluhetkellä kesällä 2006 vallalla kaksijakoinen suhtautuminen netin epävirallisten sivujen tietojen käytön suhteen. Toisaalta toimituksessa työskenteli paljon internet-taitoisia nuoria toimittajia, joita pidettiin tulevaisuuden potentiaalina nettiuutisoinnin suhteen, mutta uutistilanteissa netin epävirallisia tietoja ei vielä vuonna 2006 arvostettu. Esimerkiksi aktiivisesti kriisialueilla työskentelevä toimittaja kertoi, että netin epäviralliset sivut eivät kuuluneet hänen toimittajarutiineihinsa.

”Käytän työssäni nettiä aika paljon, mutta lähinnä vain vakiintuneita ja virallisia sivustoja kuten BBC, CNN, Reuters ja suurimmat suomalaiset sivustot. Blogit ja keskustelut eivät vaan tunnu kovin omilta sivustoilta työni kannalta.” (Toimittaja, Nelonen)

Vuonna 2006 kaikkien toimitusten yhteisesti jakama tulkintarepertuaari epävirallisesta nettitiedosta oli se, että journalistit pitivät tällaista tietoa epäluotettavaa, lähinnä hankalan varmistamisprosessin vuoksi. Kaikille toimituksille yhteistä oli myös se, että paljon nettiä käyttävät ja internet-tiedonhakuprosessin taitavat edelläkävijätoimittajat suhtautuivat epävirallisen nettitiedon käyttöön ja tiedon varmistushaasteisiin paljon myönteisemmin kuin sellaiset journalistit, jotka eivät aktiivisesti käyttäneet nettiä. Toimitusten organisaation ja mediaruutiinien tasolla nettitiedonhankintaan ei ollut kouluttauduttu tai otettu tiedon-

hankintaa systemaattisesti mukaan toimitusrutiineihin muissa toimituksissa kuin Ylen Online-toimituksessa sekä tietyiltä osin MTV3:n organisaatiossa.

Vuonna 2007 nettiuutisointi murtautui ryminällä toimituksiin, ja kriisiuutisointia alettiin rakentaa monissa mediataloissa verkkojulkaisut edellä. Ne mediat, jotka vuonna 2007 panostivat vahvasti verkkouutisointiin, velvoittivat myös kentällä operoivat toimittajansa välittämään tietoja nettiuutisointia varten. Nettitiedonhankinnan ja uutisoinnin resursointi ja organisointi vaihtelivat toimituksittain. Mutta kaikissa toimituksissa nousivat esiin nettitiedonhankintaan ja varmistamiseen liittyvät osaamisen puutteet. Vuonna 2007 nettiuutisoinnin toimintaesteiden keskiössä oli kaikilla haastateltavilla epävirallisten tietojen varmistus. Jokela-uutisointiin osallistuneiden haastateltavien tilannekuvauksissa korostuivat nettiuutisoinnin aiheuttama kiire, uutisoinnin mahdollinen epäluotettavuus ja kiireen aiheuttama laatuvaatimuksista joustaminen.

Vuonna 2007 ei vielä laajassa mitassa puhuttu sosiaalisesta mediasta, vaikka osa toimittajista seurasi jo tuolloin aktiivisesti sosiaalisen median sivustoja. Jokelan koulusurmissakin perinteiset mediat hyödynsivät laajalti aktiivisten kansalaisten verkkoon tuottamaa materiaalia. Jokainen Jokela-uutisointiin osallistunut haastattelemani toimittaja seurasi myös itse tuolloin sosiaalisen median keskustelusivuja ja muita epävirallisia nettifoorumeita. Toimittajien mukaan nettitietojen haarukoiminen oli oleellisen tärkeää Jokela-uutisoinnin onnistumisen kannalta. Erityisesti uutiskriisin alkuvaiheessa kansalaistietojen ja nettikeskustelujen kerrottiin sisältäneen uutisoinnin kannalta hyödyllistä tietoa, mutta jo muutaman päivän jälkeen nettitietojen uutistiedollinen laatu menetti journalistista merkittävyyttään.

Internetin nouseva rooli toi haasteita myös uutisorganisaatioille. Haastatteluanalyysini mukaan toimituksissa oli vuonna 2007 selkeitä eroja siinä, miten ne olivat kouluttaneet toimittajiaan nettitiedonhankintaan. Koulutustarve oli esimerkiksi Jokelan jälkeen selkeä. Vuonna 2007 leimallista oli myös nuoremman toimittajapolven osaamisen arvostuksen nousu nettivetoisessa uutistyössä.



## **7 MUUTOS 2006–2012: NETTIMURROS KOETETAAN OTTAA HALTUUN UUTISTYÖSSÄ**

Nostan seuraavaksi työni keskiöön vuoden 2012 haastatteluaineiston. Sen avulla analysoin kuuden vuoden aikana koettua internetmediamurrosta. Ensiksi pureudun nettimurroksen merkittävyyden analyysiin ja sosiaalisen median nousun aiheuttamaan muutokseen ja merkitykseen uutistytön arjessa. Tämän jälkeen esittelen tutkimusajanjakson aikana uutisoinnin päämäärissä, keinoissa ja vastustuksissa kuuden vuoden aikana tapahtuneita muutoksia vertailemalla eri vuosien aineistoja. Lopuksi käsittelen haastatteluaineistojen analyysin perusteella nousseita keskeisiä teemoja, jotka liittyvät erityisesti kansalaismaterian käyttötapojen muutokseen uutistilanteissa.

### **7.1 Nettimurros**

#### **7.1.1 Sen merkitys**

Suomalaisten printtimedioiden nettiryynnitys näytti voimansa vuonna 2008, kun sähköinen MTV3 hävisi ensimmäisen kerran netin kävijämäärissä vahvasti verkkoon panostaville iltapäivälehdille. TNS Metrixin tammikuun 2008 mittauksessa kymmenen suosituimman suomalaisen nettisivuston joukossa oli jo kolme sanomalehteä järjestyksessä Iltalehti, Ilta-Sanomat ja Helsingin Sanomat. Samat mediat olivat säilyttäneet vuonna 2012 nettiutisoinnin kärkipaikat. Vastatavat sijoitukset vuoden 2012 toukokuussa viikolla 20 olivat Iltalehti, Ilta-Sanomat, MTV3, Helsingin Sanomat ja YLE.

Ylen, MTV3:n ja Nelosen/HS:n vuoden 2012 haastatteluanalyyseistä käy ilmi, että uutistoiminnan nettimurros oli koettu sekä konkreettisesti että kokemustasolla ennen näkemättömän suurena. Haastateltavien mukaan internetmurros oli muuttanut uutistoimituksissa organisaatioiden toiminnan tasolla lähes kaiken: uutiskriteerit, uutisen tekemisen prosessit, journalistien työn kuvat ja osittain myös uutisyleisöt. Diskurssitasolla nettimurroksesta voi johtaa

vuoden 2012 haastatteluaineiston analyysin perusteella kolme pääteemaa, jotka olivat: yllättävyys ja laajuus, reaaliaikaisuus ja perinteisten medioiden valtaposition murentuminen.

”Tämä on ihan eri maailma kuin kuusi vuotta sitten. Tämä on ihan eri maailma kuin kaksi vuotta sitten. Netti on muuttanut kaiken. Enää ei ole rajoja eikä ole aikaa. Kaikki tapahtuu tässä, nyt ja heti. Ja se mikä on huono puoli, niin nyt myös lukijat odottavat, että meillä on kaikki tieto tässä nyt ja heti, ja sehän ei ole mahdollista.” (Päällikkö, MTV3)

”No sehän on se suurin jo, että se on kolmas jakelutie, se vaikuttaa kaikkeen, se vaikuttaa meidän organisoitumiseen, resursseihin, prosesseihin, investointeihin. Kaikkia kolmea jakelutietä täytyy kehittää, ja tästä on paljon seurannaisvaikutuksia.” (Päällikkö, YLE)

Toimituksissa mietittiin vuonna 2012 tarkasti sitä, mikä on perinteisen median uutistiedon asema ja vaikuttavuus netin reaaliaikaisen ja massiivisen informaatiotulvan keskellä.

”Meidän täytyy tarjota ihmisille rakennuspuuta entistä enemmän, että netin säälitieto muuttuu siten, että sieltä löytyy myös enemmän analyysiä, tai selitetään tämä Talvi-vaara tai Fukushima ihan kunnolla.” (Päällikkö, YLE)

Ei voida sanoa, että nettimediamurros yllätti journalistit ikään kuin housut kintuissa, koska jokainen journalisti oli elänyt työnsä kautta murrosta läpi jo useamman vuoden, silti haastatteluanalyysissä korostuivat yhä edelleen yksilötason kokemuksina nettimurroksen yllättävyys, laajuus ja valta. Yllättävyyttä kuvailtiin jopa ennen näkemättömän suureksi. Haastatteluista nousi esiin myös tietynlainen pakon sanelema pragmaattisuus eli se, että organisaatioiden on pakko opetella ja oppia uudenlainen internetvetoinen uutisointi, tai muuten ne eivät selviä enää kovin pitkään taloudellisesti hengissä.

”Se on selvää, että netti on mullistanut perinteisen median täysin, se on isompi muutos kuin se että televisio tuli tai radio.” (Toimittaja, YLE)

”Yhä enemmän kaikki mediatilat laittavat paukkuja nettiin, koska on yhä todennäköisempää että se on seuraava ja mahdollisesti ainoa pitkän tähtäimen kasvava ansaintaväline, että kyllä sitä muutosta voidaan kutsua oman rajallisen kokemukseni mukaan ennen kokemattomaksi murrokseksi.” (Toimittaja, Nelonen/HS)

Haastatteluaineistossa esiin nousutta internetuutisoinnin merkit tulevaisuuden tärkeimpänä julkaisu- ja ansaintavälineenä on mielenkiintoista verrata vuoden 2006 haastatteluihin, joissa internetin roolia ei pidetty kovinkaan merkittävänä tulevaisuuden julkaisu- saati ansainta-alustana, pois lukien MTV3:n uutisorganisaatio, jossa netin kaupallinen merkitys ymmärrettiin jo tuolloin. Samaa kaksijakoista suhtautumista kuvasi myös Ari Heinosen 2000-luvun loppupuolella tehty suomalaisista sanomalehdistä tehty tutkimus, jonka mukaan vain muutammat päällikköhaastateltavat tunnistivat tuolloin nettimurroksen yleisövuorovaikutuksen merkityksen. Toisten päälliköiden mielestä mitään kummempaa internetmediamurrosta ei ollut näköpiirissä. (Heinonen 2008, 126.)

Vuoden 2012 haastatteluissa perinteisen median ansaintalogiikan muutos koettiin rajuudessaan yllättävänä. Haastateltavien tuntui olevan vaikea kohdata nettimurroksen osin aiheuttamaa printtimedian levikkien laskua, katsojaosuuksien pirstaloitumista ja myös mainosrahojen siirtymistä perinteiseltä medialta yhä useammalle nettialustalla toimivalle sisällöntuottajalle. Haastatteluanalyysin mukaan nettimurros oli myös vaikuttanut perinteisen median valtaposition erityisesti uutisvallankäytön näkökulmasta eli siihen, kenellä oli valta tarjoilla päivän uutisagenda. Aikaisemmin mediat tarjosivat massoille päivittäisen uutiskattauksen, joka oli tarkoin journalistisin kriteerein mietitty. Internetmurroksen myötä vuonna 2012 monet kansalaiset saivat päivän uutisannoksensa sattumanvaraisesti esimerkiksi sosiaalisen median sisäisen markkinalogiikan tai kaveripiirin suositusten mukaan tarjoiltuna. Bourdieun kenttäteorian mukaan journalistinen autonomia oli valunut sosiaalisen median kaupallisille yrityksille ja some-kansalle.

”Siinä se yksi suuri mediamurros on, että miten Facebook ja Google käyttävät algoritmeja, että miten ne rankkaavat kunkin käyttäjän sivuille kiinnostavia uutisia. Sehän ei ole mitenkään tasapuolista, että näkisit kaiken mitä olet tilannut, vaan ne jakavat ja arvottavat sen uutistiedon omalla tavallaan. Siellä on jokin algoritmi, joka arvottaa sen, miten sä näät ne jutut, ja sitä ei ole meille avattu. Ja hämmästyttävää kyllä, monet ihmiset ovat ihan tyytyväisiä siihen, että näin tämä kaupallinen somepalvelu mun maailmaani järjestää.” (Päällikkö, YLE)

Nettimurros tuntui yllättäneen toimittajat myös henkisellä tasolla siten, että sen kerrottiin vaikuttaneen voimakkaasti perinteisen median valtaposition suhteessa sosiaalisen median kansalaisiin.

”Perinteinen media ei voi enää katsoa ylhäältä päin, että tämä asia on tärkeä ja tästä tehdään juttu. Nyt se menee niin, että kansa kertoo meille, että tämä on tärkeää ja tästä me halutaan puhua. Se on muuttanut mielettömästi sitä valtasuhdetta mikä medialla on.” (Toimittaja, YLE)

Enää perinteisellä medialla ei kerrottu olevan monopolia uutisten tekemiseen ja julkaisuun. Vuonna 2012 uutisia tehtiin, julkaistiin ja jaettiin sosiaalisessa mediassa globaalisti kellon ympäri.

”Ensimmäinen iso asia, joka yllätti, niin oli se uutisoinnin nopeuden vaatimus. Sitten myöhemmin tuli se, että emme ole enää ensimmäisenä kertomassa uutisia. Ennen päästiin aina kertomaan ensimmäisenä, kun meillä oli uutislähetys jo klo 19.00.” (Päällikkö, Nelonen/HIS)

Suomalaiset perinteiset mediat kokivat, että ne eivät enää voi tehdä uutisia ainoastaan oman halunsa tai omien perinteisten uutiskriteeriensä mukaan. Netin kautta välittyvä uutistarjonta on jo niin laajaa ja kansainvälistä, että mikäli perinteiset mediat haluavat jatkossakin saada sivuilleen tai lähetyksilleen lukijoita ja katsojia, yleisön mieltymykset on otettava aiempaa paremmin huomioon ja heitä on palveltava kaikilla jakelualustoilla entistä paremmin. Kansainvälinen uutiskilpailu rasitti erityisesti kaupallisia medioita. Internetmurroksen myötä entistä pirstaloidummasta mediayleisöstä kilpailivat monet kansainväliset uu-

tistoimitukset, joilla oli lähtökohtaisesti huomattavasti paremmat resurssit kuin pienen maan uutismedioilla.

”Ihmistä on tullut aiempaa riippumattomia. Mediatalojen pitää aidosti kysyä, että miten yleisöä palvellaan vuoden päästä tai kolmen vuoden päästä. Jos ihmiset ovat tottuneet siihen, että ne katsovat uutisotsikot puhelimestaan, niin silloin on tarpeen rakentaa sellaisia palveluja, jotka vastaavat kysyntään.” (Päällikkö, YLE)

Journalistit olivat yllättyneitä myös siitä, että perinteisten medioiden statuksen koettiin laskeneen. Netistä on tullut isolle osalle suomalaisista korvaamaton kommunikaatio- ja uutisväline.

”Nettimurros näkyy siinä, että kun tutkitaan, mistä välineistä en luopuisi, niin vanhemmat sanovat lehden ja tv:n ja nuoremmat tai keski-ikäiset 40-50-vuotiaat valitsevat jo netin eli se on heille tärkein media.” (Päällikkö, YLE)

Kaikissa tähän tutkimushaastatteluun osallistuneissa toimituksissa oli kuljettu vuodesta 2006 vuoteen 2012 organisaatiotasolla samaan suuntaan, mutta eri polkuja kohti yhtenäisesti organisoituja uutisdeskejä. Näissä yhteisdeskeissä uutiselle mietitään näkökulma ja linkaari eri julkaisukanavissa. Netistä on tullut jakelualusta perinteisen median sisällöille, mutta sen koettiin olevan paljon muutakin. Netin roolin korostuminen vaikutti vuonna 2012 koko uutisen rakentamiseen: Ensimmäinen uutinen pistetään ulos perusmuodossaan netissä, ja sen jälkeen sitä jatketaan ja versioidaan perinteisen median julkaisualustojen puolella, jonka jälkeen uutinen voi vielä palata takaisin nettiin esimerkiksi keskusteluteemanä. Organisaation eri osissa jatkumona tapahtuva ristiin tekeminen oli leimallista ja koettiin uudelleenmuokatuksi uutisen tekemiseksi vuonna 2012. Eri julkaisuvälineiden keskinäinen työnjako toimii myös niin päin, että tv-lähetysten uutis- ja ajankohtaisaiheita aletaan ensin rakentaa puheenaiheena netissä. Kysytään esimerkiksi kansalaisilta kokemuksia kyseessä olevasta teemasta, jonka jälkeen kokemukset ja perusuutinen yhdistyvät tv:ssä tai radiossa julkaistuihin uutisjutuissa. Tämän jälkeen aihe siirretään laajempiin keskusteluohjelmiin ja sosiaalisen median vuorovaikutuskäytäntöihin.

Vuoteen 2012 tultaessa kaikissa toimituksissa nettiuutisoinnin arvostus on noussut selvästi aiempiin tutkimushaastatteluihin verrattuna. Aiemmin perinteistä mediaa selvästi halveksitummasta netistä oli tullut tasavahva, tai jopa perinteisen median julkaisualustoja arvostetumpi toimintaympäristö ja kanava. Nettitekemiseen ja -julkaisuun liittyvät ongelmat kulminoituivat vuonna 2012 yhä edelleen asenneongelmiin eli joidenkin journalistien haluun pitäytyä vanhoissa työtavoissa, mutta myös uuden tekniikan opetteluun liittyviin vaikeuksiin ja toimitusten resurssiongelmiin. Aineistoanalyysin mukaan nettitekemisen kerrottu arvostus oli noussut suhteellisesti eniten Yleisradiossa. Aiemmin nettiä pidettiin Ylessä selvästi alempiarvoisena kuin radion ja tv:n tekemistä.

”Musta tuntuu, että tilanne on nyt tasavahva, että mikään ei jyrää toisiaan, vaan ne kulkevat tasavahvasti toisiaan tukien. Minulla on kyllä hyvä käsitys siitä, että vuosia, vuosia internetiä vähäteltiin. Nyt alle 45-vuotiaista suurin osa pitää nettiä tärkeimpänä välineenään. Ylessäkin on tutkittu sitä, että kuinka paljon tietyt ohjelmat saavat katsojia, ja sen myötä on romuttunut sellainen tietynlainen harha, että tv on miljoon-

nayleisökanava. Suuri massa on ohjelmia, jotka eivät saa edes 10 000 katsojaa, ja sitten kun katsotaan, paljonko meidän luetuimmat nettijutut saavat katsojia, niin huomataan, että ne saavat suuremman yleisön kuin monet tv-ohjelmat.” (Päällikkö, Yle)

Toimituskäytännöissä ja organisaatiotasolla netin arvostuksen nousu näkyi Ylessä vuonna 2012 muun muassa uutisten aamukokouksissa. Ne aloitettiin aina nettiaiheilla. Lisäksi päätöksentekoa oli selkeytetty palvelemaan aiempaa enemmän monikanavaista julkaisemista. Uutisaiheiden monikanavaista hallinnointia korosti myös se, että uutisten päiväpäällikkö huolehti saman päivän aikana tärkeimmät aiheet sekä nettiin että perinteisiin julkaisuihin radioon ja televisioon.

”Nythän on tapahtunut se muutos, että YLE Uutisissa on päiväpäällikkö, joka huolehtii isosta kuvasta sekä radioon, televisioon että nettiin. Se on selkeyttänyt sitä perustilannetta, että kuka päättää. Ja tällä tavoin me ollaan päästy siitä, että päätöksentekoa jähkailtaisiin, kuten vielä vuonna 2006 tapahtui.” (Päällikkö, Yle)

Nettimurroksen merkittävyyttä kuvastaa organisaatiotasolla se, että aikaisemmin tärkeimmät Yleisradion uutislähetykset olivat tv:ssä klo 20.30 lähetys ja radion puolella Päivän peili, mutta vuonna 2012 tekemistä mietittiin netti edellä pitkin päivää.

”Kyllä oikeastaan tähän vuoteen (2012) asti kaikki tekeminen oli keskittynyt siihen, että miten meidän radio- ja tv-lähetykset saadaan täytettyä, ja tokihan sitten Puoli yhdeksän uutiset ja Päivän peli olivat niitä tuotteita, joihin ne jutut haluttiin. Mutta kyllä meillä nyt on ihan selkeä muutos tapahtunut siinä, että me käydään läpi ensiksi meidän verkkopalvelu, ja aiheet jotka ovat puhututtaneet.” (Päällikkö, Yle)

Nettivetöisyys on vaikuttanut myös uutislähetysten sisältöihin, koska perusuutiset ”kuluvat” päivän aikana netin puolella, jolloin perinteisten medioiden illan pääuutislähetysten pitää olla sisällöltään toisenlaisia eli aiheita syventäviä ja analyttisiä.

”Nythän uutiset julkaistaan heti netissä eikä odoteta sitä puol ysiä ja sitä kirkkoväen kokoontumista. Sitten se uutislähetys, josta tuli aikaisemmin ne perusuutiset, niin se onkin sitten syventävä. On turha enää kertoa mitään perusuutista lähetyksessä, koska se on sitten ihan haiseva raato enää siinä vaiheessa.” (Toimittaja, Yle)

Ylen journalistihaastatteluissa nettimurrokseen liittyneet erityiset diskurssit olivat epävarmuus ja pragmaattinen pakko: *”Tämä on nyt positiivinen pakko, jos me ei oteta verkkoa haltuun, niin meitä ei kohta enää ole”*, totesi Ylen päällikkö. Journalistien haastatteluissa korostui, että Yleisradio oli suhtautunut nettimurrokseen ensin ylimielisesti ja sittemmin liian kovalla kiireellä. Vuonna 2012 Yleisradiossa oli käynnissä jälleen uutistoiminnan organisaatiouudistus, jonka tarkoituksena oli tehostaa nettivetoista uutistoimintaa ja organisoida entistä tiiviimpi, yhteistyökykyisempi ja vuorovaikutteisempi nettideski. Joidenkin journalistien mielestä Ylessä korostettiin vuonna 2012 jo liiaksi kaikkea nettiin liittyvää toimintaa perinteisen median kustannuksella.

”Toivottavasti se yhteisdeski toimii, ja siihen saadaan sellaiset ihmiset, jotka tietävät mikä on eri välineille luonteenaista. Tätä knowhowta meiltä vielä puuttuu talosta,

että kyllä me ollaan niiden vanhojen traditioiden ja työprosessien vankeina aika paljon.” (Päällikkö, Yle)

MTV3 uudisti vuoden 2012 alussa koko uutistoiminnan prosessit. Uutisten superdeski oli konkreettinen toimituskulttuurinen ja organisaatiotason muutos siihen, että toimituksen uutisajattelu muutettiin sekä ajatustavoiltaan että rakenteiltaan nettivetoiseksi. Diskurssitasolla muutosta kuvattiin mediamurrokseen liittyvänä pragmaattisena pakkona.

”Nyt on tultu tilanteeseen, että tämä superdeskin pystyttäminen vaikuttaa siihen, että se pelkkä panostus nettiin ei riitä, vaan tämän koko toimituksen kaikkien voimien pitää panostaa siihen.” (Päällikkö, MTV3)

Nettimurros on aiheuttanut merkittäviä toimituskulttuurisia työtapojen muutoksia. Suurin muutos on se, että perinteisen median hitaampi julkaisuaikataulu on muuttunut jatkuvaksi uutisvirraksi, ja tämä puolestaan on vaikuttanut organisaatiotasolla kaikkeen tekemiseen.

”Tieto täytyy saada julki heti, että sitä ei voi enää jäädä panttaamaan, deadline on nyt joka hetki, kun aiemmin se oli vasta illalla.” (Päällikkö, MTV3)

Superdeskin myötä MTV3 integroi vielä aiempaa enemmän netin, sosiaalisen median ja tv:n lähetyksiä ristikkäiseksi ja päällekkäiseksi ohjelmavirraksi. *”Tällaista cross-tekemistä tullaan jatkossa lisäämään”*, totesi MTV3:n päällikkö. Uutinen tai uutistilanne otetaan deskissä kokonaisvaltaiseen käsittelyyn, jolloin uutiskohtaisesti mietitään, mitkä kulmat ja käsittelytavat uutisesta sopivat eri julkaisukanaville ja -alustoille. Uudistuksessa korostuu päälliköiden ja tuottajien asema. Uutinen on tuote, joka tuotetaan eri alustoille sopivaksi ja jota edelleen tuotetaan ja versioidaan päivän mittaan eri julkaisualustoille.

”Netin myötä pohditaan, miten luodaan jatkumoa samaan uutiseen, ensin aamulla tv:ssä ja sitten netissä ja sitten taas tv:ssä. Että tulee jatkuva flow siihen aiheeseen. Enemmän se on sellaista päivittäistä hoksaamista, että mitkä aiheet kulkevat eri välineissä hyvin, se on sellaista päälliköiden hoksaamista.” (Päällikkö, MTV3)

MTV3:n journalistihaastattelujen mukaan superdeskin myötä uutistilanteen johtamisen kerrottiin virtaviivaistuneen. Deskin tuottajat ja päälliköt miettivät heti uutistilanteen alussa yhdessä sen, miten uutinen jakautuu eri välineisiin. Oleellista on ollut keskusteluyhteyden parantuminen ja avoimen vuorovaikutuksen lisääntyminen. Tähän on vaikuttanut konkreettisesti se, että superdeski on koonnut keskeiset ihmiset työskentelemään yhteen paikkaan toistensa lähelle.

”Superdeski vaikuttaa käytännössä siihen, että yhdessä paikassa on tieto ja koordinaatio, ja yhdellä kerralla voidaan jyvittää kaikille osastoille ison uutistilanteen eri kulmat. Esimerkkinä isosta uutistilanteesta MM-kisat, jossa urheilu seuraa perusuutisointia, uutiset voivat miettiä taloudellista kulmaa. Life stylessä voidaan miettiä matkailunäkökulmaa ja viihteessä hakea sitten vaimoja tai muuta viihteellisempää kulmaa.” (Päällikkö, MTV3)

MTV3:n haastattelukertomusten perusteella uutistoimituksen superdeskiuudistusta pidettiin erittäin onnistuneena, deskin toimintaa kehuivat kaikki journa-

listit päälliköistä toimittajiin. Erityisesti kiitettiin sisäisen tiedonkulun parantamista ja päällekkäisen työn tekemisen vähentymistä.

”Superdeski on toiminut paremmin kuin yksikään asia koskaan on toiminut meillä, siis ehdottomasti paras uudistus mitä meillä on ollut, koska aikaisemmin ihmiset istuivat siellä omilla tiloissaan, ja nyt se tieto kulkee paremmin. Ennen vanhaan oli niin, että jos meillä oli Seitsemän uutisten tuottaja, Kymmenen uutisten tuottaja, Aamu-tuottaja ja joitain kuvatuottajia, niin saatoin soittaa jostain Lähi-idästä, jossa oli puhelurajoituksia ja kerroin saman asian useammalle ihmiselle. Sitten sanottiin, että nyt tälläkin on vielä asiaa ja tällä, vaikka just mä sanoin, että puhuin saman asian edelliselle kaverille. Sanoin niille, että ettekö te voi puhua keskenänne sen asian valmiiksi. Tämä superdeski on kyllä ehdottomasti lisännyt tiedonkulkua toimituksessa.” (Toimittaja, MTV3)

Vuoteen 2012 tultaessa myös Nelosen uutisissa näkyi haastattelukertomusten mukaan nettimurroksen aiheuttama toimintatapojen muutos. Netin roolin kasvu näkyi nopeusvaatimuksen kasvuna ja siinä, että toimituksessa on huomattu, että netissä toimii toisenlainen materiaali kuin perinteisissä tv-uutisissa, mikä puolestaan oli vaikuttanut konkreettisesti toimintatapojen muutokseen

”Meidän uutisoinnin nopeus on muuttunut, se on yksi haaste. Toinen haaste on se, että me ollaan huomattu että netissä toimii eri asiat kuin televisiossa eli esimerkiksi se, minkä pituisena asiat kerrotaan missäkin välineessä, joten meidän on pitänyt opetella uusia tekemisen tapoja.” (Päällikkö Nelosen/HS)

Netin arvostus oli selvästi noussut vuodesta 2006 vuoteen 2012. Erityisesti tämä näkyi siinä, että IS:n ja HS:n jakamat Nelosen uutisten yksittäiset uutisvideot olivat kasvattaneet vuonna 2012 katsojaosuuksiaan niin paljon, että nettijulkaisu oli alettu nähdä selvästi aiempaa merkityksellisempänä.

”Nykyään nettiä arvostetaan enemmän, kun on tajuttu se, että minkälainen volyymi siellä voi olla. Parhaimmillaan meillä on enemmän katsojia niillä nettivideoilla kuin koko uutislähetyksellä, ja ne uutisvideoiden katsojamäärät ovat kasvaneet niin paljon, että se alkaa olla varteenotettavaa jo tekijänkin kannalta. Se nostaa sitä arvostusta, kun ihmiset tajuavat, että mun juttuani katsotaan.” (Toimittaja Nelosen/HS)

”Vuodesta 2006 on tilanne muuttunut, ennen nettiin tuupattiin jotain ylimääräistä, mitä lähetykseen ei laiteta. Nykyään se tilanne on päinvastainen, hei että miksi se ei ole netissä vielä. Tämä koskee myös skuuppi aiheita, jotka ennen säästettiin lähetykseen. Nyt pystyy jo oikeasti tekemään sellaista, että laitetaan jotain oikeasti ennen lähetystä nettiin, ettei tarvitse pantata. Ja just toi videopuoli, kun on nähty, että videot on se meidän kilpailuvaltti.” (Toimittaja Nelosen/HS)

Nelosen uutisten haastatteluissa korostui muista toimituksista poiketen se, että päälliköt pitivät yhä vuonna 2012 tv-tuotantoa tärkeämpänä kuin nettiä.

”Kyllä se menee niin, että tv on meillä totta kai ykkösväline, mutta pyritään siihen, että myös netti olisi siinä alusta saakka mukana.” (Päällikkö, Nelosen/HS)

”Kyllä se sitä kautta, kun netin videostarttiluvut ovat kasvaneet, niin ihmiset näkevät sen nyt arvostetumpana kuin aikaisemmin. Arvostus on siirtymässä, mutta kyllä se vielä toistaiseksi on niin, että se tv-lähetys on meillä se ykkönen.” (Päällikkö, Nelosen/HS)

Suurin muutos organisaatiotasolla koettiin syksyllä 2012, kun Nelosen uutiset yhdistyi Helsingin Sanomien uutistoimitukseen. Yhteinen uutistoimitus teki uutisten katsojille, lukijoille ja verkkokävijöille monimediallista uutisvirtaa, joka sisälsi tekstiä ja liikkuvaa kuvaa. Vaikka uutisia tehtiin yhteisvoimin, sekä Nelosen uutisilla että Helsingin Sanomilla säilyivät myös omat verkkosivut, joissa uutiset julkaistiin. Ensimmäinen yhteistoimituksen tuottama tv-uutislähetys oli 3.12.2012. Yhdistymisen myötä entinen toimituskulttuuri muuttui kokonaan. Tv-toimittajat kirjoittivat nyt myös juttuja Helsingin Sanomien painettuun lehteen ja tekivät samalla uutisvideoita HS:n verkkosivuille. Helsingin Sanomien kirjeenvaihtajat ja toimittajat puolestaan tekivät tv-raportteja ja raportoivat uutisaiheista tv:n uutislähetyksissä.

Näin Nelosen väki kuvasi omaa rooliaan tulevassa organisaatiomuutoksessa kesällä 2012 ennen virallista toimintojen yhdistämistä: *”Minä koen, että me mennään tekemään HS.fi eri tavalla eläväksi, tämä on mun fiilis”*, totesi Nelosen/HS:n toimittaja. Päälliköiden mukaan Helsingin Sanomien ja Nelosen yhteistoimituksessa Nelosen uutisten osalta korostuvat aiempaa pidempi ja taustoitavampi tv-uutislähetys sekä netissä julkaistava laaja videotuotanto. *”Me mennään nimenomaan tekemään sinne sitä sähköistä kuvaa, että videon merkitys tulee ainakin meidän näkövinkkelistä kasvamaan ihan hirveästi”*, kertoi Nelosen/HS:n päällikkö.

Sara Malmberg selvitti gradussaan (2013), miten Nelosen uutisten tv-toimittajat kokivat toimitusten yhdistämisen ja kahden toimituskulttuurin kohtaamisen muutama kuukausi Sanomataloon muuton jälkeen. Malmbergin mukaan Nelosen tv-toimittajat pitivät Helsingin Sanomien toimituskulttuurin hierarkkisempänä ja jäykempänä kuin Nelosen entistä toimituskulttuuria. Lisäksi tv-toimittajat kokivat, että lehtitoimittajat ja päälliköt eivät ymmärtäneet tv-työn erilaista työskentelytapaa. Yhdistymisen koettiin myös kuormittavan erityisesti tv-puolen väkeä, koska tv-uutisten lähetyksajat olivat pidentyneet, mutta resurssit eivät olleet lisääntyneet vastaavasti. Myös tekniset murheet pohdituttivat. Positiivisena tv-journalistit pitivät uuden organisaation vahvaa uutisammattitaitoa sekä tulevaisuuden mahdollisuuksia, kunhan koko toimituksen koulutuksesta ja resursseista huolehditaan asianmukaisesti. (Malmberg 2013, 72-75.)

### 7.1.2 Sen murheet

Suurimmat nettitekemisen ongelmat liittyivät Ylen toimittajilla 1) työn lisääntymiseen ja sitä kautta 2) kiireeseen 3) vaikeaksi koettuun tekniikkaan ja 4) toimittajien asenteisiin, kuten pelkoon oman ammattitaidon vanhenemisesta sekä siihen, että uutta kansalaisten kanssa vuorovaikutteista nettitekemisen tapaa ei osata tai sitä ei koeta tärkeäksi.

*”Työmäärä on lisääntynyt selvästi toimittajilla. Radio- ja tv-reportterit tekevät yhden jutun päivässä ja kirjoittavat siitä nettijutun. Kyllä niitä aika usein sitten ylitöinä nakerretaan niitä nettijuttuja.”* (Päällikkö, Yle)



”Olen yllättynyt tänä päivänä siitä, että ne konservatiivisimmat eivät ole päällikkötasolla, vaan ne ovat tekijätasolla, pomot on ollut reippaita ja avoimia, päätoimittaja- ja uutispäätoimittajatasolla.” (Päällikkö, Yle)

”No ihmisethän ovat olleet ihan sekaisin ja monet ovat pelänneet. Työntekijätasolla se on aiheuttanut epävarmuutta ja vastustusta ja kysytään, että onko tämä netti nyt niin tärkeää, miksi en voi keskittyä siihen, mitä olen opetellut ja osaan tehdä. Mutta eihän se niin voi mennä kun maailma muuttuu.” (Päällikkö, Yle)

Uuden tekniikan lisääntyminen ja vaikeakäyttöisyys koettiin ongelmana. Se vaikutti kielteisesti muun muassa yhtiön sisäiseen tiedonkulkuun.

”Yhteistyö uutisten ja ajankohtaisohjelmien välillä ei toimi kunnolla, ja tiedonkulussa on ongelmia. Meillä on joku helvetin nettipohjainen kalenteri, jota pitäisi täyttää, mutta se on niin kankea ja maailman monimutkaisin, niin mä en vaan täytä sitä.” (Toimittaja, Yle)

Nopeaan nettijulkaiseminen liittyvää tietojen varmistamista pidettiin yhä edelleen isona haasteena.

”Tämä tiedon varmistus, että meilläkin netissä meni ulos sellainen tieto, että vahva epäily on, että Norjassa olisi tapahtunut muslimi-isku. Pyöritin vain päätäni, että kuka voi päätellä, että mistä tämä tieto on. Koko ajan se kysymys oli ilmassa, kunnes poliisi sitten kertoi tiedon, että se on valkoihoinen norjalainen. Mutta siinä oli varmaan kolmen tunnin viive, ennen kuin poliisi sen kertoi.” (Päällikkö, Yle)

MTV3:n uutistoimituksessa suurimmat nettimurroksen ja toimittajatyön yhdistämiseen liittyvät vastoinkäymiset olivat: 1) kiireen lisääntyminen, 2) analysointi- ja ajatteluajan väheneminen, 3) uuden tekniikan käyttöongelmat, 4) journalistisen luotettavuuden koettu rapautuminen ja 5) reaaliaikaiseen monimediatoimittamiseen liittyvä jaksaminen. Perinteisen tv:n uutistoimittajan työnkuva on MTV3:ssa muuttunut. Enää ei riitä se, että toimittaja tekee tv-jutun, vaan hänen on koko uutistilanteen ajan toimittava tiedonvälittäjänä sekä nettiin että radioon. Uutistytön muuttuminen reaaliaikaiseksi tiedonvälitykseksi on selvästi lisännyt toimittajien työtaakkaa.

”Hyvä esimerkki on eilinen päivä kun oli tämä Assange-juttu. Tein ennakkojutun aamuun, sitten olin suorassa aamulähetyksessä. Sen jälkeen annoin suoran haastattelun aamulla Novalle, ja siitä samasta haastattelusta purettiin verkkoon tällainen ennakoiva juttu. Sitten soitti jälleen meidän verkko ja pyysi kommenttia, tämä tapahtui klo 10.15, ja jo kello 11 aikaan annoin suullisen kommentin radioon, joka kirjoitettiin nettiin auki. Tämän jälkeen menin haastattelemaan puolustusasianajajaa. Ja tunti sen haastattelun jälkeen soitti uudestaan tämä meidän verkko-radiotoimittaja ja siinä välissä mä olin mennyt toimistoon ja ottanut siitä mun asianajajahaastattelusta kuvan, jonka lähetin nettiin. Sitten mä editoin siitä materiaalista tv-jutun iltaan, ja sitten jouduinkin lähtemään yhteen toiseen tilaisuuteen. Mutta ei olisi ollut mitenkään mahdollon ajatus, jos se juttu olisi arvotettu niin, että olisin voinut olla vielä Kymmenen uutisissa illalla suorassa lähetyksessä. Tämä vähän antaa sulle kuvaa siitä, minkälaista tämä työ on tänä päivänä, että silloin kun aloitin vuonna -86, niin Maikkarilla oli vain Kymmenen uutiset ja yhtä paljon jengitä tekemässä sitä kuin nyt.” (Toimittaja, MTV3)

Osalta päälliköistä herui myötätuntoa nettimurroksen aiheuttamaa toimittajien työnkuvan muutosta kohtaan ja osalta ei.

”Toimittajia ottaa ehdottomasti päähän se, että ne joutuvat tekemään moneen kana-vaan. Ne, jotka eivät ole nettinatiiveja, marisivat että pitääkö mun kirjoittaa nettiin-kin vielä teksti. Se on kauheata, mä haluaisin tehdä vaan tv-jutun. Tämän asian vään-täminen on ollut iso juttu. Ihmiset valittavat, että tulee liikaa työtä, liian raskaita työpäiviä, minä sanon, että höpö höpö.” (Päällikkö, MTV3)

”Ehkä saattaa olla ihan aiheellistakin kaipuuta sen perään, että ei olisi aina niin kiire, että ei tarvitsisi tehdä tällä sekunnilla, vaan ehtisi rauhassa pohdiskella.” (Päällikkö, MTV3)

Nelosen toimituksessa haastattelukertomuksissa nousi esiin samankaltaisia negatiivisia tendenssejä nettimurroksen suhteen kuin MTV3:n toimituksessaakin kuten 1) kiire, 2) monikanavaiseen julkaisemiseen liittyvän työn ja tekniikan lisääntyminen, 3) journalistisen työn laadun koettu heikkeneminen ja se, että 4) journalistiseen analyysiin ei enää riitä resursseja.

”Ennen ei ollut sosiaalista mediaa, ei ollut nettiä samassa määrin kuin nyt ei ollut pakkoa tehdä sitä nettiä juuri nyt, eikä ollut pakkoa tehdä sitä samassa määrin. Nykyään joudun tekemään tv-uutisen lisäksi haastattelusta tekstiversion, joka on mielellään erilainen kuin se uutisjuttu. Lisäksi tuotan samasta materiaalista videoita pitkin päivää kaksi tai kolme ja päivitän ne Twitteriin ja Facebookkiin eli työtä on paljon enemmän kuin ennen.” (Toimittaja, Nelonen/HS)

Erikoispiirteenä voi Nelosen uutisten nettimurheiden listalla mainita haastattelukertomuksissa esiin nousseen 5) toimituskulttuurisen epäreilouden kokemuksen. Kaikilta toimittajilta ei vaadittu yhtäläistä työvelvoitteita netin suhteen, ja tämä koettiin haastattelukertomusten mukaan jossain määrin epäoikeudenmukaisena. Lisäksi toimittajahaastateltavat nostivat esille sen, että päälliköiden pitäisi nykyistä selkeämmin linjata se, mitkä työt kuuluvat yhden toimittajan vastuulle uutispäivän aikana ja pohtia sitä, ovatko nämä vastuut oikeudenmukaisia ja realistisesti toteutettavissa.

”Tekeminen on vielä yksilöllistä, jotkut tuottavat paljon enemmän tavaraa kuin jotkut toiset, ja jotkut eivät ole vielä tajunneet sitä, että miten paljon pitäisi tehdä, tai sitten ne ovat vaan muutosvastarintaisia. Työn määrä on kyllä selvästi lisääntynyt. Ja koko ajan käydään neuvotteluja, että kyllä sinun pitäisi tehdä vielä tämäkin ja tämä.” (Toimittaja, Nelonen/HS)

Organisaation johdolta toivottiin nykyistä selkeämpää linjausta sen suhteen, mitä yhden ihmisen pitää uutistilanteessa tehdä. Lisäksi toivottiin riittäviä resursseja perinteisen median, netin ja sosiaalisen median tekemiseen.

”Minusta on vähän surkea suunta, jos uskotaan, että nämä uudet velvoitteet, netit somet yms. hoidetaan sen vanhan duunin ohella. Eihän siitä sitten tule kuin kaksi huonoa lopputulosta.” (Toimittaja, Nelonen/HS)

”Työn johtamisessakin on ehkä parantamisen varaa, että vieläkin uutistuottajat ovat sen tv-lähetyksen tuottajia ja keskittyvät ensisijaisesti siihen, ja sitten se netin tekeminen on sitten niiden yksittäisten toimittajien vastuulla.” (Toimittaja, Nelonen/HS)

Päällikköhaastateltavat tyytyivät lähinnä vain toteamaan, että toimituksessa on normaalia muutosvastarintaa nettitekemisen aiheuttamaan perinteisen työnku-  
van muutokseen ja lisätyöhön.

## 7.2 Sosiaalinen media

### 7.2.1 Johtotason asennemuutos

Vuonna 2012 kaikissa uutistoimituksissa elettiin haastattelukertomusten mukaan varsinaista sosiaalisen median huumaa. Facebook oli tähän tutkimukseen haastateltujen toimittajien mielestä ehdottomasti tärkein sosiaalisen median keskustelujen nostaja ja yleisövuorovaikutusväline. Tutkimukseen osallistuneissa toimituksissa Twitter oli pääosalle journalisteja vieraaksi koettu mediaympäristö ja se oli vuonna 2012 vain joidenkin niin sanottujen someedelläkävijätoimittajien aktiivikäytössä. Yhtiötasolla tarkasteltuna Twitterin merkitys uutistyyössä korostui eniten MTV3:ssa, jossa sitä pidettiin erityisesti päällikkötasolla tärkeänä uutisten seuraamiskanavana. Nelosen uutisissa Twitteriä arvostettiin myös omien uutisten jakelukanavana.

*”Mä seuraan paljon Facebookia, että mitä ihmiset linkkaa ja mistä siellä puhutaan. Twitterissä oon aika huono, mä en snajaa sitä oikein. Pyörin netissä useita tunteja päivässä erilaisilla sivustoilla ja katson, mitä siellä tapahtuu ja mitkä ovat klikattuja ja suositeltuja juttuja.” (Toimittaja, Yle)*

*”Jos joku iso uutistapahtuma sattuu, niin mä alan seurata Twitteriä ihan eri tavalla. Twitterissä se tieto leviää heti ja ihmiset lähettävät kuvia ja videoita. Facebook on ihan erilainen.” (Päällikkö, MTV3)*

*”Twitter-seuranta on meillä kasvanut paljon nopeammin kuin Facebook-seuranta, mutta sekin varmaan johtuu siitä, että me ollaan panostettu Twitteriin enemmän. Mä olen korostanut tuolla toimituksessa, että pitäisi muistaa päivittää sitä, ja kun me ollaan oltu aktiivisia, niin ihmiset ovat alkaneet seuraamaan sitä.” (Päällikkö, Nelonen/HS)*

Mediayhtiöissä oli erityisesti päällikkötasolla havaittu, että suomalaisia ei enää tavoiteta pelkästään tv:n, radion ja yhtiön virallisten internetsivujen kautta, vaan pitää olla mukana myös netin epävirallisilla kansalaissivustoilla eli sosiaalisessa mediassa. Kuudessa vuodessa tapahtunut asennemuutos on ollut merkittävä, kun vertaa erityisesti päälliköiden asenteita vuoden 2006 nihkeään suhtautumiseen netin epävirallisia kansalaissivustoja ja niistä saatavia tietoja kohtaan.

*”Kun vuonna 2007 Suomeen tuli Facebook, niin mäkin vähän salaa menin työkoneella sinne ja pomojen mukaan tuhlasin aikaa. Sitten pari vuotta myöhemmin sanotaan, että nyt pitää kaikkien olla siellä fb:ssä, että nyt on pakko! Tässä on vähän se, että Yleä niin kuin montaa muutakin mediataloa johtavat keski-ikäiset miehet, jotka ovat arvoiltaan aika konservatiivisia, ja jos ne eivät itse ole keksineet jotakin, niin se ei ole hyvä. Ja jos johtajilta puuttuu tietämys uudesta mediasta, niin on vaikea visioida, että siitä tuleekin jotain merkittävää. Mutta kieltämättä on ihan hyvä, että he ovat oppineet kohtalaisen nopeasti, ja ihan vuoden sisällä asenteet ovat muuttuneet radikaalisti.” (Päällikkö, Yle)*

*”Vielä vuonna 2009 oli epätoivottavaa olla sosiaalisessa mediassa, sitten kelataan vuosi eteenpäin ja yhtäkkiä pomot on, että hei, kyllä toimittajien pitäisi nyt osata olla somessa. Kyllä se on aika haipakkaa ollut tavallisen rivitoimittajan näkökulmasta. Ja siitä olen oikeastaan kuumottanut johtoa, että ne kuvittelevat antaneensa mandaatin, että toimikaa nyt siellä sosiaalisessa mediassa. Mutta en ole varma, että ovatko ne*

ihan tarpeeksi vielä erikseen sallineet sitä. Onko kuitenkin vielä siellä uutispoikien käytävillä sellainen mentaliteetti, että kyllä se puoli yhdeksän lähetys on kuitenkin se arvokkaampi juttu, vaikka yleisökoostumuksesta tiedetään, että sitä lähetystä katsovat pääosin vain yli 45-vuotiaat.” (Päällikkö, Yle)

Vuonna 2012 toimituksista löytyi haastatteluanalyysien perusteella kolmenlaisia diskursiivisia toimintamalleja journalistien asemoitumisessa suhteessa sosiaalisen median uutistyökäyttöön. Journalistien positioita kuvaavat termit ovat 1) edelläkävijät, 2) konservatiivit ja 3) perässähiitäjät. Edelläkävijät ovat jo pidempään itse toimineet sosiaalisessa mediassa ja käyttävät sitä päivittäin työnsä tukena. Organisaatiotasolla edelläkävijöitä leimasi erityisesti Yleisradiossa ja Nelosen uutisissa hienoinen katkeruus konservatiivisiksi koettujen päälliköiden hidasliikkeisyyttä kohtaan. Konservatiiveille puolestaan oli tunnusomaista, että he olivat aiemmin vastustaneet ja jopa halveksuneet sosiaalista mediaa ja siellä toimimista, mutta nyt he pitivät sosiaalisessa mediassa toimimista tärkeänä ja perustelivat sitä mediamurroksesta johtuvilla rationaalisilla käytännön syillä.

”Ylen pitää olla sosiaalisessa mediassa sen vuoksi, että suurin osa ihmisistä on siellä. Toinen syy on se, että median yksinoikeus tuottaa ja julkaista uutisia on murentumassa.” (Päällikkö, Yle)

Perässähiitäjät keskittyivät edelleen perinteisen uutistyön tekemiseen ja välttelivät sosiaalisen median työkalujen käyttöön ottoa omissa uutisrutiineissaan.

”Meillä on vieläkin toimittajia, jotka eivät ole somessa ollenkaan, ja musta se on ihan ok, koska jos tekee jostain kansainvälisestä politiikasta juttuja niin, ei siellä tarvitse olla.” (Toimittaja, Yle)

”Itse en ole missään sosiaalisessa mediassa, mutta kyllä toimittajat sieltä välillä juttuja ehdottavat.” (Päällikkö, Yle)

Vuoden 2012 haastatteluanalyysin perusteella MTV3:n uutisten osalta korostui se, että sosiaalinen media oli toimitustasolla integroitu osaksi uutisprosessia. Vaikka MTV3:n toimituksessakin oli sosiaalisen median käytön suhteen perässähiittäjiä, silti erityisesti uutisorganisaation toimitusrutiinien tasolla sosiaalinen media oli jo vahvasti läsnä työprosesseissa. Utistilanteissa korostui se, että heti tapahtuman käynnistyttyä organisaatiotasolla alettiin seuloa netin epävirallisia sivustoja lisätietojen hankkimiseksi.

”Kyllä niitä ensimmäiseksi aletaan perata: Facebookia, Murhainfoa ja vastaavia, jos on esimerkiksi perhesurma tai kouluammunta. Monestihan sitä kautta alkaa aueta ne taustat ja se juttu. Voisi sanoa, että se kuuluu jo melkein automaattisesti siihen lähtöön, että joku alkaa niitä perata.” (Päällikkö, MTV3)

Yleisradiossa sosiaalisen median yhdistäminen kiireiseen uutistyöhön koettiin resurssisyistä hankalaksi ja haasteelliseksi. Toimittajille ei ollut annettu mitään pakollisia velvoitteita sosiaalisessa mediassa toimimiseen isoissa uutistilanteissa. Yhtiössä ei myöskään ollut mitään selkeää linjaa siihen, miten netin epävirallisia tietoja käytettiin tiedonhankintaan uutistilanteissa.

”Suuri kysymys jatkossa on se, että mikä on sosiaalisen median rooli kaikessa tässä uutistilanteen tiedonkeruussa. Facebook ja Twitter ovat tärkeitä, mutta kuinka paljon meillä on oikeasti aikaa seuloa sitä tietoa, että mitä sieltä tulee, ja mikä se tiedon oikeellisuus on, ja osataanko me bongata sieltä niitä oikeita asioita. Se pitää ottaa kyllä kauhean vakavasti, koska sieltä tulee kyllä oikeatakin tietoa, ja sitä kautta saadaan myös ihmisiin kontaktia yhä paremmin. Kyllä siinä on paljon haasteita.” (Päällikkö, Yle)

Asia nähtiin merkittävänä, mutta mitään yhtiötason kattavaa toimitusrutiinia ei vuonna 2012 ollut rakennettu. Myös uutistilanteen organisoiminen ja resurssien tasolla sosiaalisen median uutiskäyttöä ja julkaisuvelvoitteita ei vielä integroitu käytännössä yhtiötason toimintaan. Uutistilanteissa jokainen journalisti toimi oman aktiivisuutensa tai oman päällikkönsä aktiivisuuden ohjaamana. Yhtiötasolla Yle oli laatinut yleiset sosiaalisessa mediassa toimimisen ohjeet vuonna 2010. Kaksi vuotta myöhemmin päivitettyjen ohjeiden mukaan Ylen arvot luotettavuus, riippumattomuus ja ihmisen arvostaminen ovat toiminnan keskiössä myös sosiaalisessa mediassa. Uutistilanteen some-seurannan ja julkaisun suhteen oli tehty vain yhden tarkemmat ohjeet, jotka koskivat toimittajan oman Facebook-sivun julkaisuja uutistilanteissa. Niiden mukaan uutistilanteessa toimittajan oman Facebook-sivuston pitäisi muuttua henkilökohtaisesta päivitysten tekemisestä enemmän uutissivua muistuttavaksi tilannetiedotussivustoksi eikä omille fb-sivuille pitäisi enää uutistilanteessa panna henkilökohtaisia päivityksiä sotkemaan uutistilanteen seuraamista. Oman sivuston uutispäivitystä ja tilanneseurainta pitäisi ohjeiden mukaan pyrkiä seuraamaan niin pitkään, että yhtiön nettitoimitus on saanut tehtyä aiheesta oman uutisen, jonka jälkeen tämän uutisen voi linkata toimittajan omalle Facebook-sivulle.

Eniten vuorovaikutteisuutta ja sosiaalista mediaa hyödynsi Ylen uutistoinnassa vuonna 2012 perustettu Suora linja -niminen uutislähetys.

”Suora linja toteuttaa jo pienessä mittakaavassa sitä, minkä pitäisi olla jonkun ajan päästä arkea ihan tavallisessa uutistoiminnassakin. Eli sitä, että tullaan alas ja kerrotaan aikeemme ja avataan sitä uutisten tekemisen prosessia. Eli se valmis tv-juttu ei ole arvo sinänsä, vaan prosessi, miten sitä kansalaisten kanssa yhdessä tehdään. Tällä tavalla yhteistyötä tehden saadaan ihan uudenlaisia näkökulmia uutisiin tai saataan saada sellaisia uutisvinkkejä, joita ei muuten saataisi. Me ei perinteisesti olla ollut siinä kansalaisyhteistyössä kovin hyviä eikä ihan vielä ollakaan.” (Päällikkö, Yle)

Julkisen palvelun Yleisradio joutui vuonna 2012 käyttämään uutistyössään kaupallisia sosiaalisen median alustoja, koska oman talon tekniset sovellukset laahasivat haastattelukertomusten mukaan jäljessä. Eräs päällikkö kuvasi tilannetta tunnustamalla Facebookin olevan toimituksen nopein uutisten julkaisukanava. Myös Ylen Suora linjan käytössä olevat vuorovaikutuskanavat olivat vuonna 2012 pääosin kaupallisia sosiaalisen median sovelluksia.

”Suora linja tehdään Jyväskylässä, siinä on uutispäällikkö ja kaksi nettiankkuria, ja heidän roolinsa on houstata sitä verkkoyleisöä Facebookissa ja Twitterissä. Sitä pitäisi tehdä myös omilla sivuilla, mutta meiltä puuttuu vielä teknisiä sovelluksia, että se toimisi kunnolla.” (Päällikkö, Yle)

MTV3 on myös tehnyt yleisluontoiset ohjeet vastuullisesta toiminnasta sosiaalisessa mediassa. Yleisradioon verrattuna MTV3:n ohjeet olivat yleissävyltään

ankarammat ja niitä leimasi kaupallisen toimintaan liittyvien liikesalaisuuksien suojaamisen korostaminen. Ohjeet painottivat toimittajan työroolia, vastuuta ja väärinkäytöstilanteissa myös mahdollista vastuuseen joutumista.

*”Tässä tullaan siihen, että pitää olla järki ja hyvä maku läsnä facessa. Tässä ammatissa ihmisten vaan täytyy tajuta se.” (Päällikkö, MTV3)*

Haastatteluhetkellä kesällä 2012 Nelosen uutisissa ei ollut annettu mitään erityisiä sosiaalisen median ohjeita toimitukselle. Yleisesti vain toivottiin aktiivisuutta somessa.

*”On siitä puhuttu, että sosiaalista mediaa pitää hyödyntää ja pitää olla läsnä ja netissä pitää olla nopea ja aktiivinen ja niin pois päin.” (Toimittaja, Nelonen/HS)*

Toimituskulttuurin suhteen Nelosen uutisissa korostui kaksijakoinen suhtautuminen some-työskentelyyn. Edelläkävijät käyttivät sosiaalista mediaa aktiivisesti uutistyoissa ja perässähiitäjät vastustivat sen käyttöä.

*”Lisätöihin ihmiset suhtautuvat aina vähän penseästi. Sitä ei ehkä vielä tajuta, että mikä merkitys Facebookilla ja Twitterillä on, ja miten paljon niistä voi saada irti. Sitä kautta me annetaan jotain sisältöjä ihmisille ja voidaan vastavuoroisesti saada heiltä myös jotakin takaisin, vaikka uutisvinkejä.” (Toimittaja, Nelonen/HS)*

Edelläkävijä-toimittajat käyttävät työajastaan ison osan sosiaalisen median kautta tapahtuvaan tiedonhankintaan.

*”Varmaan kolmannes päivän työajasta menee siihen, että selailee näitä epävirallisia sivustoja, keskustelupalstoja, blogeja ja sosiaalista mediaa. Twitteristä mä seuraan asiahakuja ja seuraan niitä, jos on vaikka maanjäristyksiä tai tsunameja, että mitä on tapahtunut missäkin.” (Toimittaja, Nelonen/HS)*

Sosiaalisen median uutuutta uutistyoissa kuvasti vuonna 2012 se, että somen yhdistäminen perinteisen median uutistuotantoon ja tv-lähetyksiin nähtiin vielä kankeana sekä omassa toimituksessa että koko suomalaisessa mediakentässä laajemminkin.

*”No se on kanssa ollut aikamoista hakemista kaikilla, että on nähty hassuja virityksiä ja tullaan näkemään, että kaikki tajuaa sen, että on tämmöinen second screen – homma käytössä eli on läppäri sylissä ja telkkari auki. Meilläkin on se, että katsoja voi jotain vaali-iltaa katsoa netistä, mutta sen rinnalla oot kavereidesi kanssa facessa. Se on joissain ohjelmissa ja kokeiluissa onnistunut paremmin kuin toisissa, ja sama myös kilpailijoilla.” (Päällikkö, MTV3)*

Vaikka uutisten julkaisu sosiaalisessa mediassa oli otettu osaksi uutisprosessia, silti myös MTV3:n uutisdeskissä etsittiin vielä toimivia rutiineja sille, miten julkaiseminen eri alustoille tehdään käytännön uutistyoissa mahdollisimman jouhevasti.

*”Me tehtiin Breivikin ekana oikeudenkäyntipäivänä niin, että en kirjoittanut Twitteriin suoraan, vaan kirjoitin meidän nettitoimitukseen ehkä kerran puolessa tunnissa. Ongelman tässä on se, että jos on jatkuva uutisprosessi meneillään, niin missaat*

helposti sen olennaisen, että mitä se juuri sanoi, kun kirjoitat sitä tekstiä samaan aikaan eteenpäin.” (Toimittaja, MTV3)

Sosiaalisen median tietoihin suhtaudutaan yleisesti kaikissa toimituksissa samanlaisella journalistisella kritiikillä kuin muuhunkin epäviralliseen varmistamattomaan tietoon.

”En mä suhtaudu niihin lähteinä, eli ne on aina pakko tarkistaa ja saada oikeat lähteet niihin. Arvostan niitä lähinnä vinkkiluontoisina lähteinä.” (Toimittaja, Nelonen/HS)

”Nyt esim. Syyrian kohdalla meidän ulkomaantoimittajat ovat seuranneet, mitä sosiaalisesta mediasta on tullut esiin, ja sitten he ovat tuoneet niitä teemoja uutiskokouksiin. Ja mun duuni on pomona sitten sanoa, että siellä liikkuu paljon tietoa ja siellä liikkuu paljon väärää tietoa, että varmistakaa ja tarkastakaa se tieto.” (Päällikkö, Nelonen/HS)

Haastattelukertomusten mukaan sosiaalinen media on jo muuttanut ja tulee edelleen muuttamaan uutistoiminnan vakiintuneita prosesseja ja toimittajien ja yleisön vuorovaikutusta uutistilanteissa. Tämä heijastuu myös uutistoimitusten organisaatiotasolle. Esimerkiksi Yleisradiossa suunniteltiin vuonna 2012 sosiaalisen median vuorovaikutusdeskiä, jonka tavoitteena on palvella yleisöä uutistilanteessa keskustelun herättäjänä, uutistietojen ja kuvien vastaanottajana, uutistietojen välittäjänä, liikenteen ohjaajana, uusien yleisöjen houkuttajana sekä uutisten rakentajana yhteistyössä kansalaisten kanssa. Sosiaalisen median merkittävyyttä uutisprosessin osana perusteltiin uutisyleisöjen muuttumisella. Ihmiset eivät enää välttämättä seuraa isoissa uutistapahtumissa suoraan mediatalojen uutisvirtaa, vaan he voivat seurata uutistapahtumia kuratoivia sosiaalisen median toimijoita, esimerkiksi toimittajaa, joka välittää uutistapahtumaan liittyviä mielenkiintoisia linkkejä ja tietoja.

”Mä yleensä herään tviittaamaan siinä kohdassa, kun jotain kiinnostavaa on päällä, esimerkiksi se lentokone Keflavikin yllä. Sain myöhemmin itselleni sellaisen palauteviestin, jossa tämä ihminen kertoi, että hän ei mennyt Hesarin sivuille tai Ylen sivuille, vaan etsi Twitteristä käsiinsä minut. Tämä palaute on pieni esimerkki siitä, miten ihmisten uutiskäytös muuttuu.” (Päällikkö, Yle)

Journalistit olivat sitä mieltä, että sosiaalinen media vaikuttaa tulevaisuudessa journalismiin ja muuttaa sitä laajemmin kuin nyt vielä osataan edes kuvitella.

”Kyllä se kiistatta ja ehdottomasti tulee muuttamaan journalistisen kerrontatyylin ja tiedonhankinnan. Se muuttaa tiedonhankintaa siten, että isoista uutistapahtumista kaikki ensimmäiset tiedot alkavat olla jo sitä kautta saatuja.” Nyt vasta ruvetaan pikuhiljaa uskomaan siihen, että se on pakko huomioida, ettei jää alakynteen.” (Päällikkö, Nelonen/HS)

Some-edelläkävijät visioivat, että sosiaalisen median avulla voitaisiin uudistaa uutisten tekemistä aiempaa avoimemmaksi yhteisöllisemmäksi prosessiksi. He olivat selvästi valmiimpia esimerkiksi joukkouistamisen käyttöön uutistilanteissa.

”Mielestäni koko skuupin käsite on murtumassa. Esimerkkinä vaikka tämä, että mulla olisi nyt mielessä juttuaihe: Mitä tapahtui Anonymous-hakkereille? Seuraavaksi

tekisikin mieleni avata tästä keskustelu verkkoon, että mitä niille tapahtui? No, avaan keskustelun omalla nimelläni, ja jos nyt vaikka joku kilpaileva media tekee siitä uutisen, niin onko se mun skuuppi vai ei? Minä en haluaisi tällaista aihetta jemmaa niin, että tekisin sen salaa yksin kammiossani." (Päällikkö, Yle)

Uutistyyntymisen muuttuminen vaikuttaa myös siihen, että journalistien pitäisi koulutautua sosiaaliseen mediaan ja päivittää omaa osaamistaan.

"Perinteisen median rooli on tietojen tarkastaja ja selvittäjä, ja tavallaan plärää muiden puolesta sen, että ovatko nämä viestit totta, ja mahdollisesti kaivaa tietoa sen ympäriltä. Sitä tietoa osataan tällä hetkellä ihan liian huonosti verifioida tarkastaa ja selvittää, sanotaan nyt vaikka Twitter-viestien taustoja, vaikka siihen on olemassa paljon välineitä." (Toimittaja, Nelonen/HS)

Haastatteluanalyysien mukaan sosiaalisen median uutiskäytön osalta korostui kolme asiaa 1) liikenteenohjaus omille uutissivuille, 2) tietojen ja haastateltavien etsiminen sekä 3) vuorovaikutteisuus eli oman median yleisösuhteen vahvistaminen sekä 4) uusien yleisöjen löytäminen. Teemat nousivat haastatteluaineistossa varsin yhdenmukaisesti esiin.

"Ihmisiä käytetään tiedon lähteenä. Jos jotain tapahtuu, niin me voidaan tiedustella somen kautta, että olitko paikalla ja pyytää niitä ottamaan yhteyttä toimitukseen. Sitteen kun niitä tätä kautta tavoitetaan, niin sitten tehdään esimerkiksi puhelinhaastattelu." (Päällikkö, Nelonen/HS)

"Some on tärkeä väylä saada omat uutiset leviämään, ja mahdollisesti sitten niiden kommentoinnin kautta saadaan joitakin vinkkejä ja kysytään kokemuksia erilaisista aiheista. Se on myös samalla väylä meille toimitukseen." (Päällikkö, MTV3)

"Se on merkittävä tiedonhankintakanava, ja se on merkittävä kanava siihen, että tiedetään, mistä keskustellaan, koska päivän puheenaiheet nousevat sieltä ennen kuin ne ovat tiedossa muuten. Lisäksi se on hirveän nopea ja kansainvälinen." (Päällikkö, MTV3)

Jos vertaa Heinosen (2008) tutkimukseen, näyttää siltä, että sosiaalisen median vuorovaikutteisuus oli vuonna 2012 jo vakiinnuttanut asemaansa journalismin kentällä. Heinosen tutkimuksen mukaan vielä 2000-luvun alussa suomalaisissa sanomalehdissä yleisön osallistamista ohjasivat huomattavasti enemmän tunnustekijät kuin varsinainen strateginen ajattelu. (Heinonen 2008, 4.) Vuonna 2012 ketään rivitoimittajaa ei vielä velvoitettu olemaan suoraan läsnä sosiaalisessa mediassa, mutta koulutusta aiottiin tarjota halukkaille.

"Nettitoimittajat saavat jakaa Facebookiin uutisia, mutta ei meillä ole mitään sellaista pakotettua linjaa, että jonkun pitää ehdottomasti olla siellä, tullaan kyllä kouluttamaan väkeä, että nekin, jotka eivät siitä tiedä, tietävät mitä se tarkoittaa." (Päällikkö, MTV3)

Ainoastaan Yleisradiossa oli palkattu oma sosiaalisen median tuottaja. Kaupallisella puolella rajalliset resurssit mainittiin syiksi, jotka estivät päätoimisen some-tuottajan palkkaamisen.

"Ei me voida ottaa yhtä ihmistä, joka seuraa pelkkää sosiaalista mediaa. Se on pois siitä reporterityövoimasta." (Päällikkö, MTV3)



”Joskus on mietitty sosiaalisen median toimittajaa, mutta sitä ei ole vielä päätetty eikä toistaiseksi siihen ryhdytty.” (Päällikkö, MTV3)

Kokeilu ja erehdysten kautta oppiminen oli leimallista vuonna 2012 sosiaalisen median uutiskäytölle kaikissa toimituksissa.

”Mä luulen että netin ja sosiaalisen median suhteen ei ole löydetty vielä oikeata tapaa toimia, eikä ole edes kokeiltu kaikkia tapoja toimia. Me vasta raavitaan ensimmäistä pintaa, nyt kaikki vaan kokeilee, että näin vai noin vai näin, mutta pakkohan se on kokeilla, eihän sitä muuten löydä sitä ratkaisua.” (Päällikkö, Yle)

Kaikissa toimituksissa jaettiin näkemys myös siitä, että journalistien läsnäolo sosiaalisessa mediassa oli vielä vuonna 2012 alkutekijöissä ja kehitysvaiheessa. Aktiivisen kartoituksen alla olivat seuraavat teemat:

- 1) Mitkä ovat luontevat tavat toimia sosiaalisessa mediassa uutistilanteissa
- 2) Millaiset ihmiset kiinnostavat sosiaalisessa mediassa
- 3) Minkälaiset asiat yleisöä kiinnostavat medioiden some-toiminnassa

”Tällä hetkellä kaikki hakevat sitä linjaa, että miten toimittajat ovat somessa. Yhtälaila Hesari hakee sitä linjaa. Nyt haetaan sitä, että ketkä Suomessa ovat niin kiinnostavia, että heitä kannattaa seurata.” (Päällikkö, MTV3)

Kaikki haastattelemani journalistit olivat sitä mieltä, että Helsingin Sanomat oli keväällä ja kesällä 2012 edelläkävijä Suomessa sosiaalisen median hyödyntämisessä uutistilanteissa. Kaikki toimitukset seurasivat HS:n toimintamalleja ja myös muiden medioiden some-kokeiluja tarkasti.

”Kyllä meillä tää sosiaalisen median käyttöön otto on ihan nollassa, että kyllä se Hesari voittaa meidät tässäkin ihan täysin. Niillä on pari hyvää esimerkkiä tviittaamisesta paikan päältä, esim. se Breivikin oikeudenkäynti ja Hyvinkään tiekkari. Meillä on tässä vähän sellaista kahtiajakoa, että ei me sitä sinne Twitteriin haluta tehdä, me tehdään se sinne omaan hetki hetkeltä seuraamispalveluun, jossa kuitenkin on suuremmat yleisöt kuin mitä meitä Twitterissä seurataan. Hesari toimi tässä paremmin, ne että laittoivat ensiksi tiedot Twitteriin, josta sitten Hesarin verkkopalvelu imuroi sen sitten niiden sivuille. Näin ne tyydyttivät kaksi yleisöä samalla kertaa.” (Päällikkö, Yle)

Suurimpina esteinä sosiaalisen median uutiskäytön etenemiselle pidettiin resurssien rajallisuutta, uudistusten johtamisen ongelmia sekä henkistä muutosvastarintaa.

”Henkisiä esteitä varmasti on sille, että perinteisestä uutislähetyksestä saataisiin ennistä enemmän vuorovaikutteista yleisön kanssa. Esteitä on erityisesti siinä, että mitä toimittajat ovat tähän asti olleet, ja mitä heidän mahdollisesti tulevaisuudessa pitäisi olla.” (Päällikkö, Yle)

”Olen huomannut, että toimittajat ovat aika konservatiivisia, ja uutisrullassa kaiken läpivienti on intensiivistä jo nyt. Sellainen kuva on tullut, että toimittajien aika ei riitä mihinkään sosiaalisen median kokeiluihin.” (Päällikkö, Yle)

”On vanhat mallit ja uudet mallit, joita ajetaan päällekkäin. Ja jos Ylen henkilöstön populaaridiskurssi on edelleen se, että yleisösuhte pidetään telkkarilla, niin se on vanhentunut käsitys. Tähän sosiaalisessa mediassa toimimiseen tarvittaisiin ihan selkeää rohkaisua esimiehiltä, koska työprosessien ja työroolien muuttaminen on se edellytys, että uudet käytännöt menevät perille.” (Päällikkö, Yle)

## 7.2.2 Toimittajien rooli

Vuoden 2012 haastattelujen perusteella journalisteja askarruttivat eniten yksityiselämän ja työroolin sekoittuminen sosiaalisessa mediassa sekä sananvapauteen liittyvät kysymykset. Sosiaalisen median henkilökohtaisen ja rennon läsnäolon yhdistäminen asialliseen työpersoonaan nähtiin osin ristiriitaisena tehtävänä. Miten säilyttää uutisoinnissa luotettavuus ja poliittinen riippumattomuus ja samaan aikaan toimia rentona, räväkkänä ja kanta-aottavana some-toimittajana. Journalistisen autonomisen identiteetin koettiin liukuvan kohti epämääräistä some-persoonuutta. Erityisesti Yleisradiossa korostuivat toimittajien ilmaisunvapauden rajat suhteessa työnantajalajiteettiin. Kaupallisen median puolella linjaukset ja käytännöt olivat tässä suhteessa selkeämmät. Ammattijournalisti oli somessakin vastuussa sanomisistaan ja tekemisistään.

”Meillä on käyty paljon keskustelua, että onko toimittajalla oikeus olla sosiaalisessa mediassa poliittinen. Ja totta helvetissä toimittajalla on oikeus olla poliittisesti jotain mieltä asioista Facebookissa, koska se on perustuslaillinen oikeus. Mutta itse olen kuitenkin ajatellut, että omassa roolissani se ei käy, koska teen paljon politiikan haastatteluja, ja haluan olla neutraali niissä haastattelutilanteissa.” (Toimittaja, Yle)

Eräs Ylen päällikköhaastateltava suhtautui avoimen naureskellen yleläisten idealistiseen näkemykseen sanan- ja mielipiteenilmaisuvapaudesta sosiaalisessa mediassa. Hän alleviivasi työsopimuksen myötä syntyvää lojaliteettivelvoitetta työnantajaa kohtaan myös sosiaalisessa mediassa julkaistavien mielipiteiden osalta.

”Meidän sisäisissä intranet-keskusteluissa on aivan pöyristyttäviä mielenilmaisuja sananvapaudesta somessa. Me nauretaan niille sitten lakimiesten kanssa tuolla, että helvetti, tottahan te tiedätte Yleisradiossa, että te olette solmineet työsopimuksen. Mutta me ei olla tehty tästä mitään numeroa, koska meillä on erityisiä ihmisiä, joille sananvapaus on niin tärkeä asia. Selvää on, että monessa muussa yrityksessä tällaiset ihmiset otettaisiin heti kiinni ja sanottaisiin, että mieti nyt vähän.” (Päällikkö, Yle)

Yhtäältä Ylen toimittajia sitoo virallinen ja luotettavuutta painottava Yle-brändi ja toisaalta yleläisiä kehoitetaan yhtiön johdon taholta henkilökohtaiseen ja persoonalliseen läsnäoloon sosiaalisessa mediassa. Some-velvoitteet koettiin osin ristiriitaisina ja haastattelukertomusten mukaan persoonan ja profession välinen linjanveto ei ollut journalisteille helppoa.

”Mä en osallistu mihinkään some-mielenosoitukseen, mutta sitten on kyllä sellaiset perustavaa laatua olevat demokraattiset arvot, joita mä kyllä saan puolustaa näkyvästi somessakin, kuten ihmisoikeudet, naisten oikeudet tai homojen oikeudet.” (Toimittaja, Yle)

Julkisen Yle-roolin vaaliminen vapaa-ajalla mietitytti erityisesti toimittajia, päälliköille linjaukset tuntuivat olevan selkeämmät.

”Mitä näkyvämpi yleläinen on, sitä enemmän hän kantaa vastuuta suomalaisille niistä Ylen arvoista esim. olemalla riippumaton journalisti. Jokaisella on tietysti sananvapaus, mutta kun Yleen tullaan töihin, niin solmitaan työsopimus Ylen kanssa, jossa on myös lojaliteettivelvoite työnantajalle ja yleläisen kuuluu olla lojaali yhtiölle, että ei voi mennä kritisomaan kollegojen työtä tai kampaamaan yhtiötä verkossa tai jotakin muuta sellaista.” (Päällikkö, Yle)

Näkyvässä toimittajaroolissa esiintyvä journalisti kertoi olevansa osa Ylen brändiä myös vapaa-ajallaan. Tämä velvoittaa hänet käyttäytymään yhtiön maineen mukaisesti myös muulloin kuin sosiaalisessa mediassa toimiessaan.

”Jos mä menen esimerkiksi Stockalle, niin kyllä mun pitää avata mummulle ovi, kun ihmiset tunnistaa mut Ylen toimittajaksi. Sama se on Facebookissa, en voi huudella siellä mitä mieleen tulee. Toisaalta on aika vaikea vetää rajaa siihen, että mikä on siiviliminä ja mikä on työminä esimerkiksi facessa. Just pohdin sitä, että kenet mä hyväksyn kaverikseni. No, hyväksyn semmoiset ihmiset, jotka mä oikeasti tunnen tai olen tavannut, mutta kun mä tapaan niin hemmettisti ihmisiä, niin se on sitten vaikea miettiä, että mitä mä voin laittaa sinne. Ehkä mun pitää muuttaa se semmoiseksi toimittaja-profiiliksi ja hyväksyä sitten ne kaikki.” (Toimittaja, Yle)

Yleisradiossa toimittajilla oli sosiaalisessa mediassa toimimisen suhteen mahdollisuus joko ottaa yle-tunnus, oma ohjelmabränditunnus tai henkilökohtainen tunnus.

”Meillä on sellaisia ihmisiä, jotka ovat tehneet yle-tunnukset ja sellaisia, jotka toimivat siellä työnsä kautta omana henkilöbrändinään, kuten musiikkitoimittaja Jake Nyman tai Riston valinnan Risto.” (Päällikkö, Yle)

Nelosen uutisissa ei oltu erikseen organisaatiotasolla linjattu sitä, miten toimittajien pitäisi toimia ja käyttäytyä sosiaalisessa mediassa.

”Facebookista meille ei ole annettu mitään ohjeita, mutta totta kai pitää olla sensitiivinen siitä, mitä facessa puhuu työasioista. Kyllä se menee aika käsi kädessä, että jos olet firman edustaja ja puhut työasioista, niin kyllä sä edustat sitä firmaa kanssa. Me ei olla vielä lähdetty siihen, että olisi duunitili erikseen. Sitä tehdään tosi vähän meillä, että julkaistaisiin duuniasioita omassa facessa, lähinnä vain se, että kerrotaan, että ollaan täällä keikalla.” (Toimittaja, Nelonen/HS)

Jokainen journalisti toimi sosiaalisessa mediassa oman harkintansa mukaan.

”Mä päivitän itse joko suoraan Nelosen uutisten tiliä tai sitten mun omaa Twitter-tiliä. Ja siinä mun oman tilin kuvauksessa lukee, että olen Nelosen uutisten uutistoi-mittaja. Joskus ollaan myös tehty niin, että päivitin omaa tiliäni ja Nelosen uutisten toimittaja tviittasi niitä mun päivityksiä eteenpäin. Ei siinä mallissa mitään huonoa ole, koska sehän tavallaan nostaa myös mun henkilökohtaista profiilia. (Toimittaja, Nelonen/HS)

Toimittajien omaan Twitter-työkäyttöön liittyvät rutiinit olivat vielä kesällä 2012 Nelosen uutisissa kirjavat. Haastattelujen mukaan toimittajat linjasivat Twitterin enemmän journalistiseksi työvälineeksi kuin esimerkiksi Facebookin.

”Toistaiseksi meiltä ei ole vaadittu sitä, että toimittaja perustaisi oman Twitter-tilin, joka edustaisi sitä organisaatiota. Ja omaa tiliäni en ole velvollinen päivittämään minkään organisaation ohjeiden mukaisesti, mutta tarvittaessa mä voin toimia toimituksen äänitorvena tietyissä tilanteissa. Olen myös pitänyt sen Twitter-tilin sellaisena, että se on työväline, joten en tuo siellä omia henkilökohtaisia asioitani esille. Facen olen pitänyt ihan omani, enkä käytä sitä työjuttuihin ollenkaan.” (Toimittaja, Nelon/HIS)

Yhdistyminen Helsingin Sanomien toimitukseen syksyllä 2012 toi myös Nelon uutisiin yhtiötason ohjeet ja linjaukset sen suhteen, miten sosiaalisessa mediassa pitää yhteisorganisaatiossa toimia. Helsingin Sanomien sosiaalisen median ohjeissa korostuivat vuonna 2012 sosiaalinen media journalistisena työkaluna sekä sosiaalisen median kaksisuuntainen vuorovaikutteisuus. Sosiaalinen media linjattiin toimittajien journalistiseksi työkaluluksi, mutta samanaikaisesti korostettiin sen roolia liikenteenohjaajana yhtiön uutispalveluiden pariin. Some-ohjeissa korostuivat myös kaupallinen ja journalistinen vastuu sekä avoin vuorovaikutus mediayleisöjen kanssa. Muista mediataloista poiketen Helsingin Sanomien toimittajilla oli vuonna 2012 huomattavasti muita suomalaistoimittajia enemmän virallisia työtilejä sosiaalisessa mediassa. HS:n sosiaalisen median ohjeet korostivat Ylen ja MTV3:n ohjeistuksia suuremmin sitä, että sosiaalinen media on tärkeä modernin mediatalon journalistinen työkalu ja tietolähde, jolloin sen käyttöä myös ohjaavat journalistin ohjeet, lähdesuoja ja päätoimittajavastuu. HS:n sosiaalisen median ohjeista paistoi kuitenkin läpi myös se, että some oli media-alustana uusi, koska toimittajille oli pitänyt ohjeissa erikseen selventää sitä, että uutistilanteessa some-päivityksiä tekevän kenttätoimittajan pitää muistaa olla yhteydessä toimitukseen myös perinteisin tavoin, eli esimerkiksi muistaa soittaa uutistiedot toimitukseen.

Vuonna 2012 toimitukset halusivat luoda aiempaa persoonallisemmat kasvot yleisöön päin sosiaalisen median personoitujen tähtitoimittajien avulla. Tavoitteena oli tehdä suosituista toimittajista myös sosiaalisen median tähtiä. Haastatteluissa asiaa perusteltiin sillä, että mediayleisö kokee tuttujen ja persoonallisten juontajien kanssa keskustelun läheisemmäksi kuin kasvottomien mediatalojen edustajien kanssa.

”Me rakennetaan tällaista tähtikulttuuria faceen, se on yhtiön iso tavoite, eli Be a Star -hanke, jossa on mukana meidän yhtiön ruutukasvoja, uutisankkureita yms. Tutkimusten mukaan isoa uutistapahtumaa seurataan mieluummin toimittajien kautta kuin jonkun tietyn sivun kautta. Toimittajien kautta tulee tieto nopeammin ja niiden kanssa voi keskustella. Ja tämä just liittyy tähtien verkkoon viemisenä, että ne ihmiset on helpommin lähestyttäviä kuin Ylen Mordorin torni.” (Päällikkö, Yle)

Some-tähdeksi houkuteltu toimittaja ei itse usko tämänkaltaisen tähteyden pitkäikäisyyteen ja suosioon.

”Mehän ollaan nyt vasta luomassa tähtitoimittajia Facebookiin, aiemmin ne tähtitoimittajat olivat niitä puoli ysien uutisten lukijoita. Nythän Maikkari puffaa juontajia, ja tekee niistä tähtiä ja nyt Ylessäkin on lähdey vähän samaan, mutta luulen kyllä, että se on vähän ohimenevä vaihe.” (Toimittaja, Yle)

Myös Nelosen uutisissa haluttiin nostaa näkyviä hahmoja eli lähinnä uutisankkureita sosiaalisen median tähdiksi.

”Me ollaan tehty profiili meidän Mikko-ankkurille. Nostetaan muutamia näkyviä hahmoja niin, että se olisi niiden oma profiili, vaikkei se olekaan ihan niiden yksityisprofiili. Niiltä voi sitten kysyä, että mitäs teidän päivään kuuluu. Mä en näe tässä mitään ongelmaa, muuta kuin sen, että mitähän kukaan multa haluaisi kysyä.” (Toimittaja, Nelonen/HS)

”Hesarilla on kirjeenvaihtajasivu, joissa ne kertovat omista päivän aiheistaan, niin meidänkin toimittajia aiotaan jatkossa laittaa kertomaan aiheistaan omilla kasvoiltaan. Tämä on vielä vähän hakusessa, että sitä varmaan mietitään sitten tarkemmin, kun me päästään samaan toimitukseen HS:n kanssa.” (Päällikkö, Nelonen/HS)

Persoonan kautta rakentuva some-tähteys ei ole ongelmatonta. Suomessa tilanne on vielä uusi, mutta maailmalla on jo nähty useampia riitatapauksia. Kiistan kohteena on useimmiten se, kenen yleisösuhdetta some-tähti lopulta rakentaa.

”Siitä on tutkimustietoa, että brändit eivät ole yhtä haluttuja keskustelukumppaneita kuin yksittäiset ihmiset tai toimittajapersoonat, koska ihmisillä on aina enemmän liikkumavaraa heittää läppää, jolloin organisaation etu on se, että toimittajat ovat persoonatilleillään siellä toimimassa. Mutta sitten tulee kädenvääntöä siitä, että kenen yleisösuhdetta vaalitaan sen henkilön, kanavan vai mediatalon.” (Päällikkö, Yle)

Myös työpaikanvaihdestilanteet voivat muuttua ongelmallisiksi. Esimerkkinä tilanne, jossa suosittu some-toimittaja vaihtaa työpaikkaa. Kuka tällaisessa tilanteessa lopulta omistaa toimittajan sosiaalisessa mediassa luomat yleisökontaktit, yhtiö vai persoona.

”Yksi BBC:n toimittaja esimerkiksi on loikannut kaupalliselle puolelle ja vienyt ne kontaktinsa sinne. Luulen kyllä, että useimmissa tapauksissa journalistien Facebook-profiili on kiistatta heidän omansa. Jos neuvoisin näitä ihmisiä työroolini ulkopuolisena konsulttina, niin silloin sanoisin, että älkää perustako työtiliä sosiaaliseen mediaan, nimittäin jos teille tulee jossain vaiheessa tarve vaihtaa työpaikkaa, niin se kaikki työ menee hukkaan.” (Päällikkö, Yle)

Mahdollinen riitatilanne työnantajan ja työntekijän välillä työpaikan vaihtuessa on asia, josta Suomessa ei vuonna 2012 juurikaan puhuttu, mutta esimerkiksi Amerikassa aiheen tiimoilta oli jo saatu aikaiseksi lihavia riitoja. Asia olisi syytä huomioida jatkossa myös kotimaisissa medioissa ja tehdä linjaukset työsopimuksissa selviksi, kun eri toimituksiin palkataan yhä lisää sosiaalisen median toimittajia ja vanhat toimittajat menevät mukaan sosiaaliseen mediaan.

### 7.3 Organisaation merkitys uutisoinnin onnistumisessa

Analysoin seuraavaksi, mitkä kerrotut tekijät nousevat keskeisiksi, kun puhutaan organisaation onnistumisesta isoissa uutistilanteissa ja miten nämä tekijät ovat mahdollisesti muuttuneet kuuden vuoden tutkimusjakson aikana. Analyysimetodina käytän päämäärätasonaalisuuden juonirakennanalyysin avulla va-

paamuotoisista haastattelukertomuksista esiin nousseita uutistilanteen onnistumisen päämääriä, keinoja, esteitä ja organisaatiotason vastustuksen muotoja vuosina 2006–2012.

Kaikkien toimitusten yhteinen kriisiuutisoinnin tavoite oli vuonna 2006 yleisön mahdollisimman hyvä palvelu, jota kuvattiin perustermein eli uutistoiminnan luotettavuutena ja uutisoinnin nopeutena. Haastateltavien kertomuksissa korostuivat isoissa uutistilanteissa myös toimituksen läsnäolo kriisi-paikalla, suomalaiset tulkinnat uutistapahtuman syistä ja seurauksista sekä suomalaisten silminnäkijöiden kertomukset. Haastatteluaineistosta nousi sisällöllisesti esiin myös uutisoinnin merkittävyys suhteessa ihmisläheisyyteen ja kiinnostavuuteen. Kaupalliset toimijat painottivat kiinnostavuutta ja ihmisläheistä uutisointia ja Yle puolestaan uutisoinnin merkittävyyttä ja asiallisuutta. Vuonna 2007 kaikkien haastateltavien kriisiuutisoinnin tavoitteena oli tiedonjanoisen yleisön palvelu eli uutistoiminnan nopeus ja kattavuus. Verkkoon panostavilla toimituksilla korostui mahdollisimman nopea nettiuutisointi. Sisällöllisesti uutisoinnissa painotettiin silminnäkijöitä ja uutisoinnin tarinallisuutta.

Vuonna 2012 journalistien haastattelukertomuksissa uutistoiminnan päämääränä korostui luotettavuus. Sitä korostettiin, koska juuri luotettavuuden avulla perinteiset mediat uskovat lunastavansa paikkansa pirstaloituneessa ja huhutietoa vellovassa sosiaalisen median kentässä. Luotettavuuden avulla perinteiset mediat kertoivat erottautuvansa sosiaalisen median nopeasta, mutta epäluotettavasta uutistarjonnasta. Toisena uutistoiminnan päämääränä pidettiin nyt jo itsestään selväksi muodostunutta uutisoinnin nopeusvaatimusta. Sen rinnalle oli noussut yhä enemmän myös uutisoinnin reaaliaikaisuus. Vuosiin 2006 ja 2007 verrattuna uutisoinnin organisaatiotason päämääränä korostui vuonna 2012 uutisten tarkoituksenmukainen organisointi eri jakelualustoille: nettiin, sosiaaliseen mediaan ja perinteiseen uutislähetkseen.

*”Kun tulee uutinen, niin mietitään heti mitä laitetaan mihinkin välineeseen, ja siitä se sitten lähtee rullaamaan. Se on muuttunut ihan toisenlaiseksi nopeaksi tekemiseksi.”*  
(Päällikkö, MTV3)

Sisällöllisesti vuoden 2012 haastatteluaineistosta nousi korostunut halu olla vuorovaikutuksessa yleisöjen kanssa ja rakentaa uutisointia yhdessä aktiivisten kansalaisten kanssa sekä perinteisen median puolella että sosiaalisen median avulla.

Uutistoiminnan onnistumisen keinoina toimitukset pitivät vuosina 2006 ja 2007 hyvin toimivia hälytysorganisaatioitaan sekä ammattitaitoista journalistikuntaa, joka osasi analysoida ja arvottaa uutistiedot oikein. Vuonna 2012 nettimurros oli arkipäiväistänyt uutisoinnin nopeusvaatimuksen, mikä oli johtanut siihen, että uutistilanteita jouduttiin analysoimaan ja arvottamaan vielä aiempaa nopeammin ja jakamaan yhä useammalle julkaisualustalle. Jouhevan uutistoiminnan varmistamiseksi toimitukset olivat rakentaneet keskitetyn uutistoiminnan yhteisdeskejä. Organisaatiotasolla uutistilanteen keinovalikoimaan oli lisätty yhteistyötä heti kriisiin käynnistysvaiheessa niin, että jo ensimmäisissä palavereissa mietittiin, miten lähdetään liikkeelle, jotta kaikkia eri uutisaloja,

nettiä, tv:tä ja radiota sekä sosiaalista mediaa voitaisiin palvella mahdollisimman hyvin. Nettimurros oli myös vaikuttanut siihen, että uutistyytä tehtiin samanaikaisesti ja usein myös reaaliaikaisesti nettiin ja sitä versioitiin uusilla uutiskulmilla myöhempiin perinteisen median lähetyksiin. MTV3:n päällikkötoimittaja tiivistä vuoden 2012 uutistoiminnan klassiset onnistumisedellytykset näin: *”Uutisen älyäminen eli siis tämmöinen hoksnokka, nopeus ja yhteistyö.”* Perustana oli säilynyt klassinen journalistiseen ammattitaitoon kuuluva uutisen hoksaaminen, nettimurroksen korostama uutisoinnin nopeus ja konvergenssin ideaan kuuluva monialustainen uutisen jakaminen eli uutissisällön virtaaminen halki erilaisten julkaisukanavien.

Vuoden 2006 haastatteluaineiston mukaan uutistoimitusten keskeisenä kerrottuna toimintaesteenä pidettiin päätöksenteon hankaluutta, joka näyttäytyi sekä organisaation päätöksenteon jäykkyytenä että uudenlaisen netistä löytyvän kansalaistiedon käytön henkisenä hankaluutena. Vuonna 2007 toimintaesteiden keskiössä oli kaikilla haastateltavilla tietojen saaminen ja niiden varmistus nopeassa nettiiutisjulkaisemisessa. Vuonna 2012 toimitukset kertoivat käytännön toimintaesteeksi koko ajan lisääntyvän uuden tekniikan ja siitä koituvat moninaiset ongelmat. Myös alati kasvavan tietotulvan seulominen ja tiedon edelleen jakaminen aiheuttivat murheita. Nopeusvaatimus oli vuonna 2012 vakiintunut itsestään selvyydeksi, mutta ongelmia aiheutti nyt se, kuinka pitää pää kylmänä uutisoinnin nopeusvaatimuksen ja sosiaalisessa mediassa vellovien nopeasti liikkuvien huhujen ja tietojen ristitulessa.

*”Tämä nettitiedon huhuvoima näkyi Breivik-jutussa, kun siinä alussa alkoi voimallisesti liikkua tieto siitä, että iskun takana olisivat muslimiterroristit, ja tätä varmistamatonta tietoa levisi sitten ihan Ylen uutisia myödenkin. Me oltiin lähinnä ymmällämme siitä ja pärjättiin paremmin kuin Yle.” (Päällikkö, MTV3)*

Vuonna 2012 isojen uutistilanteiden organisaatiotason vastustuksen muotona pidettiin yhä edelleen toimitusten sisäistä tiedonkulkua. Myös monialustaisen tekemisen resursointi ja koordinaatio toivat yhä enemmän organisaatiotason haasteita uutistilanteisiin. Haastatelluista toimituksista eniten koordinointi- ja sisäisiä tiedonvälitysongelmia kerrottiin olevan isoimmassa mediatalossa Yleisradiossa. Kentällä saattoi kriisitilanteessa olla samanaikaisesti useita Ylen toimittajia, jotka tekivät päällekkäistä työtä eivätkä tienneet toistensa tekemisistä. Myös lähetyksissä julkaistujen tietojen koostaminen ja jatkojalostus uutisoinnin pohjaksi olivat edelleen organisaation ongelmakohtia.

Kaupallisella puolella MTV3:n superdeski-uudistuksen kerrottiin parantaneen sisäistä tiedonkulkua ja uutistilanteen organisoitumista merkittävästi. Nopeusvaatimuksen ja monialustaisen tekemisen paineet tuntuivat lisääntyväksi kiireenä ja epäluotettavien tietojen julkaisupaineena.

Yhteenvetona voidaan todeta, että uutisoinnin kerrotut peruspäämäärät eivät ymmärrettävästi olleet juurikaan muuttuneet vuodesta 2006 vuoteen 2012 tultaessa. Keskeisiä haastatteluanalyysistä nousseita elementtejä olivat edelleen yleisön mahdollisimman hyvä palvelu sekä uutisoinnin nopeus ja luotettavuus. Huomionarvoista on myös se, että uutisoinnin organisaatiotason vastustuksen muodotkaan eivät juuri olleet muuttuneet kuuden vuoden aikana, vaik-

ka uutistiedon toiminta- ja julkaisukentät olivat selvästi laajentuneet. Suurimmat haasteet isoissa uutistilanteissa olivat yhä edelleen relevanttien tietojen saaminen, niiden oikea tulkinta, organisaation tiedonkulku ja teknisten välineiden ja julkaisualustojen toimivuus.

Haastatteluanalyysin mukaan toimitusten ja mediatalojen sisäisen tiedonkulun kerrottiin jossain määrin parantuneen. Tiedonkulun parantumista korosti erityisesti MTV3:n organisaatio, jossa todettiin yhteen ääneen, että päällekkäinen tekeminen oli vähentynyt huomattavasti keskitetyn superdeskin myötä. Nelosen uutisissa vuoden 2012 tilannekuvaukset eivät antaneet yhtä positiivista kuvaa organisaation sisäisestä tiedonkulusta ja tehtävien sekä uutisten koordinaatiosta. Toiminnan uskottiin kuitenkin parantuvan, kunhan Nelosen uutiset ja Helsingin Sanomat aloittaisivat konkreettisen uutisyhteistyön.

*”Isossa uutistilanteessa on paljon petraamisen varaa, nykyisin ne säikeet ovat niin levällään. Luulen, että siihen tulee muutos, sitten kun me ollaan yhtä Hesarin kanssa. Siinä vaiheessa kun on entistä tärkeämpää päättää mitä tavaraa laitetaan missäkin ulos, niin siihen täytyy löytyä joku ratkaisu ja yhdyshenkilö, joka pystyy koordinoimaan sitä. Nyt netti unohtuu helposti ja sitten sitä tietoa yritetään kursia myöhemmin kasaan eri välineisiin, ja sehän tässä kokonaisuudessa pitäisi saada toimimaan, että jokainen ei soittaisi sille samalle poliisille montaa kertaa.” (Toimittaja, Nelosen/HS)*

Vielä vuonna 2006 uutistilanteissa organisaatioiden päähuolena olivat lähes yksinomaan vain perinteisen median julkaisut, mutta vuonna 2012 rinnalle olivat tulleet myös netti ja sosiaalisen median kasvavat julkaisuvaatimukset.

*”Tää on aikamoinen työnjohdollinen ongelma, koska näitä alustoja on niin paljon, että miten resurssit ja nämä uudet vaatimukset kohtaavat.” (Päällikkö, YLE)*

Kolmen eri haastattelujakson ja uutistoimitusten uutistilanteiden toimintakuvausten (2006–2012) analyysin perusteella voidaan tiivistetysti todeta, että kaikkein olennaisimmat asiat isoissa uutistilanteissa olivat: tiedon vastaanotto, varmistaminen ja analyysi, päätöksenteko, sisäinen tiedonkulku, uutistietojen jatkojalostus ja julkaiseminen eri alustoille niille parhaiten soveltuvassa muodossa. Olennaista on myös se, kuinka saumattomasti organisaatio näitä elementtejä pyörittää samanaikaisesti ja päällekkäin. Ison uutistilanteen keskeisiä onnistumiselementtejä kuvasi vuonna 2012 eräs pitkän linjan journalisti ja päällikkö näin:

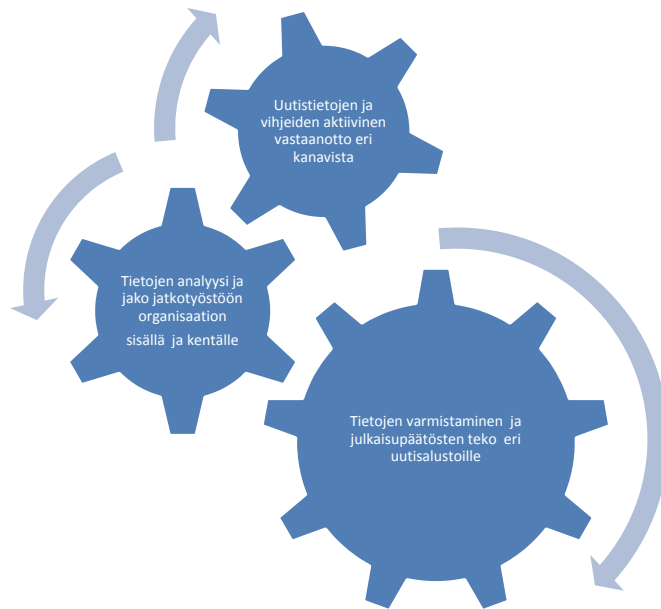
*”Uutistilanteen johtamisen kannalta on tärkeää, että ne olennaiset toimijat tietävät oikean kokonaiskuvan tilanteesta, jos se kokonaiskuva on väärin painottunut, niin sitten ollaan lirissä. Sitten pitää miettiä, mitkä asiat ovat olennaisia radiossa, mitkä tv:ssä, mitkä netissä, ja online-välineissä, joissa on läsnä se palvelufunktio. Lisäksi pitää miettiä se tiedon intake sekä omilta toimittajilta että muista medioista, ja tämän tiedon jatkuvat syöttö takaisin kentälle kaikille toimittajille ja sparraus, mitä haetaan lisää ja mihin suuntaan mennään. Se on se ideaalitalanne, mutta useinhan se on vaan pelkkää kauheaa kaaosta.” (Päällikkö, YLE)*

Jotta uutismyly ei olisi kaaosta, vaan pyörisi saumattomasti, olisi olennaista ensiksi haarukoida riittävän laajasti uutistiedot kaikista käytettävissä olevista lähteistä: kenttätoimittajilta, viranomaisilta, silminnäkijöiltä, sosiaalisesta medi-



asta, omasta mediasta sekä muista perinteisistä medioista ja samanaikaisesti analysoida saapuvaa tietoa, ja välittää sitä organisaation sisällä kotitoimituksessa työskenteleville toimittajille sekä kenttätoimittajille. Utististyön kannalta olennaista organisaatiotasolla on se, että jokainen työvuorossa oleva journalisti saa haltuunsa aina uusimmat tiedot tilanteesta, jotta turhalta työltä vältyttäisiin. Tiedonkeruumylyn jauhaessa tuottajat ja päälliköt analysoivat tietoja koko ajan ja tekevät julkaisupäätöksiä eri alustoille sekä antavat uusia tehtäviä kentällä ja taustatöissä operoiville toimittajille. Kaikki nämä lohkot pyörivät uutismylyssä samaan aikaan ja päällekkäin ja se, miten tämän mylyn eri rattaat on rasvattu eli organisoitu, ratkaisee pitkälti myös uutistilanteissa onnistumisen.

KUVIO 3 Utistymyly isossa uutistilanteessa



Olipa kyseessä pieni tai suuri mediatalo tai uutistoimitus, jokaisella uutisorganisaatiolla käytettävissä olevat resurssit tulevat aina jossain kohtaa vastaan. Tämän vuoksi uutistilanteessa on oleellista tehdä vain se, mikä oman toimituksen käytettävissä olevilla resursseilla oikein kohdennettuna on mahdollista. Mitä niukemmat resurssit, sitä tärkeämpää on priorisoida ja kohdentaa ne koko organisaation ennalta tietämän toimituskulttuurisen päämäärän suuntaan. Isossa uutistilanteessa toimitukset toimivat organisaatiossa vallitsevien toimituskulttuuristen selkäydintoimintojen mukaan. Tämän vuoksi on turhaa alkaa yrittää kriisitilanteessa muuttaa organisaation toimintaa merkittävästi toisenlaiseksi. Haastatteluanalyysien mukaan isoissa uutistilanteissa toimituksissa on vielä normaalia enemmän kiire ja kaaos ja silloin toimitaan ikään kuin automaattiohjauksella. Onnistumisen ratkaiseekin se, millaiset ideologiatason muovaamat organisaatiokulttuurin toimitusrutiinit, tietojen kerääminen, päätöksenteko ja

tietojen edelleen jakaminen, uutistoimituksiin ovat jo aiemmin käytännön tasolla vakiintuneet.

Haastattelukertomusten analyysin perusteella aineistoista nousi organisaatiotason yleisen toiminnan ohella myös tarkempia mediarutiineihin ja yksilötason toimintaan liittyviä käytännön ohjeita ison uutistilanteen onnistumiseksi. Ne on luokiteltu kahdessa osassa, koska vuoden 2012 haastatteluissa nousi erityisesti sosiaalisen median nousuun liittyviä uusia painotuksia.

Vuodet 2006 ja 2007:

- 1) Nopea ja laaja reagointi
- 2) Selkeät ja rauhalliset toimeksiannot
- 3) Riittävästi väkeä kentälle, taustatöihin ja johtoon
- 4) Pomoilta tukea ja työrauhaa
- 5) Paikallislähteet ja tietojen syöttö toimituksesta kentälle
- 6) Tiedonkulku ja yhteistyö organisaation sisällä
- 7) Teknisten välineiden toimivuus
- 8) Selkeä eettinen ohjeistus
- 9) Palaute, toiminnan arviointi ja psykologinen jälkineuvonta
- 10) Arvioinnin pohjalta tehtävä lisäkoulutus

Vuonna 2012 yleistynyt monialustainen tekeminen ja julkaisu sekä nettimurrokseen liittyvä sosiaalisen median nousu olivat tuoneet isoon uutistilanteeseen lisähaasteita.

Vuoden 2012 lisäykset:

- 11) Uuden tekniikan toimivuuden varmistaminen ja koulutus
- 12) Nopeuskilpailun rauhoittuminen ja luotettavuuden korostaminen
- 13) Etukäteissuunnittelu, miten uutistilanteissa ollaan läsnä eri alustoilla
- 14) Toimittajien jaksamiseen kiinnitettävä huomiota
- 15) Koulutusta uusien julkaisutapojen osalta
- 16) Päälliköiden pitäisi myös itse tietää eri alustojen toimintalogiikka
- 17) Sisäisen tiedonkulun kehittäminen
- 18) Toimitusten yhteistyön kehittäminen

Kun peilataan onnistuneen uutisoiminnan edellytyksiä Shoemakerin & Reesen journalismin vaikuttaviin tekijöihin, voidaan todeta, että vuonna 2012 keskeiset onnistumisen elementit kohdentuivat isoissa uutistilanteissa erityisesti organisaation toiminnan uudistamiseen. Uutistoiminta eli vuonna 2012 voimakasta nettimurrosta, että se heijastui käytännön tilanteissa nimenomaan organisaation toimintakulttuuriin ja mediarutiinien uudistamisen tasolle. Shoemakerin & Reesen mallin ylin ideologian taso vaikutti toki yhä edelleen kriisitilanteissa taustalla erityisesti kaupallisen median puolella, mutta sen rinnalle oli nettimurroksen myötä tullut toimitusrutiinien muutos kohti hybridiä uutistoimitusta.

Vuoden 2012 haastatteluaineistossa korostettiin uutistilanteen hyvää johtamista, resursointia, nopean uutisoiminnan luotettavuuden korostamista, sisäistä

tiedonkulkua, tekniikan toimivuutta, uusien julkaisualustojen käyttöä ja niihin liittyvää koulutusta. Organisaatiotason merkittävyys uutistilanteiden onnistumiselle oli havaittu uutistoimituksissa, sillä jokainen toimitus oli parhaillaan uudistamassa, tai oli jo uudistanut oman uutisdeskinsä toimintaa mediamurroksen vaatimusten myötä syntyneitä sisäistä ja ulkoista tiedonjakoa sekä monialustaista julkaisemista entistä paremmin palveleviksi.

Kuudessa vuodessa myös ideologian tasolla oli tapahtunut mediamylleröksen myötä muutoksia. Vielä vuonna 2006 Yleisradiossa uutisointiin vaikutti vuoden 2012 tilannetta huomattavasti enemmän ideologian tasolla valtio- ja viranomaiskeskeisyys, mutta vuonna 2012 Ylessä oli jo diskurssitasolla siirrytty viranomais- ja valtiokeskeisyydestä selkeästi kohti julkisen palvelun yleisöjen palvelua ja vuorovaikutteisuuden ideaa. Vuoden 2012 haastatteluanalyysien perusteella kuudessa vuodessa tapahtunut muutos oli journalistien haastatteluissa diskurssitasolla selkeä. Tämä ei tarkoita sitä, että muutos olisi välttämättä konkreettisesti tapahtunut, vaan sitä että vallitseva puhetapa ja sen myötä syntynyt hegemoninen diskurssi oli muuttunut. Julkisen palvelun ideologisen tason korostaminen piti sisällään myös aktiivisen vuorovaikutteisuuden yleisöjen kanssa. Yleisradio halusi tavoittaa yleisönsä aiempaa enemmän myös netin kautta sekä perinteisen median että sosiaalisen median keinojen avulla.

Markkinavoimien puristuksissa operoivilla kaupallisilla uutistoimituksilla kaupallisen kannattavuuden korostuneisuus näyttäytyi hegemonisena diskurssina yhä voimallisemmin uutistoiminnan ideologiatasolla. Mainosrahojen jakautuminen yhä useammalle mainosrahoitteiselle tv-kanavalle, nettiuutistoimitukselle ja kansainvälisille operaattoreille oli tuonut vuoden 2012 haastatteluanalyysien mukaan aiempaa enemmän huolta oman median tulevaisuudesta ja rahoituspuolelta kestävästä. Yleisösuhteen ylläpitämiseksi ja uusien yleisöjen houkuttelemiseksi myös kaupallisella puolella haluttiin lisätä vuorovaikutusta yleisöjen kanssa. Median ulkopuolisella tasolla vuoden 2012 aineistosta nousivat esiin käytettävissä olevat uudemmat uutislähteet eli lähinnä sosiaalinen media.

Vuoden 2012 haastatteluanalyysin mukaan suomalainen mediayleisö koettiin jopa kohtuuttomana epärealistisine odotuksineen. Kärjekkäimpien kommenttien mukaan vuoden 2012 mediayleisö odotti reaaliaikaista, kattavaa, taustoittavaa ja analyttistä uutisoitua, mutta ei ollut valmis maksamaan siitä. Yleiskritiikki-diskurssi nousi aineistosta yllättävästi, koska vuoden 2006 aineistossa tämä teema ei noussut haastatteluissa esiin lainkaan.

## 7.4 Uutisoinnin päämäärät

Uutistilanteessa kaikilla toimituksilla oli kerrottuna taustapäämääränään mahdollisimman hyvä yleisöjen palvelu. Keskeisinä diskursiivisina tulkintarepertuaareina hyvässä uutispalvelussa korostuivat uutisoinnin nopeus ja luotettavuus. Myös kiinnostavuus, merkityksellisyys ja uutisoinnin kattavuus nousivat esiin. Vuoden 2012 uutena ja korostuneena teemana voidaan pitää vuorovaikuttei-

suuden merkityksen kasvua uutistilanteen onnistumisen kerrottuna päämääränä. Seuraavaksi analysoin internetmediamurroksen vaikutusta uutisoinnin keskeisimpinä päämäärinä pidettyihin nopeuteen ja luotettavuuteen.

#### 7.4.1 Nopeus ja luotettavuus

Vuonna 2006 nopeuden ja luotettavuuden tiimoilta pohdittiin sitä, mistä toimituskulttuurisista syistä luotettavuus muodostui klassisten tiedon tarkastamisen ja objektiivisuuden lisäksi. Käytännössä luotettavuuden kerrottiin organisaatotasolla muodostuvan itsenäisestä päätöksenteosta, mahdollisimman nopeiden ja oikeiden johtopäätösten tekemisestä sekä hitaan viranomaistiedon journalistisesta haastamisesta. Tulkintarepertuaareista nousi vuonna 2006 esiin se, että nopeaa uutisointia rakentava kriisitilanteen päätöksentekokyky perustui esimerkiksi MTV3:n organisaatiossa toimituskulttuuriseen intuitiiviseen ammattitaitoon, jota kuvailtiin muun muassa näin: ensimmäinen fiilis, uutisen haistaminen, uutisen nopea tajuaminen.

*”Intuiolla on merkitystä päätöksenteossa, sehän ei ole mitään epämääräistä fiilistelyä, vaan perustuu fiksusti ajatellen kokonaisen uran ja elämän aikana saatuun tietoon ja kokemukseen, ja sen luovaan käyttöön nopeassa päätöstilanteessa. Sitä kannattaisi minun mielestäni aika herkällä korvalla isojenkin organisaatioiden kuunnella.” (Päällikkö, MTV3)*

Luotettavuuden ja nopeuden muotoutumisessa erityisesti kaupallisella puolella korostettiin itsenäistä ja journalistisesti riippumatonta tiedonhankintaa.

*”Silloin kun se tieto tulee viranomaiselta, niin tokihan se on silloin varmennettua, mutta uutismielessä usein jo vanhaa tietoa.” (Toimittaja, MTV3)*

Uutisten luotettavuutta pidettiin vuonna 2006 kaupallisella puolella koko liiketoiminnan perustana, jota ei ole varaa menettää.

*”Luottamus täytyy rakentaa hyvin varovasti, koska luottamus on meille kivijalka ja uskottavuusbisneksen ydin. Jos sen menettää, niin sitten meiltä menee uskottavuus ja sitten kohta se on luottamuspula ja sen jälkeen on rahapula, että on aivan selvä asia, että sitä me ei voida haaskata.” (Päällikkö, MTV3)*

Myös julkisen palvelun Yleisradiossa luotettavuutta pidettiin vuonna 2006 uutisoinnin kivijalkana. Luotettavuus oli yhtiön sisäisessä arvostuksessa puheen tasolla selvästi tärkeämpi arvo kuin nopeus. Luotettavuuden tulkintarepertuaari rakentui Yleisradiossa vahvasti viranomaistason tietojen varmistamisesta sekä uutisoinnin asiallisuudesta, jonka kerrottiin synnyttävän uutisten vastaanottajissa luotettavuusvaikutelman verrattuna tunteelliseen koskettavuuteen, jonka implisiittisesti nähtiin murentavan uutisoinnin luottavuusvaikutelmaa.

*”Se on sellainen vahva perinne meillä Ylessä, että halutaan varmentaa asiat ja tarkistaa, että meillä on olemassa mahdollisimman tarkat tiedot. Ja vaikka me saataisiin tieto, että näin on, niin sitten me soitetaan vielä perään ja saadaan vielä jostain toisaalta vahvistus, että onko tämä ny aivan varmasti näin. Se on ihan hyvää perusuutistyötä, mutta silloin kun tulee nopeat tilanteet, ja voi hyvällä syyllä epäillä, että ei se*

viranomaisenaan sitä sillä hetkellä tiedä, niin silloin pitäisi vähän luottaa enemmän omaan arvioon ja näkemykseen.” (Päällikkö, Yle)

Organisaatiotason osalta Yleisradiossa oli vielä vuonna 2006 leimallista hierarkkinen ja sitä kautta myös hitaaksi moitittu päätöksentekoprosessi, joka heijastui journalistien mielestä toimitusrutiinien käytännön tasolla liian hitaana uutisointina. Haastattelukertomusten mukaan tilanne oli muuttunut Yleisradiossa vuoteen 2012 tultaessa. Näin päätöksenteon ja uutisoinnin muuttumista kuvasi eräs päällikköhaastateltava.

”Hierarkkisuus on vähentynyt kyllä aika paljon vuodesta 2006, koska silloin me oltiin aina myöhässä. Se oli ärsyttävää, että me oltiin aina myöhässä vaikka mitä olisi tapahtunut. Että miten voi olla niin, meitä on töissä aivan helvetisti täällä, ja me oltiin aina myöhässä. Se oli vähän sellaista jahnaamista, että katsotaan, ja soitapas vielä sulle ja siinä ei ollut oikein sellaista ryhtiä siinä liikkeelle lähdössä, ja aina emmittiin vähän, että lähetääkö tästä nyt isosti, vai mitä tehdään, mutta nyt sitä ei enää jakkailla. Eihän siinä renkaat paljoa kulu, kun liikkeelle lähdetään, ja aina voi tulla takaisin.” (Päällikkö, Yle)

Yleisradion toimittajahaastateltavan mielestä Ylen tv-uutisten tietynlaista hitaasti varmentuvaa luotettavuusvaadetta olisi kuitenkin pitänyt jo vuonna 2006 selvästi keventää nopeampaan ja uutisprosessin etenemisen kanssa samanaikaisesti päivittyvän uutistiedon rakentumisen suuntaan.

”Asioita voi ja pitää kertoa nopeasti, vaikka ne olisivatkin epävarmoja, mutta silloin on tehtävä erittäin selväksi, että tämä tieto on epävarmaa.” (Toimittaja, Yle)

Tämä vuonna 2006 Ylen haastatteluissa yksittäisenä kannanottona esiintynyt toimittajakommentti kuvastaa pikku hiljaa nettimurroksen myötä Yleisradioonkin levinnyttä käytäntöä, jonka mukaan uutistoimitus ei voi enää olla luotettava, jos se on liian hidas. Nettimurroksen myötä nopeus on siirtynyt yhä enemmän osaksi uutisoinnin luotettavuusdiskurssia. Reaaliaikaisen, tai lähes reaaliaikaisen nopeuden vaatimus oli vakiintunut kuudessa vuodessa itsestään selväksi osaksi sekä Yleisradion että muidenkin perinteisten medioitten ”hyvää uutispalvelua” kuvaavaa uutisdiskurssia.

Vuonna 2012 uutisoinnin nopeusdiskurssit paljastivat myös sen, että korostunut nopeuden idea oli arkipäiväistynyt nettimurroksen myötä jo lähes reaaliaikaiseksi. Nettimurros oli vaikuttanut käytännön toimitusrutiinien tasolla myös tiedon luotettavuuden uudelleen määrittelyyn. Journalistit kuvasivat uutisoinnin luotettavaa rakentumista yleisesti siten, että tiedot tarkistetaan aina mahdollisimman hyvin eli useammasta kuin yhdestä lähteestä. Luotettavuutta rakennetaan myös sillä, että uutisoinnissa pysytään lähtökohtaisesti objektiivisina ja itsenäisinä eli ei olla minkään intressiryhmän äänitorvena. Nopeus puolestaan määriteltiin haastattelukertomuksissa yleisesti niin, että uutinen pannaan julki heti, kun se on saatu riittävästi varmistettua eikä uutista enää säästellä esimerkiksi perinteisen median myöhempään pääjulkaisuun, kuten aiemmin oli tapana tehdä.

Vuonna 2006 uutistieto määriteltiin luotettavaksi, kun se oli viranomaisten tai kahden luotettavan lähteen varmistamaa. Nettimurroksen myötä vuonna

2012 uutistieto piti journalistisen ideaalin mukaan edelleenkin varmistaa mahdollisuuksien mukaan useammasta kuin yhdestä lähteestä, mutta uutistieto on myös luotettavuusoletukseltaan luotettavaa aina kulloisellakin julkaisuhetkellä. Esimerkiksi onnettomuus uutisoinnissa voidaan julkaista varmistettu uhriluku tietyllä hetkellä, vaikka luku kasvaa sitä mukaa, kun saadaan lisätietoja uusista kuolleista. Enää ei jäädä odottelemaan viranomaisten vahvistusta lopullisesta uhriluvusta, vaan aikaisemmat ja riittävästi vahvistetut sirpaletiedot voidaan jo saman tien. Luotettavuus rakentui vuonna 2012 uutistietojen läpinäkyvyydestä eikä niinkään viranomaisilta varmistetusta lopullisesta totuudesta.

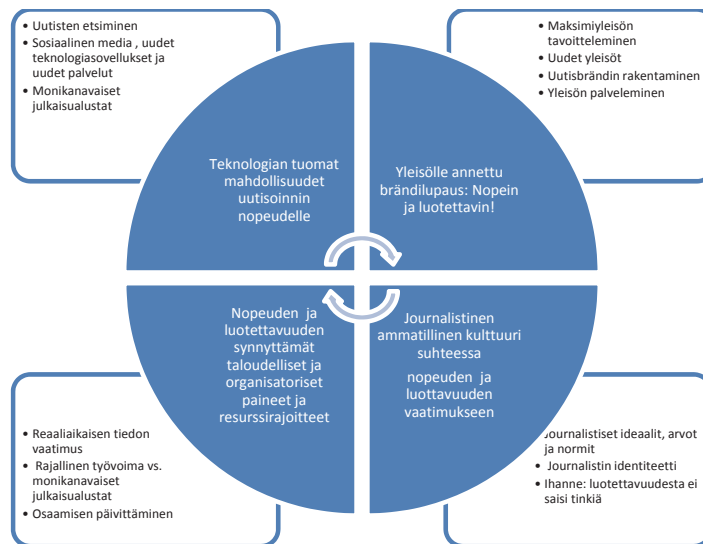
”Uutisjutun kehittymistä voi seurata netistä, että siinä mielessä se tieto on luotettava mahdollista aina kulloisellakin hetkellä. Eli tieto on läpinäkyvää, ja ne tiedot on helppo tarkistaa.” (Päällikkö, MTV3)

Nopeasti etenevästä uutistapahtumasta julkaistavat uutiset olivat luotettavia ja totta aina kulloisellakin julkaisuhetkellä. Tällaiseen nopeaan uutistapahtumaan liittyvä luotettavuus rakennettiin ulospäin eri tavalla kuin aiemmin perinteisessä uutisoinnissa. Aina kulloisellakin hetkellä julkaistavan nettiuutistiedon luotettavuutta ja nopeutta rakennettiin muun muassa Juuri nyt -logolla tai Toimitus seuraa tilannetta -tekstillä. Niiden avulla ihmisille ilmaistaan, että uutistilanne on kesken ja julkaistut tiedot voivat muuttua, eli rakennettu luotettava uutistieto ei ole vielä lopullinen totuus, vaan nyt juuri sillä hetkellä luotettavin mahdollinen. Tätä uutisoinnin vaiheittaista rakentumista voitiin korostaa myös kirjoittamalla nettiuutistekstiin näkyviin tai toteamalla lähetyksessä: aiheesta lisää hetken kuluttua. Nopeaa ja avointa luotettavuutta kerrottiin rakennettavan myös siten, että netissä julkaistavien uutisten korjausmuutokset pantiin juttuun näkyviin eikä niitä enää yritetty salata tai häivyttää. Tämä käytäntö korostui erityisesti vuoden 2012 haastatteluaineistoissa. Aikaisemmissa haastatteluaineistoissa tämänkaltaisesta luotettavuuden ja läpinäkyvyyden vuorovaikutuksesta ja nopean uutistiedon rakentajana ei ollut mainintoja.

Laura Juntusen (2009, 39) mukaan uutiskilpailu ja kasvava nopeuden vaatimus näyttäytyvät nykyisin itsestäänselvyyksinä. Juntusen mukaan nykymedioiden tavoitteena on julkaista mahdollisimman paljon ja mahdollisimman nopeasti – kenties joskus hienotunteisuudenkin kustannuksella. Syynä nopeuskilpailuun Juntunen pitää kaupallisuutta ja uuden teknologian tuomia mahdollisuuksia. Kaupalliset paineet ja teknologiamahdollisuudet eivät kuitenkaan vaikuta suoraan päivittäiseen uutistyöhön, vaan ne ilmenevät journalistisen organisaatiokulttuurin läpi suodattuen ja toimituskulttuurisen paineen taakse kätkeyten. Juntunen näkee organisaatiokulttuurin ikään kuin venttiilinä, joka toimii ulkopuolisten paineiden ja ammatillisuuden välissä ja tasaa eri suunnista tulevia paineita. Ajan mittaan käytännön realiteetit muokkaavat journalistisia arvoja siten, että arvot, normit ja toimituskäytännöt ovat sopusoinnussa keskenään. (Juntunen 2009, 39.) Samaa asiaa voidaan kuvata myös Shoemakerin ja Reesen mallin ideologian tason (esim. kaupallisuus, valtio/viranomaiskeskeisyys) taustavaikutuksesta organisaation toimituskulttuuriin ja mediarutiineihin.

Vaikka uutisoinnin nopeus on 2000-luvun puolivälin jälkeen lyönyt itsensä läpi kaikissa perinteisissä medioissa, silti myös luotettavuusdiskurssi on kulkenut koko ajan nopeusvaatimuksen kanssa käsi kädessä. Uutisoinnin kivijalkana pidetty journalistinen luotettavuus aiheuttaa organisaation toimintaan samanlaista sisäistä ja ristikkäistä painetta kuin nopeusvaatimuskin. Juntunen (2009) on esittänyt kaavion, jossa hän kuvaa, kuinka organisaatiokulttuuri toimii ulkopuolisten paineiden ja ammatillisuuden välissä eräänlaisena venttiilinä, joka tasaa eri suunnista tulevia paineita. Olen soveltanut Juntusen mallia ja tehnyt sen pohjalta oman mallini uutisoinnin nopeuden luottavuuden yhtäläisistä ristipaineista organisaatiokulttuurin sisällä.

KUVIO 4 Nettimurroksen aiheuttamat nopeuden ja luotettavuuden ristipaineet



Tässä ristipaineisessa mallissa yleisön nopeaa ja luotettavaa uutispalvelua rajaavat ja mahdollistavat uusi teknologia, taloudelliset resurssit, uutistoimituksen bränditavoitteet, journalistinen autonomisuutta korostava ammattikulttuuri ja organisaation rakenne sekä osaamisresurssit.

Samalla kun nettiajan nopeusvaatimusta pidettiin vuoden 2012 haastatteluaineiston mukaan itsestään selvänä, sitä kohtaan esitettiin myös huomattavasti kritiikkiä. Liiallisuuksiin mennyt nopeusvaatimus oli journalistien mielestä syönyt perinteisen median uutisoinnin luotettavuutta ja lisännyt virheitä.

”Kyllä netti nimenomaan on tehnyt siitä paljon kiivasluontoisempaa ja nopeampaa...että paljon tulee eri toimituksille floppeja. Kyllä se selvä on, että kun tehdään nopeasti niin mahdollisuus virheisiin kasvaa.” (Päällikkö, MTV3)

Haastatteluaineistossani nousi selvästi esiin se, että organisaatiotason asettamat (kaupalliset) nopeusvaatimuspaineet koettiin negatiivisina. Organisaation asettamat vaatimukset koettiin ristiriitaisina erityisesti suhteessa omaan ammatilliseen identiteettiin.

”Kyllä tähän liittyy ongelma, joka näkyy meilläkin. Luotettavuus kärsii siitä, että on kiire ja pitää julkaista ensimmäisenä, koska siitä saa sen krediitin, että meidän talo julkaisi sen ensimmäisenä, ja meidän talon johto pitää sitä arvossaan...”

”Vanhana tarkistavana toimittajana mulla on ongelmia sen kanssa, että en haluaisi puhua ihan niitä näitä, ja haluaisin parista lähteestä tarkistaa asiat. Nythän tämä verkkohomma on mennyt semmoiseksi, että jutun oikeellisuuden tarkistaminen tai vastuu tarkistamisesta on siirretty yleisölle.” (Toimittaja, MTV3)

Kaupallisen organisaation resurssipaineet suhteessa uutisoinnin nopeuteen ja luotettavuuteen näyttäytyivät myös siten, että uutistyyöstä oli tullut osassa uutistoimituksista sellaista, että toimitukset julkaisivat omissa uutislähetyksissään vain siteerauksia muiden toimitusten tekemistä uutisista eivätkä edes yrittäneet tarkistaa niitä itse.

”Kun olin radioaamussa ja Iltasanomat kertoi väärää tietoa, ja mä sitten levitin sitä radiossa siteerauksella eteenpäin. Se on kurjaa, kun muutkin kärsivät siitä, että tietoja ei (alkuperäisen uutisen julkistaneessa toimituksessa) tarkisteta ja väärää tietoa menee eteenpäin. Meillä radion puolella tämä copy-paste-uutisointi johtuu siitä, että me ei saada käyttää STT:tä, ja meillä ei ole aikaa ja resursseja tehdä omia uutisia.” (Toimittaja, Nelonen/HS)

Journalistahaastattelujen vuoden 2012 analyysi paljasti myös sen, että toimittajat kokivat journalistisen nopeusdiskurssin uutena haastajana sosiaalisen median vielä perinteistä mediaakin nopeamman uutisoinnin. Aineistoanalyysi nosti esiin perinteisen median kaksijakoisen suhteen sosiaaliseen mediaan: Toisaalta arvosteltiin sitä, että sosiaalinen media levittää huhutietoja ja toisaalta myönnettiin, että sosiaalisessa mediassa uutistietojen raakadata julkaistaan nykyisin kaikkein nopeimmin. Sosiaalista mediaa on pakko seurata, mikäli haluaa olla varteenotettava uutisjournalisti.

”Hyvä esimerkki viime kesältä oli tämä Utöyan ampuminen: Illalla alkoi Twitteristä tulla tietoja, että Norjassa on ammuttu kymmeniä. Ihmettelin, että pitääks tää paikansa, kun missään virallisissa lähteissä ei kerrottu tästä. Sitten aamulla oli tieto, että 70 oli ammuttu. Eli tämä vaan kertoo siitä, että näitä tietoja ei voi enää kukaan jättää huomioimatta. Totta kai siellä leviää paljon mitä tahansa tietoja, mutta eiköhän meillä ole yllin kyllin tullut ulkomailta tietoa Iranista, arabikeväästä, että sosiaalisesta mediasta tulee sellaista raakadataa, että sitä ei voi jättää huomiotta. Sitä pitää vaan osata analysoida ja käyttää hyväksi.” (Päälikkö, MTV3)

Sosiaalisen median tuoretta murtautumista perinteisen median kentälle kuvasti haastattelukertomuksissa muun muassa se, että aktiivisen some-tietojen seuraamisen kautta tietyt perinteisen median edelläkävijätoimitukset saivat uutisvoittoja verrattuna sellaisiin toimituksiin, jotka eivät vielä seuranneet sosiaalista mediaa yhtä aktiivisesti.

”Esimerkiksi Lontoon mellakat ja Sky, joka ensimmäisenä seurasi sitä sosiaalisen median kautta, uutisoi ihan eri aiheesta kuin tämmöiset, jotka seurasivat vain viranomaistiedotusta. Se oli selkeä uutisvoitto heille. Se on pakko ottaa huomioon päivittäisessä uutistyössä, ettei jää alakynteen.” (Toimittaja, Nelonen/HS)

Suhteessa sosiaalisen median nopeuteen, perinteinen media rakensi korostetusti arvoaltaansa tulkintarepertuaarilla, joka palasi nopeusvaatimuksesta takai-



sin korostamaan journalistista luotettavuutta eli todenmukaisen tiedon selvittämistä, koska vain luotettavalla journalistisella tiedolla kerrottiin voitavan rakentaa perinteisen median tulevaisuutta.

”Jos tulee 50 nopeaa Twitter-viestiä, että jotain on ammuttu, niin perinteisen median tehtävänä on kertoa, kuka on ampunut, mikä oli motiivi, mitä viranomaiset ovat sanoneet, että tarvitaan niin kuin puolueeton taho selvittämään, mitä siellä tapahtui, kyllä mediaa tarvitaan edelleen todenmukaisen tiedon selvittämiseen.” (Päällikkö, MTV3)

Tietojen tarkistamisen ohella myös journalistinen ammatillinen analyysikyky nähtiin perinteisen median luotettavuutta ja ammatillisuutta lisäävänä kivijalkana.

”Netti päivittää sekä epävirallisella että virallisella puolella koko ajan, mitä on tapahtunut, joten perinteisten uutisten tehtävänä on analysoida sitä mitä on tapahtunut.” (Toimittaja, Nelonen/HS)

Aiempiin haastatteluaineistoihini verrattuna vuoden 2012 nopeusdiskurssista nousi esiin myös mediayleisön asettamia vaatimuksia kohtaan osoitettu kritiikki.

”Kaikki tapahtuu nyt tässä ja heti, ja se mikä on huono puoli, niin nyt myös lukijat odottavat, että meillä on kaikki tieto tässä nyt ja heti, ja sehän ei ole mahdollista. Ihmiset on tullut kärsimättömiksi, ja ne haluaa tietää heti, mitä tapahtuu.” (Päällikkö, MTV3)

Toimitusorganisaation teknologiamahdollisuuksista pinnalla oli vuonna 2012 nopeusdiskurssin osalta live-lähettäminen eli reaaliaikainen tiedonvälitys. Tulokintarepertuaarissa korostui median rooli puolueettomana välittäjänä, mediaattorina, joka tarjoaa live-raportoinnin avulla yleisölle mahdollisuuden itse nähdä ja päättää, mistä uutistapahtumassa on kyse.

”Tarjolle tulee koko ajan enemmän liveä, enemmän instant all the time. Katsot sieltä sitten mitä haluat.” (Päällikkö, MTV3)

Uutisrintamalla on kautta historian kilpailtu siitä, kuka kertoo uutisen ensimmäisenä eli kaikkein nopeimmin. Nopea uutisointi on tuttua jo muinaisesta sodankäynnistä, kun ratsulähetit veivät tietoja taisteluiden tuloksista hallitsijoille. Nopeuden idea liittyy temaattisesti myös uutisen nimeen; uutisen on oltava tuore ja uusi, muuten se on ”vanhanen”. Nykyinen ja yhä laajemmille mediakentille levittäytynyt reaaliaikainen ja nopea uutisointi on vain luonnollinen teknisen kehityksen siivittämä jatkumo tälle historialliselle uutiskäsitykselle. Aikaisemmin, kun lehti ilmestyi aamulla ja tv-uutiset illalla, ei medioilla ollut painetta samalla tavalla reaaliaikaiseen uutiskilpailuun kuin nyt netti aikana. Kun ensimmäisenä netissä uutisen julkaissut kerää kunnian, klikit ja linkkaukset, ja sitä kautta kävijät ja mainosrahat, uutistyöstä on tullut jatkuvaa nopeuskilpailua, joka heijastuu sekä yksittäisten toimittajien että koko uutisorganisaation toimintaan.

#### 7.4.2 Kiinnostavuuden nousu

Nopeuden ja luotettavuuden ohella myös uutisten kiinnostavuus oli noussut nettiuutismurroksen myötä yhdeksi keskeiseksi ja osin kiistellyksi uutisdiskurssiksi. Ideologiatasolla kiinnostavuuden nähtiin nivoutuvan erityisesti markkinataloudelliseen kaupallisuuteen ja julkisen palvelun puolella yleisöjen palvelemiseen, vuorovaikutteisuuteen ja myös uusien yleisöjen houkuttelemiseen. Vuonna 2006 mediatalot olivat jakautuneet uutisoinnin kiinnostavuuskorostuksessaan kahteen leiriin eli markkinavetoiseen ja julkisen palvelun leiriin. Nelosen ja MTV3:n uutisten keskiössä oli jo vuonna 2006 ihmisten kautta rakennettu kiinnostavuus, tarinat, tunne ja draama, kun taas Yleisradiossa korostettiin kiinnostavuutta enemmän asia-, viranomais- ja yhteiskunnan ylätasoin politiikkakeskeisyyttä sekä uutisten tärkeyttä ja merkittävyyttä. Ylessä uutisia tehtiin luontevasti esimerkiksi politiikan rakenteista eikä niinkään siitä, miten poliittiset päätökset vaikuttavat käytännössä tavallisten ihmisten arkeen. Vuonna 2006 hegemonisena diskurssina ollut uutisoinnin tärkeyden ja merkittävyyden korostaminen alkoi kuitenkin jo tuolloin pikku hiljaa diskurssitasolla murtua. Näin Tv-uutisten toimittaja kuvasi tilannetta vuonna 2006.

”Kyllähän koko ajan sellainen hidaskas kehitys siihen, että Ylessäkin hiljalleen liikutaan sillä alati veteen piirretyllä viivalla kiinnostavuuden ja tärkeyden osalta kohti sitä kiinnostavuuden painottamista.” (Toimittaja, Yle)

Vuonna 2012 Yleisradion linja kiinnostavuuden suhteen oli jo selvästi muuttunut.

”Meidän kohdalla ihan selvästi kiinnostavuus uutiskriteerinä on noussut aivan huomattavasti. Ennen vanhaan oli sellaista kovin raskasta politiikan ja talouden rakenteissa toimivaa uutisvälitystä, sen merkitys on vähentynyt ja kiinnostavuus juttuaiheissa on noussut. Mottona on nyt, että teemme tärkeistä asioista kiinnostavia juttuja.” (Päällikkö, Yle)

Kaupallisella puolella kiinnostavuus ja ihmisläheisyys olivat arvossaan koko 2000-luvun lopun ja ovat yhä. Ihmisläheisyyden ja kiinnostavuuden kerrottiin nivoutuvan yhteen, koska suomalainen uutisyleisö on kiinnostunut uutistilanteissa erityisesti suomalaisten ihmisten kohtaloista. Kun uutisoidaan, että hyökyaalto iski Aasian rannikolle, se on perusuutinen. Mutta kun uutisoidaan, että hyökyaalto iski Aasian rannikolle ja uhrien joukossa on kymmeniä suomalaisia, silloin uutisesta tulee kotimaiselle yleisölle jo huomattavasti kiinnostavampi uutisoinnin läheisyysperiaatteen vuoksi. Vielä kiinnostavampi ja koskettavampi uutisesta tulee, kun toimitus löytää hyökyaaltoon joutuneen ihmisen ja saa vangittua hänen silminnäkijä- ja selviytymistarinansa osaksi laajempaa uutiskokonaisuutta. Esimerkki tsunamiuutisoinnista kuvastaa kaupallisen median suhtautumista kiinnostavuuteen, ihmisläheisyyteen, ja sitä kautta muodostuvaan uutisen tietopohjaan ja merkittävyyteen.

”Just tämän itkevän naisen informaatio oli helvetin tärkeä, että se oli tapahtumien keskipisteessä, ja se näki miten ihmisiä meni aaltoihin. Sitten ruvettiin laskemaan yhteen näitä kadonneita, jotka eivät olleet antaneet kuulua itsestään ja silloin tultiin siihen lopputulokseen, että 200 on mennyt.” (Toimittaja, MTV3)

Yleisradiossa oli vuonna 2006 tiukempi linja emotionaalisen kiinnostavuuden suhteen. Monet haastattelemani yleläiset tuomitsivat tuolloin MTV3:n uutislinjan, jossa näytettiin hyökyaaltoon joutuneita silminnäkijöitä ja myös iltapäivälehtien ihmisläheinen uhrijournalismi sai sapiskaa. *”Emme uutisoi keltaisen lehdistön lailla mitään sensaatiomaista, skandaalinomaista, vaikka se saattaisi kansalaisia kiinnostaa”*, totesi Ylen Tv-uutisten päällikkö tuolloin. Vuonna 2012 myös Yleisradiossa kiinnostavuus ja ihmisläheisyys olivat kuitenkin jo nousseet asiakeskeisen uutisoinnin rinnalle.

*”Tää kiinnostavuus ja ihmisläheisyys on tullut huomattavasti merkittävämmäksi kuin ennen, että on tajuttu, että tällainen kova uutinen ei ole ainoa asia Ylen agendalla. Kyllä varmasti valtavirtaa on se, että media muuttuu ja tehdään yhä kiinnostavammista aiheista kokemuseräisiä tarinoita.”* (Päällikkö, Yle)

Uutisoinnin kiinnostavuus-teeman kritiikin keskiössä olivat vuonna 2012 erityisesti nettiiutisointiin liittyvät vau!-uutiset eli niin sanonut klikkimagneetit sekä perinteisen median tabloidisaatiokehitys. Huonoja uutisia -pamfletin (2012) tekijät Juha Honkonen ja Jussi Lankinen kritisoivat verkkoon tehtyjä kevyitä aiheita sekä sitä, että päämediat kilpailevat kävijämetsästyksessä samoilla aiheilla. Kävijämetsästyksessä voittaja on se, joka saa uutisen nopeimmin julki. Kirjoittajien mukaan tämä kiinnostavien klikkimagneettien metsästys uhkaa pilata koko verkkojournalismin maineen ja yhdenmukaistaa suomalaisen uutistarjonnan. Honkosen ja Lankisen mukana yksi mahdollisuus parantaa verkkojournalismia olisi kehittää uutisen kiinnostavuuden mittaamista. Kun tähän asti juttujen suosiota on mitattu lähinnä vain kokonaisklikkausmäärillä, jatkossa kannattaisi mitata enemmän sitä, kuinka kauan juttuja luetaan. Tämänkaltaisen mittaaminen mahdollistaisi myös mainostajien houkuttelemisen juttujen laadun ja luettavuuden perusteella, jolloin median ansaintalogiikka voitaisiin muuttaa sellaiseen suuntaan, jossa pelkät kiinnostavat klikkimagneetit eivät enää olisi ainoa kriteeri, joilla mainoseurot nettimeidiassa jaetaan.

Mediayleisön kannalta kiinnostavuuden teemaa selvittäneen Kelluva kiinnostavuus -tutkimuksen (2012) mukaan ihmiset ovat yleisellä tasolla kiinnostuneita uutisista, mutta yhteisöllisessä mielessä ihmiset kiinnostuvat erityisesti sellaisista uutisista, jotka heitä huolestuttavat ja joista he halusivat keskustella ystäväpiirinsä kanssa. Tutkimus osoitti, että journalismin kiinnostavuuden kriteerit vaihtelivat riippuen siitä, tarkasteltiin kiinnostavuutta yleisön tapakäytön (massa), tulkinnan ja kritiikin (yleisö), vai julkisen toiminnan ja asioiden pohdiskelun (julkiso ja sosiaaliset verkostot) näkökulmasta. Median tapakäytön tasolla kiinnostavuudelle asetetut vaatimukset olivat tutkijoiden mukaan vähäisiä. Massan roolissa ihmiset olivat valmiita ottamaan vastaan tutkijoiden mielestä tylsiä ja merkityksettömiäkin mediasisältöjä. Yleisönä ihmiset puolestaan pyrkivät saamaan journalismista enemmän, ja yleisön roolissa mediakäyttäjät odottivat, että heidän kritiikilleen olisi käytössä myös palautekanavia, ja että näitä palautteita myös kuunneltaisiin. Sosiaalisten verkostojen keskustelujen ja puheenaiheiden taustaa vasten ihmiset näyttivät kaipaavan journalismilta ennen kaikkea syvällisyyttä, analyttisyyttä ja kriittisyyttä. Mediayleisön näkökulmasta tutkitut kiinnostavuuden tasot eivät ole toisiaan poissulkevia, mutta

tutkimukseen osallistuneet ihmiset pitivät kuitenkin sosiaalisten verkostojen tasoa itselleen tärkeimpänä. Medioille suositeltiin tulevaisuudessa sitä, että kiinnostavuutta etsiessään uutismedioiden kannattaisi muuttua enemmän yleisöjensä kaltaisiksi. Tämä edellyttäisi vanhojen ja pelkistyneiden yleisökäsitysten päivittämistä. Tutkimuksen mukaan tämän päivän uutiskiinnostus rakentuu arjen sosiaalisissa verkostoissa ketjuuntumalla, ja tämän vuoksi mediatalojen pitäisikin tietää se, mistä heidän lukijansa haluavat seuraavana aamuna keskustella. (Heikkilä, Ahva, Siljamäki ja Valtonen, 2012.)

## 7.5 Kansalaiset uutistyössä

Se, mistä asioista ja uutisista kansalaiset haluavat seuraavana aamuna keskustella, selviää vain olemalla vuorovaikutuksessa mediayleisöjen kanssa. Tarkastelen seuraavaksi nettimurroksen aiheuttamia muutoksia perinteisen median yleisösuhteeseen ja yleisövuorovaikutukseen vuosina 2006–2012. Journalismin yleisösuhte on ollut tutkijoiden taholta jo vuosikymmenten ajan arvostelun kohteena. Tiukimmissa väitteissä on todettu, että journalismilla ja yleisöllä ei olisi suhdetta lainkaan, koska toimittajat eivät huomioi työssään ja esitystavoissaan yleisön tarpeita tai toiveita. Mediatutkijat ovat väittäneet, että journalisteja ohjaavat työn kiivastahtinen teollinen luonne, vakiintuneet rutiinit ja valikoidut eliittilähteet. Tällainen sisällöntuotannon logiikka sulkee tehokkaasti ulkopuolelleen ruohonjuuritason toimijoiden sekä toimijaryhmien näkökulmat, jolloin perinteisen median uutisoinnin tuloksena on vain katkelmallisia informaation paloja byrokratioiden todellisuudesta (Heikkilä ja Kunelius 1999; Mörä 1996; Ridell 1999.)

Nettimurroksen ja erityisesti sosiaalisen median nousun myötä perinteisten medioiden on ollut pakko alkaa huomioida yleisöjen tarpeita eri tavalla kuin aiemmin. Netti ja sen yhteisölliset toimintatavat vievät erityisesti nuoremman mediayleisön vapaa-ajasta yhä suuremman siivun, vaikka esim. televisiota katsottiin vuonna 2012 enemmän kuin koskaan aikaisemmin (Finnpanel 2012). TNS Gallupin toteuttaman NetTrack-tutkimuksen (2012) mukaan 67 prosenttia suomalaisista käytti internetiä päivittäin vuonna 2012. Netin jokaviikoinen käyttö puolestaan oli noussut 88 prosenttiin. Internetin käyttö jatkaa kasvuaan erityisesti eläkeikäisten (65–79-vuotiaiden) kohdalla. Suomalaisen nettiliittymistä 17 prosenttia oli matkapuhelimen internetliittymiä, niiden lukumäärä on kasvanut edellisvuoteen verrattuna yli 3,5-kertaisesti yhteensä 633 000 kappaleeseen vuonna 2012. Internetin mobiilikäyttö oli vuoden aikana noussut 24 prosentista 32 prosenttiin ja kasvun odotetaan jatkuvan.

Nettimurroksen myötä erilaiset sosiaalisen median nettisisällöt ovat alkaneet tarjota monille ihmisille riittävän määrän kiinnostavaa tietoa, ajanvietettä ja yhteisöllisen toimintakentän. Tämä nettiyhteisöllinen toiminta on periaatteessa riippumatonta perinteisen median omista yleisöistä. Mahdollisen yleisökädon pelossa ja uusien yleisöjen houkuttelemiseksi monet perinteiset mediat

ovat jo alkaneet toimia uudella tavalla ja etsivät yhä enemmän yleisöjään vuorovaikutuksellisesti netin välityksellä.

Yleisön ja medioiden vuorovaikutusta on pitänyt uusia myös journalististen sisältöjen uudistumisen ja muuttumisen vuoksi. Perinteisen median monopoli uutisiin ja uutisten levittämiseen on nettimurroksen myötä hävinnyt. Yhä useampi sosiaalisen median toimija tuottaa ja jakaa verkossa uutisia omien intressiensä pohjalta eikä enää välttämättä ole uskollinen vain yhdelle tai kahdelle päämedialle. Positiivisessa mielessä tämä kansalaisten verkkoaktiivisuus muodostaa perinteiselle medialle vinkkien, lähteiden ja moninaisten juttuideoiden ja puheenaiheiden lähdekokonaisuuden. Ja näitä ihmisten tuottamia ja jakamia some-sisältöjä ei löydetä ja saada perinteisen median käyttöön ilman aktiivista yleisövuorovaikutusta ja sosiaalisen median seuranta.

Voidaan sanoa, että nettimurroksen myötä perinteisen median valtapositiio suhteessa yleisöihin on jossain määrin keikahtanut kansalaisten hyväksi. Tämä vallansiirto näkyy käytännössä ”pienen ja suuren” journalismin tasa-arvoistumisena. Valtaposition osittainen siirtyminen some-kansalaisille näkyy myös siinä, että nykyisin vallan vahtikoirallakin eli perinteisellä medialla on oma ärhäkkä some-vahtikoiransa, joka alkaa räksyttää heti, jos perinteinen media tekee virheen. Verkossa toimii myös eräänlainen vuorovaikutteinen mediatietojen tarkistusprosessi. Samalla kun lukijat viittaavat olennaiseen mediatietoon linkeillä, he myös kommentoivat ja tarkistavat alkuperäisen jutun tietoja. Tämän ovat saaneet kokea perinteisen median toimittajat, joiden virheellisiä tai epätäydellisiä tietoja korjataan ja kommentoidaan ankaralla kädellä sosiaalisessa mediassa.

Journalismin tasa-arvoistuminen näkyy myös siinä, että kun kansalaisjournalisti tai perinteisen median toimittaja julkaisee jutun, nettiyleisö arvottaa sen saman tien. Sosiaalisen median verkostoissa journalistit, asiantuntijakansalaiset ja amatööribloggaajat ovat lukijoiden arvostelun suhteen samalla viivalla. Merkityksetön tieto tai kommentti alkaa hautautua, koska sitä ei suositella eikä linkata eteenpäin. Mitä olennaisempaa ja merkityksellisempää tieto yhteisön ja lukijoiden mielestä on, sitä enemmän tämä yksittäinen tieto kerää kommentteja ja linkityksiä.

### 7.5.1 Vuorovaikutteista journalismia

Analysoin seuraavaksi median ja kansalaisten vuorovaikutuksen muutosta vuosina 2006–2012 peilaamalla sitä vuorovaikutteisen journalismin puolesta puhuvan kansalaisjournalismi-liikkeen kolmeen teesiin, jotka Heikki Heikkilä ja Risto Kunelius esittivät vuonna 1999.

- 1) Journalismi ei ole pelkkä viestinviejä, välittäjä tai maailman tilan raportoija, vaan on osaltaan vastuussa myös yhteiskunnallisen keskustelun tasosta tuottaessaan keskusteluagendaa.
- 2) Journalismiin pitää oppia asettumaan kansalaisten osallistumisen välineeksi, kansalaisten käyttöön.

- 3) Journalismin on hyväksyttävä, että myös ihmisten arkinen kokemus on tärkeä tietolähde.

Vuoden 2006 aineistoanalyysin mukaan kaupalliset MTV3 sekä Nelosen uutiset olivat omaksuneet Yleisradiota voimallisemmin kansalaisjournalismin kolmannen teesin, jossa korostetaan, että myös ihmisten arkinen kokemus on tärkeä tietolähde. Vuonna 2006 Ylen tv-uutisissa kansalaisvuorovaikutusta ei pidetty millään tavalla uutistoiminnan ydintoimintona. Ylessä ainoastaan nettiutisten eli Online-toimituksen puolella pohdittiin tuolloin vuorovaikutusta kansalaisten kanssa ja mietittiin keinoja siihen, miten internetjournalismi voisi myös Yleisradiossa asettua kansalaisten osallistumisen välineeksi, kuten toisessa kansalaisjournalismin teesissä kehoitettiin. Samaa kansalaisosallistumista tavoitteli tuolloin myös MTV3:n uutisorganisaatio, mutta enemmän kaupallisella intressillä ja resurssinäkökulmilla perusteltuna. MTV3:n toiveena oli vuonna 2006 perustaa koko Suomen kattava kansalaisjournalistien verkosto, joka olisi toiminut resurssiapuna ja sisällöntuottajana yhteistyössä ammattijournalistien kanssa. Tästä tavoitteesta luovuttiin kuitenkin myöhemmin resurssisyihin ja työmäärään vedoten. Vuonna 2006 kaikki mediatalot jakoivat tulevaisuusvision, jossa ajateltiin, että kansalaisten toimittamien kuvien, kommenttien ja tietojen käyttö uutistilanteissa tulee ainakin jossain määrin lisääntymään, kunhan sen käyttöön ja varmistamiseen saadaan tarvittavat rutiinit ja säännöt.

Kuusi vuotta kului nettimediamyllerryksen siivittämänä ja tuloksena haastatteluanalyysien perusteella oli se, että vuoden 2012 keskeisimmät journalismin yleisösuhdediskurssit olivat yhteisöllisyys ja vuorovaikutteisuus. Analysoin seuraavaksi sitä, miten yhteisöllisyyttä ja vuorovaikutteisuutta kuvattiin vuonna 2012 suhteessa kansalaisjournalismin kolmeen teesiin. Vuonna 2012 kaikki haastatteluun osallistuneet mediatalot tuottivat kansalaisvuorovaikutteista keskusteluagenda puheenaiheiksi nousevien uutisten avulla. Puheenaiheiksi nousivat tunteisiin vetoavat aiheet ja erityisesti sellaiset aiheet, jotka huolestuttivat tai kuohuttivat kansalaisia. Näitä teemoja perinteiset mediat nostivat keskusteluun haistelemalla sosiaalisen median avulla sitä, mikä kansalaisia kulloinkin kiinnosti ja puhutti.

*”Meillähän on esimerkiksi tämä Suora linja -ohjelma, joka tekee uutisia ihmislähtöisesti. Ne pyytävät aiheita ja palautetta, ja sieltä palautevirrasta pyydetään ihmisiltä myös uutisia.” (Päällikkö, Yle)*

utisjournalismin avulla. Ensin aihe alkoi elää netin puolella, sen jälkeen samaa aihetta käsiteltiin perinteisen median välineissä ja tämän jälkeen jatko-keskustelut käytiin vielä netin puolella.

*”Maailmanpolitiikan arkipäivän malli on yksi hyvä esimerkki, että se ohjelmatuote on prosessimainen tuote, joka alkaa verkosta ja kehittyy sitten suurelle yleisölle julkaistavaan muotoon ja palaa sitten taas sinne verkkoon.” (Päällikkö, Yle)*

Perinteisessä uutisorganisaatiossa vuorovaikutteisuutta vasta harjoiteltiin osana uutistyötä.

”Me vasta kyllä harjoitellaan sitä vuorovaikutusta, että ensi viikolla tehdään tämänoinen terveyskeskusjonoihin liittyvä kysely ja etsitään ihmisten jonokokemuksia.” (Päällikkö, Yle)

Erityisesti Yleisradiossa vuorovaikutteisuutta mietittiin vuonna 2012 korostuneen aktiivisesti. Toimivaa yleisövuorovaikutusta pidettiin julkisen palvelun oikeutuksena ja tämän vuoksi yhtiössä mietittiin toden teolla kansalaisten roolia ja mukaan ottamista yhteisen yhteiskunnallisen keskusteluagendan luomiseen.

”Tällaisena tietoyhteiskuntaunelmana mulla on toiveena se, että voitaisiin reaaliaikaisessa ohjelmassa käyttää yleisöä joukkoistamalla ratkomassa ongelmia esim. niin, että yhteisestä ideoinnista äänestettäisiin reaaliaikaisesti viisi mallia jatkokehittelyyn. Tämähän on nykyisin mahdollista reaaliaikaisten laskentamallien avulla. Sellainen yhdessä ajattelemisen taito on asia, jota haluaisin jossain vaiheessa meillä pilotoida.” (Päällikkö, Yle)

Netti- ja digitekninen murros mahdollistavat sen, että mediat voisivat nykyisin niin halutessaan ratkoa yhdessä ongelmia ja keskustella reaaliaikaisesti eri teemoista. Aiemmin näitä suoria vuorovaikutuskanavia oli paljon vähemmän.

”Kun netti on luonteeltaan ongelmanratkaisumedia, niin sitä pitäisi myös hyödyntää perinteisessä mediassa. On aivokapasiteetin hukkausta tyytyä vain keskustelemaan asioista, kun sitä voisi viedä eteenpäinkin.” (Päällikkö, Yle)

Toimituksissa pidettiin luontevana ajatusta siitä, että perinteisen median ohjelman yhteydessä kansalaiset pääsevät keskustelemaan reaaliaikaisesti netin puolella samoista teemoista.

”Vuorovaikutus ja keskustelut toimivat hyvin juuri nyt -tyyppisissä ohjelmissa. Se ei saa olla sellaista, että luetaanpas nyt näitä Twitter-viestejä täältä, vaan sen pitää olla luontevaa osallistumista, keskustelua ja virtaa. Tämä kaikki varmasti kehittyä vielä pirun paljon.” (Päällikkö, MTV3)

Yleisradiossa pohdiskeltiin keskusteluagendan luomista laadukkaana journalismin muotona ja yhteiskunnallisten ongelmakysymysten mahdollisena ratkaisijana. Kaupallisella puolella keskusteluagendan luomisen motiivina korostuivat haastatteluaineistossa Yleisradiota enemmän markkinataloudelliset motiivit eli nettikävijöiden lisääminen ja yleisöjen sitouttaminen omaan mediaan, ja sitä kautta myös mainostajien vakuuttaminen oman median suosiosta.

”Sehän menee niin, että superuutisia tulee kerran pari vuodessa, ja sitten kun on muuten rauhallisempaa, niin on tärkeää saada ihmisiä mukaan. Me haetaan sitä yhteisöllisyyden lisääntymistä vielä, että kaikki osapuolet ovat entistä enemmän sitoutuneita siihen kanavaan, tai niihin keskusteluihin, joita Maikkarin portaali tarjoaa.” (Päällikkö, MTV3)

Vuoteen 2012 mennessä jokaisella haastatteluun osallistuneella mediatalolla oli keskustelualusta verkkosivuillaan. Lisäksi ihmiset pääsivät osallistumaan ja keskustelemaan eri aiheista medioiden käyttämien sosiaalisen median palveluiden välityksellä ja usein myös suoraan jutun tehneen toimittajan tai juontajan kanssa. Sosiaalinen keskustelu mediasisällöistä oli vuonna 2012 ennen näkemättömän vilkasta, ja sitä käytiin sekä vakavista että kevyemmistä aiheista. Journalismiin

liittyvän keskustelukulttuurin räjäyttäjänä voidaan hyvällä syyllä pitää sosiaalisen median nousua. *”Sosiaalinen media on nykypäivää, ja siellä se keskustelu käydään”*, totesi Ylen toimittaja. Keskustelua oli myös mahdollista vuonna 2012 käydä reaaliaikaisesti ja rinnakkaisesti perinteisessä mediassa esitettävän ohjelman aikana. Uutisten osalta tavoitteena oli yhdistää myös uutislähetykset ja uutisaiheista käytävä keskustelu. Esimerkiksi Nelosen uutiset halusi valjastaa uutisankkurinsa keskustelemaan ihmisten kanssa sosiaalisen median välityksellä.

*”Yks mikä maailmalla on aika yleistä, että siellä on selkeitä brändejä, että siellä on selkeästi uutisankkureita, ja niillä on tämmöisiä chatti-vuoroja, jossa ne voi kommentoida siihen lähetykseen liittyviä aiheita tai yksittäiseen uutiseen liittyviä aiheita. Se on varmaan meilläkin sitten vuorovaikutuksen muoto, koska uutiskasvot ovat hirveen tärkeitä.”* (Toimittaja, Nelonen/HS)

*”Kyllä se osallistuminen siihen keskusteluun on se juttu, ja siitä tulee sille kävijällekin se olo, että minua kuunnellaan täällä. Ja kyllä meidän pitää pystyä sitä lisäämään ihan selkeästi.”* (Päällikkö, Nelonen/HS)

Yleisösuhteen osalta sosiaalista mediaa käytettiin vuonna 2012 erityisesti nuoren yleisön houkuttelemiseksi. Mediayhtiöissä uskotaan, että tulevaisuudessa yhtiön mediayleisöt löytyvät entistä enemmän sosiaalisen median kautta.

*”Varsinkaan nuoret eivät vietä aikaansa mediatalojen nettisivuilla. He viettävät aikaansa sosiaalisessa mediassa, ja perinteisten medioiden pitäisi viedä myös uutiset sinne, missä ihmiset jo ovat.”* (Päällikkö, Yle)

Keskustelujen ja uutistapahtumien yhdistämisestä oli saatu vuonna 2012 ensimmäisiä hyviä esimerkkejä eri vaalien yhteydessä. Vuorovaikutteisuutta oli tarkoitus lisätä myös perinteisissä uutisissa.

*”Presidentinvaalit oli hyvä esimerkki siitä, miten saadaan katsojat mukaan siihen keskusteluun ja uutistapahtumaan, on se sitten Twitteriä tai Facebookia, mutta se yhteys sinne käyttäjään tulee sitä kautta kiinteämmäksi, tätä tullaan kokeilemaan myös uutisissa jossain vaiheessa.”* (Päällikkö, MTV3)

Ylessä puolestaan pohdittiin kesällä 2012 keskustelumahdollisuuden avaamista myös muun muassa isoihin urheilun uutistapahtumiin.

*”Voisiko vaikka futiksen MM-kisoissa olla live-tviittaukset päällä, että jengi voisi sitten tviitata kun samalla katsotaan sitä matsia.”* (Päällikkö, Yle)

Haastatteluanalyysin mukaan sosiaalinen median nousun myötä ihmisten arkieläiset kokemukset ovat tulleet perinteisen median journalismissakin aiempaa enemmän näkyville. Nettimurros ja sosiaalisen median nousu ovat lisänneet kansalaisten valmiutta jakaa omia kokemuksiaan laajemmalle yleisölle kuin vain omaan lähipiiriin.

*”Nykyään aika uusi piirre suomalaisessa yhteiskunnassa on se, että kerrotaan sosiaalisessa mediassa vapaasti siitä, mitä mieltä asioista ollaan, lisäksi suomalaisten koulutustaso on noussut, että ihmisillä on valistuneita mielipiteitä monestakin asiasta. Se on iso haaste medialle, ettei se ole vaan, että lähetä meille kuva, vaan aidosti kuullaan ja tartutaan aiheisiin.”* (Päällikkö, Yle)



Jokainen mediatalo arvosti vuonna 2012 ihmisten arkista ja kokemusperäistä tapaa tietää, ja tätä varten ihmisiltä myös pyydettiin aktiivisesti kokemuksia eri aiheista ja asioista.

”Me ollaan kutsuttu Facebook-väkeä kylään tänne, ja varmaan jatketaan tällaista kontaktin ottoa yleisöön. Lisäksi me käytetään paljon Facebook-yhteisöä siihen, että pyydetään niitä kertomaan kokemuksiaan, joita käytämme sitten siinä jutussa. Se on sitä vuorovaikutusta, ja sitten me tehdään juttuja niistä ihmisistä.” (Päällikkö, MTV3)

Keskeistä vuoden 2012 median yleisösuhteessa on aktiivinen haku vuorovaikutteisuuteen, ja tämän trendin arveltiin jatkuvan myös tulevaisuudessa.

”Perinteisiin uutisjuttuihin tullaan hakemaan entistä enemmän aiheita ihmisiltä, ja sitä kautta haetaan enemmän sitä vuorovaikutuksellisuutta.” (Päällikkö, Yle)

Ongelmat avoimen vuorovaikutuksen lisäämisessä liittyivät toimittajien osaamisen ja taitojen puutteisiin, koulutuksen puutteeseen ja suomalaisen keskustelukulttuuriin alkeellisuuteen. Avoimeen vuorovaikutukselliseen keskustelukulttuuriin liittyen perinteiset mediat olivat periaatteessa valmiita, kuin myös juttujen jatkojalostukseen kansalaisten kanssa, mutta ihmisten huonot keskustelukäytöstavat estivät tämänkaltaisen toiminnan. Esimerkiksi MTV3:n netissä puoli vuotta toiminut avoin verkkopalautekanava piti sulkea kansalaisten laukomien asiattomuuksien vuoksi.

”Kokeiltiin puoli vuotta avointa verkkopalautea, mutta se piti lopettaa. Se oli ihan helvettiä. Haastateltavatkään eivät enää tulleet meille haastatteluihin, kun ne pahoittivat mielensä siitä palautteesta. Mikä tahansa maahanmuuttajauutinen tai rikosuutinen, niin ihmisten taipumus kirjoittaa paskaa oli ihan käsittämätön. Suomalaiset eivät osaa kirjoittaa sivistyneesti nimimerkillä.” (Päällikkö, MTV3)

Journalistien mielestä ei riitä, että vain mediat haluavat olla vuorovaikutuksessa yleisönsä kanssa, myös yleisön pitäisi osata käyttäytyä perussivistyneesti, jotta aktiivinen ja avoin mediavuorovaikutus on mahdollista.

”Tällä hetkellä me ollaan keskiajalla, syljetään ja pissataan kadulle, mitä tulee tällaiseen yhteiseen keskustelukulttuuriin ja yhdessä ajattelemiseen. Meidän täytyy päästä siitä nykyaikaan, että nämä tietoyhteiskunnan kadut olisivat siistejä.” (Päällikkö, Yle)

Koska netin ja sosiaalisen median vuorovaikutteisuus ja yhteisöllisyys olivat vielä suhteellisen uusia asioita toimituksissa vuonna 2012, tätä varten ei ollut vielä juurikaan palkattu väkeä. Haastatelluista medioista ainoastaan Ylessä ja Nelosen/HS:n toimituksissa oli omat sosiaalisen median tuottajat. Toimitusrutiinien tasolla vuorovaikutus eli tietojen ja mielipiteiden vaihto yleisöjen kanssa jouduttiin vuonna 2012 ratkaisemaan uutistilanteissa tapauskohtaisesti, kokonaisarviointi tapahtui aina suhteessa kulloinkin käytettävissä oleviin resursseihin.

”Kyse on lähinnä siitä ajankäytöstä, että mitä kaikkea yksi toimittaja pystyy tekemään. Jos se keskustelee uutistilanteessa yleisön kanssa, niin se on sitten muusta pois. Mutta kaiken kaikkiaan vuorovaikutus katsojiin on se, mitä pitää olla, mutta onko sitten helpompi tie se, että siinä vaiheessa kun uutislähetys on päättynyt niin, puoli

tuntia tai tunti sen jälkeen katsojilla on mahdollisuus haastaa, että minkä takia tämänöinen aihe jne. Se on sitten ehkä se helpompi tie.” (Päällikkö, Nelonen/HS)

Myös koulutuksen ja osaamisen puute nousivat haastattelukertomuksissa esteiksi vuorovaikutteisuuden lisäämisessä.

”Me ollaan aika huonoja siinä toistaiseksi, koska me ei olla ehditty kouluttamaan meidän toimittajia siihen vielä ollenkaan. Uskon siihen, että ihan varmasti vuorovaikutuksellisuus uutisissa tulee lisääntymään.” (Päällikkö, Nelonen/HS)

”Onhan se välillä kökköä, kun esimerkiksi meidän vaalilähetyksessä Tarja Halonen tviittasi sinne, ja sitten vanhempi politiikan toimittaja kysyi, että onko tämä ihan oikeasti sitten presidentti? Lähetystä vetänyt toimittaja ei itse tiennyt, että se @tarjahalonen oli presidentin Twitter-tili. Sellainen nolo tilanne tuli sinne lähetukseen, mutta se korjattiin sitten myöhemmin.” (Toimittaja, Yle)

”Totta kai se hakee muotoaan, että siinä on jotain kömpelöä vielä, mutta voiko sen maailman tuoda osaksi televisiota luontevasti sitä mä mietin. Että pitääkö niitä lukea sillai jäykästi, että mitäs tämä sosiaalinen media nyt asiasta kertoo, siitä tulee vähän sellainen: Terveisiä Yleisradiosta -fiilis.” (Toimittaja, Yle)

Myös organisaatiotason esteet vaikuttivat vuorovaikutteisen journalismin kehittämiseen. Erityisesti Yleisradiossa korostui organisaatiomuutosten hitaus ja koulutuksen puute.

”Mä olen henkilökohtaisesti tosi huolissani Ylen tilanteesta, että miten me otetaan yleisö mukaan tekemään, ja miten tässä edetään, ja ketkä meillä osaa tehdä sitä. Totta kai se johtuu siitä, että me ollaan niin isoja, että kaikki muutokset meillä on tosi hitaita.” (Toimittaja, Yle)

”Me ollaan oltu yleisövuorovaikutuksessa aika hitaita, että sellainen valtava halu olisi saada yleisöt mukaan tekemään asioita, mutta sitä ei jotenkin vielä osata.” (Päällikkö, Yle)

Vuorovaikutusongelmana nähtiin myös se, miten perinteinen media saa houkutteltua ihmiset vapaaehtoisesti osallistumaan sisällöntuotantoon, keskusteluihin ja vuorovaikutukselliseen journalismiin, kun kansalaisilla on sosiaalisissa medioissa paljon muutakin tekemistä kuin auttaa ammattijournalisteja vuorovaikutteisen journalismin kehittämisessä.

”Ei ole helppoa saada ihmisiä motivoitumaan. Tuntuu että ihmisillä on niin paljon näyttöä siitä, kuinka avoin ja vapaa kansalaistoiminta johtaa parempiin tuloksiin. Miksi ihmeessä ne jeesaisi valtamediaa, ja joskus vähän pihalla olevia toimittajia. Eihän ravintolapäiväänkään tarvittu yhtään toimittajaa. Iso kysymys on medioillekin se, mikä oikein motivoi ihmisiä tekemään asioita vapaaehtoisesti.” (Päällikkö, Yle)

Jokainen haastatteluanalyysiin osallistunut mediatalo halusi vuonna 2012 tehdä kiinnostavia uutisia omille yleisöilleen merkittävistä aiheista. Kiinnostavuus liittyi uutisoinnin vuorovaikutteisuuteen, ja juuri ihmisiä kiinnostavien aiheiden ja teemojen selville saamiseksi uutismediat halusivat olla vuorovaikutuksessa yleisöjensä kanssa. Vuorovaikutteisuuden kehittämistä ja syventämistä hallitsi organisaatiotasolla vuonna 2012 internetmediamurroksen synnyttämä realistinen pragmaattisuus.

”Jos olisikin niin, että osaisi tehdä ihmisiä kiinnostavia juttuja olematta selvillä siitä, mikä niitä oikeasti kiinnostaa. Mä väitän, että jos toimittajat eivät mene niitä yleisöjään sieltä sosiaalisesta mediasta etsimään, niin yhä vähemmän kiinnitetään huomiota valtamediaan. Ihan sen takia, että kaikenlaisia virikkeitä ja ärsykeitä on niin paljon.” (Päällikkö, Yle)

Ari Heinonen on esittänyt suomalaisia sanomalehtiä koskevassa tutkimuksessaan (2008) yleisön osallistamiseksi kolme funktiota: palautteen saaminen toimituksille, toimituksen tuottaman journalismin täydentäminen ja yleisön horisontaalisen viestinnän. Heinosen mukaan palautteen saamiseen toimituksiin pitäisi luoda selkeät palautekanavat ja myös ohjeistukset siitä, miten toimituksissa vastataan saatuun palautteeseen. Toinen osallistamisen funktio eli journalismin täydentäminen yleisöltä saatavalla materiaalilla edellyttäisi medioilta ensin sen miettimistä, halutaanko yleisön ylipäättään osallistuvan journalistiseen tuotantoprosessiin ja millä ehdoilla se tapahtuisi. Yleisön horisontaalisen viestinnän osalta Heinonen toteaa, että medioiden ei kannattaisi olla pelkkiä ”pulinaboksialustoja”, vaan pikemminkin omien juttujen ja juttuvalintojen pohjalta jäsennellisesti rakennettuja ja ammattitaitoisesti toimitettuja keskustelualustoja. (Heinonen 2008, 124.)

### 7.5.2 Kansalaisten status ja positiot uutisissa

Perinteiset mediat käyttävät ja hyödyntävät uutistyössä myös tavallisia kansalaisia. Kyse ei ole yhdestä muotista, vaan kansalaisia käytetään eri rooleissa ja heille on näiden roolien myötä syntynyt myös erilaisia statuksellisia positioita. Analysoin seuraavaksi haastatteluaineistojen perusteella nousseet kansalaistietojen käyttöprofiilit ja statuspositiot sekä niitä ohjaavat diskurssit, joiden avulla voidaan selventää niitä ehtoja ja tapoja, joilla eri tahot journalismissa pääsevät ääneen. Tällaisia tahoja ovat esimerkiksi poliitikot, asiantuntijat tai tavalliset ihmiset. Keskityn siihen, miten ja minkälaisissa rooleissa tavalliset kansalaiset nousevat esiin mediassa. Minkälaisia olivat kansalaisten roolit uutistilanteissa vuosina 2006 ja 2012, ja miten nämä kansalaisille annetut roolit ja statuspositiot mahdollisesti muuttuivat kuuden vuoden aikana. (Kunelius 2003, 227.) Esittämani kansalaistietojen käyttöprofiilit kuvastavat sitä, minkälaisissa rooleissa perinteinen media käytti kansalaisten tuottamaa uutistietoa. Kansalaisten statuspositiot puolestaan kuvaavat sitä, minkälainen painoarvo kansalaisen statuspositiolla on medialähteenä.

Kansalaistiedon käyttöprofiilit uutistilanteessa ovat seuraavat:

- 1) Tieto- ja tilannekuvaus: Mitä tapahtui? Kansalais- tai silminnäkijäkertomuksen käyttöarvoon vaikuttaa kerrottavan tiedon harvinaisuus ja lähteen luotettavuus.
- 2) Uutistapahtuman merkityksen avaaja: Uutistapahtuma avautuu katsojalle toisen kansalaisen kokemusperäisenä kertomuksena koskettavammin kuin pelkästään viranomaisen tai toimittajan selittämänä.
- 3) Draamatodistaja: Miltä koettu asia tuntui? Kuinka selvittiin? Käyttöarvo riippuu kertomuksen koskettavuudesta, tarinallisuudesta, dra-

maattisuudesta, tapahtuman kokijan tunteisuus vahvistaa draamatodistusta.

- 4) Uutistapahtuman keskustelija: Kansalaiset osallistuvat vuorovaikutteisena mediayleisönä tapahtumien kommentointiin. Käyttöarvo median näkökulmasta on se, että kansalaiskeskustelijat tuovat sivustoille uskollista yleisöä ja syventävät uutistapahtuman näkökulmia.

Kansalaisten status uutistilanteessa:

- 1) Tietolähde: Primääri tai ainoa tietolähde, uutistoiminnan elintärkeä lisäresurssi: ei vielä omia toimittajia ja kuvaajia paikalla.
- 2) Vastavoima: Kansalainen viranomaistiedon haastajana tai kumoajana.
- 3) Kertoja: Hyvän radio- tai tv-uutisjutun rakenteeseen kuuluu klassisen dramaturgian mukaan viranomaishaastattelujen vastapainona myös kertoja, joka avaa tapahtuman merkityksen yksilötasolla (mielenkiintoisuus, tv-jutun katsottavuus, radiojutun kuunneltavuus.)
- 4) Tunteellinen kokija: Lisää emotionaalista todistusvoimaa koskettavan ja dramaattisen tarinan avulla. Utistarina jää paremmin mieleen emotioiden avulla.
- 5) Kommentoija: Kansalainen osallistuu vuorovaikutteiseen uutistapahtumaan omalla näkökulmallaan.

Vuonna 2006 mediat valitsivat linjakseen sen, että kansalaiset otettiin mukaan uutistuotantoon, mutta toimitukset säilyttivät itsellään editointioikeuden kansalaisten tuottamaan materiaaliin. Kukin toimitus käytti kansalaismateriaalia uutistyössä oman organisaationsa toimituskulttuurisen tradition ja journalististen arvojen mukaisesti. Stingerin (2005) sanoin: "Uutisorganisaatiot käsittelevät yleisöltä saatua materiaalia normalisoimalla sen sopimaan traditionaalisiin journalistisiin normeihin ja käytäntöihin."

Kansalaisten silminnäkijätodistuksia arvostettiin uutisoinnissa jo vuonna 2006 erityisesti kaupallisissa MTV3:ssa ja Nelosen uutisissa. Kansalaisilta saatiin tietoa ja tunnetta, joka välitti uutisten informaatioaineksen kokemuksellisen emotionaalisuuden kautta katsojien kotisohville saakka. Subjektiivisina tilannekuvauksina silminnäkijätarinat toivat uutistilanteeseen ihmisen ja hänen tarinansa. MTV3 ja Nelonen arvostivat kriisitilanteessa kokonaisvaltaista kansalaisten kokemusten, tunteiden ja tiedon näyttämistä ja viranomaisdiskurssissa oli vallalla joko negatiivinen tulkintarepertuaari tai journalistista itsenäisyyttä korostava tulkinta. Selvästi asiakeskeisintä uutislinjaa edusti vuonna 2006 Yleisradion Tv-uutiset, jonka viranomaiskeskeinen informaatiotodiskurssi vaati, että uutistilanteessa ihmisten tunteiden näyttämällä piti olla selkeä tiedollinen lisäarvo.

Kansalaistiedon käyttöprofiilit -luokitukselta kaupalliset Nelonen ja MTV3 käyttivät pääasiassa kolmea tasoa, eli 1) tietoa ja tilannekuvausta, 2) uutisten merkityksen avaajaa ja 3) draamatodistusta. Sen sijaan Yleisradiossa kansalaistiedon käyttö painottui kaupallista puolta enemmän kahteen ensimmäi-

seen. Kansalaisten statuspositio-luokituksesta kaupalliset Nelonen ja MTV3 käyttivät neljää tasoa eli silminnäkijä on 1) tietolähde, 2) viranomaistiedon vastavoima, 3) tapahtuman kertoja/kommentoija sekä 4) kriisitilanteen emotionaalinen kokija. Yleisradiossa painotettiin vain kolmea ensimmäistä statusposition tasoa. Neljättä emotionaalisen kokijan tasoa pyrittiin Yleisradiossa vuonna 2006 välttämään, erityisesti jos kansalaisen emotionaalinen todistus ei sisältänyt selkeää tiedollista lisäarvoa. Uutistapahtumaan osallistuvina 4) keskustelijoina tai 5) nettikommenttoijina kansalaisten roolia ei vielä vuonna 2006 pidetty merkittävänä.

Vuoden 2012 haastatteluanalyysin mukaan silminnäkijätodistusten ja muun kansalaismateriaalin käyttö ja arvostus olivat nousseet huomattavasti. Erityisesti Yleisradion suhtautumisessa kansalaismateriaalin käyttöön oli tapahtunut merkittäviä muutoksia vuoden 2006 tilanteeseen verrattuna. Keskeisiä yhteisiä teemoja kaikille toimituksille olivat: ihmisläheisyys, tarinallisuus, emotionaalisuus, vuorovaikutteisuus ja suomalainen kokemus. Kaikkein korostuneimpana uutena diskurssina nousi vuoden 2012 aineistosta vuorovaikutteisuus eli kansalaisten osallistuminen. Sosiaalisen median nousun myötä kansalaisten kynnys kertoa omista kokemuksistaan oli selvästi madaltunut verrattuna vuoden 2006 tilanteeseen. Haastatteluanalyysin mukaan lisääntynyt vuorovaikutus ja uutistapahtumiin osallistuminen olivat helpottaneet silminnäkijähaastattelujen löytämistä ja kansalaisilta saadun materiaalin käyttöä uutistilanteissa.

”Tavallisten ihmisten arvostus on noussut, meillä on paljon puhuttu siitä, että kuinka me saadaan ihmiset mukaan, että siinä jutussa on tunnetta” (Päällikkö, Yle)

”Kyllä se nettimurros on sen tehnyt, että siinä pitää olla aina sellaisia elementtejä uutisjutussa, jotka jollain tavalla tarttuu siihen ihmiseen.” (Päällikkö, Yle)

Kaupalliset MTV3 ja Nelonen arvostivat vuonna 2012 yhä edelleen uutistilanteissa kokonaisvaltaista kansalaisten kokemusten, tunteiden ja tiedon näyttämistä. MTV3:n vuoden 2012 haastatteluissa korostui se, että nettimurros ja erityisesti sosiaalisen median kasvu olivat helpottaneet kansalaisten löytämistä haastateltaviksi ja ylipäätään kaikkea kansalaisvuorovaikutusta.

”Ihmisten saaminen on nyt helpompaa. Jos Thaimaassa esimerkiksi tapahtuu jotain, niin nyt me voidaan laittaa faceen, että olitko paikalla? ota yhteys uutistoimitukseen. Aikaisemmin se oli hankalampaa.” (Päällikkö, MTV3)

”Kyllä tavallinen ihminen on päässyt netin kautta selvästi lähemmäs tätä toimituksen ydintä ja työntekoa.” (Päällikkö, MTV3)

MTV3:ssa oli kaavailtu vuonna 2006 alueellisten kansalaisreporttereiden värväämistä, mutta hankkeesta oli luovuttu kustannus- ja resurssisyyistä. Tavallisten ihmisten kouluttaminen ja värväminen kansalaisreporttereiksi koettiin lopulta liian hankalaksi, kalliiksi ja työvoimaa vieväksi. Vuonna 2012 MTV3:n päällikkö tiivistä some-murroksen kansalaisnäkökulmasta näin: *”some on korvannut meidän kansalaisreportterit ja Facebook on meidän aluetoimittaja”*. Sosiaalisen median kansalaiset paikkasivat jotain sellaista, mitä toimituksessa olisi haluttu

tehdä jo kuusi vuotta sitten, mutta johon ei lopulta ollut resurssisyistä varaa. Sisällöllisesti uutisten ihmisläheisyys ja emotionaalinen koskettavuus olivat tärkeitä teemoja MTV3:ssa jo vuonna 2006 ja tässä suhteessa ei ollut haastatteluanalyysin mukaan tapahtunut oleellista muutosta vuoteen 2012 tultaessa.

”Ihminen tuo uutisen lähelle. Jos perhehelvetissä elänyt nainen kertoo tarinansa, niin se on paljon koskettavampi kuin sama tarina poliisin kertomana.” (Toimittaja, MTV3)

Nelosen uutisten haastatteluanalyyseistä käy ilmi, että nettimurros on nostanut tavallisten ihmisten uutisstatusta, vaikka heitä arvostettiin uutislähteinä ja kertojina toimituksessa jo vuonna 2006.

”Kyllä mä sanoisin, että nettimurros on nostanut kansalaisten arvoa uutislähteenä. Nykyisin nämä kansalaisilta saadut viestit saavat enemmän painoarvoa, että enää ei oo vaan pelkkä hullupuhelin, joihin soittaneita ei nyt otettu niin vakavasti. Nyt niitä viestejä pidetään lähtökohtaisesti täyspäisinä.” (Päällikkö, Nelonen/HS)

Ulkomaan uutisoinnissa Nelosen uutisissa korostui läheisyysperiaate eli se, että ulkomailla tapahtuvaan katastrofiin haluttiin ehdottomasti löytää suomalainen kokija.

”Erityisesti, jos ulkomailla tapahtuu jotain, niin me toivotaan, että saataisiin suomalaisnäköisiä ja kokijoita siihen juttuun. Se tulee paljon kiinnostavammaksi ja läheisemmäksi se tarina, jos siinä on mukana joku suomalainen.” (Päällikkö, Nelonen/HS)

Mediamurroksen ja markkinoiden puristuksessa kansalaisten mukaan ottamista journalismin prosesseihin motivoivat myös taloudelliset tuotanto- ja resurssipaineet. Lukijoille ja katselijoille annetaan jatkossa mahdollisuus entistä enemmän osallistua journalismin tekemiseen erityisesti verkkojulkaisujen puolella. Nelosen uutisissa uutistyöhön ja uutisten kaivamiseen odotettiin HS-yhteistyön mukana myös aktiivisilta kansalaisilta selvitysapua. Toimintaa perusteltiin vuorovaikutuksen lisäämisellä ja kaupallisilla resurssiyillä.

”Se tulee varmasti kasvamaan tulevaisuudessa, että ihmiset otetaan mukaan uutistuotantoon ja mukaan selvittämään uutisia. Hesarikin perusti tämän Open data -kehitystiimin. Kyllä sieltä odotetaan ihan selvästi selkeää kasvua.” (Päällikkö, Nelonen/HS)

Vuonna 2012 kaikki toimitukset käyttivät kansalaistiedon käyttöprofiileista kaikkia neljää tasoa: 1) Tieto- ja tilannekuvaus, 2) uutisten merkityksen avaaja, 3) draamatodistus ja 4) uutistapahtuman keskustelija.

Silminnäkijätodistusten statuspositio-luokituksesta kaupalliset Nelonen ja MTV3 käyttivät kaikkia viittä tasoa eli silminnäkijä on: 1) tietolähde, 2) viranomaistiedon vastavoima, 3) tapahtuman kertoja, 4) kriisitilanteen emotionaalinen kokija ja 5) uutistilanteen kommentoija. Yleisradiossa painottuivat kolme ensimmäistä sekä viides taso. Neljättä emotionaalisen kokijan tasoa kohti kerrottiin kuljettavan, mutta ihmistä kunnioittavasti. Emootiotason suhteen ulkomaan uutiskatastrofeissa korostui läheisyysperiaatteen kääntöpuoli eli se, että mitä lähempänä emotionaalinen kansalais kommentti oli suomalaista yhteiskun-

taa, sitä hienovaraisemmin niitä käytettiin, mutta jos uutistilanne oli ulkomailla ja haastateltava ei ollut suomalainen, emotionaalista koskettavuutta voitiin hyödyntää surutta myös Ylen uutisoinnissa.

*”Tässä on merkittävä ero siinä, että tapahtuuko asia kotimaassa vai ulkomailla. Jos asia tapahtuu kotimaassa, niin me ollaan koulusurmista opittu, että ihmisten täytyy olla rauhassa, eli on väärin mennä siinä tilanteessa hakemaan kommenttia. Mutta esimerkiksi omassa työssäni ulkomailla olen haastatellut kaksi kertaa ihmisiä, jotka kuolevat parin päivän päästä jonnekin kallion sisään, ja myöhemmin kerron lähetyksessä, että nämä toissapäivänä haastattelemani ihmiset kuolivat. Jos haastattelisin koulussa ammuttua suomalaislasta, joka sitten kuolisi myöhemmin, niin muthan risiinnaulittaisiin. Säännöt eivät ole samat. Me ollaan pirstottu maailma lokeroihin, ja mitä kauemmaksi se menee, sitä vähemmän se koskettaa eli uutisten tekemisessä on selvä läheisyysperiaate.” (Toimittaja, Yle)*

### 7.5.3 Kansalaisten kuvat ja videot

Vuonna 2006 kansalaisilta saatujen amatöörikuvien ja -videoiden käyttö ei vielä ollut kovin yleistä. Haastatteluun osallistuneista toimituksista ainoastaan MTV3 käytti jonkin verran yleisön kuvia ja videoita. Toimituksissa nähtiin kyllä jo tuolloin mahdollisuudet kuvamateriaalin käyttöön ja toivottiin, että tulevaisuuden uutisointi olisi sellaista, jossa ihmisiltä saadut silminnäkijätiedot ja tapahtumapaikalta lähetetyt kuvat ja videot yhdistetään ammattijournalistien tekemään uutisointiin, jolloin tulokseksi voitaisiin saada enemmän kuin kumpikaan on yksin. Visiointi tuotti tulosta, sillä vuodesta 2006 vuoteen 2012 tultessa kansalaisten lähettämien uutiskuvien ja videoiden arvostus ja käyttö oli lisääntynyt erityisesti MTV3:n ja Yleisradion internettoimituksissa. *”Se on jo nyt normaalia kaikille mediataloille, että tulee lukijoilta ja katsojilta nopeasti tulipalokuvat”,* sanoi MTV3:n päällikkö. Poikkeuksen teki Nelosen uutiset, jossa yleisöltä saatua kuvia ja videoita ei vuonna 2012 käytetty juuri lainkaan.

*”Kuvilla ja videomateriaalilla on käytännössä ollut meille hyvin vähäinen merkitys. Jos mietin meidän lähetyksiä, että milloin meillä on ollut ns. silminnäkijäkuvaa, niin se on perin harvinaista, koska ne eivät ole laadullisesti kovinkaan hyviä. Ihmiset kun ottavat kännykkäkuvia niin siellä ei ole 10–15 sekunnin pitkiä kuvia, vaan muutama sekunnin tariseviä pätkiä, eli ne eivät ole käyttistä.” (Päällikkö, Nelonen/HS)*

Videoiden osalta amatöörivideoiden vähäistä käyttöä selitettiin sillä, että ihmiset eivät tarjonneet niitä toimituksiin, lähinnä teknisten vaikeuksien vuoksi.

*”Mä en ole keksinyt siihen mitään muuta syytä kuin sen, että se video koetaan vaikeaksi lähettää, koska videotiedostot ovat kuitenkin paljon suurempia kuin stillit. Lukuisista yrityksistä huolimatta tänne ei ole saatu aikaan sellaista väylää, että niitä olisi lukijan helppo lähettää.” (Päällikkö, Nelonen/HS)*

Yhdistymisen HS:n kanssa uskottiin vaikuttavan siihen, että lukijoiden kuvat ja videot tulevat jatkossa lisääntymään myös Nelosen uutisissa erityisesti netin puolella.

*”Hesarille niillä on arvoa ihan uutiskuvina. Se on väylä meille saada tavaraa, ja sitten se on ilkeästi sanottuna ilmaista sisältöä verkkoon, ja kyllähän se on myös sellaista tietynlaista lukijasuhteen vaalimista.” (Päällikkö, Nelonen/HS)*

Amatöörivideon käytön kasvua perusteltiin MTV3:ssa ja Ylessä sekä uutiskri- teereillä että resurssisyydellä. Amatöörien käyttöä perusteltiin myös sillä, että toi- mituksien uutisväki ei ehtinyt uutisen tapahtumapaikalle yhtä nopeasti kuin paikalle sattuneet amatöörivideoajat. Amatöörivideoajat ja -reportterit arvoitettiin käyttökelpoiseksi journalistiseksi resurssiksi, joita ammattitoimitukset saattoi- vat hyödyntää tilanteen niin vaatiessa.

”Suomalaiset ovat Suomen suurin toimitus, ja me ei itse kyetä olemaan joka paikassa, vaikkakin meillä on älyttömän hyvä alueverkosto.” (Päällikkö, Yle)

”Jos on jossain vaikka tulipalo, niin pyydetään kuvia, koska useinhan ne ensimmäi- set kuvat ovat parhaita uutiskuvia, ja me ei olla vielä edes siellä paikan päällä.” (Päällikkö, Yle)

”Meillä on kuitenkin omat mahdollisuudet sen verran pienet, ainakin saada nopeasti joitakin tulipalokuvia jostakin Kuhmosta, että jos siellä joku on kuvannut sitä känny- källä, niin so what, me voidaan käyttää sitä täällä.” (Päällikkö, MTV3)

Uutiskuvien saaminen toimituksiin oli tärkeää resurssisyydestä myös siksi, että uutisointi on netti aikana lähes reaaliaikaista jatkuvaa uutisvirtaa, ja tästä syystä kuvamateriaalia tarvitaan paljon enemmän kuin aiemmin. MTV3 perusteli ama- töörivideon käyttöä myös vuorovaikutteisen yleisösuhteen vaalimisella ja uutis- ten syventämisellä. Toimituksessa koettiin, että amatöörivideot ikään kuin lä- hentävät autenttisuudellaan katsojia uutistilanteeseen, koska kuvista puuttui etäännyttävä journalistinen ote.

”Uutiskuvalla on dokumenttiarvo, mutta on siinä se sitouttava vaikutus myös, että niillä lukijoiden kuvilla on tämmöistä läheisempää merkitystä ihmisille.” (Päällikkö, MTV3)

”Uutiskuva voi olla rosainen ja huonolaatuinen. Uutiskuva on aina uutiskuva, jos siinä on se hetki vangittuna, se tuo autenttisuuden tuntua.” (Päällikkö, MTV3)

Nelosen toimituksen ohella myös MTV3:n väki koki journalistista laatutietä- mystä amatöörivideon käytön suhteen. Perinteisten medioiden lähetyksissä arvos- tettiin korkeaa teknistä kuvanlaatua, joten huonolaatuisemmat ja huonosti ku- vatut amatöörivideot eivät kovin helposti ylittäneet uutiskynnystä perinteisen tv-lähetyksen puolella. Nettijulkaisujen suhteen tilanne oli toinen. Sinne kelpa- sivat myös hieman huonompilaatuisemmat videot.

”Nythän uusimmat puhelimet ovat jo semmoisia, että periaatteessa voidaan käyttää niillä otettuja kuvia. Ja niitähän päivittäin melkein käytetäänkin eli jostain Syyriasta kuvattuja kuvia. Sanotaan, että se kuvan laatu alkaa olla jo hyvää, mutta suurempi ongelma on se, miten se on kuvattu, koska usein se kuva heiluu ja äänen laatu ei ole hyvää jne. Netissähän se menee vielä ihan täydestä, mutta ei muualla.” (Päällikkö, MTV3)

Monissa tutkimuksissa on esitetty, että emotionaalinen visuaalisuus on tämän hetken tärkein ja dominoivin tekijä uutismaailmassa. Mikäli tapahtumasta on tarjolla hyvät uutiskuvat tai videot, sitä todennäköisemmin tapahtuma pääsee toimitusten uutisagendalle (Andén-Papadopoulos 2008; Heriman and Lucaites



2007; Zelizer 2004). On selvää, että hyvällä uutiskuvalla on oma itsenäinen uutisarvonsa aivan samoin kuin hyvällä uutissisällölläkin, mutta mitään kategoriasta päätelmää kuvan ylivallasta perusuutiseen nähden ei ainakaan tämän haastatteluaineiston mukaan voi tehdä.

”Monesti hyvä kuva kertoo enemmän kuin tuhat sanaa siinä ympärillä, mutta vaikea sanoa, että julkaistaanko sitä uutista pelkän hyvän kuvan vuoksi. Riippuu ihan tapauksesta.” (Päällikkö, MTV3)

Amatöörimateriaalia arvostetaan toimituksissa myös sen vuoksi, että sen avulla voidaan nostaa uutistapahtumia yleisön tietoisuuteen, tai sen avulla voidaan paljastaa uutistapahtumia, jotka muuten saattaisivat jäädä kokonaan pimentoon.

”Arabikevät oli niin hyvä esimerkki siitä, että kännykät ja kännykkäkamerat ovat todella muuttaneet uutismaailman. Se tieto mitä me ollaan saatu esim. Syyriasta, missä ihmisiä hakataan ja näytetään mielettömiä mielenosoituksia, ja sitten meillä on se toinen tarina jossa presidentti kertoo, että kaikki on hyvin.” (Toimittaja, Yle)

Ongelmaksi amatöörikuvien kohdalla voi muodostua se, että niistä ei välttämättä voida täysin varmasti tietää, missä olosuhteissa kuvat on otettu. Kyseessä ovat laajemminkin tietojen varmistamiseen liittyvät yleiset ongelmat, jotka jokainen toimitus joutuu tapauskohtaisesti miettimään. Haastattelujen mukaan yksikään toimitus ei ole törmännyt aktiiviseen kuvahuijaukseen, ainakaan sellaiseen, joka olisi mennyt toimituksessa läpi julkaisuun asti. ”Yllättävän vähän sellaiseen törmää. Ei tuu mieleen tapausta”, totesi eräs MTV3:n päällikkö. Tähän tutkimukseen osallistuneet mediat toivat avoimesti julki myös sen, että kyseessä oli amatöörikuva, mikäli he näitä kuvia käyttivät. Haastatteluaineistoni mukaan nimenomaan avoimuus ja läpinäkyvyys olivat edellytyksiä kuvien käytölle.

”Kyllä sitä voi hyvin käyttää uutisissa, kun kerrotaan että tämä materiaali on ihmisten kuvaamaa sieltä paikan päältä.” (Toimittaja, Yle)

Amatöörimateriaalin käytön suhteen toimitusten ongelmat liittyivät pääasiassa teknisiin ongelmiin, kuvien laadulliseen heikkouteen ja lisääntyvän kuvatarjonnan aiheuttamaan työmäärän kasvuun.

”On se työtaakkaa lisännyt, kun niiden saaminen teknisesti toimitukseen on joskus hankalaa, ja ihmiset valittavat, että taasko näitä pitää yrittää kaivaa jostain, että kyllä se lisää työtä.” (Päällikkö, MTV3)

Toimiva yleisövuorovaikutus kietoutuu myös amatööreiltä saatavien uutissisältöjen tematiikkaan. Kuvien ja videoiden saamiseksi on tärkeää, että uutismedioidella on toimivat suhteet yleisöihin. Kansalainen valitsee yleensä itselleen lähimmän median, joko sosiaalisen median tai perinteisen, jolle hän haluaa uutisvinkkinsä tai uutiskuvansa lähettää. Amatöörikuvien pyytämällä ja julkaisulla toimitukset kertovat myös rakentavansa yleisösuhdettaan. Kuvayhteistyön ja uutistoimintaan osallistumisen avulla toimitukset sitouttavat ihmisiä omalle julkaisukanavalleen. Ihmisten on helppo lähettää kuvia tuttuun paikkaan, joka julkaisee muidenkin ihmisten vastaavia amatööriotoksia. Ja mitä enemmän pe-

rinteisellä medialla on sitoutuneita kävijöitä, sitä enemmän heillä on potentiaalista amatöörikuvaajaresurssia, kun jotain uutisoitavaa sattuu.

## 7.6 Uutisten tulevaisuus: luotettavuus ja ainutlaatuisuus

Tämän tutkimuksen haastatteluihin osallistuneet journalistit kertoivat uskovan perinteisten medioiden tulevaisuuteen vahvasti. Ammattimaisen journalismin tulevaisuuteen uskottiin nettimurroksesta huolimatta, ja osittain juuri sen vuoksi: Netin kautta tarjolla oleva tiedon ja vuorovaikutuksen määrä on niin valtava, että yksi ihminen harvoin ehtii, jaksaa ja viitsii käydä läpi tarjolla olevaa materiaalia ja seurata laajasti ja kattavasti edes yhden päivän uutisagendaa. Tähän työhön ja maailman jäsentämiseen tarvitaan myös tulevaisuudessa asioihin vihkiytyneitä ammattijournalisteja.

Haastatteluanalyysini mukaan journalismin tulevaisuuden oikeuttajana korostui diskurssitasolla nimenomaan klassinen journalistinen ammattitaito. Hyvin vähän korostettiin mitään uusia journalistisia tekniikoita tai innovaatioita tulevaisuuden uutispalvelussa pärjäämisestä puhuttaessa. Journalistit olivat sitä mieltä, että informaatiokaaoksen keskellä kansalaiset tarvitsevat tulevaisuudessakin ammattijournalisteja avaamaan ja suhteuttamaan mutkikkaiden asioiden syitä ja seurauksia sekä tarjoilemaan päivän uutisagendan. Ja keinot tähän olivat hyvin perinteisiä.

*”Journalismi on jonkinlainen perälauta sille, että mitä kaikkea ihmiset vastaanottavat tässä kaaoksessa. Kaaoksen kesyttäjä on se tietynlainen tulevaisuuden juttu, ammattijournalistit ja ammattimedia.” (Toimittaja, Yle)*

Haastatteluanalyysini mukaan valtaosa journalisteista oli sitä mieltä, että perinteinen toimittaminen ei sinänsä muutu, mutta mediatalojen käyttämät jakelu- ja vuorovaikutuskanavat muuttuvat.

*”Kyllä mä edelleenkin uskon, että jäsenllylle kuvalle maailmasta on jatkossa kysyntää. Muutenhan se on sellaista höperehtimistä, että mie kuulin tuolta tätä. Toimittaminen ei muutu, mutta jakelualustat muuttuvat.” (Päällikkö, Yle)*

Haastattelemieni toimittajien mukaan journalismin roolina on nyt ja tulevaisuudessa toimia isoissa uutistilanteissa myös kansalaisten yhteisenä vuorovaikutus-, keskustelu- ja tunteidenkäsittelyalustana.

*”Mediaa tarvitaan todenmukaisen tiedon selvittämiseen, ja suhteellistamiseen, taustojen kaivamiseen, eteenpäin viemiseen, joskus varmaan myös surutyön käymiseen. Ja sitten ihmiset tarvitsevat päivän uutisagendan tarjoilun, johon on koottu kaikki päivän tärkeimmät tapahtumat, koska eivät kaikki todellakaan seuraa koko ajan mitä tapahtuu.” (Päällikkö, MTV3)*

Tulevaisuuden journalismin täytyy kuitenkin muuttaa toimintatapojaan ja olla aiempaa enemmän vuorovaikutuksessa yleisöjensä kanssa, jotta journalistit tietävät, mitkä teemat ja aiheet yleisöä puhuttavat ja kiinnostavat. Haastatteluai-

neiston analyysin mukaan perinteinen media jätti kuitenkin lopulta yleisön ja amatöörijournalistit ammattijournalismin ulkopuoliseen positioon, hyödylliseksi apuriksi, mutta ulkopuolelle.

”Sellainen journalismi, jossa ylhäältäpäin sanotaan, että asiat ovat näin ja piste, ii kuolemaan. Mutta sellainen, jossa käytetään tavallisia ihmisiä lähteinä, ja haetaan omia juttuaiheita ja raportoidaan epäkohdista, niin sellainen menestyy.” (Päällikkö, Yle)

Journalistit olivat sitä mieltä, että perinteisten medioiden pitää etsiä ja tuntea omat yleisönsä eri jakelualustoilla, ja tehdä sisältöjä erilaisille yleisöille ja jakelualustoille optimaalisella tavalla.

”Hirveen paljon enemmän mediatilat joutuvat tekemään töitä saadakseen ne yleisöt, joka ennen oli paljon itsestään selvempää. Se yleisö lunastetaan kontakti kerrallaan siinä vuoropuhelussa. Massajutuissa lunastetaan massayleisö, mutta silloin se kontakti on erilainen.” (Päällikkö, Yle)

Haastatteluanalyysin mukaan journalistit kokivat, että nettimurroksen myllerryksessä perinteiseltä medialta on viime vuosina jossain määrin kadonnut amatillinen journalistinen laatu ja luotettavuus. Luotettavuus on ollut koetuksella erityisesti jatkuvan nettinopeuskilpailun puristuksessa. Haastatteluanalyysin mukaan nopeuskilpailu oli journalistien mielestä aiheuttanut turhia virheitä ja rapauttanut journalismin luotettavuutta, ja tämän tilanteen korjaamiseksi perinteisen median pitäisi tulevaisuudessa kirkastaa nykyistä selkeämmin tärkein tehtävänsä eli luotettava tiedonvälitys, ja keskittyä sen hoitamiseen kaikissa niissä välineissä, joiden kautta oma kohdeyleisö tavoitetaan.

Journalistien mielestä perinteisen median ei kannattaisi olla niin huolissaan siitä, että esimerkiksi sosiaalisessa mediassa varmistamattomat uutistiedot julkistetaan nopeammin kuin vanhassa mediassa, se on sosiaalisen median rooli ja perinteisen median roolina on varmistaa tiedon luotettavuus ja analysoida se. Sisällöllisesti uutismedioiden tulevaisuuden kannalta keskeistä on se, että uutistoimitukset tarjoavat jatkossakin uutiset nopeasti, luotettavasti, kiinnostavasti ja kattavasti sekä tasapuolisesti analysoiden.

”Sehän on se kysymys, että minkä takia joku mediayhtiö kokee olevansa tulevaisuudessa tarpeellinen. Onko sillä tarpeeksi nopeutta ja kiinnostavuutta, huomata ja uutisoida ne ihmisiä kiinnostavat tapahtumat. Ihmiset myös haluavat tiedon nopeasti, ja sitten ne haluaa syvällistä tietoa, joten en näe mitään muuta vaihtoehtoa kuin kertoa nopeasti syvällistä tietoa, ja sitten vielä joku luotettava toimittajabrändi kirjoittaa siihen sen oman käsityksensä, että näin tämä meni. Niistä se tulevaisuus rakentuu, sitten iltapäivälehdillä vielä on se liekehtivien nettikeskustelujen valtikka.” (Päällikkö, Yle)

Journalismin pitää tarjota yleisölle ainutlaatuista ja merkittävää sisältöä sekä kullekin mediagenrelle ominaista laatua, eli sellaisia sisältöjä, joista ihmiset ovat valmiita maksamaan myös erilaisilla digipohjaisilla jakelualustoilla. Teknologiauudistusten suhteen haasteltavat uskoivat reaaliaikaisten live-lähetysten ja perinteisiin lähetyksiin liittyvään livevuorovaikutuksen kasvuun sekä erityisesti mobiililaitteilla seurattua journalismin kasvuun.

”Me joudutaan myös luopumaan perinteisten medioiden valta-asemasta, että ehkä näistä alustoista mobiili on yhä tärkeämpi. Koko ajan pitää miettiä, mitä ja miten me ollaan mobiilissa, ja näissä uusissa välineissä, että siinä on paljon haastetta.” (Päällikkö, Yle)

”Mun mielestä mobiili on kaikkein tärkein jakelualusta varmaan lähitulevaisuudessa. Tietokoneruutu, jota tuijotetaan paikallaan, alkaa olla aikansa elänyttä.” (Päällikkö, Nelonen/HS)

”Isossa uutistilanteessa niitä suomalaiskommentteja saadaan sitten netin kautta reaaliaikaisesti, ja mobiili tulee entistä tärkeämmäksi. Uutiset luetaan metrossa, bussissa ja junassa tai uimarannalla.” (Päällikkö, MTV3)

Journalistien mukaan iso uutistilanne seurataan tulevaisuudessa lähinnä netin kautta ja yhä enemmän suorana lähetyksenä. Perinteisen printt uutislehden rooli on jatkossa olla syventävä ja analysoiva, ja perinteisten tv:n ja radion uutislähetysten pitäisi olla päivän uutisagendan kokoavia, taustoittavia ja tarinalisia. Tulevaisuuden kehityssuuntana nähtiin myös se, että suomalaisista isoista mediataloista tulee tuotantoteknisesti entistä enemmän toistensa kaltaisia sähköisiä 24/7 uutistaloja, jotka jalostavat tuotteitaan useille digitaalisille jakelualustoille. Kansainvälisessä kilpailussa pärjätään pienen kielialueen ja kulttuurin synnyttämällä yleisökiinnostavuudella eli erityisesti suomalaisella näkökulmalla.

”Suomalaisten tiedotusvälineitten rooli on etsiä niitä suomalaisia näkökulmia ja suomalaisia kokijoita ja tarinallisia samaistumiskohteita.” (Päällikkö, Nelonen/HS)

Haastatteluanalyysin mukaan sosiaalisen median nopeaan uutisointiin pitäisi suhtautua journalistisella ammattitaidolla eli opetella sosiaalisen median menetelmistä ne, joista voi tiedonhankinnassa, uutistyössä sekä uusien yleisöjen löytämisessä ja vuorovaikutuksessa olla hyötyä.

”Kyllä sosiaalisen median haltuunottoon pitää panostaa ihan kunnolla ja enemmän ja enemmän. Tiedän, että esimerkiksi Sanomien toimittajakoulussa siihen keskitytään yhä enemmän, koska se on tosi tärkeä osa toimittajan ammattitaitoa tulevaisuudessa.” (Toimittaja, Nelonen/HS)

Säännöllisin väliajoin mediakentälle ilmestyy trendejä, kuten kansalaisjournalismi, joukkoistaminen, datajournalismi jne. Haastatteluanalyysini mukaan journalistien mielestä mikään yksittäinen journalistinen tekniikka tai uusi metodi ei yksin pelasta perinteistä journalismia, ne ovat vain uusia uutisten tekemisen ja löytämisen välineitä, joita mediatalojen kannattaa käyttää hyödyksi omien resurssiensa mukaisesti. Suhtautumista kuvasi organisaatiotason pragmaattisuus ja niin kutsuttu tarpeen mukaan oppiminen. Edelläkävijät, jotka olivat tutustuneet esimerkiksi joukkoistamisen mahdollisuuksiin uutistyössä, toivoivat myös, että uusia menetelmiä kokeiltaisiin, mutta valtaosa haastateltavista ei pitänyt uusia journalistisia tekniikoita journalismin tulevaisuuden pelastajina. Uuden tekniikan haltuunotto ja kehitys vievät mediataloilta rahaa ja vaativat myös jatkuvaa koulutusta. Kaupallisella puolella haasteena nähtiin kansa-

laisten totuttaminen maksamaan tähän asti pitkälti ilmaiseksi netissä jaetuista sisällöistä.

Haastatteluaineiston mukaan mediamurroksesta selviäminen vaatii myös hyvää johtajuutta: selkeyttä, näkemystä ja priorisointia. Jokaisen mediatalon ja mediatuotteen pitää tuntea oma kohdeyleisönsä, ja tehdä nimenomaan tälle yleisölle laadukkaita ja merkittäviä sisältöjä, kaikkiin suuntiin ei kannata ryntäillä. Journalistien mukaan hyvältä mediajohtajuudelta toivottiin sitä, että johtajat myös arvostavat työntekijöitä esimerkiksi kouluttamalla heitä uuteen tekniikkaan, uusiin julkaisutapoihin ja formaatteihin. Lisäksi toivottiin, että uusia tehtäviä ja velvoitteita ei kasata jo olemassa olevien tehtävien päälle, vaan niiden tekemiseen varataan myös aikaa ja tehtäviä priorisoidaan valitun strategian mukaan. Journalistien mielestä mediayhtiöiden arvo ja ainutlaatuisuus muodostuvat lopulta kuitenkin hyviä sisältöjä tekevistä ammattitaitoisista journalisteista.

Tulevaisuuden journalisteja luonnehdittiin näin: hyvä uutisten etsijä, sosiaalisesti lahjakas, hyvä tarinankertaja, tasapuolinen, oikeudenmukainen, analyttinen, sivistynyt, kielitaitoinen ja teknisesti monilahjakas, joka operoi netissä ja somessa kuin kotonaan ja tekee suoria lähetyksiä. *”Toimittajan pitäisi olla työtä pelkäämätön, ylittöitä tekevä ja kaikkia välineitä osaava: nettiä, somea, videota, kirjoittamista ja suoria”*, totesi HS/Nelosen toimittaja. Samaan aikaan journalistit myös sanoivat, että he eivät usko tällaisten superjournalistien olemassaoloon. Journalistit ovat jo jakautuneet ja tulevat jatkossa jakaantumaan yhä enemmän kolmen kerroksen väkeen: teknisesti monitaitoisiin perustyötä tekeviin toimittajiin, jotka tekevät juttuja lähinnä nettiin. Perinteisiin journalisteihin, jotka ovat analyttisiä, erikoistuneita ja yleissivistyneitä maailman jäsentäjiä. Näiden ryhmien lisäksi toimituksiin on jo tullut ja tulee yhä enenevässä määrin uuden median taitoihin erikoistuneita ammattilaisia: datajournalisteja, some-tuottajia, koodaajia, kuratoijia ja moderoijia.

*”Jos haluaa pysyä termin laatu alla, niin myös analysoivia toimittajia tarvitaan. Ja he ovat sitten sitä toimitusten sisäistä eliittiä, joille mahdollisesti maksetaan vähän paremmin ja joilta odotetaan taustoitusta, kartoitusta ja maailman pitämistä ymmärrettävänä. Tavallisen rivitoimittajien täytyy sitten taas oppia pysymään nopeasti muuttuvan tekniikan mukana.”* (Päällikkö, Nelonen/HS)

Journalistihaastateltavat toivoivat, että toimitukset pitäisivät huolta myös vanhemman polven toimittajista, jotka joutuvat eniten muuttamaan entisiä työtapojaan nettimedia- ja tekniikkamurroksen kourissa. Heidän työelämänsä nettimurros oli vaikuttanut kaikkein rajummin. Vanhemman polven journalisteilla on myös perinteistä journalistista ammattitaitoa, jota organisaatioiden kannattaisi edelleen hyödyntää ja jakaa myös nuoremmille sukupolville.

*”Monet meille hakevista toimittajista hallitsevat uuden median muotoja, kaikki laitteet ja tekniikat ja tällaiset, mutta sitten taas se yleissivistys puuttuu tosi monelta, että nyt ei pidä mennä sinne toiseen laitaan.”* (Päällikkö, YLE)

Nettimurroksen yhteydessä on myös puhuttu siitä, että journalisteja ei perinteisessä mielessä enää tulevaisuudessa tarvita, koska tietyn uutisaiheen asiantuntijat tai asiantuntijaorganisaatiot voivat itse julkaista kyseenä olevaan uutisaihee-

seen liittyvän artikkelin, josta sitten asiasta kiinnostuneet ihmiset ne löytävät. Haastattelemistani journalisteista ainoastaan yksi pohdiskeli tämänkaltaista toimittajakuvan muutosta, jossa toimittaja ei enää perinteisesti toimita uutisjuttuaan perinteiseen mediaan, vaan jakaa itse hyvänä pitämiään linkkejä sosiaalisessa mediassa omalle yleisölleen.

”Mikä on toimittajien rooli ylipäätään, että tarvitaanko meitä enää uutisten kertojina, vai kertooko ne uutiset joku muu, ja me ollaan vaan tällaisia vahvistajia, kuratoijia. Andy Carvinhan on hyvä esimerkki siitä tilanneuutisoinnista, että hän ei hirveästi itse tuota, vaan omalla brändillään jakaa tietoa eteenpäin. Se liittyy tähän samaan, että meiltä häviää yksinoikeus tuottaa uutisia. Ei Tekesin asiantuntija tarvitse meitä kertoakseen jonkun näkemyksen, vaan se voi kirjoittaa blogitekstin.” (Päälikkö, Yle)

## 7.7 Mistä rahat?

Tähän tutkimukseen osallistui sekä kaupallisia että julkisen palvelun rahoituksella toimivia uutismedioita. Rahoituksen osalta Yleisradio voi, monen epävarman vuoden jälkeen, huokaista helpotuksesta, koska vuoden 2013 alussa voimaan tullut Yle-vero takaa Yleisradiolle jatkossa tasaisesti kasvavat 500 miljoonan euron verotulot tilanteessa, jossa muut uutistoimijat joutuvat kilpailemaan rahoituksesta entistä kansainvälisemmin kilpailluilla mainosmarkkinoilla. Yle-veron tuotosta kolmannes ohjataan suoraan uutis- ja ajankohtaisohjelmiin. Verorahoituksen uskottiin vaikuttavan niin, että ihmiset myös alkavat vaatia Yleltä entistä parempaa sisältöä ja vastinetta rahoilleen.

”Ihmiset ovat yhä pinnallisempia ja ronkelimpia, nyt kun rahoitusratkaisu on veropoliittinen, niin ne varmaan kokevat, että heillä on oikeus vaatia Yleltä erilaisia asioita, ja varmaan meidän enemmän pitääkin kuunnella kansalaisten mielipiteitä.” (Päälikkö, Yle)

Haastatteleman Ylen journalistit olivat sitä mieltä, että toimintansa oikeuttamiseksi Ylen pitää tavoittaa riittävän suuri joukko suomalaisia, ja olla riittävän laajapohjaiselle yleisölle merkityksellinen uutisoija myös tulevaisuudessa. Eri-tyistä huolta haastateltavissa herätti nuorison tavoittaminen. Vanhemmat ikäpolvet ovat yhä radion kuuntelijoita ja tv:n katsojia, mutta nuorempia ikäluokkia Ylen on vaikeampi tavoittaa perinteisillä kanavilla. Kaupallisten medioiden puolestaan pitää olla kiinnostavia ja merkityksellisiä yleisöilleen myös uusilla jakelualustoilla, jotta ihmiset ja mainostajat saadaan tavoitettua yhä kilpailumilla nettimarkkinoilla.

Internetmurroksen myötä kaupalliset mediat joutuvat taistelemaan kahden pääongelman kanssa. Mediayleisö on vuosien saatossa totutettu saamaan ilmaisia uutisisältöjä netin välityksellä, mikä on heikentänyt yleisön halua alkaa myöhemmin maksaa sisällöistä. Lisäksi nettimurroksen myötä mainoseurot ovat jakautuneet aiempaa useammalle toimijalle. Mainosrahaa verkossa hankkivat perinteisten medioiden ohella muun muassa hakukonejätit ja kaupalliset some-palveluiden tarjoajat. Perinteisen kaupallisen median puolella olen-

naiseksi haasteeksi koettiin se, minkälaisesta journalismista suomalaiset ovat kiinnostuneita, ja minkälaisista sisällöistä he ovat jatkossa valmiita myös maksamaan.

*”Se mistä raha ansaitaan, tulee toki olemaan se päätuote. Jos se on lehti, niin se on silloin se lippulaiva, mutta voi hyvin olla, että verkko on tulevaisuudessa niin tärkeä väylä lukijamassan kautta, että siitä tuleekin tällainen sähköinen 24/7-uutiskanava, joka pyörii televisiossa ja netissä eri päätelaitteilla. Ratkaisevaa on se, mistä raha saadaan.” (Päällikkö, Nelonen/HS)*

MTV3 tarjoaa mainoksilla rahoitetun uutispalvelun sekä netin, tv:n ja radion alustoilla. Nelosen uutisissa tv- ja radiouutiset ovat mainosrahoitteista. Vuoden 2012 lopussa HS/Nelonen otti käyttöön avoimen maksumuurin Helsingin Sanomien netissä julkaistujen uutisten ja digilehden suhteen.

*”NY Times on hyvä esimerkki siitä, että on pitänyt sopeuttaa toimintaa, ja työntekijämääriä siihen, että kuinka isoa ollaan tekemässä, mutta siellä on löydetty kuitenkin se, että mistä ihmiset ovat valmiita maksamaan.” Päällikkö, Nelonen/HS*

Nelosen/HS:n ja MTV3:n haastateltavien mukaan kaupallisten uutismedioiden ansaintalogiikka löytynee tulevaisuudessa tarkoituksenmukaisesti organisoidusta ja ammattitaitoisesta uutistoimituksesta, joka jalostaa ihmisille merkityksellistä tietoa ja tarjoilee sen jokaiselle jakelualustalle parhaiten sopivin keinoin.

*”Tieto maksaa. Uskon tulevaisuudessa siihen, että medioissa tulee yhteisrintama sille, että jotain saa ilmaiseksi ja jostain täytyy maksaa. Se tulee olemaan tulevaisuuden malli, täydellinen maksuttomuus vaan ei yksinkertaisesti toimi, koska kaikkea ei voi saada ilmaiseksi.” (Päällikkö, Nelonen)*

Sisäistä ristiriitaa aiheuttivat vuonna 2012 media-alan irtisanomiset, erityisesti kaupallisella puolella. Miten voidaan pitää tärkeänä koetusta laadusta ja sitä kautta myös mediayleisöistä kiinni, jos markkinatilanne pakottaa jatkuviin tehostamistoimiin.

Kaupallisten toimijoiden mielestä verotuloilla rahoitetun Yleisradion olemassaolo vaatii Suomen kokoisella rajoitetulla kielialueella ja pienellä mediamarkkina-alueella myös sitä, että Ylen toimintaa ja tehokkuutta pitäisi voida valvoa ja mahdollisesti myös rajata. Suomessa pitäisi myös aktiivisesti käydä keskustelua siitä, mitä julkinen palvelu on, ja mitä sen ei välttämättä pitäisi olla, jotta myös kaupallisilla medioilla olisi tulevaisuudessa riittävät toimintaedellytykset ja kehitysmahdollisuudet digitalisoituvassa mediamaailmassa. Yleisön edun kannalta pidettiin tärkeänä sitä, että Suomessa olisi tulevaisuudessakin sekä hyvin toimiva Yleisradio että kilpailukykyinen ja laadukas kaupallinen media.

## 8 KAAOKSEN KESYTTÄJÄT

Etsin tutkimuksessani vastauksia siihen, miten internetmurros on vaikuttanut toimitusten organisoitumiseen ja uutisoinnin rakentumiseen isoissa uutistilanteissa vuosina 2006–2012. Halusin myös ymmärtää internet- ja digimurroksen kokeneiden uutisjournalistien giddensiläistä käytännön tietoisuutta murroksen vaikutuksista ja avata haastatteluaineistojen avulla toimituksissa esiintyvää hiljaista tietoa siitä, kuinka journalistit ja organisaatiot kykenivät toimimaan internetmurroksen vuoksi jatkuvan muutoksen mediaympäristössä. Keskeistä oli selvittää, milloin ja minkälaisena nettimurros konkreettisesti koettiin ja miten siitä kerrottiin selvittävän uutistyön arjessa. Analysoin tutkimuksessani myös, miten internetmurros vaikutti suomalaismedioiden toimitusrutiineihin, uutisoinnin kerrottuihin päämääriin sekä kansalaislähteiden käyttöön.

Kuuden vuoden tutkimusjakson aikana netti oli noussut uutistyön ja organisaatioiden toiminnan keskiöön marginaalista, jonne se oli monen toimittajan ja päällikön mukaan asemoitu vielä vuonna 2006. Tuolloin haastatelluista journalisteista kolmannes ei uskonut internetin muuttavan perinteistä uutisten tekemisen tapaa tai omaa työskentelyä juuri lainkaan. Tähän tutkimukseen osallistuneista toimituksista MTV3:ssa uskottiin vuonna 2006 internetin merkityksen kasvuun huomattavasti enemmän kuin YLE:n ja Nelosen uutistoimituksissa, tosin myös MTV3:ssa nettitekemiseen suhtauduttiin tuolloin selvästi vähäkyvämmän kuin perinteisten tv- ja radiouutisten tekemiseen. Vaikka suurin osa journalisteista näki internetmurroksen olevan tulossa, sen ei silti uskottu vaikuttavan merkittävästi journalistien työtapoihin, tai perinteisen median hegemonisen valta-asemaan. Vastaavanlaista internetmurroksen merkityksellisyden vähättelyä esiintyi myös Heinosen (2008) tutkimuksessa, jossa selvitettiin suomalaismedioiden päälliköiden asenteita internetvuorovaikutukseen 2000-luvulla.

Vuodenvaihteessa 2004–2005 sattunutta tapaninpäivän tsunamikatastrofia pidettiin toimituksissa eräänlaisena käännekohtana internettietojen ja kansalaismateriaalin käytön suhteen. Journalistit kokivat, että netin epäviralliset tiedot ikään kuin näpäyttivät viranomaistietoihin liiaksi nojanneita uutistoimituksia. Tutkimusaineiston perusteella 2000-luvun alkupuolta voidaan pitää suoma-



laisessa mediakentässä internetmurroksen suhteen hajaannuksen ja nettitekemisen vähättelyn aikana. Tsunamin jälkeen uutistoimituksissa alettiin kuitenkin miettiä organisaatioiden toimintamallien uudistamista internetuutismaailman aiempaa paremmin sopiviksi.

Vuonna 2007 Jokela-kriisin aikaan netti oli jo murtautunut useissa isoimmissa suomalaisissa uutistoimituksissa kriisiuutisoinnin keskiöön. Ajanjaksoa voi kuvata internetmurroksessa verkko edellä -vaiheeksi. Jokela oli ensimmäinen kotimainen uutiskatastrofi, joka rakentui uutisprosessina heti alusta saakka vahvasti verkkovetoisesti. Internetuutisointiin panostaneissa uutistoimituksissa korostui Jokelan aikana organisaatiotasolla nettiuutisoinnin ensisijaisuus. Verkon rooli oli koko kriisin ajan kaikilla tasoilla keskeinen. Koulusurmaviesti levisi aluksi verkon kautta. Verkon kautta myös jaettiin laajalle yleisölle viestiä uutistilanteen kehittymisestä ja sen avulla rakennettiin tunnepohjaista yhteisöllisyyttä sekä perinteisen että sosiaalisen median alustoilla. (Sumiala ja Tikka 2009). On silti hyvä muistaa, että vuonna 2007 läheskään kaikki perinteiset uutistoimitukset eivät vielä pitäneet internetiä oman julkaisuutoimintansa kannalta keskeisenä uutisvälineenä. Suomalainen mediakenttä oli tältä osin edelleen hajaantunut.

Vuonna 2012 jokainen haastatteleman journalisti allekirjoitti internetmediamurroksen laajuuden ja merkittävyyden. Sitä pidettiin jopa suurempana murroksena kuin radion ja tv:n taannoista tulemista. Kukaan ei enää pitänyt internetuutisointiä oman työnsä, organisaation toimitusrutiinien tai journalismin tulevaisuuden kannalta marginaalissa olevana. Nettimurroksen merkittävyys näyttäytyi myös siinä, että sen koettiin rapauttaneen perinteisten medioitten valta-asemaa päivittäisen uutisagendan kattamisen ja tarjoilun suhteen. Journalistit kokivat, että uutisagendan kattauksessa valta oli siirtynyt entistä enemmän sosiaalisen median julkaisuutoiminnan puolelle.

Toimituksissa elettiin vuonna 2012 internetmurroksen suhteen eräänlaista sosiaalisen median hypeä ja hämmennystä. Journalistit kokivat, että sosiaalisesta mediasta löytyivät ensimmäisenä tiedot uutistapahtumista, ja sieltä löytyivät myös tapahtumien kokijat, näkijät sekä uutistoiminnan vuorovaikutteisuus. Organisaatiotasolla uutistoimittajia patistettiin entistä enemmän olemaan läsnä sosiaalisessa mediassa. Tietojen etsimisen lisäksi toimittajia rohkaistiin olemaan myös some-persoonia.

Aineistoanalyysini mukaan nettimurros vaikutti uutistoimituksiin erityisesti organisaatiotasolla. Giddensin (1984) rakenteistumisteorian mukaisesti internetmurroksen journalisteihin (yksilö) ja toimituksiin (rakenne sosiaalisena kontekstina) heijastamat muutospaineet näyttäytyivät konkreettisimmin journalismiin vaikuttavien hierarkkisten tasojen organisaation tasolla. Organisaatiotasoon heijastuivat toki myös muut rakennemallin tasot, esimerkiksi ideologian tason markkinataloudelliset paineet, kuten nettimurroksen myötä levikki-, yleisö- ja mainostulojen laskuista koituvat murheet. Mörän (1999) liianirakennemallin mukaisesti internetmurroksen aiheuttamat muutokset journalismin rakennetasoihin näyttäytyivät eri aikoina eri vahvuisina. Tässä tutkimuksessa fokuksessani oli erityisesti toimitusten organisaatiotasoa ja siihen vaikuttaneet

nettimurroksen tuomat erilaiset ristipaineet kuuden vuoden tutkimusjakson aikana.

Vuonna 2006, internetmurroksen hajaannuksen aikana, tähän tutkimukseen osallistuneet toimitukset elivät vielä organisaatiotasolla pääosin perinteisen mediatekemisen aikaa. Toimituksissa tehtiin tuolloin huomattavasti enemmän päällekkäistä työtä ja vähemmän uutistoimitusten ja -osastojen välistä yhteistyötä kuin kuusi vuotta myöhemmin. Vuoteen 2012 tultaessa nettimurros oli arkipäiväistänyt uutisoinnin nopeusvaatimuksen, mikä puolestaan vaikutti organisaatiotasolla muun muassa siihen, että uutistilanteita jouduttiin analysoimaan, arvottamaan ja uutisia julkaisemaan aiempaa nopeammalla tempolla. Lisäksi uutisia tehtiin ja jaettiin useammille alustoille kuin kuusi vuotta aiemmin.

Toimitusten organisaatiotasolla nettimurroksen muutokset näyttäytyivät konkreettisesti niin, että jouhevan ja nopean uutistoiminnan varmistamiseksi toimitukset olivat rakentaneet keskitetyn uutistoiminnan yhteisdeskejä ja tehottaneet uutisprosessien johtamista. Uutisorganisaatioista oli tullut nettimurroksen myötä entistä enemmän prosessikeskeisiä hybridiuutistehtaita, joissa uutistapahtumat arvioitiin ja työstettiin valmiiksi uutistuotteeksi eri julkaisukanaville niille ominaisten kerrontatyylien mukaisesti. Kuusi vuotta aikaisemmin, vuonna 2006, mediatalojen eri uutistoimitukset olivat huomattavasti enemmän toisistaan eriytyneitä sekä uutisprosesseiltaan että konkreettisesti. Saman mediatalon uutistoimitukset saattoivat kilpailla keskenään ja olivat muutenkin enemmän byrokraattis-hierarkkisesti organisoituja kuin vuonna 2012.

Uutistilanteen onnistumiseen merkittävästi vaikuttavat organisaation toimintakulttuuri ja mediarutiinit eivät synny tyhjiössä, vaan niihin heijastuu toimituksessa vallalla oleva ideologia eli niin sanottu "historian saatossa vakiintunut luonnollinen tapa toimia". Tämä toimituksen "hiljainen" ideologiapohja on muotoutunut ja muokkautuu jatkuvasti mediayhtiön omistusrakenteen ja arvoilmaston ja toimitusnormien rakenteistamana. Tutkimuksessani selvisi, että toimituksessa vallalla oleva ideologia vaikutti organisaatiotason taustalla käytännön uutisrutiineihin sitä kautta uutisoinnin onnistumiseen. Toimituksesta riippuen joko valtio- ja viranomaiskeskeinen tai kaupallinen ja markkinakeskeinen ideologia olivat määrittämässä isoja uutistilanteita ja niiden organisaatiotason rakenteistumista. Vuoden 2006 haastatteluaineiston mukaan Yleisradion korostunut ideologiatason valtio- ja viranomaiskeskeisyys synnytti esimerkiksi tsunamin aikana Ylen uutistoimituksissa käytännön toimitusrutiinien tasolla epävarmuutta tai suoranaista haluttomuutta uutisoida viranomaistiedoista poikkeavia kansalaistietoja tai epävirallisia internet-tietoja.

Kriisiuutistilanteen onnistumisen taustalla vaikuttava ideologinen ilmapiiiri vaikutti organisaation toimitusrutiineihin, esimerkiksi siihen, jäätiinkö toimituksissa odottelemaan viranomaistiedotusta ja viranomaisvarmistuksia, vai lähdettiinkö nopeasti rakentamaan omaa itsenäistä uutisointia, tai etsimään kiinnostavia silminnäkijähaastateltavia, kuten esimerkiksi kaupallinen MTV3 tsunamin aikana teki. Tutkimusanalyysini mukaan organisaation ideologiatason muovaama (median itsenäisyyttä korostava tai viranomaiskeskeinen) toimituskulttuuri vaikutti osaltaan myös siihen, keiden välittämää informaatiota uu-

tisoinnissa korostettiin, viranomaistietoa, asiantuntijatietoa, netin epävirallisia tietoja vai kansalaisilta saatuja silminnäkiätietoja.

Vuonna 2012 organisaation taustalla vaikuttava ideologiataso oli haastattelukertomusten mukaan siirtynyt internetmurroksen myötä julkisen palvelun Yleisradiossa viranomaiskeskeisyydestä kohti yleisöpalvelu-diskurssia. Kaupallisilla medioilla määräävänä ideologiataustana oli edelleen markkinatalous. Vuonna 2012 kaupalliset mediat kokivat markkinatalouden ideologiatason negatiivisen heijastumisen organisaatioihinsa muun muassa kiristyneenä kilpailuna mainosrahoista ja uutisyleisöistä. Nettimurroksen seurauksena kiristyneen markkinatilanteen kerrottiin vaikuttavan suoraan uutisorganisaation taloudellisiin ja tuotannollisiin resursseihin, ja sitä kautta sen kerrottiin heijastuvan osittain myös uutisoinnin laatuun.

Kolmen eri haastattelujakson ja uutistoimitusten vuosien 2006–2012 toimintakuvausten analyysin perusteella voidaan tiivistetysti todeta, että organisaation toimitusrutiinien tasolla olennaisimmat asiat isoissa uutistilanteissa onnistumisessa olivat tiedon vastaanotto, varmistaminen, nopea analyysi ja päätöksentekokyky. Myös sisäinen ja ulkoinen tiedonkulku, uutisten jatkojalostus ja niiden julkaiseminen, eri alustoille sopivissa muodoissa, olivat tärkeitä. Keskeistä onnistumisessa oli myös se, kuinka saumattomasti ja epäbyrokraattisesti organisaatio näitä uutiselementtejä samanaikaisesti pyöritti. Nettimurroksesta huolimatta uutisprofession kannalta keskeisenä pidettiin yhä edelleen journalistista perusammattitaitoa eli uutisten intuitiivista hoksaamista, analysointia ja nopeaa organisaatiotason jatkoreagointia. Tältä osin nettimurros ei ollut haastatteluanalyysin mukaan vaikuttanut uutistyön käytännön ytimeen, vaikka organisaatiotasolle oli mediamurroksen myötä tullut paljon uusia työruutiineihin ja uusiin uutisgenreihin liittyviä elementtejä.

Internetmurroksen kerrottiin vaikuttaneen uutisorganisaatioihin negatiivisesti siten, että toimituksissa kerrottiin olevan aiempaa enemmän julkaisu-, tuotanto- ja resurssipaineita sekä uuden tekniikan aiheuttamia murheita. Kaupallisella puolella korostuivat myös taloudelliset paineet. Toimittajien kokema kiire ja epävarmuus sekä työmäärä olivat haastattelukertomusten mukaan lisääntyneet selvästi kuudessa vuodessa monikanavaisen uutisten tekemisen myötä. Myös luotettavaan tiedonvälitykseen perustuva autonominen journalisti-identiteetti oli haastattelukertomusten mukaan koetuksella jatkuvan nopean julkaisupaineen keskellä. Aineistoanalyysin mukaan toimitukset olivat internetmediamurroksessa käytännön tasolla oppivia organisaatioita. Toimitukset muuttivat vanhentuneita toimitusrutiinejaan ja organisaatiomallejaan pragmaattisesti omista virheistään oppimalla sekä muiden medioiden hyviä käytäntöjä kopiaimalla.

Päämäärärationaalisen juonirakenneanalyysin mukaan internetmurros oli vaikuttanut tutkimukseen osallistuneiden mediatalojen uutisoinnin päämääriin eli yleisön palveluun, uutisoinnin nopeuteen, luotettavuuteen ja kiinnostavuuteen. Vaikka luotettavuus säilyi läpi koko tutkimusjakson uutisoinnin kivijalkana, internetmurros oli muuttanut luotettavuuden rakentumista journalistisessa prosessissa. Nettimurroksen myötä luotettavuus kytkeytyi uudella tavalla uu-

tisoinnin nopeuteen ja avoimuuteen eli organisaatiotasolla jatkuvasti rakentuvaan uutisten päivittämiseen, virheiden korjaamiseen ja koko prosessin läpinäkyvyyteen.

Nettimurroksen myötä onnistuneen uutisoinnin hegemonisiksi diskursiivisiksi päämääriksi määritellyt nopeus ja luotettavuus olivat kulkeneet vuosien 2006 ja 2012 aikana ehdotonta luotettavuutta korostaneesta positioista maksimaalisen nettijulkaisunopeuden korostamisen kautta takaisin kohti perinteisten medioiden uutisoinnin luotettavuuden korostamista. Vuonna 2012 nopean julkaisun luotettavuus rakentui todentamalla se uutisprosessin aikana läpinäkyvästi ja reaaliaikaisesti. Nettiuutisoinnin alati kasvava nopeusvaatimus oli joidenkin journalistien mielestä murentanut jossain määrin perinteisten medioiden uutisoinnin luotettavuutta. Ja koska luotettavuutta pidettiin perinteisen median elinehtona ja suurimpana journalistisena arvona kilpailussa esimerkiksi sosiaalisen median kanssa, journalistit toivoivat, että luotettavuus saisi uutistyössä sen arvon, joka sille heidän mielestään kuului koko itsenäisen journalismiprofession oikeuttajana.

Nettimurroksen myötä kiristyneen kilpailun seurauksena uutisoinnin yhtenä tärkeänä päämääränä pidettiin myös uutisten kiinnostavuutta. Kiinnostavuusteema on ollut 2000-luvun lopun nouseva uutistrendi, ja tätä kiinnostavuuselementtiä mediatalot yrittivät haarukoida olemalla vuorovaikutuksessa yleisöjensä kanssa. Nettimurroksen seurauksena tapahtuneen mainostulojen uudelleenjakautumisen ja perinteisten median yleisöjen pirstaloitumisen vuoksi erityisesti kaupallisten medioiden täytyi yhä enemmän etsiä sellaisia julkaisutapoja ja ansaintalogiikoita, joista yleisöt ovat kiinnostuneita ja valmiita myös maksamaan. Julkisen palvelun Yleisradio korosti myös vuorovaikutusta yleisöjensä kanssa, sitä perusteltiin kiinnostavien aiheiden haarukoinnilla sekä sellaisten uutisyleisöjen löytämisellä, joita Yle ei vielä tavoittanut, tai jotka se oli menettänyt.

Internetmurros on vaikuttanut myös kansalaisten tuottaman uutismateriaalin käyttöön. Esa Väliiverosen (2009) mukaan tavallisten ihmisten merkitys uutistyössä kasvoi 2000-luvulla. Myös oma aineistoni korosti samaa havaintoa eli sitä, että tavallisten ihmisten uutisvinkit, kuvat, tarinat ja kokemukset olivat nousseet tutkimusjakson loppua kohden uutistyössä aiempaa tärkeämpään asemaan. Voidaan jopa sanoa, että Heikkilän ja Kuneliuksen (1999) esittämät kansalaisjournalismin teesit olivat tulleet netti- ja some-murroksen myötä osaksi perinteisten medioiden kansalaisia arvostavaa journalismia, jossa vuorovaikutteisuutta ja ihmisten arkielämän kokemuksia pidetään tärkeinä tietolähteinä.

Mutta mistä syystä kansalaisjournalismin jalkautumiseen toimitusorganisaatioiden arkirutiinien tasolle kesti viisitoista vuotta? Yksi syy lienee se, että tutkijalähtöisen kansalaisjournalismin teesit esitettiin perinteisen median valtakaudella, jolloin toimituksilla ei vielä ollut käytössään internetiä siinä määrin kuin nyt, eivätkä verkkokansalaisten taidot ja tekniset välineet olleet 1990-luvun lopussa läheskään samalla tasolla kuin vuonna 2012. Toinen syy on se, että kansalaisjournalistiset kokeilut jäivät 1990-luvulla vain yksittäisten toimitusten yksittäisiksi kokeiluiksi (Heikkilä 2001). Kansalaisjournalismi voitiin ai-

emmin tulkita journalismikäytäntöjen tasolla yksittäiseksi tekniikaksi, josta ei laajemmin koettu olevan journalismin pelastajaksi, kunnes toimitukset oppivat käytännön tasolla ja taloudellisten realiteettien pakottamana, että ne eivät voi muuten tietää, mitkä asiat ja teemat yleisöjä kiinnostavat, elleivät toimitukset ole vuorovaikutuksessa yleisöjensä kanssa. Kolmantena syynä voidaan pitää nettimurroksen aiheuttamaa journalismin painopisteen siirtymistä internetalustoilla jaettavan materiaalin sekä sosiaalisesta mediasta opitun yleisövuorovaikutuksen suuntaan. (Ahva 2009, 279.)

Tutkimustulosteni mukaan suomalaiset mediat houkuttelevat yleisöä aiempia vuosia aktiivisemmin osallistumaan uutistyyliin. Kuvien ja tarinoiden pyytämistä oli tullut yhä kiinteämpi osa uutisorganisaatioiden toimitusrutiinia. Niiden käyttöä perusteltiin käytännön syillä. Kansalaisreporttereilta saatua materiaalia käytettiin täydentämään uutistyyliä ja osin kansalaismateriaalin käytöllä paikattiin myös toimitusten resursseja. Joukkoistamisessa oli tehty joitakin yksittäisiä kokeiluja, mutta menetelmää ei pidetty vuonna 2012 tähän tutkimukseen osallistuneiden uutistoimitusten mielestä kovinkaan merkittävänä. Ainoastaan toimitusten edelläkävijäjournalistit pohtivat joukkoistamisen avulla tehtävien uutisten mahdollisuuksia.

Yleisövuorovaikutusta ja kansalaisilta saadun uutismateriaalin käyttöä pidettiin journalistisen profession ehdoilla tapahtuvana, jolloin yleisö positioitiin perinteisen median apurin rooliin. Tästä huolimatta journalistien kertomuksissa korostui, että kansalaisten status uutislähteenä oli vuonna 2012 arvostetumpi kuin kuusi vuotta aiemmin. Kansalaisia käytettiin uutisten tietolähteenä ja yhä enemmän myös uutisten emotionaalisenä kertojana sekä oman elämänsä asiantuntijana. Journalistit suhtautuivat silti kriittisesti kansalaismateriaalin käyttöön, koska siihen saattoi liittyä riskejä, kuten tietojen yksipuolisuutta, epätarkkuutta ja manipulaatiota.

Internetmediamurrosta koskeva tutkimukseni nosti esiin myös sen, että vuonna 2012 uutistoimitukset ja -journalistit elivät sosiaalisen median huuman ja hämmennyksen keskellä. Iso osa journalisteista käytti aktiivisesti sosiaalista mediaa juttujensa ideointiin, skruppien etsintään ja haastateltavien haarukointiin. Organisaatiotasolla sosiaalisen median käytäntöjen linjaaminen oli mediataloissa vaihtelevaa. Some-murros oli lisännyt journalistien hämmennystä siitä, missä roolissa sosiaalisessa mediassa oli sopivaa journalistina esiintyä ja kuinka persoonallisia mielipiteitä työnantajan palveluksessa esiintyvä some-tähti voi lopulta ilmaista. Aineistoanalyysin perusteella tilanne toimituksissa oli vuonna 2012 sosiaalisen median suhteen sekava. Kokonaisuudesta nouseva kuvaava diskurssi on some-hämmennys, jonka taltuttamiseksi toivottiin koulutusta ja mediaorganisaation yhteistä linjaa.

Netin epävirallisen kansalaismateriaalin uutiskäytön ja somevuorovaikutuksen suhteen vuonna 2012 ongelmina pidettiin sosiaalisen median epäluotettavuutta sekä someen liittyvää lisääntyvää työmäärää. Vuonna 2012 sosiaalisen median työkäytäntöjä ja toimintalinjauksia vasta luotiin ja opetettiin uutistoimituksissa ja monet journalistit kokivat epävarmuutta oman osaamisensa suhteen. Aineistoanalyysini tukee aiempia suomalaistutkimuksia siltä osin,

että sosiaalisen median vuorovaikutuspalveluista Facebook oli selvästi suosituin vielä vuonna 2012. Twitteriä käyttivät tuolloin lähinnä vain toimitusten edelläkävijät.

Journalismin tulevaisuuden suhteen tutkimus vahvisti näkemystä siitä, että media-alan uskotaan yhä edelleen jatkavan sumuista matkaansa internetmurroksen turbulenssissa. Journalismin uskotaan professiona säilyvän, mutta uutistyön uskotaan muuttuvan toimintatavoiltaan ja ansaintalogiikaltaan entistä hybridimäisemmäksi. On pieniä erikoistuneita verkkopohjaisia mediajulkaisuja sekä muutama isompi verkkoa ja perinteistä julkaisutoimintaa yhdistävä monimediatalo, jossa tehdään kaikilla jakelualustoilla tapahtuvaa uutistoimintaa ympäri vuorokauden. Uutistuotannon julkaisupuolella uskotaan, että reaaliaikaisuus, liikkuva kuva, sosiaalinen media sekä mobiilit päätelaitteet ovat edelleen kasvavia trendejä.

Aiempien tutkimusten mukaan (mm. Matikainen 2009) perinteisen median asema rakentuu kansalaisten mielestä nimenomaan luotettavuuden ympärille. Tähän tutkimukseen osallistuneet journalistit olivat samaa mieltä. Perinteisen median pitää jatkossakin hoitaa luotettava tiedonvälitystehtävänsä hyvin, jotta ammattijournalistit voivat oikeuttaa olemassaolonsa myös tulevaisuudessa. Aineistoanalyysini mukaan uutisoinnin luotettavuus ja journalistinen ammattitaito olivat ne avaindiskurssit, joiden varaan uutistoiminnan laadun kerrottiin rakentuvan. Pragmaattisuudesta kumpuavan jatkuvan organisaatiotason oppimisen sekä journalistisen ammattitaidon avulla perinteisen journalismin uskottiin selviytyvän internetmurroksessa, vaikka Meyrowitzin (1994) kuvaamat medioiden käyttämät kielet, genret ja vuorovaikutustavat muuttuisivatkin.

Aineistoanalyysini mukaan hybridissä uutismaailmassa myös laatu koettiin sisällöllisesti hybridiksi käsitteeksi. Twitter-uutisointi tai uutisten kuratointi ovat kieliopiltaan, genreltään ja vuorovaikutukseltaan erilaista kuin perinteisen tv-toimittajan välittämä uutisraportti, mutta molemmat voivat omassa lajityypissään olla joko hyvä- tai huonolaatuisia. Tulevaisuuden uutisjournalismi nojaa haastattelukertomusten mukaan omille uutisille ja erilaisille jakelukanaville sopiville laadukkaille esitystavoille. Uutisoinnissa pitää samanaikaisesti olla läsnä nopea monikanavainen uutisointi ja syvälinen journalistinen analyysi. Olennaista on myös se, että uutisorganisaatiot tuntevat yleisönsä ja tietävät, millainen sisältö heitä kiinnostaa. Riippumatta siitä, minkälaisissa tehtävissä journalistit työskentelevät ja millä päätelaitteilla heidän uutisiaan tulevaisuudessa jaetaan, yhteinen nimittäjä kaikille uutisjournalisteille on se, että he ovat internetmurroksen informaatiotulvan kaaoksen kesyttäjiä.

## KIRJALLISUUS

- Aaltonen, Tapio, Heiskanen, Erika ja Innanen, Pekka (2003). Arvot yksilön ja työyhteisön kehittäjänä. Helsinki: WSOY.
- Aasian luonnonkatastrofi 24.6.2004, tutkintaselostus (2005). Helsinki: Multiprint
- Ahva, Laura (2009). Making news with citizens. Public Journalism and Professional Reflexivity in Finnish Newspapers. University of Tampere.
- Aitamurto, Tanja. 2010. Kymmenen väitettä journalismin tuhosta - miksi niistä ei kannata huolestua. Raportti journalismin trendeistä Yhdysvalloissa vuonna 2009. Helsingin Sanomain säätiö, Helsinki. [http://www.hssaatio.fi/images/stories/tiedostot/raportti2\\_net.pdf](http://www.hssaatio.fi/images/stories/tiedostot/raportti2_net.pdf)
- Aitamurto, Tanja, Heikka, Taneli, Kilpinen, Petteri, Posio, Matti (2011) Uusi kultakausi. Sinä ja me. Miten siirrämme yhdessä Suomen tulevaisuuteen, joka on jo täällä. Helsinki: WSOY
- Alasuutari, Pertti (1999). Laadullinen tutkimus. Tampere: Vastapaino
- Allan, S. (2006). Online News: Journalism and Internet, Maidenhead and New York: Open University Press.
- Andén-Papadopoulos, Kari (2008). The Abu Ghraib Torture Photographs: News Frames, Visual Culture and the Power of Images. Journalism: Theory, Practice and Criticism 9:1. Sage
- Andén-Papadopoulos, Kari & Pantti, Mervi (2011). Amateur Images and Global News. Bristol, UK/ Chicago, USA: Intellect
- Ashuri, T. and Pinchevski, A. (2009). Witnessing as a Field, in P. Frosh and A. Pinchevski (eds) Media Witnessing: Testimony in the Age of Mass Communication. Houndmills: Palgrave Macmillan.
- Benkler, Yohai (2006). The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom. Yale: University Press.
- Bourdieu, Pierre (1984). Distinction. A Social Critique of the Judgement of Taste. London: Routledge & Kegan Paul.
- Bowman, Shayne and Willis, Chris (2005). The Future Is Here, But Do News Media Companies See It? Nieman Reports 59.
- Brown, Merill (2005). Abandoning the News. Carnegie Reporter Vol.3/No.2
- Bowman, Shayne and Willis, Chris (2003). How Audiences are Shaping the Future of News and Information. We Media. [www.hypergene.net/wemedia](http://www.hypergene.net/wemedia).
- Carey, James (1994). Viestintä kulttuurisesta näkökulmasta. Tiedotustutkimus 17: 2.
- Chouliaraki, Lilie (2008). The Symbolic Power of Transnational Media: Managing the Visibility Suffering, Global Media and Communication, 4: 3,
- Couldry, N; Gilleard, C. (2004). Liveness, Reality and the Mediated Habitus from Television to the Mobile Phone. The Communication Review, Volume 7, Number 4, October-December 2004.
- Clegg, Stewart R (1990). Modern Organisations: Organisation Studies in the Postmodern Era. London: Sage Publications.

- Crocteau, David & Hoynes, William (2003). *Media Society: Industries, images, and audiences*. Thousand Oaks: Pine Forge Press.
- Davis, D. k. (1994). *Media and Modernity: The Future of Journalism in a Post Cold War & Postmodern World*. New York: American Political Science Association.
- Denzin & Lincoln (toim.) 2005. *Handbook on Qalitative Research*, 1-18. London, New Delhi: Sage.
- Deuze, Mark (2011). *Media Life*. Cambridge Polity Press.
- Dewey, John (1991). *The Public and its Problems*. Athens: Swallow Press/Ohio University Press
- Dutton, William (2008). *The Wisdom of Collaborative Network Organizatons: Capturing the Value of Networked Individuals*. Prometheus 26.
- Eskola, Jari & Suoranta, Juha (1998). *Johdatus laadulliseen tutkimukseen*. Vastapaino.
- Fairclough, Norman (1992). *Discourse and Social Change*. Cambridge: Polity Press
- Fairclough, Norman (1995). *Media Discourse*. London etc.: Edward Arnold
- Fairclough, Norman (1997). *Miten media puhuu*. Tampere: Vastapaino.
- Florida, Richard (2002). *The Rise of the Creative Class - And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*. New York: Basic Books.
- Frost, Peter J. & Moore, Larry F. & Reis Louis, Meryl & Lundberg, Graig & Martin, Joanne (toim.) (1991). *Reframing Organizational Culture*. London, New Delhi. Sage.
- Gillmor, Dan (2004). *We the Media*. Sebastopol, California: O'Reilly.
- Golding, Peter & Elliot, Philip (1979). *Making the News*. London: Longman Group Limited.
- Haas, Tanni & Steiner, Linda (2006). *Public journalism. A reply to critics*. Journalism. Theory, practice and criticism. Volume 7. Number 2. ISSN 1464-8849.
- Habermas, Jürgen (1989.) *The Structural Transformation of the Public Sphere*. Cambridge: Polity Press.
- Hahn, Nadja (2013). *What Good is Twitter? The Value of Social Media to Public Service Journalism*. A Eurovision media strategy publication in association with Polis. London Scool of Economics.
- Haikarainen, Riikka (2005). *Tiedon vai keskustelun julkisuus? Objektiivisuuden ja julkisen keskustelun argumentit yhdysvaltalaisessa kansalaisjournalismissa*. Pro gradu -tutkielma. Viestinnän laitos. Valtiotieteellinen tiedekunta. Helsingin yliopisto.
- Hakala, Salli (2009a). *Koulusurmat verkostoyhteiskunnassa: Analyysi Jokelan ja Kauhajoen kriisien viestinnästä*. Helsinki: Helsingin yliopisto, CRC/ Viestinnän laitos.
- Hakala, Salli (2009b). *Symbolisen johtajuuden kriisi - Koulusurmat ravisuttivat verkostoyhteiskuntaa*. Media & Viestintä 32: 2, 19-30.



- Harju, Auli (2005). Kansalaisuus muuttuu huomaako media? Julkaisussa: Media kansalaisuuden rakentajana. (toim.) Satu Seppä. Journalismin tutkimusyksikkö. Tampereen yliopisto.
- Heikkilä, Heikki & Kunelius, Risto (1999). Pelkkä asenne ei riitä. Kansalaisjournalismi kehityshankkeena suomalaisissa sanomalehdissä. Teoksessa Maasilta, Maarit (toim.) Journalismin muutoskaruselli. Vammala: Journalismin tutkimusyksikkö.
- Heikkilä, Heikki (2001). Ohut ja vankka journalismi. Kansalaisuus suomalaisen uutisjournalismin käytännöissä 1990-luvulla. Tampere: Tampereen yliopistopaino.
- Heikkilä, Heikki, Ahva, Laura, Siljamäki, Jaana, Valtonen, Sanna (2012). Kelluva kiinnostavuus. Tampere: Vastapaino.
- Heinonen, Ari (1997). Sanomalehdistö ja internet - toiveita, huolia, epätietoisuutta. Journalismin tutkimuksen ja kehitystyön yksikkö. Tampereen yliopiston tiedotusopin laitoksen julkaisuja C 21/1997.
- Heinonen, Ari (1998). Yleisö kutsuu, kuuleeko journalismi? Visioita verkkojournalismista ja journalistista. Julkaisussa: Raportteja verkkojournalismista. Journalismin ja kehitystyön yksikkö. Tampereen yliopiston tiedotusopin laitoksen julkaisuja C25/1998.
- Heinonen, Ari (1999). Journalism in the Age of the Net, Changing Society, Changing Profession. Tampere: University of Tampere.
- Heinonen, Ari (2008) Yleisön sanansijat sanomalehdissä. Tampereen yliopisto, tiedotusopin laitos, sarja A 108.
- Heiskanen, Tarja (1994). Tiedonvälittäjänä onnettomuuksissa. Teoksessa Heiskanen, Tarja (toim.) Takaisin elämään, henkinen tuki ja onnettomuudet. Helsinki: SMS - Tuotanto Oy.
- Heriman, R. and Lucaites, J.L. (2007). No Caption Needed: Iconic Photographs, Public Culture, and Liberal Democracy, Chicago: The University of Chicago Press.
- Hermida, A., & Thurman, N. (2008). A clash of cultures: The integration of user generated content within professional journalistic frameworks at British newspaper websites. *Journalism Practice*.
- Hermida, A. (2010a). Twittering the News: The emergence of ambient journalism. *Journalism Practice*, 4(3), 297-308. doi:10.1080/17512781003640703.
- Hietanen, Olli (2005). Wanhasta taloudesta uuteen - ja uudesta digitaaliseen talouteen. Teoksessa: Tietoyhteiskunta - myytit ja todellisuus, toim. Antti Kasvio, Tommi Inkinen ja Hanna Liikala. Tampere: Tampere University Press.
- Hirsjärvi, Sirkka & Hurme, Helena 2001. Tutkimushaastattelu: teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Yliopistopaino 2001.
- Honkonen, Juha & Lankinen, Jussi (2012). Huonoja uutisia. Helsinki: Into Kustannus.

- Hujanen, Jaana & Pietikäinen, Sari (2000). Syrjäinen ja aito, vallan pitäjä ja ulkopuolinen. Paikka ja etnisyys "meidän" ja "toisten" rakentumispintana journalismissa. Tiedotustutkimus 4/2000.
- Huhtala, Hannele (2006). Max Weberin byrokratia ja kriisiviestintä. Tiedotustutkimus 3/2006.
- Huhtala, Hannele & Hakala, Salli (2007). Kriisi ja viestintä. Gaudeamus 2. painos 2009.
- Hujanen, Jaana & Pietikäinen, Sari (2004). Interactive uses of journalism: crossing between technological potential and young people's news-using practices. *New media & society*. London: Sage Publications.
- Hujanen, Jaana (2006). Yleisön palvelu markkinaehtoistuvan median journalistien itseymmärryksessä. Tiedotustutkimus 2/2006.
- Hytönen, Timo (2010). Käenpoika journalismin pesässä. Lisensiaatintutkimus. Jyväskylän yliopisto. Viestintätieteiden laitos.
- Hytönen, Timo (2013). Uutinen syntyy uudelleen: Uutinen ja uutisjournalismi monimediaisessa toimintaympäristössä - tapauksena Yleisradion alueelliset uutiset. Jyväskylän yliopisto.
- Häkkinen, Jarmo, Lehtovirta, Ville (2012). Käyttävätkö toimittajat sosiaalista mediaa, vai käyttäkö sosiaalinen media toimittajia. Tutkimus toimittajien tavoista käyttää sosiaalista mediaa. Suomen journalistiliitto ja Aleksin Kaiku.
- Hänninen, Vilma, Partanen Jukka, Ylijoki Olli, toim. (2001). Sosiaalipsykologian suunnannäyttäjä. Tampere: Vastapaino
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture*. Cambridge: MA:MIT Press
- Jokinen, Arja & Juhila, Kirsi & Suoninen, Eero (1993). Diskurssianalyysin aakokset. Tampere: Vastapaino.
- Jokinen, Arja & Juhila, Kirsi & Suoninen, Eero (1999). Diskurssianalyysi liikkeessä. Tampere: Vastapaino.
- Journalistin ohjeet (2004). Suomen journalistiliitto.
- Journalistin ohjeet (2011). Suomen journalistiliitto. <http://www.journalistiliitto.fi/pelisaannot/journalistinohteet/>
- Juntunen, Laura (2009). Journalistinen etiikka kriisissä. *Media & viestintä*. 2/2009.
- Juuti, Pauli (1999). Organisaatiokäyttäytyminen. Keuruu: Otavan kirjapaino Oy.
- Kalela, Jorma (1993). Aika, historia ja yleisö. Kertomuksia historian tutkimuksen lähtökohdista. Poliittisen historian laitos. Turun yliopisto.
- Kantola, Anu (1996). Tri Otsoni ja Mr Kasvihuone. Teoksessa Heikki Luostarinen, Ullamaija Kivikuru, Merja Ukkola (toim.) *Sopulisilppuri*, Media-kritiikin näkökulmia. Jyväskylä: Helsingin yliopiston Lahden tutkimus- ja koulutus-keskus.
- Kantola, Anu (2006). Markkinakuri ja managerivalta. Poliittinen hallinta Suomen 1990-luvun talouskriisissä. *Loki-Kirjat*.
- Kielitoimiston oikeinkirjoitusopas (2007). Toim. Salli Kankaanpää. Kotimaisten kielten tutkimuskeskuksen julkaisuja 147. 2. korjattu painos. Helsinki: Kotimaisten kielten tutkimuskeskus.

- Koljonen, Kari & Kunelius, Risto (2005). On vain yhteinen suru. Onnettomuusjournalismin suuntia Kuurilasta Konginkankaalle 1957–2004, Journalismikritiikin vuosikirja 2005 (toim. Juho Rahkonen) Tampere: Journalismin tutkimusyksikkö.
- Koljonen, Kari (2013). Kriisi journalismissa. Kansakunnan katastrofit ja muuttuva professio. Tampereen yliopistopaino.
- Korpiola, Lilly (2011). Kriisiviestintä digitaalisessa julkisuudessa. Infor. Kopijyvä Oy.
- Kujala, Tapio (2012). Lähi-idän mediasota. Journalismin ristipaineet Israelin ja palestiinalaisten välisessä konfliktissa. Tampereen yliopistopaino.
- Kunelius, Risto (2000). Journalismin nelijalkaisena otuksena. Tutkimuksen näkökulmia, ongelmia ja haasteita. Tiedotustutkimus 23: 3.
- Kunelius, Risto (2003). Viestinnän vallassa, johdatus joukkoviestinnän kysymyksiin. Helsinki: WSOY.
- Kunelius, Risto (2004). Kokemuksesta julkiseen tietoon: John Dewey'n pragmatismia viestinnän tutkijoille. Teoksessa Mediatutkimuksen vaeltava teoria. (toim.) Tuomo Mörä, Inka Salovaara-Morning & Sanna Valtonen. Helsinki: Gaudeamus.
- Kunelius, Risto (2005). Miten saada uskottavuutta ja vaikutusvaltaa? Julkaisussa: Media kansalaisuuden rakentajana. (toim.) Satu Seppä. Journalismin tutkimusyksikkö. Tampere: Tampereen yliopisto.
- Kuusela, Teijo (2005). Uhrin valtavirrassa. Tapaus Myyrmäen etiikka Hesarista Seiskaan. Pro gradu -tutkielma. Jyväskylän yliopisto. Viestintätieteiden laitos.
- Kämppe, Anne (1990/7). Eettinen harkinta uutisjournalismissa. Haastattelututkimus sanomalehtitoimittajien eettisistä ongelmista ja periaatteista. Tampereen yliopisto. Tiedotusopin laitos.
- Lanier, Jason (2010). You Are Not A Gadget: A Manifesto. New York: Penguin.
- Layder, Derek (1994). Understanding Social Theory. Sage. London, Thousand Oaks, New Delhi.
- Liebes, Tamar (1998). Television disaster's marathons: A danger for democratic processes? Teoksessa Liebes, Tamar & Curran James (toim.) Media, ritual and identity. London: Routledge.
- Lietsala, Katri ja Sirkkunen, Esa (2008). Social Media. Introduction to the Tools and Processes of Participatory Economy. Hypermedia Laboratory Net Series 17. Tampere: Tampere University Press.
- Lindblom, Tomi (2009). Uuden median murros Alma Mediassa, Sanoma Osakeyhtiössä ja Yleisradiossa 1994-2004. Helsingin yliopisto, Viestinnän laitos. Juvenes Print / Tampereen yliopistopaino Oy.
- Lincoln, Y.S & Guba, E.G (1985). Naturalistic inquiry. Beverly Hills: Sage.
- Malmberg, Sara (2013). Tehtaankadulta Sanomataloon: Nelosen ja Helsingin Sanomien uutisten yhdistyminen televisiotoimittajien silmin, Pro gradu -tutkielma, Jyväskylän yliopisto. Viestintätieteiden laitos.
- Mannermaa, Mika (1999). Tulevaisuuden hallinta. Skenaariot strategiatyökentelyssä. Porvoo: WSOY, Ekonomiasarja.

- Mannermaa, Mika (2004). Heikoista signaaleista vahva tulevaisuus. Porvoo: WSOY.
- Markman, E. (2008). An introduction to the coffee-house: A discursive model. *Language & Communication*, 28 (2).
- Matikainen, Janne (2009). Sosiaalisen ja perinteisen median rajalla. Viestinnän tutkimuskeskus CRC, Helsingin yliopisto. Viestinnän laitoksen tutkimusraportteja 3/2009.
- Meyerson, Debra & Martin, Joanne (1987). Cultural Change: An Integration of three different views. *Journal of Management Studies* 24:6
- Meyrowitz, Joshua (1994). Medium Theory. Teoksessa David Crowley & David Mitchell (toim.) *Communication Theory Today*. Cambridge: Polity Press.
- Meyrowitz, Joshua (1999). Understandings of Media. ETC: A Review of General Semantics 56.1.
- McManus, John H. (1995). A Market-Based Model of News Production. *Communication theory* 5 :4.
- Möra, Tuomo (1996). Journalistit rutiinien verkossa. Teoksessa Heikki Luostarinen, Ullamaija Kivikuru, Merja Ukkola (toim.) *Sopulisilppuri, Media-kritiikin näkökulmia*. Jyväskylä: Helsingin yliopiston Lahden tutkimus- ja koulutus-keskus.
- Möra, Tuomo (1999). EU-journalismin anatomia. Mediasisältöjä muokanneet tekijät ennen kansanäänestystä 1994. Helsingin yliopisto. Viestinnän laitos. Yliopistopaino.
- Möra, Tuomo (2005). Tsunami suomalaisessa mediassa. Viestinnän tutkimuskeskus CRC. Helsingin yliopisto.
- Newman, N. (2009). *The Rise of Social Media and Its Impact on Mainstream Journalism*, Reuters Institute for The Study of Journalism, University of Oxford.
- Nieminen, Hannu, Pantti, Mervi (2009). Media markkinoilla. Johdatus joukkoviestintään ja sen tutkimukseen. Helsinki: Loki-Kirjat.
- Nikkanen, Hanna (2012). *Verkko ja vapaus*. Helsinki: Into Kustannus Oy.
- Nikunen, Kaarina (2011). Laman ja teknologisen murroksen vaikutukset suomalaisissa toimituksissa 2009–2010. Journalismin tutkimusyksikkö. Viestinnän, median ja teatterin yksikkö.
- Noppiari, Elina (2010). "Ihmisiä tässä kaikki ollaan". Suomalaisten päättäjien ja journalistien vuorovaikutus ja luottamuksen rakentumisen käytännöt. *Media & viestintä* 33: 3.
- Nordenstreng, Kaarle & Wiio, Osmo A. (2003). Viestintäjärjestelmä. Teoksessa Suomen mediamaisema (toim. Kaarle Nordenstreng ja Osmo A. Wiio). Porvoo, Helsinki: WSOY.
- Pantti, M. and Bakker, P (2009). Misfortunes, Sunsets and Memories: Non-Professional Images in Dutch News Media. *International Journal of Cultural Studies* 12:5. Sage.
- Peters, J.D. (2001). Witnessing, Media. *Culture and Society*. 23:6

- Peters, J.D. (2009). An Afterword: Tohighlight Red on Sweaty Faces; in P.Frosh and A. Pinchevski (eds), *Media Witnessing: Testimony in the Age of Mass Communication*, Houndmills: Palgrave Macmillan.
- Pietilä, Veikko (1995). Kertomuksia uutisista, uutisia kertomuksista. Tampere: Tampereen yliopisto, tiedotusopin laitos. Julkaisuja A 86/1995.
- Pietilä, Veikko (1996). TV-uutisista, hyvää iltaa. Tampere: Vastapaino
- Pietilä, Veikko (2004). Julkisuuden rakennemuutos. Tampere: Vastapaino
- Potter, Jonathan & Wetherell, Margaret (1987). *Discourse and Social Psychology - Beyond Attitudes and Behavior*. Lontoo: Sage Publication.
- Prensky, M. (2010). Why youtube matters. *On The Horizon*.
- Quarantelli, Enrico L. (2005). A social science research agenda for the disasters of the 21st century. Teoksessa Perry, R. W. & Quarantelli Enrico L. (toim.) *What is Disaster? New answers to old question*. Philadelphia: Xlibris.
- Rahkonen, Juho & Ahva Laura (2005). Hiipivä tuho. Journalismi katastrofien keskellä. *Journalismikritiikin vuosikirja 2005*. Tampere: Journalismin tutkimusyksikkö. Tiedotustutkimus 1/2005.
- Rahkonen, Juho (2005). Journalisti aallon harjalla, Aasian katastrofi uutistyön tekijöiden kokemana. *Journalismin tutkimusyksikkö*. Tampereen yliopisto.
- Rahkonen, Juho (2006). Journalismi taistelukenttänä. Suomen Natojäsenyydestä käyty julkinen keskustelu 2003–2004. Tampere: Tampereen yliopisto.
- Raittila, Pentti et al. (2008). Jokelan koulusurmat mediassa. *Journalism Research and Development Centre/Department of Journalism and Mass Communication, Series A 111/2009*, Tampere: University of Tampere.
- Raittila, Pentti, Koljonen, Kari (2009). Kriisijournalismia ennen ja nyt. *Media & viestintä, kulttuurin ja yhteiskunnan tutkimuksen lehti* 2/2009.
- Rheingold, Howard (2003). *Mobiilijoukot, seuraava yhteiskunnallinen kumous*. Jyväskylä: Gummerus kirjapaino.
- Ridell, Seija (1994). Kaikki tiet vievät genreen. Tutkimusretkiä tiedotusopin ja kirjallisuustieteen välimaastossa. Tampereen yliopisto. Tiedotusopin laitos. Julkaisuja A82.
- Ridell, Seija (1999). Verkkoviestinnän haasteet journalismin yleisösuhteelle - Tapaus LOCALITY-hanke. Teoksessa Maasilta, Maarit (toim.) *Journalismin muutoskaruselli*. Journalismin tutkimusyksikkö. Tampereen yliopisto.
- Ridell, Seija (1998) Tolkullistamisen politiikkaa, television vastaanotto kriittisestä genrenäkökulmasta. Tampereen yliopisto. Vammala.
- Russel, Adriane (2011). *Networked, A Contemporary History of News in Transition*. Cambridge: Polity Press.
- Russel, Adriane, Ito, M., Richmond, T., & Tuters, M. (2008). "Networked Public Culture." In: K. Varnelis (ed.), *Networked Publics*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Ruusunoksa, Laura (2005). Voiko journalismi vahvistaa kansalaisuutta, entä kansalaisuus journalismia? Julkaisussa: *Media kansalaisuuden rakentajana*. (toim.) Satu Seppä. Journalismin tutkimusyksikkö. Tampere: Tampereen yliopisto.

- Saari, Salli (2000). *Kuin salama kirkaalta taivaalta, kriisit ja niistä selviytyminen*. Helsinki: Otava.
- Saari, Salli (2005). *Media – katastrofin uhrien vihollinen ja kriisiprosessin tutkija*. Journalismikritiikin vuosikirja 2005 (toim. Juho Rahkonen) Tampere. Journalismin tutkimusyksikkö.
- Salmela, Kreetta (2008) *Kansalaislähteiden käyttö sähköisten medioiden kriisiuutisoinnissa*. Jyväskylän yliopisto. Viestintätieteiden laitos.
- Seppänen, Janne, Väliverronen, Esa (2012). *Mediayhteiskunta*. Tampere: Vastapaino.
- Shoemaker, Pamela J, and Reese, Stephan D. (1991). *Mediating the Message. Theories of Influences on Mass Media Content*, London, New York: Longman Publishing Group.
- Singer, J. (2005). *The Political J-Blogger: “Normalizing” A New Media Form to Fit Old Norms and Practises*, *Journalism: Theory, Practice and Criticism*, 6:2.
- Silverstone, Roger (1981). *The message of Television. Myth and Narrative in Contemporary Culture*. London: Heinemann Educational Books.
- Silverstone, R. (2006). *Media and Morality. On The Rise of Mediapolis*, Cambridge: Polity
- Sirkkunen, Esa (2006). *Blogit ovat evoluutiota eivät revoluutiota*. Journalismikritiikin vuosikirja 2006. Toim. Laura Ruusunoksa. Tampere: Journalismin tutkimusyksikkö.
- Suikkanen Risto, Holma Aino, Raittila Pentti (2012). *Muuttumaton uutinen? Suomalaisen uutismedian vuosiseuranta 2007–2012, loppuraportti*. Journalismin, viestinnän ja median tutkimuskeskus COMET, Tampereen yliopisto.
- Suoninen, Eero (1997). *Miten tutkia moniäänistä ihmistä? Diskurssianalyttisen tutkimusotteen kehittelyä*. Tampere: Tampereen yliopisto.
- Suoninen, Eero (2001). *Harold Garfinkel. Etnometodologia ja sosiaaliset järkeytytavat*. Teoksessa Hänninen, V. & Partanen, J. & Ylijoki, O. (toim.) *Sosiaalipsykologian suunnannäyttäjiä*. Vastapaino.
- Sumiala, Johanna (2009). *Koulusurmat ja medioidut kuolemanrituaalit*. Kulttuurintutkimus 26.
- Sumiala: toim. (2011). *“You Will Die Next”: Killer images and The Circulation of Moral Hierarchy*, teoksessa *Amateur Images and Global News*, toim. Andén-Papadopoulos, Kari and Pantti, Mervi (2011). USA: The University of Chicago Press.
- Sumiala, Johanna, Tikka, Minttu (2012). *“Netti edellä” kuolemaan. Koulusurmat kommunikatiivisena ilmiönä*. *Media & viestintä, kulttuurin ja yhteiskunnan tutkimuksen lehti* 2/2009.
- Tikka, Minttu, Hakala, Salli ja Pedak, Maarit (2010). *Kriisi, SPR ja mediayhteiskunta. Suomen Punaisen Ristin organisoituminen kotimaisissa kriiseissä*. Viestinnän tutkimuskeskus CRC, Sosiaalitieteiden laitos, Helsingin yliopisto. Yliopistopaino.

- Tiedonkulku ja viestintä Aasian hyökyaaltokatastrofissa (2005). Valtioneuvoston kanslian julkaisusarja 7/2005. Viestinnän tutkimuskeskus CRC. Helsingin yliopisto.
- Thompson, John B (1990). *Ideology and Modern Culture*. Cambridge: Polity Press.
- Uskali, Turo (toim.) (2001). *Mediatesti Syyskuun yhdestoista*. Mediainstituutti, Jyväskylän yliopisto.
- Uskali, Turo (2005). *Tsunami ja Internet*, Jyväskylän yliopisto.
- Uskali, Turo (2011). *Innovaatiot ja journalismi*. Kuopio: Infor.
- Välvirronen, Esa (2009). *Journalismi murroksessa*. Helsinki: Gaudeamus.
- Välvirronen, Esa (2009). *Journalismi kriisissä? Teoksessa Kari Karppinen & Janne Matikainen (toim.) Julkisuus ja demokratia Tampere: Vastapaino*.
- Van Dijk, Teun (1998). *Ideology. A Multidisciplinary approach*. London: Sage.
- Wall, Melissa (2005). *Blogs of war. Weblogs as news. Journalism: Theory, practice and criticism*. Volume 6. Number 2. May 2005 ISSN 1464-8849. Sage Publications.
- Weber, Max (1978). *Economy and Society: An Outline of Interpretative Sociology* (2 osaa (toim.) G Roth and C. Wittich). Berkeley, California: University of California Press.
- Williams A., Wardle C., and Wahl-Jorgensen, K. (2011): *Have They Got News for Us? Audience Revolution or Business as Usual at BBC*, *Journalism Practice*.
- Williams, Raymond, (1983). *Keywords: A vocabulary of culture and society*. London: Fontana Press.
- World Disasters Report (2005). *Focus on information in disasters*. International Federation of Red Cross and Red Crescent Societies.
- Zelizer, B (2004). *When War is Reduced to a Photograph*, in S. Allan and B. Zelizer (eds), *Journalism After September 11*, London: Routledge.
- Zelizer, B (2007). *On Having Been There: "Eyewitnessing" as a Journalistic Key Word*, *Critical Studies in Media Communication*, 24:5.

## LEHTIARTIKKELIT

- Helsingin Sanomat, 21.2.2013. Sanomatalon syöksylaskija. Anu Nissisen haastattelu.
- Journalisti, 23.11.(2007)
- STT 11.11.(2007)
- STT 11.11.(2007)
- The Economist 9.7.(2011)
- The Economist 9.6.(2012)

## SÄHKÖISET LÄHTEET

- Herkman, Juha. (2003) Omituksen keskittyminen ja median sisällöt.  
[http://europa.eu.int/comm/avpolicy/media/index\\_en.html](http://europa.eu.int/comm/avpolicy/media/index_en.html).
- CNN I-Report <http://edition.cnn.com/exchange/>
- Dan Gillmors eJournal: [bayosphere.com/blog/dangillmor](http://bayosphere.com/blog/dangillmor)
- Dao, F. (2011, July 29). We share too much, and it's stifling innovation.  
 Retrieved February 7, 2012, from Washington Post:  
[http://www.washingtonpost.com/national/on-innovations/we-share-too-much-and-its-stifling-innovation/2011/07/28/gIQAoVrgfI\\_story.html](http://www.washingtonpost.com/national/on-innovations/we-share-too-much-and-its-stifling-innovation/2011/07/28/gIQAoVrgfI_story.html)
- Doherty, Benjamin (2011) [electronicintifada.net/blogs/benjamin-doherty/nprs-andy-carvin-reportter-or-participant-libyas-war](http://electronicintifada.net/blogs/benjamin-doherty/nprs-andy-carvin-reportter-or-participant-libyas-war)
- Mäkinen, Esa (2013) Suomi-Twitterin Top 100 seuratuimmat. Ilta-Sanomat ja Niinistö kärjessä, [www.esamakenen.fi/e/suomi-twitterin-top-100-seuratuimmat-ilta-sanomat-ja-niinisto-karjessa](http://www.esamakenen.fi/e/suomi-twitterin-top-100-seuratuimmat-ilta-sanomat-ja-niinisto-karjessa)
- Finnpanel (2012) Tv:n katselu eri vuosina.  
<http://www.finnpanel.fi/tulokset/tv.php>
- Hampus Brynolf (2013) Find Finnish speaking twitter user,  
[www.finnishtwitter.com/graph](http://www.finnishtwitter.com/graph)
- Hermida, A, ( Sourcing the Arab Spring: A Case Study of Andy Carvin's Sources During the Tunisian and Egyptian Revolutions:  
<http://online.journalism.utexas.edu/2012/papers/Hermida.pdf>
- Internetin käyttö, NetTrack 2012 -tutkimus, TNS-gallup:  
<http://www.iab.fi/tutkimustietoa/internetin-kaytto/>
- Kellner, Douglas (2007) Media spectacle and the "Massacre at Virginia Tech".  
 Fast Capitalism 3:1. Saatavilla: [www.fastcapitalism.com](http://www.fastcapitalism.com).
- Jaron Lanier:  
[http://www.nytimes.com/2010/01/12/science/12tier.html?pagewanted=all&\\_r=0](http://www.nytimes.com/2010/01/12/science/12tier.html?pagewanted=all&_r=0)
- Lee, Dave (2013) Boston bombing: How internet detectives got it very wrong  
<http://www.bbc.co.uk/news/technology-22214511>
- Limnell, Jarmo, (2012) Sotaa sosiaalisessa mediassa.  
<http://blogit.iltalehti.fi/jarno-limnell/2012/11/18/sotaa-sosiaalisessa-mediassa/>
- Lintulahti, Matti (2009) Lääkettä lehdistön kurimukseen. Mediablogi:  
[www.mattilintulahti.net/mediablogi](http://www.mattilintulahti.net/mediablogi)
- Maksumuuri ei pelasta lehdistöä: Merja Myllylahti 4.12.2012 Uusi Suomi  
<http://www.uusisuomi.fi/raha/55588-tutkija-merja-myllylahti-maksumuuri-ei-pelasta-lehdistoa>
- OurMedia: [www.ourmedia.org](http://www.ourmedia.org)  
<http://paidcontent.org/2013/02/08/five-ways-media-companies-can-build-paywalls-around-people-instead-of-content/>
- Pekkala, Pekka (2011) <http://www.hs.fi/juttusarja/pekkala>



- Pekkala, Pekka (2012) Chasing Sustainability on the Net : International research on 69 journalistic pure players and their business models  
<http://urn.fi/URN:ISBN:978-951-44-8967-9>
- Pekkala, Pekka (2013) Pommi-iskun skuuppijahti nakersi luottamusta toimittajiin.  
<http://www.hs.fi/tekniikka/Pommi-iskun+skuuppijahti+nakersi+luottamusta+toimittajiin/a1366593622066>
- Raphael, Jordan 18.9.2001: Media Critics See Web Role Emerge,  
<http://www.oij.usc.edu/content/story.cfm?request=642>
- Reuters [www.reuters.com/crises](http://www.reuters.com/crises)
- Sanomalehtien levikkien lasku jatkuu:  
<http://www.hs.fi/talous/Sanomalehtien+levikkien+lasku+jatkui/a1305561221114>
- Thompson, Mark 5.11.2012 [www.guardian.co.uk/media/2012/nov/05/mark-thompson-lecture](http://www.guardian.co.uk/media/2012/nov/05/mark-thompson-lecture)
- We Media (2003) How audiences are shaping the future of news and information. The Media Center at the American Press Institute. Thinking Paper.