

Rikastetaanko tarina hengiltä?

Featurejuttujen digitaalinen kerronta Helsingin Sanomissa

Merituuli Saikkonen
Journalistiikan maisterintutkielma
Kevät 2017
Kieli- ja viestintätieteiden laitos
Jyväskylän yliopisto

JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO

Tiedekunta – Faculty HUMANISTIS-YHTEISKUNTA TIETEELLINEN	Laitos – Department Kieli- ja viestintätieteiden
Tekijä – Author Merituuli Saikkonen	
Työn nimi – Title Rikastetaanko lukija hengiltä? Featurejuttujen digitaalinen kerronta Helsingin Sanomissa	
Oppiaine – Subject Journalistiikka	Työn laji – Level Pro gradu -tutkielma
Aika – Month and year TOUKOKUU 2017	Sivumäärä – Number of pages 87 + liitteet (3)
<p>Tiivistelmä – Abstract</p> <p>Opinnäytetyöni on journalistisen työn ja pro gradu -työn yhdistelmä. Työssäni selvitän, miten pitkien lehtijuttujen digitaalinen kerronta rakentuu Helsingin Sanomien featuretoimituksessa. Lähestyn aihetta triangulaation avulla eli yhdistämällä eri aineistoja ja metodeja. Tutkimukseni aineistona toimivat teemahaastattelut ja Helsingin Sanomien sunnuntaisivuilla 15.4.2017 ilmestynyt juttuni Raskausviikko 23 ja jutun tekoprosessista pitämäni työpäiväkirja. Teemahaastatteluja varten haastattelin kuutta Helsingin Sanomien toimittajaa. Haastattelujen aiheena oli featurejuttujen digitaalinen kerronta. Omaa juttuprosessiani tarkastelin autoetnografian keinoin, haastatteluja purin haastatteluanalyysin avulla.</p> <p>Tutkimuksessani selvisi, että Helsingin Sanomien featuretoimituksen työtä ohjaa pitkälti paperilehti. Digitaaliseen kerrontaan toimituksessa on kuitenkin sekä intoa että näkemystä. Digitaalisen kerronnan isoimmat haasteet näyttävät tällä hetkellä liittyvän siihen, että monimutkaisimpien digitaalisten rikasteiden tekeminen on Helsingin Sanomissa keskitetty erilliseen yksikköön, datadeskiin. Haastateltavien mukaan datadeski ei pysty tuottamaan sellaisia digitaalisia rikasteita, joista featurejutut parhaiten hyötyisivät. Asiaa helpottaisi, jos digitaalisen kerronnan tekninen osaamisen tuotaisiin osaksi featuretoimitusta.</p> <p>Digitaaliseen kerrontaan on Helsingin Sanomien featuretoimituksessa tullut alkuinnostuksen jälkeen malttia. Erityisen huolissaan toimituksessa ollaan oltu siitä, etteivät digitaaliset rikasteet häiritse lukijan lukukokemusta tai riko tarinan imua. Toimituksen huoli on tutkimukseni mukaan perusteltu, sillä teorialuvussa esiteltujen tutkimusten mukaan myös lukijat ovat huolissaan lukukokemuksen häiriöalttiudesta. Featurejuttujen digitaalista kerrontaa suunniteltaessa keskiössä tulisikin olla mahdollisimman häiriötön lukukokemus ja tarinan tukeminen. Olisi myös tärkeää, että digitaalinen lukukokemus tarjoaisi lukijalle jotain uutta, mikä houkuttelisi lukijan digitaalisen tuotteen pariin.</p> <p>Tutkimukseni mukaan Helsingin Sanomissa olisi myös hyvä käydä keskustelua siitä, mitä juttujen digitaalisella kerronnalla tavoitellaan. Yhteinen päämäärä ja tavoitteiden asettaminen auttaisi toimitusta ymmärtämään, mihin suuntaan digitaalista kerrontaa tulisi viedä.</p>	
Asiasanat – Keywords digitaalinen kerronta, feature, sanomalehti, verkkojournalismi, rikastaminen, visualisointi, Helsingin Sanomat	
Säilytyspaikka – Depository Jyväskylän yliopisto	
Muita tietoja – Additional information	

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	5
2	TÄRKEIMMÄT KÄSITTEET	7
	2.1 Digi edellä	7
	2.2 Mobiilijournalismi.....	8
	2.3 Feature	8
	2.4 Verkkorikastaminen	9
3	JOURNALISMI MENI NETTIIN	11
	3.1 Digitalisaatio toi internetin koteihin.....	11
	3.2 Konvergenssien kautta kohti sähköistä maailmankylää.....	12
	3.3 Painettu lehti painuu verkkoon.....	14
	3.4 Kilpailu verkossa on kovaa, kielialue suojelee Suomea	17
4	DIGITAALINEN LUKEMINEN JA KERRONTA	21
	4.1 Lukeminen siirtyy pienille ruuduille	21
	4.2 Laite pienenee, keskittymiskyky heikkenee.....	23
	4.3 Hyvä juttu saa olla pitkäkin.....	25
	4.4 Digitaalinen kerronta Helsingin Sanomissa ja 16 esimerkkiä.....	27
	4.4 Lukija toivoo rikasteita maltilla	34
5	TUTKIMUSAINEISTO JA -MENETELMÄT	35
	5.1 Tutkimuskysymykset	35
	5.2 Aineisto ja metodivalinnan perustelu.....	35
	5.3 Haastattelujen tekeminen ja luokittelu	37
	5.4 Haastateltavien anonymiteetti	39
	5.5 Oman lehtijutun syntyprosessi	40
	5.6 Oma positio ja tutkimusetiikka	42
6	TULOKSET	44
	6.1 Intoa on, kuten myös hyviä kokemuksia	44
	6.2 Digi edellä tunnetaan, perusteluja kaivataan.....	46
	6.3 Mobiili köyhdyttää	51
	6.4 Hyvä rikaste tukee tarinaa, eikä keskeytä lukemista.....	53
	6.5 Digitaalinen kerronta osaksi visuaalista suunnittelua	56
	6.6 Videot esimerkkinä digitaalisesta säntäilystä.....	59
	6.7 Oman jutun digitaalinen kerronta ja analytiikka	60
7	TUTKIMUKSEN ARVIOINTI	69
	7.1 Triangulaation ja tutkimusmenetelmien arviointi	69
	7.2 Haastattelujen ja oman juttuprosessin arviointi	70
8	JOHTOPÄÄTÖKSET	73
	8.1 Muista kolme asiaa: tarina, häiriöalttius ja kännykkä	73

	4
8.2 Kymmenen vinkkiä Helsingin Sanomille	80
8.3 Jatkotutkimusaiheet	81

KIRJALLISUUS

LIITE 1: Haastattelurunko

LIITE 2: Juttu Helsingin Sanomien digitaalisessa Päivän lehdessä 15.4.2017

LIITE 3: Juttu Helsingin Sanomien paperilehdessä 15.4.2017

1 JOHDANTO

Tammikuussa 2013 olin huolissani. Helsingin Sanomat oli juuri muuttunut tabloid-kokoiseksi ja minä pohdiskelin, säilyykö lukukokemukseni pienemmässä paperikoossa ennallaan. Monta viikkoa taittelin lehden laukkuun ja luin sitä bussissa. Mielestäni lehti oli linja-autossa lukemiseen vihdoin sopivan kokoinen. Uskoin vakavissani – enkä totisesti ollut ainoa – että pienempi lehti houkuttelisi sisällön pariin uusia lukijoita.

Neljä vuotta myöhemmin aloitin sunnuntaiaamuni lojumalla olohuoneeni sohvalla. Postilaatikkooni oli tullut Helsingin Sanomat. Sunnuntain lehti, viikon paras numero, ajattelen. Mutta en jaksanut hakea sitä. Eikä minun tarvinnutkaan. Avasin älypuhelimeni ja käytin aamun ensimmäiset tunnit lukemalla isoja artikkeleja pikkuruiselta ruudulta. Päivän mittaan tartuin puhelimeen vielä monta kertaa. Luin uutisia Helsingin Sanomien sovelluksen kautta ja availin linkkejä, joita ystäväni suosittelivat Facebookissa. Paksu paperilehti, jonka vankkumaton kannattaja vielä hetki sitten olin, unohtui yhä useammin postilaatikkoon. En enää koskaan taitellut sitä laukkuuni. Sen sisältö kulki taskuni pohjalla pienessä puhelimessa. Sitä kautta, vain muutaman klikkauksen päässä, oli reitti lähes minkä tahansa tiedon lähteille.

Lukeminen on muuttunut digitaaliseksi ja lukemisalustat yhä pienemmiksi (Baron 2013, 193; Hill & Lashmar 2014, 8). Se ei voi olla vaikuttamatta lukemiseen ja journalismiin. Onko digitaalinen lukeminen samanlaista kuin lukeminen paperilta? Tutkimusten mukaan ei. Paperilta lukeminen on nautinnollisempaa. Digitaaliselta alustalta luettaessa mieli karkaa helpommin, pahiten kännykältä luettaessa. (Herkman & Vainikka 2012, 41; Mitchell, Stocking & Matsa 2016, 6). Lyhyiden uutisten lukeminen kännykältä vielä taittuu, mutta miten 9x6-senttimetrin kokoiselle ruudulle mahdutetaan kymmeniä tuhansia merkkejä pitkä featurejuttu. Ja haluavatko lukijat edes pitkiä tekstejä kännyköihin. Jo pelkkä skrollaaminen ja naputtelu vie osa lukunautinnosta. Keskimäärin pitkää juttua digitaalisesti lukeva näpäyttää näyttöä 5,5 sekunnin välein (Mitchell, Stocking & Matsa 2016, 6). Kuulostaa työläälle.

Siitäkin huolimatta kännykällä lukeminen yleistyy valtavaa vauhtia (Newman, Fletcher, Levy & Nielsen 2016, 6). Lisäksi uusimmat tutkimukset osoittavat, että lukijat haluavat lukea digitaalisesti myös pitkiä juttuja (Marino, Jacobson & Gutsche 2016, 4–5, 30; Michell, Stocking & Matsa 2016, 5). 2010-luvun loppupuolella lukijat ovat oppineet

lukemaan pitkiä tekstejä digitaalisesti. Lukulaitteet ovat parantuneet ja paranevat jatkuvasti. Helsingin Sanomien digitilaaajista jo yli puolet lukee jutun kännykällä (Mäkinen 2016). Tiedämme siis, että lukeminen pieniltä ruuduilta yleistyy, mutta emme vielä kovin hyvin tiedä, miten sisältö tulisi pienille ruuduille tuottaa ja mitä lukija pieneltä ruudulta lukemiselta kaipaa.

Pitkille featurejutuille älypuhelimien pelikortinkokoiset ruudut ovat erityinen haaste. Oikeastaan ei ole ihme, että internetin alkuaikoina ajateltiin, etteivät ihmiset lainkaan halua lukea pitkiä juttuja netistä (Kauhanen 2007, 73; Marino, Jacobson & Gutsche 2016, 3). Niiden ei katsottu sopivan netin hälyiseen maailmaan. Muistuttihan pitkien juttujen kirjoitustyylikin enemmän kirjallisuutta kuin perinteistä uutistekstiä (Marino, Jacobson & Gutsche 2016, 3). Tilanne muuttui vuonna 2012, kun The New York Times julkaisi jättihankkeensa *Snow Fall: The Avalance at Tunnel Creek*. Tabletille suunniteltu, 17 000 sanan pituinen juttu osoitti, että digitaaliset kerronnanmuodot voivat viedä featurekerronnan digiajassa aivan uudelle tasolle. Juttu voitti featurekirjoittamisen Pulitzer-palkinnon, ja vielä vuonna 2017 sitä pidetään digitaalisen kerronnan mestarinäytteenä (Marino, Jacobson & Gutsche 2016, 3; Rue 2013, 1).

Koska lukeminen siirtyy yhä enemmän digitaaliseksi ja yhä pienemmille ruuduille, mediataloille on ensiarvoisen tärkeää ymmärtää, mitä lukijat tältä kokemukselta haluavat. Uskon myös, että featurejournalismilla tulee olemaan korostunut rooli, kun mediayhtiöt entistä kiihkeämmin pohtivat, minkälaisesta sisällöstä lukijat ovat valmiita maksamaan. Siksi keskityn opinnäytetyössäni tutkimaan featurejuttujen digitaalista kerrontaa Helsingin Sanomissa. Millaisin keinoin 128 vuotta vanha sanomalehden perintö voitaisiin kuljettaa digitaaliseen ympäristöön? Opinnäytetyössäni selvitän, mitä featurejuttujen digitaalisesta kerronnasta ajatellaan Helsingin Sanomien featuretoimituksessa, ja kokeilen käytännössä miten Helsingin Sanomien digi edellä - ohje näkyy yksittäisen featurejutun tekoprosessissa.

2 TÄRKEIMMÄT KÄSITTEET

Työn aluksi määrittelen opinnäytetyöni tärkeimmät käsitteet. Niitä on neljä: digi edellä, mobiilijournalismi, feature ja digitaalinen rikastaminen.

2.1 Digi edellä

Digi edellä, digi first, tarkoittaa journalistisen tekemisen mallia, jossa sisällön ensisijainen julkaisukanava on digitaalinen (Hill & Lashmar 2007, 8). Digi edellä on myös Helsingin Sanomien toimituksessa käytössä oleva ohje. Tässä opinnäytetyössä digi edellä -termillä tarkoitetaan Helsingin Sanomien toimituksen johdon toimitukselle asettamaa linjausta, jonka mukaan Helsingin Sanomien toimittajien tulee suunnitella kaikki juttunsa ensisijaisesti verkkoon. Ohjeen mukaan verkko on juttujen ensisijainen julkaisukanava, paperilehti toissijainen. Verkolla tarkoitetaan Helsingin Sanomien nettisivua www.hs.fi. Käsitettä ei ole tämän tarkemmin Helsingin Sanomissa määritelty, ja uskonkin että sen mieltämisessä on sekä toimittaja- että toimituskohtaisia eroja. Itse ymmärrän digi edellä -ohjeen sisältävän kaikki digitaaliset julkaisukanavat, esimerkiksi Helsingin Sanomien digitaalisen näköislehden ja Päivän lehden. Päivän lehti on Helsingin Sanomien digitaalinen versio paperilehdestä. Näköislehdessä toistuu paperilehden ulkoasu ja lehteä luetaan pääasiassa suurentamalla ja pienentämällä tekstiä. Päivän lehdessä jutut ovat luettavissa digitaalisina versioina ja niiden ulkoasu on pääosin sama kuin verkossa. Tekstiä luetaan selaamalla.

Kesällä 2016 digi edellä -ohje muutettiin Helsingin Sanomissa muotoon mobiili edellä, mobile first. Se tarkoitti, että juttujen ensisijaiseksi julkaisualustaksi nousivat älypuhelimet. Käytännössä tämä heijastui toimitustyöhön siten, että toimittajat alkoivat tarkistaa juttunsa ulkoasun niin sanotussa mobiilinäkymässä – sen sijaan, että olisivat tarkistaneet miltä juttu näyttää verkossa tai paperilehdeltä. Toimittajien työkonneilla jutun ensimmäinen ulkoasunäkymä on mobiilinäkymä. Mobiiliajattelu aiheutti juttuihin joitain uusia rajoituksia. Esimerkiksi leveitä grafiikoita piti pilkkoa kapeampiin osiin, koska leveät grafiikat skaalautuivat kännyköissä niin pieniksi, ettei niistä saanut kunnolla selvää.

Mobiili edellä -ohje ei jäänyt toimituksissa kuitenkaan elämään. Käytännössä Helsingin Sanomissa juttuja suunnitellaan verkkoon ottaen huomioon, että tekstin kaikkien osien

tulee toimia myös kännykässä. Mobiili mielletään osaksi muuta digitaalista tekemistä, eikä mobiili edellä -ohjetta käsitellä tässä opinnäytetyössä erikseen. Mikäli mobiilitekeminen joissain kohdin eroaa muusta digitaalisesta tekemisestä, siitä kerrotaan erikseen.

2.2 Mobiilijournalismi

Mobiilijournalismilla tarkoitetaan yleensä videojournalismia, jonka toimittaja on tuottanut yksin omalla älypuhelimellaan. Mobiilijournalismi lyhenne on mojo. (Sterling 2009, 1423; Quinn 2016, 24). Mobiilijournalismi on useimmiten älypuhelimella kuvattua videota, mutta se voi olla myös ääntä, kuvia tai tekstiä (Quinn 2016, 24). Mobiilijournalismi on näppärä tapa tuottaa sisältöä. Älypuhelin on langaton ja pieni ja se lähes kaikilla ihmisillä on se. Mobiilijournalismi liitetään usein myös kansalaisjournalismiin, ja sen merkitys kasvaa esimerkiksi kriisialueilla tai mielenosoituksissa (Hill & Lashmar 2014, 13–14).

Helsingin Sanomissa toimituksessa mobiilijournalismikäsitettä käytetään lähinnä puhuttaessa älypuhelimella tehdyistä mojo-videoista. Mobiilijournalismilla voidaan kuitenkin tarkoittaa myös älypuhelimelta kulutettavaa journalismia. Tässä opinnäytetyössä mobiilijournalismilla tarkoitetaan sisältöä, joka on tarkoitettu ensisijaisesti älypuhelimella kulutettavaksi. Mikäli termillä tarkoitetaan jotain muuta, siitä kerrotaan erikseen.

2.3 Feature

Feature ei ole selväpiirteinen käsite (Lassila-Merisalo 2009, 12–14; Steensen 2011, 49, 53), ja siitä on tutkijoiden ja toimittajien piirissä hieman eri määritelmiä. Feature saatetaan myös eri lehdissä mieltään hieman eri tavoin – ja jopa yhden lehden sisällä siitä saattaa olla poikkeavia näkemyksiä.

Feature liitetään usein sanomalehtien viikonloppusivustoihin, lukemisto-osiin tai aikakauslehtiin (Steensen 2011, 49). Kuutti (2012) määrittelee featuren vapaamuotoiseksi erikoisjutuksi, artikkeliksi, reportaasiksi tai ohjelmaksi, jonka aihe usein pohjautuu uutistapahtumaan, mutta juttu on uutista ajattomampi ja monipuolisempi. Kuutin mukaan yksinkertaisimmillaan featureksi määritellään usein

kaikki ei-uutismaiset, varsinkin viihdepainotteiset jutut. Myös Steensen (2011, 49–50) jakaa journalismin kahteen luokkaan: koviin uutisiin ja pehmeämpään featurejournalismiin. Tämän opinnäytetyön kannalta parhaan featuren määrittelyn tarjoaa Lassila-Merisalo, jonka mukaan selvää rajaa uutisten ja featuren väliin ei voida piirtää (2009, 16). Feature ei siis ole täysin selväpiirteinen käsite. Havainnollistan käsitteen määrittelyn vaikeutta reportaaseilla, jotka Kuutti (2012) mainitsee yhtenä featurekirjoittamisen tyyppinä. Helsingin Sanomissa reportaaseja julkaistaan paljon myös uutisosastoilla, vaikka featuren määritelmässä reportaasit usein mielletään featureksi, joka puolestaan mielletään ei-uutismaiseksi sisällöksi (kts. Kuutin määrittely). Useimmiten uutisosastoilla julkaistuissa reportaaseissa kerrotaan kuitenkin myös uutinen. Tällaisia juttuja kutsutaan Helsingin Sanomissa uutisreportaaseiksi. Tyypillinen uutisreportaasi on esimerkiksi Helsingin Sanomien kaupunkisivuilla 13.5.2017 ilmestynyt Lari Malmbergin juttu, jossa seurattiin vankilasta vapautuneen vangin elämää (Malmberg, 2017). Uutisreportaasit siis vaikeuttavan juttujen luokittelua joko featureksi tai uutisiksi.

Featuren määrittelyä voidaan myös lähestyä jutun kirjoitustavan, tyylin, mukaan. Steensenin mukaan featuretoimittajia on rinnastettu kirjailijoihin, joiden osaaminen on perustunut pitkälti kirjoitustekniikkaan ja lahjakkuuteen (2011, 53–54). Tekstin tyyllilajia korostaa myös Lassila-Merisalo ehdottaessaan journalismin lajityypiksi kaunokirjallista journalismia. Kaunokirjallisessa journalismissa faktuaalista sisältöä esitetään fiktiosta tutuin keinoin. (Lassila-Merisalo 2009, 12.) Lassila-Merisalo listaa myös muita termejä, joita voidaan käyttää featuresta puhuttaessa. Näitä ovat muassa literary, nonfiction, faction, literary journalism, creative nonfiction ja nonfiction novel (emt., 34). Lassila-Merisalonkaan määritelmä ei ole aukoton, sillä kaunokirjallisia keinoja saatetaan käyttää myös uutistekstissä. Toisaalta kaikki featuretekstit eivät myöskään ole kaunokirjallisia. Ei-kaunokirjallisesta featuretekstistä toimii esimerkkinä toimittaja Tommi Niemisen Helsingin Sanomien sunnuntaisivuilla 12.3.2017 julkaistu Facebook-haastattelu Jussi Halla-ahosta (Nieminen, 2017), joka olisi voitu julkaista sellaisenaan myös politiikan uutisena.

Helsingin Sanomissa featurella tarkoitetaan featuretoimituksen tuottamaan sisältöä. Featuretoimitus vastaa Helsingin Sanomien Sunnuntai-sivujen, Kuukausiliitteen ja Teema-lehden tekemisestä. Featuretyyppisiä juttuja tuotetaan myös Helsingin Sanomien

muilla osastoilla, erityisesti lifestyletoimituksessa. Tässä opinnäytetyössä featurella tarkoitetaan Helsingin Sanomien featuretoimituksen tuottamia pitkiä juttuja.

2.4 Verkkorikastaminen

Englanninkielessä pitkien juttujen multimedialaajennuksista puhutaan termeillä ”*multimedia narrative*” ja ”*digital longform*”. Yhdysvalloissa Kentin yliopistossa professorina toimivan Jacqueline Marinon johtamassa tutkimuksessa genren piirteiksi määriteltiin jutun yli 2 000 sanan pituus ja se, että juttuun oli liitetty multimediakerrontaa, valokuvia ja infografiikkaa (Marino, Jacobson & Gutsche 2016, 3).

Suomenkielessä lajityypillä ei vielä ole käyttöön juurtunutta sanaa. Helsingin Sanomissa puhutaan sekä verkkorikasteista että verkkokerronnasta. Termejä ei ole määritelty tarkemmin. Tässä opinnäytetyössä verkkorikasteiksi määritellään kaikki ne elementit, joiden esittäminen paperilehdessä ei ole mahdollista. Verkkorikasteet ovat digitaalisia. Verkkorikasteita ovat esimerkiksi interaktiivinen grafiikka, jutun sisällä olevat digitaaliset testit ja kahdesta valokuvasta tehty vaihtokuva. Perinteinen leipäteksti ja lehdessä oleva kuvitus eivät ole verkkorikasteita. Ne ovat kuitenkin osa verkkokerrontaa, joka muodostuu kaikista jutun elementeistä: myös niistä, jotka on esitetty paperilehdessä.

Verkkorikasteita käsitellään tarkemmin luvussa 4.4.

3 JOURNALISMI MENI NETTIIN

Tässä opinnäytetyössä käsitellään digitaalista lukemista ja tarinan digitaalista elävöittämistä. Mutta ymmärtääksemme uusia kerronnan muotoja, kerrataan ensin miten tähän on tultu. Mediankäyttö ja journalismin tekeminen ovat digitalisaation myötä muuttuneet niin valtavasti, että muutosta on verrattu jopa kirjoitustaidon tai sähkövalon keksimiseen (Fidler 1997, xvi, 89). Tähän lukuun on tiivistetty journalismin historia ja nykytila. Vaikka myös sähköinen viestintä, kuten televisio ja radio, ovat kokeneet digitalisaation, tämän tarkastelun keskiössä ovat sanomalehdet.

3.1 Digitalisaatio toi internetin koteihin

Median murroksen taustalla on digitalisaatio. Käytännössä digitalisaatio tarkoittaa sitä, että tieto on digitaalista ja se on pakattavissa ykkösiksi ja nolliksi. Myös tiedon luonne on muuttunut, koska digitaalisena sitä voidaan entistä helpommin säilyttää ja jakaa. Mutta milloin digitalisaatio oikeastaan alkoi? Vastaus riippuu siitä, keneltä asiaa kysyy.

Joskus digitalisaation ensimetrejä kaivellaan hyvinkin kaukaa historiasta: esimerkiksi 1830-luvulta, jolloin matemaatikko Charles Babbage kehitti tietokoneen alkuajatuksen (Athique 2013, 5). Mutta useimmiten digitalisaation alkusysäykset asetellaan 1970- ja 1980-luvuille (esim. Cairncross 2005, 4; Castells 2009, 56). Castellsin näkemyksen mukaan digitalisaatio alkoi 1970-luvulla, kun ensimmäiset tietoverkot ja kaapeliverkkojen esiasteet syntyivät. 1980- ja 1990-luvuilla kehityksen vauhti kiihtyi. Tietokoneet alkoivat pienentyä ja ne löysivät tiensä ihmisten työpaikoille ja koteihin. (Castells 2009, 58–59; Fidler 1997, 139–143.) Samaan aikaan internetin käyttäjämäärät alkoivat lisääntyä nopeasti. Suomessa netti löi itsensä läpi vuonna 1994 (Herkman & Vainikka 2012, 17). 1990-luvun lopussa internet oli jo varsin laajasti käytössä (Cairncross 2005, 6; Castells 2009, 62–63, Ojala & Uskali 2005, 147). Ihmiset ottivat sen omakseen ja netin käytöstä tuli valtavirtaa. Kun joku asia tavoittaa ihmiset nopeasti, uudet tavat voivat levitä hyvinkin nopeasti (Fidler 1997, 10–11) – ja niin kävi netille. 2000-luvun lopussa netti löysi tiensä ihmisten koteihin (Castells 2009, 58–59). Vuonna 2008 maailmassa oli jo 1,4 miljardia netin käyttäjää, kun niitä vuonna 1995 oli ollut 40 miljoonaa (Castells 2009, 62). Nyt internet alkaa olla lähes kaikkien saatavilla. Suomessa kaikki 16–55-vuotiaat käyttivät internetiä vuonna 2016, 16–89-vuotiaistakin 88 prosenttia (Suomen virallinen tilasto: Väestön tieto- ja viestintätekniikan käyttö

2016). Ja kun nettiä alkaa käyttää, sitä käyttää herkästi useita kertoja päivässä. Alle 45-vuotiaista suomalaisista nettiä käytti useita kertoja päivässä 96 prosenttia, kuten myös yli puolet niistä 75–89-vuotiaista, jotka olivat ottaneet netin käyttöönsä (emt.).

3.2 Konvergenssien kautta kohti sähköistä maailmankylää

Digitalisaatiota voidaan tarkastella myös konvergenssien kautta. Konvergenssi tarkoittaa sulautumista uuteen teknologiaan (Fidler 1997, 25; Hill & Lashmar 2014, 10; Pavlik & McIntosh 2005, 68; Vehkoo 2011, 29). Konvergensseja voidaan määritellä monia (konvergenssista ks. esim. Pavlik & McIntosh 2005, 67–79; Hill & Lashmar 2014, 12) ja medioiden muuttumista voidaan kuvata muillakin termeillä (esim. mediamorfoosista ks. Fidler 1997, 22–29). Konvergensseissa oleellista on se, etteivät uudet mediat tai journalismin tekemisen tavat synny tyhjästä, vaan vanhojen käytäntöjen tai teknologioiden päälle. Niinpä nykymedia onkin oikeastaan monen pienen konvergenssin lopputulos (Fidler 1997, 27).

Konvergenssitermi tuli laajempaan käyttöön 1990-luvulla internetin, kännyköiden ja digitaalisen television yleistyttyä (Herkman 2008, 154), mutta sen juuret ovat kauempana. Konvergenssiteorian pioneerina ja digitaalisen vallankumouksen varhaisimpana ennustajana pidetään kanadalaista yhteiskuntatieteilijää Marshall McLuhania (1911–1980). McLuhan lanseerasi vuonna 1951 käsitteen ”sähköinen maailmankylä”, *global village*, jossa tiedonvälitys on muuttunut tietokonevälitteiseksi, minkä seurauksena aika ja paikka ovat menettäneet merkityksensä: ihmiset kun voivat kommunikoida keskenään missä ja milloin vain (Athique 2013, 24–25; Fidler 1997 98–100; Pietilä 2004, 150–151). Vaikka McLuhania onkin arvosteltu vaikeaselkoisuudesta ja teknologiaan liittyvästä ylioptimismista (mm. Athique 2013, 26; Fidler 1997, 99; Pietilä 2004, 155; Stoll 2005, 190), hänen ennustustaan voidaan kuitenkin pitää nykyhetken valossa melko osuvana.

Mediakonvergensseja voidaan luokitella edelleen. Melko yleisesti puhutaan teknologisesta konvergenssista, omistuksen ja talouden konvergenssista sekä sisällön konvergenssista (Herkman 2003, 151). Teknologisella konvergenssilla tarkoitetaan teknologian muutosten aiheuttamia sisällön ja median esitystapojen muutosta (Fidler 1997, 25; Herkman 2003, 151). Teknologista konvergenssia voidaan havainnollistaa esimerkiksi Helsingin Sanomien kautta: vielä 1970-luvulla jokainen lehden sivu

ladottiin käsin (Helsingin Sanomien historiikki 2012, 36), ja vuonna 2017 toimittajat kirjoittavat juttunsa kannettavilla tietokoneilla nettilomakkeille ja verkko on määritelty niiden ensisijaiseksi julkaisualustaksi.

Omistuksen ja talouden konvergenssi tarkoittaa mediakentällä tapahtuvien omistusten, teknologioiden ja markkinoinnin sopeutumista uuteen teknologiaan (Pavlik & McIntosh 2005, 68; Herkman 2003, 154–155; Hill & Lashmar 2014, 12). Käytännössä tämä on tarkoittanut omistuksen tiivistymistä eli sitä, että mediat ovat yhä harvempien omistuksessa. Esimerkiksi vuonna 1983 Yhdysvaltojen mediamarkkinoita hallitsi 50 yritystä, vuonna 1987 enää 29 yritystä, vuonna 1990 23, vuonna 1997 kymmenen, vuonna 2000 kuusi ja vuonna 2004 viisi (Castells 2009, 75). Suomen suurin mediatalo on Sanoma, joka omistaa myös Helsingin Sanomat. Euroopan laajuisesti Sanoma toimii viidessä maassa ja työllistää yli 7 500 ihmistä. (Mediaomistuksen keskittymisestä lisää esim. Castells 2009 75–92, 422–445; Herkman 2003, 151; Hill & Lashmar 2014, 13; Ojala & Uskali 2005, 123–129.)

Perinteisten, välineisiin sidottujen esitystapojen murrosta kuvataan muodon ja sisällön konvergenssiksi (Herkman 2003, 153). Tämän opinnäytetyön kannalta sisällön konvergenssi on konvergensseista tärkein. Muodon ja sisällön konvergenssia on vaikkapa se, että perinteiseen lehtijuttuun liitetään netissä video, interaktiivista grafiikkaa tai ääniraita. Tämä konvergenssi on näkynyt eniten myös tavallisille toimittajille, joiden on ollut pakko opetella uusia taitoja. Lehtitoimittaja kun ei enää voi olla vain hyvä kirjoittaja. Yhä useammin häneltä odotetaan myös muita taitoja: milloin videoeditointia, milloin ääniraidan spiiikkaamista (Vehkoo 2011, 29). Uuden ajan toimittajan tulee myös osata ajatella visuaalisesti ja ymmärtää, millainen esitystapa tukee sisältöä parhaiten (Hill & Lashmar 2014, 80–81). Esimerkiksi Helsingin Sanomissa jokaisen toimittajan tulee osata juttujen rikastaminen nettiin ja iso osa osaa tehdä myös videoita.

Uusimpana konvergenssina pidetään tekniikan muuttumista langattomaksi.

Journalismin tulevaisuuden kannalta langattomuus on hyvin kiinnostava asia, sillä se tarkoittaa, että ihmisillä on pääsy mediasisältöihin missä ja milloin vain.

Langattomuuden myötä uusimmat uutiset ovat ihmiset saatavilla koko ajan (langattomuuden vaikutuksista lisää esim. Cairncross 2009, 7–10; Fidler 1997, 186–188; Hill & Lashmar 2014, 102). Langaton teknologia onkin vallannut maailman

nopeammin kuin mikään muu viestintäteknologia koskaan ennen. Vuonna 1991 maailmassa oli noin 16 miljoonaa langatonta puhelinta, 2008 noin 3,4 miljardia. (Castells, 2009, 62–63.) Langatonta internetiä käytetään erityisesti matkapuhelimen kautta. Suomalaisista aikuisista 65 prosenttia käytti nettiä kännykällä kodin ja työpaikan ulkopuolella vuonna 2016 (Suomen virallinen tilasto: Väestön tieto- ja viestintäteknikan käyttö 2016).

Yhä suurempi osa maailman väestöstä on jatkuvasti verkossa, *online*. Sen muuttaa elämässämme monia asioita: tapaamme olla yhteydessä, tapaamme käsittää työn ja vapaa-ajan tai yksityisen ja yhteisöllisen tilan rajoja (Kauhanen 2007, 50). Mutta se tarkoittaa myös sitä, että uutiset tavoittavat ihmiset yhä nopeammin. Vielä vuonna 2004 Intian valtameren tsunamista moni sai tietää vasta aamunlehdestä (Ojala & Uskali 2005, 160), kun taas vuonna 2015 uutinen popyhtye One Directionin hajoamisesta levisi maailmalle 15 sekunnissa (Twitter, 2016). Muutamissa minuuteissa, jopa sekunneissa, tämä joukko muodostaa jo oman pienen maailmansa. (Castells 2009, 348–349.) McLuhanin ennustus sähköisestä maailmankylästä on käynyt toteen.

3.3 Painettu lehti painuu verkkoon

Millaisia vaikutuksia digitalisaatiolla sitten on journalismille? Kuten edellä on kuvattu, digitalisaation myötä journalismi on siirtynyt entistä enemmän verkkoon. Olosuhteet näin suurelle muutokselle eivät ole helpot. Samaan aikaan, kun median kuluttaminen ja tekeminen on isossa murroksessa, kansainvälinen talous on vaikeuksissa. Media kohtaa samaan aikaan kaksi murrosta: sisäisen ja ulkoisen. 2010-luvulla mediakentällä onkin koettu paljon taloudellisia leikkauksia ja työpaikkojen menetyksiä, kun uutiskoneistoja on mukautettu nykyaikaan (Newman, Fletcher, Levy & Nielsen 2016, 7).

Erityisesti digitalisaatio on kuristanut printtilehtiä, joiden levikit ovat olleet laskussa jo 1980-luvulta saakka (Ojala & Uskali 2005, 126). Jo 1990-luvulla oltiin huolissaan, etteivät silloiset nuoret – joita luonnehdittiin tv-sukupolveksi – enää tiedä mikä sanomalehti on (Fidler 1997, 115). Viimeisten viiden vuoden aikana päivälehtien lukijamäärät ovat pudonneet vielä entistä jyrkemmin (Newman, Fletcher, Levy & Nielsen 2016, 8). Suunta on näkynyt myös Suomessa, jossa sanomalehtien kokonaislevikki laski vuosina 2000–2010 16 prosenttia ja aikakauslehtien yhteislevikki 9 prosenttia (Herkman & Vainikka 2012, 14). Helsingin Sanomien kehitys on näkynyt

vuosia (taulukko 1) ja levikkikato on kiihtynyt vuosituhanen alusta. Vuosina 2000–2010 Helsingin Sanomien painetun lehden levikki laski yli 14 prosenttia. Vuosien 2010 ja 2016 välillä Helsingin Sanomien painetun lehden levikki putosi 34 prosenttia.

TAULUKKO 1

Helsingin Sanomien painetun lehden levikki vuosina 2000, 2010 ja 2016
(Lähde: MediaAuditFinland)

	2000	2010	2016
Helsingin Sanomat	446 972	383 361	252 058

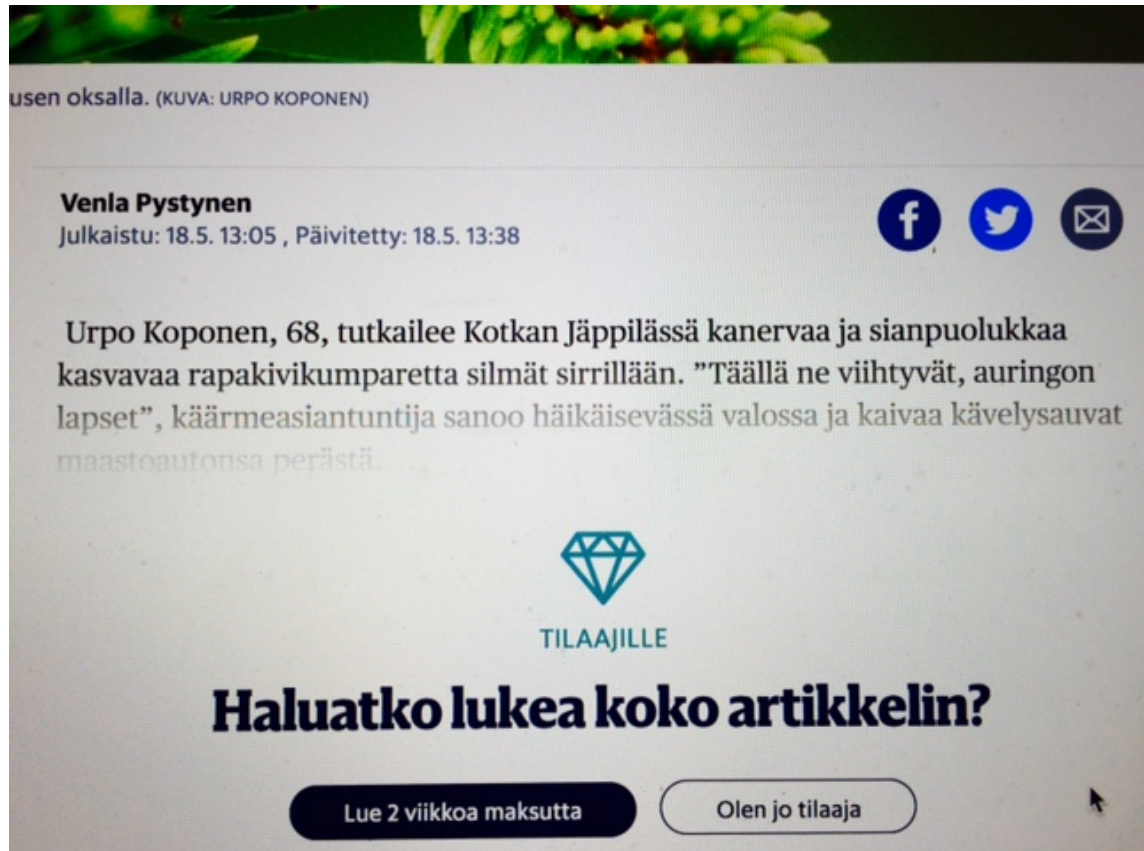
Alun perin internetin uskottiin mullistavan tiedonvälityksen perinpohjaisesti. Pienten uutistuotantoyhtiöiden epäiltiin ottavan netin uutistuotanto haltuun, mutta niin ei näytä käyneenkään. Päinvastoin isot uutisorganisaatiot hallitsevat sisällöntuotantoa myös verkossa. (Ojala & Uskali 2005, 148.) 26 maata kattavassa mediankäyttövertailussa kaksi kolmesta vastaajasta kertoi käyvänsä viikoittain perinteisen mediatalon verkkosivuilla (Newman, Fletcher, Levy & Nielsen 2016, 25–26).

Levikkikadosta osa korvautuu nettitavoittavuudella, sillä mediatalot jakavat sisältönsä nyt verkossa. Siksi painetun sanomalehden levikin tarkastelu ei mielestäni anna median käytöstä tai median tavoittavuudesta oikeaa kuvaa. Printtilehden rinnalle tai tilalle myydään yhä useammin myös digilehden käyttöoikeudet, jonka takia niin sanottu kokonaistavoittavuus on mielestäni kuvaavampi mittari lehden lukijamääriä mitattaessa.

Suomessa sanomalehdillä on erilaisia verkkostrategioita. Kaksi kolmesta sanomalehtitalosta on luonut niin sanotun maksumuurin (Newman, Fletcher, Levy & Nielsen 2016, 51), joka tarkoittaa sitä, että osa sisällöstä on luettavissa ilmaiseksi ja osa on maksumuurin takana. Myös Helsingin Sanomilla on maksumuuri. Iso osa Helsingin Sanomien sisältöä on tarjolla maksutta, mutta osa jutuista suljetaan muuriin suoraan. Ne ovat vain tilaajien luettavissa. Helsingin Sanomissa näitä erikseen muuriin suljettuja juttuja kutsutaan timanttijutuiksi. Kun Helsingin Sanomien ei-tilaaja klikkaa timanttijuttua, sivusto tarjoaa hänelle näytetilausta.

KUVA 1

Näin Helsingin Sanomat tarjosi näytetilausta ei-rekisteröityneelle kävijälle 18.5.2017. (Kuvakaappaus: HS.fi)



Kokonaistavoittavuus on siis painetun lehden levikkilukuja järkevämpi mittari, kun halutaan tietää kuinka monta ihmistä media tavoittaa. Kokonaistavoittavuuslukuun lasketaan mukaan sekä lehden paperitilaaajat että digitilaaajat sekä niin sanotut yhdistelmätilaajat, joilla paperisen lehden rinnalla on myös digilukuoikeudet. Tätä lukua tarkastellessa (taulukko 2) Helsingin Sanomien tilanne ei näytä ihan yhtä synkältä – vaikkei se kovin hyvältäkään näytä.

TAULUKKO 2

Helsingin Sanomien LT- levikki (vain painettu + painettu & digi), LT-kokonaislevikki (vain painettu + painettu & digi + vain digi) ja digilevikki (painettu & digi + vain digi) vuosina 2016, 2015, 2014 ja 2013 (Lähde: MediaAuditFinland)

	2016	2015	2014	2013
LT-levikki	252 058	267 094	285 223	313 062
LT-kokonaislevikki	321 828	324 451	331 551	354 737
Digilevikki	180 745	174 265	161 180	130 537

Paperilehden levikki on laskenut vuodesta 2013 vuoteen 2016 mennessä 19 prosenttia, kokonaistavoittavuus yhdeksän prosenttia. Toisaalta digitilausten määrä on samana aikana kasvanut 39 prosenttia. Levikki siis laskee, mutta pudotus ei ole ihan niin jyrkkää kuin pelkän paperilehden tilausmäärän tarkastelu osoittaa. Osa lukijoista siirtyy käyttämään sanomalehden sijaan verkkouutisia.

Helsingin Sanomien osalta levikkilukuja voidaan avata vieläkin tarkemmin, koska vuosina 2015 ja 2016 levikkitarkistukset tekevä MediaAuditFinland on Helsingin Sanomien osalta toimittanut yksityiskohtaiset digitilauksia koskevat tiedot (taulukko 3).

TAULUKKO 3

Helsingin Sanomien kokonaislevikki (vain painettu + painettu & digi + vain digi), LT-levikki (vain painettu + painettu & digi), LT vain painettu, LT painettu + digi ja LT vain digi vuosina 2016 ja 2015 (Lähde: MediaAuditFinland)

	2016	2015
Kokonaislevikki	321 828	324 451
LT-levikki	252 058	267 094
LT vain painettu	141 083	150 186
LT painettu + digi	110 975	116 908
LT vain digi	69 770	57 357

Niistä selviää, että vuonna 2016 Helsingin Sanomien tilaajista 44 prosenttia tilasi pelkkää paperilehteä, 22 prosenttia pelkkää digilehteä ja 34 prosenttia molempia. Vuonna 2015 vastaavat osuudet olivat 46 prosenttia tilaajista tilasi pelkkää paperilehteä, 18 prosenttia pelkkää digilehteä ja 36 prosenttia molempia.

Yhä useampi lukija siirtyy siis jatkuvasti digitaalisen tilauksen pariin ja luopuu paperitilauksesta. Muutosta voidaan pitää yllättävän hitaana, mutta tärkeää onkin suunta: lukeminen siirtyy pois paperilta.

Digitaalisista tilauksista puhuttaessa on toisaalta kuitenkin muistettava, että edelleen Helsingin Sanomien suosituin lukutapa on lukea lehteä paperilta. Niin tekee lähes puolet Helsingin Sanomien lukijoista. Myös kansainvälisesti suomalaisen lehdistön tila on hyvä – tai ainakin paljon parempi kuin useissa muissa maissa. Printtilehdillä on

Suomessa vakaa asema, ja niiden käyttö vähenee monia muita maita hitaammin (Ojala & Uskali 2005, 123; Newman, Fletcher, Levy & Nielsen 2016, 51–52).

3.4 Kilpailu verkossa on kovaa, kielialue suojelee Suomea

Kulunutta kysymystä käyttäen voisi kysyä, onko digitaalisuus mediataloille sitten uhka vai mahdollisuus. Molempia. Erityisesti monikanavaiset mediatalot hyötyvät digitalisaatiosta. Sen myötä sisältö on entistä näppärämmässä muodossa digitaalisesti, ja mediajättien on entistä helpompi muokata sitä ja jakaa sisältöä edelleen omissa kanavissaan (Castells 2009, 72). Sanomalehdiltä sisällön digitaalinen levittäminen poistaa myös paino- ja jakelukustannukset (Hill & Lashmar 2014, 8). Toisaalta sisällön jakaminen on helppoa myös ihan tavalliselle sisällön kuluttajalle, eikä sisältöjen jakaminen enää olekaan vain perinteisten mediatalojen etuoikeus (Castells 2009, 70, 133–134; Hill & Lashmar 2014, 27; Newman, Fletcher, Levy & Nielsen 2016, 28; Weinberger 2009, 43). Neljännes nettiutisten lukijoista jakoi uutisisältöä sosiaalisessa mediassa vuonna 2016 (Newman, Fletcher, Levy & Nielsen 2016, 10). Eniten ihmiset jakavat positiivisia ja itselleen merkityksellisiä uutisia (Marino, Jacobson & Gutsche 2016, 25–26; Newman, Fletcher, Levy & Nielsen 2016, 10). Samaan aikaan sisältöä on entistä enemmän saatavilla ilmaiseksi. Yhtälö on kimurantti, ja se on johtanut tilanteeseen, jossa digitaalinen sisällöntuotanto hakee vielä ansaintalogiikkaansa (Castells 2009, 65; Freedman 2010, 35–37; Ojala & Uskali 2005, 148–149). Edellisessä alaluvussa esitelty maksumuurimalli on niistä yksi.

Perinteisten mediatalojen tilannetta eivät lainkaan helpota digitalisaation mukana tuomat uudet, kansainväliset kilpailijat. Utisten jakamisesta kilpailevat myös uudet toimijat: esimerkiksi Google, Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, Snabchat ja WhatsApp. (Castells 2009, 96–97; Hill & Lashmar 2014, 9; Newman, Fletcher, Levy & Nielsen 2016, 10.) Etenkin sosiaalisen median rooli on kasvanut viime vuosina. 26 maan kansalaisten mediankulutustottumuksia kartottaneen tutkimuksen mukaan mediankuluttajista jo yli puolet käyttää sosiaalista mediaa uutisseurantaan vähintään kerran viikossa. Erityisen suosittu on yhteisöpalvelu Facebook, jonka käytössä uutisisältö on jatkuvasti isommassa roolissa. Vuonna 2015 Facebookia käytti uutisseurantaan 44 prosenttia vastaajista ja videopalvelu YouTubea 19 prosenttia. Joka kymmenennelle Facebook oli pääasiallinen uutislähde. (Newman, Fletcher, Levy & Nielsen 2016, 8–10.)

Se, mitä kautta lukijat sisällön löytävät, on tärkeää. Mutta journalismin elinkelpoisuuden kannalta vähintään yhtä tärkeitä ovat mainostajat (Feldman 1997, 153; Fidler 1997, 261). Journalismin onneksi myös mainosraha on siirtymässä nettiin Castells 2009, 80) – ovathan kohderyhmätkin siellä. Verkkomainoksista saadut rahat toisin eivät vielä ole lähelläkään sitä tasoa, jota mainostajat maksavat ilmoituksista sanomalehdissä. Esimerkiksi vuonna 2015 viiden palstan levyinen, 88 millimetriä korkea työpaikkailmoitus maksoi Helsingin Sanomien Ura-liitteessä 7 718 euroa. Kuvallinen työpaikkailmoitus Helsingin Sanomien verkossa puolestaan maksoi 850 euroa ja tablettisivu 4 100 euroa. Molemmilla sai digitaalisen mainospaikan viikoksi. (Sanoma, Mediatiedot 2015.) Journalismin kannalta asia saattaa olla ongelmallinen, mutta mainostajan kannalta siinä on etunsa. Nettimainonta nimittäin mahdollistaa paperilehteä paremmin mainonnan kohdistamisen mainostajaa kiinnostaville kohderyhmille, samoin kuin se mahdollistaa räätälöidyn sisällön tarjoamisen lukijalle (Cairncross 2005, 7; Feldman 1997, 5; Hill & Lashmar 2014, 9; Kauhanen 2007, 73). Teknisesti ei olisi kovinkaan vaikeaa tarjota lukijoille vain sitä sisältöä, jota he haluavat kuluttaa. Poliitikasta kiinnostunut, liikkuva kotikokki voisi maksaa vain politiikan ja urheilun uutisista sekä resepteistä.

Toisaalta uuden haasteen uutisten digitaaliselle tuottamiselle tuovat mainosrajoittimet (ad-blockers), joita entistä useampi kytkee tietokoneisiin ja matkapuhelimiin. 25 maata käsittävässä mediankulutustutkimuksessa kahdeksalla prosentilla matkapuhelinten käyttäjistä oli kännykässään mainoksia rajoittava sovellus vuonna 2015, mutta kolmannes uskoi tekevänsä niin seuraavana vuonna. Kun mukaan otetaan kaikki digitaaliset laitteet, mainosrajoittinten käyttöaste on 10–38 prosenttia. Tutkituista maista se oli korkeinta Puolassa (38 prosenttia) ja matalinta Japanissa (10 prosenttia). Suomi sijoittui vertailussa keskikastiin 24 prosentilla. Eniten mainoksia rajoittavia sovelluksia käyttävät nuoret ja paljon uutisia seuraavat. (Newman, Fletcher, Levy & Nielsen 2016, 21.) Tämä tulee luonnollisesti vaikeuttamaan vakaan bisnesmallin luomista verkkojournalismille.

Digitalisoituvan median tulevaisuus on usein vuorattu uhkakuvilla (Vehkoo 2011, 7), mutta digitalisaatiosta on mediataloille myös paljon hyötyä. Aiemmin mainittiin jo, että digitalisaation myötä sisältö on entistä helpommin muokattavissa ja jaettavissa. Digitalisaatio on myös tehnyt sisällön tuottamisesta tehokkaampaa. Ja koska

lukijamäärät ovat helposti mitattavissa, journalismin tekijöiden on entistä helpompaa vastata yleisön toiveisiin ja ymmärtää, mitä lukijat haluavat. (Hill & Lashmar 2014, 13.)

Suomessa lehdistöllä on vakaa asema, mikä tekee digitalisaation tuomasta muutoksesta Suomessa erityisen kiinnostavan. Toisaalta suomalaiset ovat tottuneet maksamaan uutissisällöstä ja he ovat monien muiden maiden kansalaisiin verrattuna valmiimpia maksamaan myös nettisisällöstä. Maksuhalukkuutta lisää todennäköisesti Suomen pieni kielialue ja maan vahva lukemisen kulttuuri. (Newman, Fletcher, Levy & Nielsen 2016, 24). Kun suomenkielistä journalismia on saatavilla paljon vähemmän vaikkapa englanninkieliseen verrattuna, kuluttajilla lienee isompi halu – ja tarve – maksaa siitä. Pieni kielialue ja suomalaisten vahvat lukemistottumukset ikään kuin suojelevat suomalaisia medioita digitaalisaation kaikkein rajuimmalta kilpailulta.

4 DIGITAALINEN LUKEMINEN JA KERRONTA

Mitä vastaisit, jos sinulta kysyttäisiin, millä laitteilla olet viimeisen viikon aikana seurannut uutisia? Olet kenties lukenut lehtiä, katsonut televisiota, kuunnellut uutisia radiosta tai lukenut niitä kännykästä. Kun kysymys vuonna 2016 esitettiin suomalaisille, 89 prosenttia kertoi viimeisen viikon aikana lukeneensa uutisia verkosta (Newman, Fletcher, Levy & Nielsen 2016, 85). Tässä luvussa hahmotetaan lukemisen uusia muotoja, lukijoiden toiveita ja kartoitetaan digitaalisuuden myötä mahdollisiksi tulleita kerronnan tapoja.

4.1 Lukeminen siirtyy pienille ruuduille

1990-luvulla mediatutkija Roger Fidlerin mukaan ihmisillä oli liian kiire, eivätkä he enää ehtineet lukea. Fidlerin mukaan tilanne oli ollut sama jo kaksi vuosikymmentä. (Fidler 1997, 115.) Huoli ihmisten lukemiseen käytetyn ajan vähyydestä näyttääkin olevan ikiaikainen. Viimeaikaiset tutkimukset ovat kuitenkin tuoneet Fidlerille ja muille lukemisen vähentymisestä huolissaan oleville hyviäkin uutisia. Esimerkiksi Suomessa lukemiseen käytetty aika ei ole vähentynyt – ei edes 2000-luvulla. Tämä johtuu siitä, että osa lukemisesta on siirtynyt ruuduille. (Herkman & Vainikka 2012, 16.) Lukeminen vain muuttuu toisenlaiseksi: pois paperilta ja kohti digitaalisia lukualustoja. Niin käy, koska käytämme jatkuvasti enemmän digitaalisia laitteita, erityisesti tabletteja ja älypuhelimia (Baron 2013, 193; Hill & Lashmar 2014, 8).

Selvää on sekin, että myös sisällöntuotanto siirtyy näille samoille alustoille: erityisesti mobiililaitteisiin eli kännyköille ja tableteille (Villi & Matikainen 2015, 217), joista onkin tulossa pääasialliset alustat, joilta mediaa kulutetaan. Ennustetaan, että vuonna 2020 kännykkä tulee olemaan maailmassa pääasiallinen väline käyttää internetiä (Hill & Lashmar 2014, 14). Käyttäjillä on tapana ottaa mobiililaitte niin omakseen, että mobiililaitte nousee nopeasti käyttäjän suosituimmaksi mediaseurannan välineeksi (Villi & Matikainen 2015, 217).

On kuitenkin syytä muistaa, että mediankäyttötottumusten ennakointi on hyvin vaikeaa. Vielä muutamia vuosia sitten tableteista odotettiin journalismin pelastajia (Heinonen 2012, 13–13; Pajunen 2014, 20). Suomessakin tabletin omistaa jo 46 prosenttia talouksista, isoimmassa tuloluokassa 85 prosenttia (Suomen virallinen tilasto: Väestön

tieto- ja viestintätekniiikan käyttö, 2016). Sittemmin tablettien suosio näyttää kuitenkin pysähtyneen, ja tietokoneeltakin lukeminen on vähentynyt (Newman, Fletcher, Levy & Nielsen 2016, 7). Eniten käytetyksi digitaalisen lukemisen välineeksi ovat nousseet jatkuvasti halventuneet ja helppokäyttöisemmiksi muuttuneet älypuhelimet (Hill & Lashmar 2014, 13). Kansainvälisen mediankäyttötutkimuksen mukaan uutisten lukeminen kännykältä on jo suositumpaa kuin niiden lukeminen paperilehdestä. Kansainväliseen tutkimuksen vastaajista 41 prosenttia kertoi lukeneensa uutisia paperilehdestä viimeisen viikon aikana ja 53 prosenttia älypuhelimesta (Newman, Fletcher, Levy & Nielsen 2016, 14). Suomessa kännykän suosio oli vieläkin suurempaa: 59 prosenttia suomalaisista kertoi käyttävänsä älypuhelimta uutisseurantaan (emt., 85).

Kännykkä on sujahtanut ihmisten elämään hyvin nopeasti. Sen voittokulun yllättävyydestä kertoo esimerkiksi sekin, että vielä vuonna 2012 suomalaistutkijat Juha Herkman ja Eliisa Vainikka ennakoivat, että älypuhelimia tullaan käyttämään ennen kaikkea internetin selailuun, sähköpostien lukemiseen ja täsmällisiin tiedonhakuihin, kuten aikataulujen ja kulkureittien selvittämiseen. Heidän mukaansa älypuhelimet kilpailisivat painotuotteiden kanssa lähinnä kuluttajien ajankäytöstä. (Herkman & Vainikka 2012, 151.) Nämä ennustukset osoittavat, miten nopeita ja ennakoimattomia mediankulutustottumusten muutokset voivat olla.

Huomattavaa on myös se, että lukeminen eriytyy. Eri-ikäiset käyttävät mediaa eri tavalla. Älypuhelimien käyttäjät ovat pääasiassa nuoria, ja alle 30-vuotiaat lukevatkin lehtensä jo pääasiassa verkosta (Castells 2009, 65, 133–134). Iäkkäämmät lukijat suosivat paperilehteä, tabletteja ja tietokoneita. Tosin aika tasoittanee eroa, sillä myös vanhemmissa ikäluokissa älypuhelimien käyttö on kasvussa. (Newman, Fletcher, Levy & Nielsen 2016, 14–15.) Suuntaus näkyy myös Helsingin Sanomissa, jonka digitilaaajista jo yli puolet lukee juttuja kännykällä. Viikonloppuaamuina asetelma korostuu. Mikäli aihe on nuoria kiinnostava, 80–90 prosenttia lukijoista saattaa lukea juttua kännykällä. (Mäkinen 2016.)

Osa tutkijoista uskoo kokonaisten sukupolvien määrittävän mediankäyttötottumusten kautta. Esimerkiksi viestinnän tutkija Janne Matikainen erottelee mediasukupolvia seuraavasti: 1950-luvulla syntyneitä hän kutsuu kirjallisen kulttuurin sukupolveksi, 1960–1970-luvulla syntyneitä televisiosukupolveksi, 1980-luvulla syntyneitä nettisukupolveksi ja 2000-luvulla syntyneitä ubiikki- tai mobiilisukupolven edustajiksi

(Herkman & Vainikka 2012, 23). 1980-luvun jälkeen syntyneitä kutsutaan myös milleniaaleiksi, joiden elämässä internet on ollut aina läsnä. On esitetty, että digiajalla kasvanut sukupolvi prosessoi tietoa eri tavalla kuin edelliset sukupolvet (emt., 41).

Toisaalta edellä kuvatut sukupolvet eivät välttämättä noudata ikäluokkia. Kaikkein nuorimmat eivät automaattisesti omaksu uusinta teknologiaa ensimmäisenä. Usein uuden tekniikan varhaisia omaksujia, ”early adopters”, ovatkin hyvätuloiset keski-ikäiset miehet (Herkman & Vainikka 2012, 24). Heillä on varaa ja intoa ottaa tekniikka ensimmäisenä käyttöön. Sovellusten käytössä nuoret ovat kuitenkin eturintamassa.

4.2 Laite pienenee, keskittymiskyky heikkenee

Netti ja langattomuus eivät oikeastaan ole perinteistä mediaa (Castells 2009, 63). Castelssin mukaan me emme katso internetiä samalla tavalla kuin katsomme esimerkiksi televisiota. Me elämme internetiä, hän sanoo. Digitaalista lukemista kartoittaneet tutkimukset myös kertovat, etteivät digitaalisilta alustoilta tekstiä lukevat useinkaan lue juttuja sanasta sanaan. Vuonna 2012 tehdyn lukemistutkimuksen mukaan näin teki 16 prosenttia netin käyttäjistä (Hill & Lashmar 2014, 49).

Lukeminen on pikemminkin hyppelähtimistä tietomassan sisällä ja jutun silmäilyä (Baron 2013, 194, 197). Verkkolukemisesta saatu analytiikka myös kertoo, että harva lukija lukee juttua loppuun. Tilanne on tosin saattanut olla tämä myös paperilehden osalta, mutta digitaalisen lukemisen helppo mitattavuus on vain tehnyt siitä näkyvämpää. Esimerkiksi Helsingin Sanomissa kuka tahansa toimittaja voi digitaalisen työkalun avulla tarkistaa kuinka moni lukija on lukenut hänen juttunsa loppuun.

Tämä puolestaan liittyy siihen, että digitaalinen lukeminen on huomattavasti herkempää keskeytyksille paperilukemiseen verrattuna. Tietokoneen ruudulta lukeminen on myös 25 prosenttia hitaampaa kuin lukeminen paperilta, tosin lukunopeus kasvaa, kun luetaan erikseen lukemiseen suunnitelluilta alustoilta. (Hill & Lashmar 2014, 48–49.) Kännykältä lukevat näyttävät kuitenkin olevan kaikkien alttiimpia häiriöille (Herkman & Vainikka 2012, 41; Mitchell, Stocking & Matsa 2016, 6).

Toisaalta uusi sukupolvi ei tunnu välittävän miltä alustalta se sisältönsä kuluttaa, vaan se käyttää laitteita sujuvasti rinnakkain valiten sen laitteen, mikä kulloinkin on

tarkoituksenmukaisin (Castells 2009, 63, 69; Hill & Lashmar 2014, 11). Erityisesti nuorten mediankäyttöä leimaa useiden välineiden samanaikainen käyttö (Herkman & Vainikka 2012, 24).

Digitaaliseen lukemiseen liittyy itsessään asioiden samanaikainen tekeminen, ”multitaskaaminen” (Baron 2013, 195; Herkman & Vainikka 2012, 83).

Yhdysvaltalaisia opiskelijoita tutkittaessa kävi ilmi, että digitaalista tekstiä lukiessaan 90 prosenttia kertoi, että heidän teki mieli tehdä jotain muuta lukemisen ohella, kun paperilta lukiessaan niin koki prosentti vastaajista. Samoista vastaajista 91 prosenttia kertoi pitävänsä digitaalisesta lukemisesta paperilukemista vähemmän. Alttius häiriöille oli lukunautinnon suurin vähentäjä. Digitaalisen lukemisen vaikeudesta kertoo myös se, että opiskelijoista 80 prosenttia kertoi printtaavansa digitaalisen opiskelumateriaalin joko aina tai säännöllisesti. He myös arvioivat muistavansa paperilta lukemansa digitaaliselta alustalta lukemaansa paremmin. Tutkimusta johtanut Naomi Baron kirjoittikin johtopäätöksissään olevansa huolissaan, että digitaalisen lukemisen myötä ihmiset menettävät erityisesti pitkiin teksteihin liittyvän lukunautinnon. Hänen mukaansa digitaalisilta lukijoilta jää puuttumaan paperin tai kirjan tuoma tunne-elämys, eikä digitaalinen lukualusta imaise tarinaan yhtä vahvasti kuin paperi. (Baron 2013, 194–198.) Herkmanin ja Vainikan vuonna 2012 tekemässä suomalaisessa lukemistutkimuksessa nousi esiin kirjan suuri arvostus nuorten aikuisten keskuudessa. Tutkittavat pitivät kirjaa hyvänä käyttöliittymänä, jota oli miellyttävä lukea ja helppo käsitellä. (Herkman & Vainikka 2012, 89.)

Digitaalisista lukualustoista kaikkein vähiten lukunautintoa tuottaa älypuhelin.

Yhdysvaltalaiset lukijat arvioivat, että lukeminen kännykältä on vaikeampaa kuin lukeminen muilta digitaalisilta alustoilta. (Marino, Jacobson & Gutsche 2016, 1, 22–23.) Toisaalta jos kännykältä lukeminen sitten olisi kovin epämiellyttävää, sen suosio tuskin kasvaisi sellaisella nopeudella kuin se on 2000-luvulla tehnyt. Herkman ja Vainikka epäilevätkin digitaalisen lukemisen suosion nousevan, kunhan digitaaliseen lukemiseen paremmin soveltuvat laitteet yleistyvät (Herkman & Vainikka 2012, 89) – tai älypuhelin näyttö suurenee. Kiinnostavaa on myös nähdä, millaiseksi muodostuvat äänikirjojen, ääneen luetun journalismin ja podcast-ohjelmien rooli tulevaisuudessa.

Älypuhelimien edut liittyvät sen pieneen kokoon ja siihen, että se on useimmiten ihmisillä aina mukana. Kännykän kautta voikin lukea missä vain, vaikkapa sängyssä tai bussissa. Kännykkää käytetäänkin huomattavan paljon tylsinä hetkinä. Ihmiset selailevat uutisia pieninä vapaahetkinään, vaikkapa odotelleessaan (Baron 2013, 199; Villi & Matikainen 2015, 2018). Kännykän käyttöön liittyy myös addiktoivia piirteitä. Älypuhelimet seuraavat ihmisiä vessaan ja sänkyyn. Ne ovat myös yhä useammin ensimmäinen media, jolta ihmiset kuulevat aamu-uutiset herättyään. (Newman, Fletcher, Levy & Nielsen 2016, 17.)

Pääasiassa älypuhelimelta uutisia seuraavat lukevat niitä myös huomattavan usein: viidesosa selaa uutisia useammin kuin viidesti päivässä. Kännykkälukijoista aktiivisimpia ovat he, jotka lukevat uutisia medioiden omien sovellusten kautta. Tosin useimmiten uutisiin päädytään sosiaalisen median linkkien kautta. (emt., 15–16.) Herkman ja Vainikka tuovat esiin myös lukemisen sosiaalisen ulottuvuuden. Vaikka lukeminen itsessään on yksityistä, luettavan tekstin äärelle päädytään useammin esimerkiksi verkkomedian tai sosiaalisessa mediassa jaetun suosituksen perusteella (Herkman & Vainikka 2012, 109–110).

4.3 Hyvä juttu saa olla pitkäkin

Mitä lukijat sitten haluavat? Digitaalisessa ympäristössä he voivat hakeutua lähes minkä tahansa tiedon tai esitysmuodon lähteille. Tästä huolimatta perinteiset uutisartikkelit ovat yhä eniten kulutettua journalistista sisältöä (Newman, Fletcher, Levy & Nielsen 2016, 18). Myös nuoret arvostavat perinteistä uutisjournalismia ja luottavat siihen (Herkman & Vainikka 2012, 23–25).

Yhdysvaltalaisia milleniaaleja tutkittaessa havaittiin, että heidän suurin motivaationsa lukemiseen on oppiminen – ei esimerkiksi viihtyminen. Parhaana oppimisen välineenä he pitivät tekstiä (myös visuaalisia esitystapoja parempana), ja he arvioivat keskittyvänsä parhaiten lukemiseen. (Marino, Jacobson & Gutsche 2016, 1, 20.) Toisaalta tätä tutkimustulosta lienee paikallaan vähän haastaa. Kyselytutkimus ei välttämättä anna luotettavinta tulosta lukijoiden motiiveista. Kysyttäessä mitä televisio-ohjelmia katsot televisiosta, houkutus vastata ”dokumentteja ja uutisia” on suuri – ja vastaaja voi siihen vilpittömästi uskoakin, vaikka ajankäyttömittaus kertoisi hänen tuijottavan televisiosta pääasiassa realitysarjoja. Huomattavaa on kuitenkin se, että

tutkimuksessa ei käynyt ilmi, että milleniaalit olisivat hylkäämässä tekstin tietoa etsiessään. Luotettavinta tietoa lukijat kokevatkin saavansa perinteisiltä mediataloilta (Newman, Fletcher, Levy & Nielsen 2016, 25–26). Suomessa mediatalojen sisältö myös löydetään hyvin, sillä sekä isojen mediatalojen luotettavuus että huomaaminen sosiaalisessa mediassa on Suomessa kansainvälisesti verrattuna korkeammalla kuin missään muualla (etm., 7, 13, 24).

Lukijat siis haluavat luotettavaa uutisisältöä. Mutta haluavatko he lukea digitaalisena lyhyitä sähköuutisia vai myös pidempiä uutisia tai jopa featurejournalismia? Pitkien tekstin kohtaloa on mobiilistuvassa maailmassa epäilty paljon (esim. Hill & Lashmar 2014, 49). Internetin alkuaikoina uskottiin, etteivät lukijat jaksaa lukea netistä pitkiä tekstejä. Tähän on kuitenkin näyttänyt tulleen muutos, sillä uusimmat tutkimukset kertovat, ettei jutun pituus enää karkota lukijoita (Marino, Jacobson & Gutsche 2016, 4–5, 30; Michell, Stocking & Matsa 2016, 5).

Näyttää siltä, että ihmiset ovat tottuneet kuluttamaan pitkiä tekstejä myös digitaalisina. Yhdysvaltaistutkimuksen mukaan kännykkälukijat tarttuvat lyhyisiin ja pitkiin, yli tuhannen sanan juttuihin yhtä usein. Pitkiä juttuja myös luettiin kaksikertaa pidempään kuin lyhyitä. Pitkien juttujen parissa kännykkälukijat viettivät keskimäärin 123 sekuntia ja lyhyiden juttujen parissa 57 sekuntia. (Michell, Stocking & Matsa 2016, 5.) Tämän tutkimuksen valossa näyttää selvältä, että ihmiset sekä tarttuvat pitkiin juttuihin että lukevat niitä pidempään.

Pitkiä juttuja älypuhelimelta lukevat ovat mediataloille erityisen houkutteleva kohderyhmä myös siksi, että he ovat alttiimpia lukemaan sivustolta myös muita juttuja (Michell, Stocking & Matsa 2016, 8). Pitkiä juttuja luetaan otollisimmin joko aamulla tai myöhään illalla, jolloin juttujen parissa vietetty aika on pisimmillään (illalla 128 sekuntia, aamulla 126 sekuntia). Älypuhelinlukijoista 40 prosenttia tulee pitkiin juttuihin sosiaalisen media kautta – eniten liikennettä tuo Facebook, mutta Twitterin kautta tulevat viettävät juttujen parissa pidemmän ajan (Facebookista tulevat 107 sekuntia, Twitteristä tulevat 133 sekuntia). (Michell, Stocking & Matsa 2016, 7.)

Tutkijat uskovatkin, että pitkillä jutuilla tulee olemaan tulevaisuus myös mobiilistuvassa maailmassa (Marino, Jacobson & Gutsche 2016, 31; Michell, Stocking & Matsa 2016, 7). Milleniaalien lukemista tutkineen ryhmän johtaja Jacqueline Marino uskoi, että

pitkien juttujen kilpailussa tulevat menestymään ne sisällöntuottajat, jotka pystyvät tuottamaan milleniaaleja kiinnostavaa sisältöä. Marinon mukaan sen tulee olla relevanttia, visuaalista, kiinnostavaa, yksilöllistä, käytettävää, luotettavaa ja mieluusti täynnä mobiilialustalle suunniteltuja interaktiivisia elementtejä. Jutun pituudella ei ole väliä. (Marino, Jacobson & Gutsche 2016, 31.)

4.4 Digitaalinen kerronta Helsingin Sanomissa ja 16 esimerkkiä

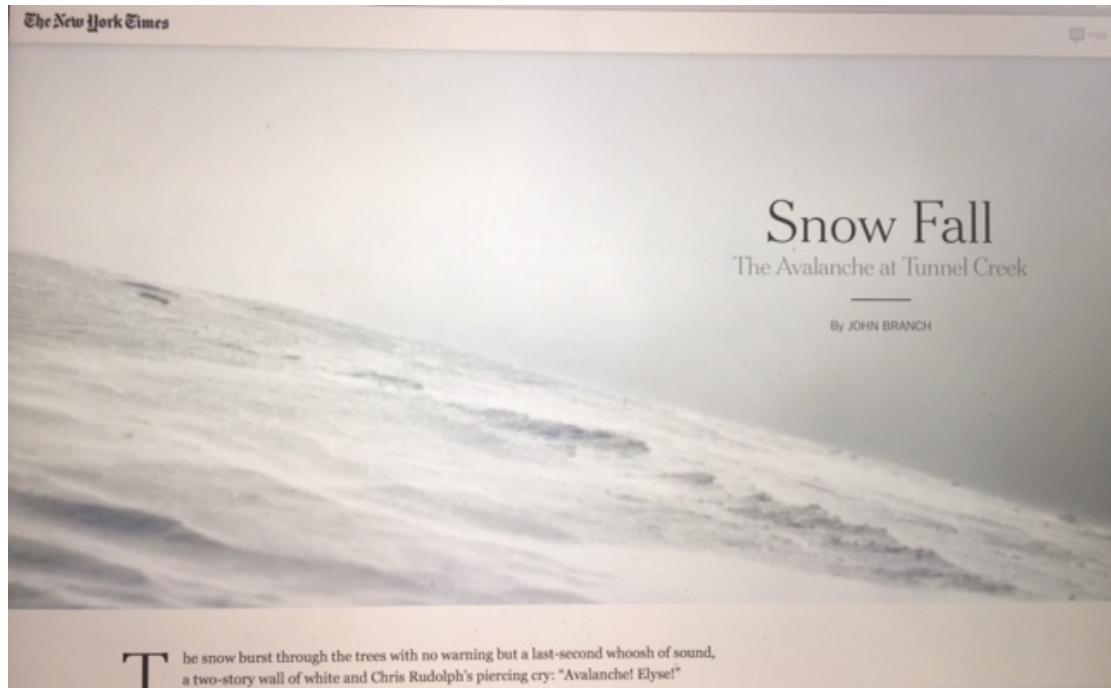
Miten pitkä juttu sitten tulisi tarjoilla lukijoille verkossa? Pitkä teksti ei mahdu pienelle kännykkäruudulle tai tietokoneen näytölle, vaan tekstiä pitää vierittää eteenpäin. Tätä kutsutaan *skrollaamiseksi*. Digitaaliselta alustalta lukevat skrollaavat tai klikkaavat tekstiä keskimäärin 5,5 sekunnin välein (Mitchell, Stocking & Matsa 2016, 6). Tämä saattaa myös vähentää lukemiseen liittyvää nautintoa (etm., 22–23).

Pidemmän päälle pelkkä tekstin skrollaaminen saattaa tuntua lukijasta pitkästyttävältä. Onhan lehdessäkin pitkissä teksteissä myös visuaalisia elementtejä. Erityisesti pitkiä juttuja suunniteltaessa tulisikin kiinnittää huomiota myös niiden digitaaliseen kerrontaan (Kauhanen 2007, 75). Sitä paitsi internet, tabletit ja kännykkä mahdollistavat lukuisan joukon uusia kerronnan tapoja ihan siitä yksinkertaisesta syystä, että ne ovat digitaalisia laitteita. Näitä kutsutaan verkkorikasteiksi.

Verkkorikasteet tulivat journalismiin vuonna 2012, kun The New York Times julkaisi 17 000 sanaa pitkän verkkojutun Snow Fall (Branch 2012). Lumivyörystä kertova juttu piti sisällään multimediakerrontaa, jollaista ei oltu koskaan ennen nähty. (Marino, Jacobson & Gutsche 2016, 3; Rue 2013, 1.) Verkkokerronta on melko uusi kerronnanmuoto, eikä sitä ole vielä kovin paljon tutkittu. Berkeleyyn yliopiston tutkijat ovat kuitenkin yrittäneet selvittää, miten digitaalinen kerronta tulee vaikuttamaan tarinan kerrontaan tulevaisuudessa. Snow Fall -juttua analysoidessaan he ovat kiinnittäneet huomiota siihen, että juttuun liitetyt rikasteet tukivat tarinaa oleellisesti. Videoissa ei ollut ääntä, jotta ne eivät rikkoisi tarinan tunnelmaa. Lukijan interaktiivisuutta vaativat elementit oli myöskin pidetty minimissä. Tutkijoiden johtopäätös oli, että verkkorikasteiden tärkein tehtävä oli toimia sekä visuaalisina koristeina että tuoda juttuun vahvaa emootiota, tunnelmaa (Rue 2013, 2–6).

KUVA 2

The New York Timesin vuonna 2012 julkaiseman Snow Fall -jutun alkukuvassa lumi pölyysi, mutta ääntä ei kuulunut. (Kuvakaappaus: newyorktimes.com)



Hill ja Lashmar pyrkivät verkkojournalismin oppikirjassaan (2014) antamaan verkkokerrontaan soveltuvia neuvoja. Heidän mukaansa verkossa on printtiä tärkeämpää houkutella lukija jutun pariin. Tähän vaikuttaa erityisesti otsikko ja jutun alku. Hillin ja Lashmarin mukaan otsikko tulisi netissä pitää printtiin verrattuna suhteellisen yksinkertaisena, jotta selaileva lukija löytää etsimänsä ja tarttuu juttuun. Heidän mukaansa verkkokerronnassa ei tulisi kirjoittaa liian pitkiä kappaleita, ja tekstimassoja olisi hyvä pilkkoa kuvilla. Kirjoittaessa tulisi myös muistaa asiasanat, sillä niiden avulla jutut löytyvät hakukoneista, he neuvovat. Hill ja Lashmar uskovat, että ne mediatalot, jotka pystyvät käyttämään netissä tehokkaasti kuvia ja infografiikkaa, pystyvät lisäämään lukijamääriään eniten. Onnistuneena esimerkkinä he mainitsevan brittiläisen Guardianin, joka on ollut infografiikan edelläkävijä. (Hill & Lashmar 2014, 50–82.)

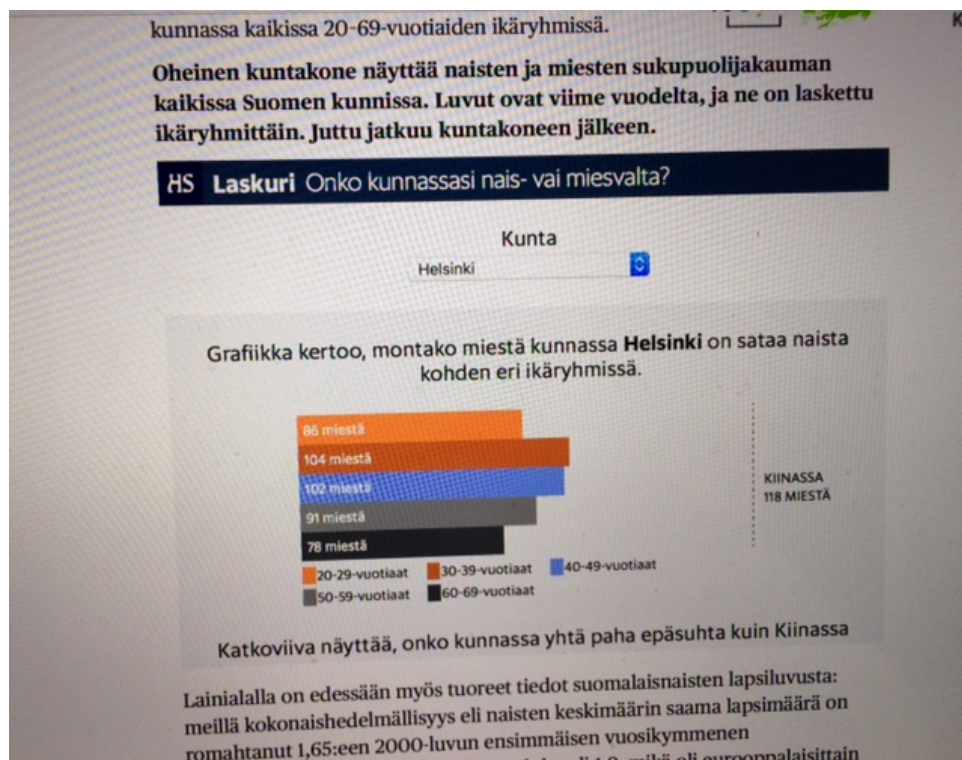
Helsingin Sanomiin ensimmäinen datadeski tuli kesällä 2012. Se keskittyi tuottamaan niin kutsuttua datajournalismia, jossa keskeisellä sijalla olivat isojen tietomassojen analysointi ja visualisointi. Datatoimitusta perustettaessa esillä olivat vaihtoehdot erillisestä datatoimituksesta, virtuaalisesta datatoimituksesta ja toimituksiin jalkautettavasta datajournalismista. Näistä valittiin ensimmäinen. Datadeskin tarkoitus

on ollut sekä toteuttaa Helsingin Sanomien datatuotantoja, mutta myös kouluttaa toimituksia toteuttamaan projekteja itsenäisesti. (Uskali & Kuutti 2016, 71–73.) Datajournalismin yleistyessä erilliset datadeskit yleensä puretaan ja integroidaan osaksi toimituksia. Näin on käynyt esimerkiksi pitkään datajournalismia tehneessä The Financial Timesissa, Los Angeles Timesissa ja The New York Timesissa (Uskali & Kuutti 2016, 186–187).

Helsingin Sanomissa datadeskin työmetodeja on viety kohti toimituksia. Tähän tarpeeseen on luotu myös Arkku-työkalu, jonka avulla toimittajat voivat itse tehdä yksinkertaisia grafiikoita, kuvakaruselleja, vaihtokuvia, testejä ja laskureita. Arkku-työkalu on vähentänyt datadeskin työpaineita ja Esa Mäkisen mukaan Helsingin Sanomien vuonna 2014 julkaisemista nettitesteistä vain 10–15 prosenttia oli datadeskin tekemiä (Uskali & Kuutti 2016, 83). Featurekerronnassa arkku-työkalua on käytetty monipuolisesti esimerkiksi Katja Kuokkasen jutussa maakuntien poikamiehistä (Kuokkanen 2016) ja Katriina Pajarin Testaa tunnetko Suomen kunnat paremmin kuin ministeri -visassa (Pajari 2016).

KUVA 3

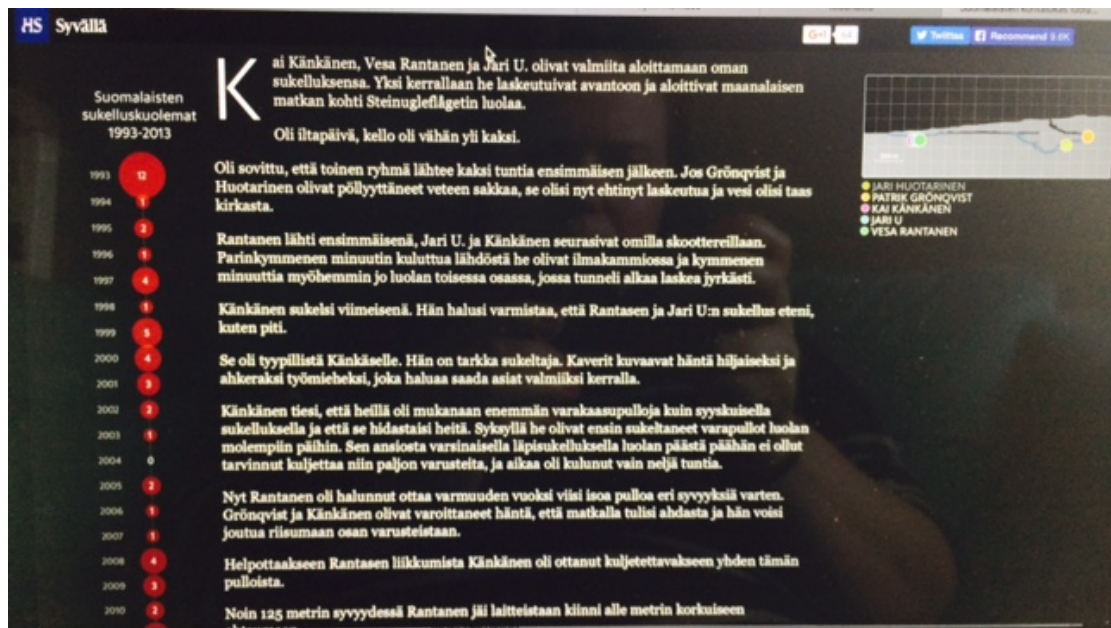
Toimittaja Katja Kuokkasen maakuntien poikamiehistä kertovaa juttua on rikastettu Arkku-työkalulla tehdyllä laskurilla. Sen avulla lukija voi katsoa, montako miestä missäkin kunnassa on sataa naista kohden eri ikäryhmissä. (Kuvakaappaus: HS.fi)



Suurin osa Helsingin Sanomien pitkistä verkkojutuista tehdään tavallisella toimitusjärjestelmällä. Tämä tarkoittaa, että erityisiä verkkorikasteita ei ole tai ne on tehty Arkku-työkalulla. Toisinaan joitain pitkiä juttuja tai erikoisartikkeleja tehdään myös tavallisen toimitusjärjestelmän ulkopuolella, niin sanottuna erikoistaittona. Nämä jutut koodataan Helsingin Sanomien datadeskissä käsityönä. Erikoistaitossa verkkokerronnan mahdollisuudet ovat huomattavasti tavallista laajemmat. Tällaisia erikoistaittoja ovat esimerkiksi Anu Nousiaisen suomalaisista luolasukeltajista kertova juttu Syvällä (Nousiainen 2014) ja Anni Lassilan juttu sydänkohtauksesta (Lassila 2015). Nousiaisen juttu nousee myöhemmin esiin haastatteluissa, ja moni pitää sitä Helsingin Sanomien parhaana onnistumisena digitaalisesta featurekerronnasta.

KUVA 4

Toimittaja Anu Nousiaisen juttu luolasukelluksesta ilmestyi Helsingin Sanomien Kuukausiliitteessä 7.6.2014. Jutun digitaalisessa versiossa tekstin oikealla laidalla kulki grafiikka, joka kertoi sukeltajien sijainnin jutun kulloisella hetkellä. Juttu taitettiin toimitusjärjestelmän ulkopuolella dynamics-alustalla. (Kuvakaappaus: HS.fi)



Kuukausiliitteessä visuaalisen kerronnan erikoistaitosta hyviä esimerkkejä ovat Jouni K. Kempin hyttysistä kertova juttu (Kempainen 2015) ja Anu Nousiaisen koirien kloonamisesta kertova juttu Kloonaatut (Nousiainen 2016). Kiinnostavaa digitaalista kerrontaa osoittaa Tommi Niemisen ja Jussi Lehmusveden verkkopeli, jossa lukija taistelee ISIS-terroristijärjestöä vastaan (Nieminen & Lehmusvesi 2016).

Toinen esimerkki muuttuvasta jutusta on Anni Lassilan ja Juhani Saarisen asuntojenhintajuttu (Lassila & Saarinen 2016), jossa lukija pystyi katsomaan millä helsinkiläisillä asuinalueilla hänen palkkatulonsa riittäisivät omistusasuntoon.

Erityisesti älypuhelimilla lukeminen on ajanut sisällöntekijät pohtimaan myös sitä, tulisiko sisältö tarjota lukijalle pysty- vai vaakasuunnassa. Helsingin Sanomissa jutun tulee toimia molemmissa. Historiassa pystysuunta on useimmiten voittanut vaakasuunnan ja se on esimerkiksi sanomalehtien, papereiden ja kirjojen luonnollinen esitysmuoto. Horisontaalinen lukualusta tuntuu ihmisistä luontevalle. Tämän puolestaan uskotaan juontuvan siitä, että pystysuunta heijastaa ihmisen kasvojen ja kehon muotoa (Fidler 1997, 41–42). Yksi digitaalisen kerronnan mobiilille soveltuva muoto ovat pystykuvareportaasit, joita Helsingin Sanomissa kokeilivat toimittaja Juho Typpö ja valokuvaaja Sami Kero juttukeikalla vanhainkodissa

KUVA 7

Vanhojen talossa -jutussa kokeiltiin pystykuvareportaasia. Juttu julkaistiin Nyt.fi:ssä 1.3.2016. (Kuvakaappaus: Nyt.fi)



Verkkokerronta saa jatkuvasti uusia muotoja, eikä niihin ole tässä opinnäytetyössä syytä mennä sen tarkemmin. Verkkokerronnan hahmottamisen kannalta listaan kuitenkin 16 esimerkkiä digitaalisesta kerronnasta.

TAULUKKO 4

16 esimerkkiä verkkokerronnasta vuosilta 2012–2016. [Linkit tarkistettu 22.4.2017]

Juttu (tekijän)	Julkaisija	Vuosi	Linkki
Snow Fall (The New York Times	2012	http://www.nytimes.com/projects/2012/snow-fall/#/?part=tunnel-creek
ISIS vastaan sinä	Helsingin Sanomat	2016	http://dynamic.hs.fi/2016/isisinteractive/
Firestorm	The Guardian	2013	https://www.theguardian.com/world/interactive/2013/may/26/firestorm-bushfire-dunalley-holmes-family
Airtraffic Timelapse (Attwall	Telegraph	2014	http://www.telegraph.co.uk/travel/travelvideo/10692513/Air-traffic-timelapse-mesmerising-visualisation-of-plane-filled-skies.html
Beatles infographics-pictures visualising John Rob Thomas	The Guardian	2016	https://www.theguardian.com/books/gallery/2016/nov/10/beatles-infographics-pictures-visualising-john-pring-rob-thomas
Everything you need to know about humanrights	Rightsinfo.org	2014	https://rightsinfo.org/infographics/human-rights-101/
Cruel and all too usual	Huffington Post	2015	http://highline.huffingtonpost.com/articles/en/cruel-and-all-too-usual/
Visualising the ukrainian revolution using Instagram	The Guardian	2014	https://www.theguardian.com/news/datablog/2014/oct/08/visualising-the-ukrainian-revolution-using-instagram
Out of sight, out of mind	Pitch Interactive	2015	http://drones.pitchinteractive.com/
Wellcome to your cell	The Guardian	2016	https://www.theguardian.com/world/ng-interactive/2016/apr/27/6x9-a-virtual-experience-of-solitary-confinement
Failure factories	Tampa Bay	2015	http://www.tampabay.com/projects/2015/investigations/pinellas-failure-factories/5-schools-segregation/
Greenland is melting away	The New York Times	2015	https://www.nytimes.com/interactive/2015/10/27/world/greenland-is-melting-away.html
Rape on the night shift	Reveal	2016	https://www.revealnews.org/nightshift/
Your phone is now a refugee's phone	BBC	2015	https://www.youtube.com/watch?v=m1BLsySgsHM
991 people shot dead by police in 2015	The Washington Post	2015	https://www.washingtonpost.com/graphics/national/police-shootings/
Bill Cosbys accusers speak out	New York Magazine	2015	http://nymag.com/the-cut/2015/07/bill-cosbys-accusers-speak-out.html

4.5 Lukija toivoo rikasteita maltilla

Verkkorikastamisessa rajat asettaa oikeastaan vain mielikuvitus. Mutta mitä lukijat sitten haluavat? Jos verkkorikastamista itsessään on tutkittu vähän, lukijoiden suhdetta verkkorikasteisiin vielä vähemmän. Jaqueline Marinon johtama tutkimusryhmä tutki kuitenkin vuonna 2016 milleniaalien suhtautumista pitkien lehtijuttujen rikasteisiin, ja kävi ilmi, että uusi sukupolvi pitää siitä, että pitkiä tekstejä rikotaan kuvallisilla elementeillä. He pitivät myös interaktiivista elementeistä, joissa joutuivat lukemisen ohessa tekemään jotakin. Toisaalta osa piti häiritsevänä sitä, että ajatus tai lukemiskokemus keskeytyi rikaste-elementin kohdalla. Iso osa myös hyppäsi rikasteen yli, mikäli se tuntui häiritsevänä lukemista. Osa palasi lukemisen jälkeen erikseen klikkailemaan rikasteita. Milleniaaleille kaikkein tärkeintä oli, että rikasteet tukivat jutun tarinaa, eivätkä rikkoneet sen imua. He esimerkiksi toivoivat juttuihin enemmän valokuvia – mutta vain, jos kuvat tukivat tarinaa ja ne oli sijoitettu tekstiin juttua tukemaan. Valokuvat eivät ole varsinaisia verkkorikasteita, mutta ne ovat osa digitaalista kerrontaa. Milleniaalien mielestä rikasteet voivat tuoda juttuun lisää tietoa, tunnetta tai kokemuksellisuutta. Tärkeää oli, että rikasteet kertoivat tekstin kanssa samaa tarinaa. Väärin sijoitellut rikasteet häiritisivät heitä. Milleniaalit myös esittivät rikasteille toiveen. He halusivat niiden olevan jaettavissa myös yksittäin. Mikäli rikaste oli heistä tarpeeksi hieno, he saattoivat haluta jakaa sen ilman juttua. (Marino, Jacobson & Gutsche 2016, 1, 20, 22, 24–27, 30)

Mikäli milleniaaleille tehtyä tutkimusta voitaisiin yleistää, pitkissä teksteissä tulisi suosia rikasteita, mutta niiden määrässä ja sijoittelussa tulisi olla tarkkana. Ensisijaisena lukijan toiveena tuntuisi olevan mahdollisimman häiriötön lukukokemus.

Rikasteista puhuttaessa on syytä muistaa myös Snow Fall -jutun nostama keskustelu, jossa pohdittiin verkkorikastamisen tarkoituksenmukaisuudesta. Verkkorikastaminen on hyvin aikaa vievää. Saavutetaanko siihen käytetyllä panoksella vastaava hyöty, kriitikot kysyvät. Kriitikoiden mukaan digitaalinen kerronta saattaa mennä myös liiallisuuksiin, eivätkä rikasteet tuo lukijoille lisäarvoa. (Marino, Jacobson & Gutsche 2016, 3–4, 29.)

5 TUTKIMUSAINEISTO JA -MENETELMÄT

Tässä luvussa esittelen ja perustelen aineistovalintani, kuvaan tutkimuksen teon ja pohdin tutkimukseni etiikkaa. Työni kannalta etiikan pohtiminen on erityisen oleellista, koska analysoin sekä omaa tekemistäni että työyhteisöä, jossa olen itse jäsenenä. Lisäksi kaikki haastateltavat ovat työkavereitani.

5.1 Tutkimuskysymykset

Opinnäytetyöni tarkoitus on selvittää, miten featurejuttujen digitaalista kerrontaa rakennetaan Helsingin Sanomissa. Millaiset digitaaliset kerronnankeinot on havaittu hyväksi, mitkä ei? Mihin suuntaan tekijät haluaisivat digitaalista kerrontaa viedä?

Oman juttuprosessini kautta analysoin digitaalisten rikasteiden tekemistä. Kiinnitän huomiota erityisesti siihen, missä vaiheessa digitaalista kerrontaa mietitään ja millaisia reunaehdot mobiili kerronnalle aiheuttaa. Tämä on mielestäni tärkeää, koska lukeminen suuntautuu kohti älypuhelimien ruutuja.

Haastatteluissa pyrin selvittämään, mikä featurejuttujen tekijöitä motivoi. Millaisia toiveita heillä on featurejuttujen digitaaliselle kerronnalle ja mikä tekemistä estää. Haluan myös kuvata, mitä Helsingin Sanomien johdon linjaukset digi edellä ja mobiili edellä käytännön työssä tarkoittavat.

5.2 Aineisto ja metodivalinnan perustelu

Tutkimuksessani on käytetty triangulaatiota. Triangulaatiolla tarkoitetaan erilaisten menetelmien, tutkijoiden, tietolähteiden tai teorioiden yhdistämistä tutkimuksessa (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka, 2006). Opinnäytetyössäni yhdistän sekä erilaisia aineistoja että erilaisia menetelmiä, minkä takia tutkimus on sekä aineistotriangulaatio (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka, 2006) että menetelmätriangulaatio (Eskola & Suoranta 1998, 68–70). Tutkimukseni on laadullinen, ja sen aineisto koostuu kahdesta osasta: kuudesta teemahaastattelusta ja Helsingin Sanomiin kirjoittamastani jutusta ja jutun tekoprosessista pitämästäni päiväkirjasta.

Päädyin tutkimuksessani triangulaatioon, koska halusin lähestyä tutkimusaiheeni – featurejuttujen digitaalista kerrontaa – mahdollisimman laaja-alaisesti. Uskoin, että kahden eri näkökulman tuominen aiheen käsittelyyn lisäisi tutkimuksen luotettavuutta ja syvyyttä. Nämä ovatkin yleisiä syitä, joilla perustellaan menetelmätriangulaation käyttöä (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka, 2006). Vakituinen työni Helsingin Sanomissa antoi minulle hyvän mahdollisuuden tutkia digitaalista kerrontaa oman juttuprosessin kautta. Haastattelututkimuksen avulla pystyin perehtymään featuresisällön digitaaliseen kerrontaan laajemmin.

Halusin opinnäytetyössäni keskittyä featurejuttujen digitaaliseen kerrontaan, halusin, että juttuni julkaistaisiin Helsingin Sanomien featuretoimituksen alla.

Featuretoimituksessa tehdään Kuukausiliitettä, sunnuntaisivuja ja Teema-lehteä. Toimituksessa keskiössä on featuresisältö ja digitaalista kerrontaa mietitään pitkän tekstin ehdoilla. Tämä oli opinnäytetyöni kannalta tärkeää. Featuretoimitus ei myöskään ole kotitoimitukseni, sillä työskentelen toimituksen naapurissa lifestyletoimituksessa. Se, etten tutkinut omaa toimitustani, oli mielestäni tutkimukselle eduksi ja lisäsi sen luotettavuutta.

Juttuni julkaisiin Helsingin Sanomien sunnuntaisivuilla 16. huhtikuuta 2017 (liite 3). Sanomalehdessä jutun otsikko oli *Raskausviikko 23*. Päivän lehdessä (liite 2) ja Helsingin Sanomien verkkosivuilla jutun otsikko oli: *”Nyt täällä ei ole kaikki kunnossa”, sanoi kätilö Minnalle, jonka raskaus oli puolivälissä, ja vauva potki jo – oli tehtävä vaikea päätös elämästä ja kuolemasta*. Jutun aiheena olivat raskaudenkeskeytykset ja se oli sunnuntaisivujen pääjuttu. Lehdessä sen laajuus oli viisi sivua. Lehdessä juttu koostui 18 000 merkkiä pitkästä tekstistä ja muutamasta kuvasta. Jutun digitaaliseen versioon oli liitetty myös sikiön kehityksestä kertova animaatio. Jutun tekoprosessi oli melko perinteinen, mikä myöskin oli tutkimukselle eduksi. Halusin tehdä jutun, joka sekä työprosessina että digitaalisen kerronnan osalta kuvaisi mahdollisimman hyvin tavallista featurejuttua Helsingin Sanomissa. Uskon tämän lisäävän työni yleistettävyyttä.

Syvensin tutkimusaiheeni käsittelyä haastatteluilla. Haastattelut ovat hyvin yleinen tapa kerätä laadullista aineistoa, todennäköisesti jopa Suomen yleisin tapa (Eskola & Suoranta 1998, 15). Omaan tutkimukseeni haastattelut sopivat mielestäni hyvin, koska halusin kartoittaa pitkien juttujen kanssa töitä tekevien käsityksiä juttujen digitaalisesta

kerronnasta. Paras tapa saada ihmisten näkemykset esiin, on kysyä niitä heiltä itseltään (Eskola & Suoranta 1998, 85). Valitsin haastateltaviksi kuusi Helsingin Sanomien työntekijää, jotka kaikki tekevät töitä pitkien juttujen digitaalisen kerronnan parissa: haastateltavien joukossa oli toimittajia, esimiehiä, visualisteja ja dataisteja. Koska haastattelut olivat vain yksi aineistonkeruumuotoni, pidin haastateltavien määrän kohtuullisena. Valitsin haastateltavat siten, että heidän toimenkuviansa kirjo toi esiin erilaisia näkökulmia ja antoi tutkimukselle laajuutta.

Haastattelumuodoksi otin teemahaastattelut. Teemahaastatteluissa pysytellään yhdessä teemassa, mutta aihetta käsitellään melko vapaamuotoisesti (Eskola & Suoranta 1998, 86). Tämä sopi omaan tarkoitukseeni hyvin, sillä haastatteluja tehdessäni tutkimuskysymykseni olivat selvillä. Teemahaastattelut sopivat tutkimukseeni siksikin hyvin, että tuttujen haastateltavien kanssa haastatteluun tuli myös epämuodollisia piirteitä. Teemahaastattelu on tällaiseen haastatteluun sopiva muoto. Teemahaastattelu on muodoltaan avoin, ja haastateltavat pääsevät puhumaan tutkittavana olevasta teemasta melko vapaasti. Teemahaastatteluja ohjaa kuitenkin kysymysrunko, jonka avulla haastateltavien kanssa tulee käytyä läpi yhteiset teemat. Tätä kautta aineistoista muodostuu jäsentynyt. (Eskola & Suoranta 1998, 87.) Purin teemahaastattelut luokittelemalla vastauksia ja etsimällä niistä yhteisiä teemoja.

Omaa työprosessiani analyysi on autoetnografista tutkimusta. Käytännössä etnografisessa tutkimuksessa tutkija havainnoi tutkittavia sosiaalisessa todellisuudessa (Eskola & Suoranta 1998, 103). Etnografiseen tutkimukseen kuuluu tutkijan aktiivisuus (emt. 106). Mikäli tutkija on itse tavalla tai toisella osa tutkittavana olevaa yhteisöä, puhutaan osallistuvasta havainnoinnista (Eskola & Suoranta 1998, 98; Helle 2009, 93) tai autoetnografiasta (Boellstorff, Nardi, Pearce & Taylor 2012, 44). Tässä opinnäytetyössä kuvataan jutun syntyprosessia, ja juuri tämän tyyppisten toiminnallisten käytäntöjen kuvaamiseen etnografia antaa hyvät lähtökohdat (Eskola & Suoranta 1998, 105). Mediamailmassa etnografiaa onkin usein käytetty työprosessien kuvaamiseen (Helle 2009, 95–96).

5.3 Haastattelujen tekeminen ja luokittelu

Opinnäytetyötäni varten haastattelin kuutta Helsingin Sanomien työntekijää, jotka toimivat Helsingin Sanomissa eri tehtävissä. Otin heihin yhteyttä alkuvuonna 2017.

Lähestyin jokaista haastateltavaa sähköpostilla, jossa kerroin tekeväni opinnäytetyötä pitkien lehtijuttujen verkkokerronnasta ja pyysin heitä haastateltavaksi.

Toimituspäällikkö Esa Mäkistä lukuun ottamatta kaikki vastasivat ja suostuivat haastateltaviksi. Epäilen tämän johtuneen siitä, että haastateltavat pitivät aiheitani mielenkiintoisena, mutta myös siitä, että he saattoivat kokea osallistumisen sosiaalisena velvoitteena, koska olen heidän työkaverinsa.

Tein haastattelut helmi–maaliskuussa 2017. Haastattelupaikkana toimi joko joku Sanomatalon neuvotteluhuone tai Sanomataloa lähellä oleva kahvila. Lyhyimmillään haastattelut kestivät tunnin, pisimmillään kaksi tuntia. Tein haastattelumuistiinpanot kannettavalle tietokoneelle haastattelujen aikana. Kirjoitusnopeuteni on hyvä ja pystyin suhteellisen kattavasti kirjoittamaan muistiinpanot tietokoneelle suoraan haastateltavien puheesta. Yhtä lukuun ottamatta nauhoitin haastattelut, mutten litteroinut niitä.

Mielestäni tämä ei ollut tarpeen, koska haastattelutilanteessa tekemäni muistiinpanot olivat varsin hyvät. Toiseksi haastattelut muodostivat tutkimuksessani vain osan aineistoa. Tarvittaessa olisin voinut tarkistaa sanamuodot äänitallenteista, vaikka harvoin tämä on tarpeen (Alasuutari 1994, 75). Muistiinpanoja kertyi yhteensä 17 sivua, noin kolme A4:sta haastattelua kohden.

Valmistauduin haastatteluihin tekemällä digitaalista kerrontaa käsittelevän kysymysrunгон (liite 1). En kuitenkaan noudattanut sitä orjallisesti, vaan käytin kysymysrunkoa pikemmin tukilistana keskustelun aiheista. Tämä on tyypillistä teemahaastatteluille, kuten myös se, että haastattelun lopuksi tarkistetaan, että kaikki aihealueet on käsitelty (Eskola & Suoranta 1998, 86). Omissa haastatteluissani ennalta määriteltä aihepiiri oli pitkien juttujen digitaalinen kerronta. Keskustelu polveili kysymysrunгон avulla teemasta toiseen. Yleisesti ottaen haastattelujen aluksi puhuttiin haastateltavien omista digitaalisen kerronnan onnistumisista tai epäonnistumisista, jonka jälkeen pohdittiin Helsingin Sanomien digi edellä ja mobiili edellä -käsitteitä. Pisin aika käytettiin kuitenkin vapaaseen keskusteluun digitaalisen kerronnan keinoista. Useimmat haastateltavat innostuivat pohtimaan, minkälaiset kerronnan keinot ja työprosessit tuntuivat heistä toimivimmilta.

Tein haastattelut kiireettömästi ja kysyin haastateltavilta lopuksi avoimen kysymyksen: onko vielä jotain asiaan kuuluvaa, josta haluaisit puhua. Tämäkin on tyypillistä

teemahaastatteluille (Eskola & Suoranta 1998, 86). Uskon, että sain haastateltavien mielipiteet verkkokerronnasta kartoitettua melko monipuolisesti.

Laadullisen aineiston analyysin tarkoitus on luoda aineistoon selkeyttä ja tuottaa tutkittavasta asiasta uutta tietoa (Eskola & Suoranta 1998, 137). Itse tulostin muistiinpanot haastattelujen jälkeen paperille ja etsin niistä yhteneviä teemoja. Merkitsin eri teemat muistiinpanoihin eri värisillä kynillä. Tällaista aineistonpurkutapaa kutsutaan teemoitteluksi. Sen tarkoitus on nostaa tekstimassasta esiin tutkimuksen kannalta olennaisia aiheita. (emt., 174–175).

Ensimmäiset teemat muodostin osin kysymysrunгон perusteella, osin sen mukaan, mitä haastatteluissa nousi esiin. Jaottelin haastateltavien vastaukset seuraavien otsikoiden alle: 1. Motivaatio, onnistumiset ja epäonnistumiset, 2. HS ja digitaalisen kerronnan tavat, 3. Kännykkä ja mobiilijournalismi, 4. Työprosessi ja tiimit, 5. Ongelmat, ratkaisut, resurssit, ilmapiiri, 6. Digi first, 7. Featuren ominaispiirteet, 8. Business, 9. Muut, esim. Arkku ja koulutus. Tämän jälkeen kokosin leikkaa-liimaa -toiminnolla jokaista teemaa koskevat sitaatit teemaa kuvaavan otsikon alle, jonka jälkeen aloin analysoida aihekokonaisuuksia yksi kerrallaan. Huomasin, että aihepiirit menivät osin päällekkäin, eikä joku teema ollut opinnäytetyöni kannalta oleellinen. Päädyinkin lopulta luokittelemaan haastattelut kuuden eri teeman alle. Niitä olivat toimittajien motivaatio ja onnistumiset, digi edellä -käsite ja sen vaikutukset, mobiilin vaikutus digitaaliseen kerrontaan, digitaalisten rikasteiden analyysi, featurejuttujen digitaalinen visuaalisuus ja videot. Näitä luokituksia seuraan myös tulosluvussa.

5.4 Haastateltavien anonymiteetti

Tietojen käsittelyssä kaksi keskeistä käsitettä ovat luottamuksellisuus ja anonymiteetti. Mitä arkaluontoisemmasta asiasta on kyse, sitä vaikeammaksi haastateltavien tunnistaminen tulee tehdä. Periaatteena on, että haastateltavien tunnistaminen tulee tehdä niin vaikeaksi kuin vain on mahdollista. (Boellstorff, Nardi, Pearce & Taylor 2012, 110; Eskola & Suoranta 1998, 56–57.)

Tutkimusaiheeni ei ole erityisen arkaluontoinen, mutta kysymyksenasettelu joltain osin oli. Annoin haastatteluissa myös mahdollisuuden kritisoida työnantajaa ja tämän takia mielestäni oli erittäin tärkeää suojella haastateltavien anonymiteettiä. Haastatteluja

sovittaessa tai aloittaessa yksikään haastateltava ei kysynyt nimettömyydestä, eikä siitä sovittu mitään etukäteen. Haastattelujen lopuksi monilla oli kuitenkin huoli, mitä heidän sanomastaan käyttäisin työssäni. ”Älä käytä mitään, mistä voisin saada potkut”, sanoi yksi haastateltava.

Koska pitkien juttujen kanssa työskentelee Helsingin Sanomissa vain kourallinen ihmisiä, haastateltavieni henkilöys olisi paljastunut helposti. Haastateltavien nimettömyyttä suojellakseni päädyin käyttämään opinnäytetyössäni täysin nimettömiä haastateltavia. Samaan ratkaisuun päätyi myös Sara Malmberg omassa opinnäytetyössään, jossa hän tutki Nelosen ja Helsingin Sanomien uutistoimitusten yhdistämistä (Malmberg 2013, 35–36).

En maininnut haastateltavien kotitoimitusta, työtehtävää, sukupuolta, alalla olon pituutta tai asemaa. Tämä oli mielestäni perustelu ratkaisu myös siksi, etten tutkinut haastateltavien vastauksia esimerkiksi suhteessa heidän työtehtäväänsä.

Tutkimuksessani jokaisen haastateltavan mielipide oli yhtä tärkeä hänen asemastaan tai uran pituudesta riippumatta.

Haastateltavien anonymiteetin takaamiseksi en myöskään nimennyt haastateltavia esimerkiksi koodeilla Haastateltava 1, Haastateltava 2. Pienessä työyhteisössä ihmiset ovat helposti tunnistettavissa esimerkiksi yksittäisistä sanapareista tai muutamasta mielipiteestä. En halunnut, että yhden sitaatin tunnistamalla, ulkopuolinen lukija olisi voinut seurata mitä sama haastateltava oli muussa kohdassa sanonut. Haastateltaviani ei pysty erottelemaan, mutta en pyrkinytkään tekemään eroa haastateltavien välille vaan etsimään haastatteluista yhtenäisiä teemoja. Tärkeää ei ollut kuka sanoi, vaan mitä sanoi.

5.5 Oman lehtijutun syntyprosessi

Käsittelen jutun syntyprosessin tässä melko pääpiirteittäin ja syvennyn vain niihin osiin, jotka ovat opinnäytetyöni kannalta merkittäviä. Niinpä sivuutan oikeastaan kokonaan ideoinnin ja jutun tarjoamisen sunnuntaitoimitukseen.

Tammikuussa 2017 tarjosin sunnuntaitoimituksen esimiehelle Anssi Miettiselle ja pääeditoijalle Päivi Niemelle kahta aihetta: nuorten aivoverenvuodot ja raskausviikko

23. He pyysivät minut keskustelemaan kanssaan vielä samana päivänä. Niemi ja Miettinen kiinnostuivat molemmista aiheista, mutta päättivät tilata jutun raskausviikosta 23. Se on viimeinen viikko, kun Suomessa saa keskeyttää raskauden. Ensimmäisessä tapaamisessamme sovimme, että juttu tehdään. Tapaamisen keskiössä oli jutun näkökulma. Kuka olisi jutun keskushenkilö: raskauden keskeyttänyt äiti vai raskaudenkeskeytyksissä avustava kättilö. Tapaamisen lopussa pohdimme aloitteestani myös hetken niin sanottuja rikasteita. Mietimme, voisiko jutun lomassa esimerkiksi kysyä ihmisen omaa suhtautumista raskaudenkeskeytyksiin. Vastauksena hän saisi tietää mitä muut ovat vastanneet ja onko hän mielipiteeltänsä enemmän konservatiivinen vai liberaali. Pohdimme myös taulukkoa, johon ihminen voisi syöttää vaikkapa oman syntymävuotensa ja katsoa, kuinka monta raskaudenkeskeytystä sinä vuonna tehtiin.

Seuraavaksi siirryin tekemään jutun pohjatöitä. Otin yhteyttä haastateltaviin: raskausviikolla 23 raskauden keskeyttäneeseen äitiin, naistentautien professoriin, lääketieteen etiikan tutkijaan ja raskaudenkeskeytyksissä avustaviin kättilöihin. Haastattelin heitä helmi- ja maaliskuussa. Etiikan tutkijaa lukuun ottamatta tapasin heidät kaikki.

Ehdotin Niemelle, että jutulle rakennettaisiin erikoistaitto. Erikoistaitto tarkoittaa, että juttu taitetaan toimitusjärjestelmän ulkopuolella ikään kuin käsityönä. Erikoistaitoissa digitaalisen kerronnan elementeillä ei juuri ole rajoitteita, vaan kaikki tehdään kyseistä juttua varten. Ehdotukseni oli, että jutun digitaalisessa versiossa tekstin vierellä olisi sikiö, joka kasvaisi sitä mukaan, kun juttu etenisi. Toisena vaihtoehtona ehdotin, että kuva voisi piirtyä himmeästi leipätekstin alta. Ehdotin myös, että mikäli kuva olisi liian monimutkainen toteuttaa, jutussa saattaisi kuulua sikiön sydänääntä, kunnes se ihan viimeisillä riveillä heikkenisi. Niemi kävi ehdottamassa tätä datadeskiin. Siellä ratkaisua pidettiin liian työläänä. Myöhemmin kysyin myös itse perusteluja ja minulle kerrottiin, että erikoistaittoja tehdään vain hyvin valikoiden. Niitä ei myöskään lähdetä rakentamaan vain kuvituksellisista syistä, vaan erikoistaittojen tulisi aina sisältää myös informaatiota. Minulle sanottiin, että jutusta voitaisiin todennäköisesti rakentaa XL-taitto, mikä tarkoittaa, että taitto tehdään toimitusjärjestelmän suomissa rajoituksissa, mutta se on tavallista nettijuttua näyttävämpi. Opinnäytetyöni kannalta pidin tätä jopa hyvänä asiana, koska täten juttuni edustaisi paremmin suurta osaa featuren jutuista. Erikoistaittoja tehdään vain noin kerran kuussa. Puhuimme datadeskin kahden

työntekijän kanssa erilaisista rikastamisen mahdollisuuksista ja päädyimme tekemään juttuun sikiön kasvamista kuvaavan animaation. Puhuimme paljon jutun tyylistä ja siitä, että koska aihe oli herkkä, myös rikasteen tulisi olla neutraali.

Tämän jälkeen tuotin datadeskissä työskentelevälle dataistille sikiön kehitystä kuvaavan materiaalin. Tein haastattelut ja kirjoitin jutun ensimmäisen version. Samaan aikaan työstin myös puhetta Mustaan laatikkoon, joka on Helsingin Sanomien Kansallisteatterissa tuottama ilta, jossa toimittajat kertovat vielä julkaisemattomista jutuistaan. Juttu itsessään syntyi hyvin perinteisen editointiprosessin kautta. Jutun editoinut Niemi pyysi ensimmäisellä editointikierroksella selkeyttämään jutun rakennetta: raskaudenkeskeytykseen tuli päästä nopeammin. Seuraavalla editointikierroksella pohdittiin lähinnä jutussa olevia raskaudenkeskeytysfaktoja ja tunnetta. Varsinaiseen ilmaisuun Niemi ei puuttunut kovinkaan paljon, eikä niin sanottua lausekohtaista editointia tehty laisinkaan. Otsikon, ingressin ja kuvatestit Niemi teki minulle näyttämättä. Olimme sopineet tästä etukäteen. Hän myös vastasi jutun verkko-otsikoinnista ja jutun digitaalisesta versiosta.

Juttu sai hyvän vastaanoton. Se oli julkaisupäivänään 15.4.2017 Helsingin Sanomien verkon luetuin juttu. Se pysyi luetuimpien juttujen listalla myös seuraavat kolme päivää. Neljäntenä päivänä juttu otettiin pois Helsingin Sanomien verkkoetusivulta. Juttu oli luettavissa vain tilaajille. Se oli siis niin sanottu timanttijuttu. Jos juttua klikkasi ei-tilaaja, sivusto tarjosi kävijälle Helsingin Sanomien ilmaista tilausta kahdeksi viikoksi. Helsingin Sanomien analytiikan mukaan juttu oli myös Helsingin Sanomien eniten näytetilauksia kerännyt juttu – ja sen tuoma näytetilausmäärä vastasi Helsingin Sanomien koko verkkosivuston kahden ja puolen päivän näytetilaustavoitetta. Jutun lukijoissa ylliedustettuina olivat nuoret naiset.

5.6 Oma positio ja tutkimusetiikka

Tässä opinnäytetyössä tutkimusetiikalla on tärkeä rooli. Tämä kuuluu etnografiseen tutkimukseen (Eskola & Suoranta 1998, 101–102). Tutkin omaa juttuani ja siihen liittyvää prosessia. Myös kaikki haastateltavat ovat tuttujani.

Havainnointia ei saisi tehdä ilman havainnoitavan suostumusta (emt., 101–102). Sen takia kerroin kaikille, joiden kanssa oli juttuprosessin aikana tekemisissä, tekeväni

jutusta ja siihen liittyvästä työprosessista opinnäytetyötä. Epäilen, että tämä tieto ei vaikuttanut prosessiin, mutta tietenkään en voi olla siitä täysin varma. Olen kuitenkin työskennellyt vastaavanlaisissa prosesseissa usein, enkä havainnut tässä mitään poikkeavaa.

Johtopäätöksiä tehdessäni tulee myös muistaa havainnoinnin subjektiivinen luonne. Jokaisessa tilanteessa kaikki sen osapuolet saattavat kokea tilanteen hyvin eri tavalla. Etnografisessa tutkimuksessa tilanteet eivät myöskään ole toistettavissa, mikä tarkoittaa, että jokainen etnografinen tutkimus on ainutkertainen. (Eskola & Suoranta 1998, 101–102, 109.)

6 TULOKSET

Kursivoidut tekstit ovat haastattelvien sitaatteja. Tulosluvun sitaatit on purettu haastattelutilanteessa tekemieni muistiinpanojen perusteella. Jos haastattelutilanteessa tehty muistiinpano ei ole ollut tarpeeksi tarkka, sitaatti on tarkistettu haastattelunauhasta. Lopuksi pohdin haastatteluissa esiinnouseita teemoja oman juttuprosessini valossa. Johtopäätökset-luvussa sidon tulokset yhteen teorialukujen kanssa.

6.1 Intoa on, kuten myös hyviä kokemuksia

Aloitin haastattelut pyytämällä haastateltavia kertomaan omista digitaalisista onnistumisistaan. Kaikki haastateltavani olivat työskennelleet Helsingin Sanomissa vuosia ja heillä kaikilla oli kokemusta pitkien juttujen digitaalisesta kerronnasta. Pääosin haastateltavat tuntuivat suhtautuvan digitaaliseen kerrontaan innostuneesti. Minkäänlaista muutosvastarintaa en vastauksissa havainnut. Päinvastoin: haastateltavat näkivät digitaalisen kerronnan kiinnostavana, uutena kerronnan muotona, jota oli heidän mielestään kiva kokeilla ja opiskella.

”Hauskaa kokeilla tällaisia erilaisia kerronnan tapoja. Se on musta tosi kivaa!”

Kysyin haastateltavilta esimerkkejä onnistuneista verkkorikasteprojekteista – sellaisista, joissa he olivat olleet itse mukana tai joista he olivat muuten pitäneet. Näitä haastateltavien ei ollut vaikea löytää, joten oletan digitaalisen kerronnan myös käytännössä olleen haastateltavien mielestä palkitsevaa.

Eniten mainintoja hyvästä verkkorikastamisesta sai toimittaja Anu Nousiainen vuonna 2014 Kuukausiliitteeseen kirjoittama juttu Syvällä, joka kertoi suomalaisen miesporukan sukelluksesta norjalaisessa luolastossa (Nousiainen 2014). Tästä jutusta tehtiin erikoistaitto eli sen verkkokerronta tehtiin tilaustyönä toimitusjärjestelmän ulkopuolella. Jutun verkkokerronta alkoi videolla sukellusporukasta, joka sahasi moottorisahalla jäähän reikää. Myöhemmin jutussa oli autenttista videota sukellukselta, jossa kaksi sukeltajaa kuoli. Jutun rinnalla kulki myös viipalekuva luolastossa, josta lukija pystyi näkemään missä kohtaa luolaa teksti eteni.

”Anun sukellusjuttu on oikeastaan verkkokerronnan benchmark. Se on narratiivinen juttu, jossa videomatsku tuki tekstiä vahvasti. Härpäkepuoli tuki tekstiä ja vei lukijan paikkaan, johon se ei normaalisti pääse.”

”Meillä oli autenttisia videoita juuri niistä tapahtumista, mistä juttu kertoi. Se oli helppo ja itsestäänselvä ratkaisu. --- [Verkkokerronnan] Onnistumisissa sukellusjuttu on ihan selvä ykkönen. Videot ei keskeyttäneet tekstiä, vaan veivät lukijan tilanteeseen. Videoita oli vielä niin monesta vaiheesta, ja Japi teki lisäksi grafiikan, jossa näkyi luolan poikkileikkaus ja ihminen näki koko ajan mihin oli menossa. Se toimi!”

Nousiaisen juttua voidaan siis pitää suomalaisen verkkokerronnan ”benchmarkina”, mutta tavallisesta esimerkistä se ei käy. Yleisemmin digitaalinen kerronta tehdään toimitusjärjestelmän puitteissa – ei erikoistaittona. Tällöin digitaaliset rikasteet voidaan toteuttaa joko Helsingin Sanomien Arkku-työkalulla tai erikseen datadeskiltä tilatulla palikalla. Useimmiten toimitukset yrittävät kuitenkin tehdä rikasteet itse. Arkku-työkalulla voidaan tehdä melko yksinkertaisia rikasteita, esimerkiksi helppoa grafiikkaa, taulukoita tai vaihtokuvia. Sillä voidaan myös tehdä kyselyjä ja testejä. Hyvin toimineena testinä mainittiin toimittaja Anna-Stina Nykäsen laatima köyhyyskysely (Nykänen 2015), jossa lukijoilta kyseltiin kokemuksia köyhyydestä. Tuloksia käytettiin myös Kaksi Suomea – kasvaako eriarvoisuus -tutkimuksessa. Tutkimus kuului puolestaan Koneen säätiön rahoittamaan isoon Jakautuuko Suomi? -hankkeeseen. Sähköisillä kyselyillä voidaan hankkia myös tietoa toimituksen omaan käyttöön. Vaikkei kysely olekaan pitkän jutun esittämiselle järkevä muoto, se sopii hyvin featurejuttujen tiedonhankintametodiksi.

Arkku-työkalu mahdollistaa myös isojen tietomassojen viemisen verkkoon. Niitä voidaan käyttää jutun osana tai lukijat voivat tehdä tietomassoista hakuja. Yksi haastateltava kutsui Arkkuun tehtyä laskuria ”katso kissasi” -elementiksi. Kyseessä on tiedonsuodatin. Lukija voi laskurin avulla valita oman kissansa rodun ja hän saa tämän jälkeen nähtäväksi siihen liittyvät sairaudet. Toimittaja Katja Kuokkasen juttu maakuntien poikamiehistä (Kuokkanen 2016) mainittiin toimivana esimerkkinä siitä, miten isoja tietomassoja voidaan liukureiden ja hakukoneiden avulla käyttää pitkien juttujen rikasteena. Samantyyppisenä esimerkkinä nousi esiin Anu Nousiaisen taidevääreännösjuttuun tehtyä kuvagalleriaa, johon syötettiin 150 taidevääreännöksen tiedot (Nousiainen 2017).

”Poliisilla ei ollut resursseja tehdä sitä, joten me tehtiin se. Laitettiin nettiin 150 väärennettyä taulua ja niiden tarinat. Sieltä lukijat voivat sitten tehdä hakuja.”

Nousiaisen juttu erosi Kuokkasen jutusta siten, että Kuokkasen jutussa liukurit olivat jutun keskellä interaktiivisina elementteinä, Nousiaisen taideväärennöshakukone oli tehty erilliseksi jutuksi. Nousiaisen tapauksessa hakukone irrotettiin erilliseksi jutuksi todennäköisesti siksi, että haluttiin varmistaa, ettei pitkän jutun imu katkea. Rikaste voisi olla myös erillinen elementti, ikään kuin kainalojuttu.

Ulkomaisina esikuvina digitaalisesta featurekerronnasta moni haastateltava mainitsi New York Timesin, Guardianin ja BBC:n. Useaan otteeseen mainittiin New York Timesissa vuonna 2012 ilmestynyt lumivyörystä kertonut juttu Snow Fall (Branch 2012), jota moni piti digitaalisen featurekerronnan kruunun jalokivenä. Muutama mainitsi myös kännykälle suunnitellun BBC:n pakolaisjutun (BBC 2016), jossa lukijalle luodaan illuusio, että hänen kännykkänsä muuttuu turvapaikkaa hakevan puhelimeksi.

”Se BBC:n refugees-juttu oli todella inspiroiva. Mä tuijotin sitä kuin naulittuna.”

Suuri osa haastateltavista luki säännöllisesti ulkomaalaisia featurejulkaisuja ja osa seurasi hyvinkin tarkasti, millaisia kerronnankeinoja Suomen ulkopuolella kehitettiin.

6.2 Digi edellä tunnetaan, perusteluja kaivataan

Onnistumisten kuvailun jälkeen pyysin haastateltavia kertomaan, miten he mieltävät Helsingin Sanomien digi edellä -ohjeen (digi edellä -ohjeesta luvussa 2, sivulla 7). Erityisesti minua kiinnosti, kokivatko haastateltavat ohjeen sopivan featureteksteille ja millaisin reunaehdoin. Halusin myös tietää, noudatetaanko ohjetta featuretoimituksessa ja mitä se käytännössä tarkoittaa.

Digi edellä -tekeminen oli kaikille haastateltaville tuttu ohje. Tähän kysymykseen vastatessaan haastateltavat olivat koko kysymyspatteriston kriittisimpiä. Suurin osa toivoi, että heidän osaamistaan käytettäisiin paremmin hyväksi, eikä ohjeita vain saneltaisi ylhäältäpäin. Toisaalta muutamat haastateltavat sanoivat, että toimituksissa

kannetaan jo nyt liikaa vastuuta ja digitaalisen kerronnan onnistuminen on suoraan verrannollinen toimittajan siihen uhraamaan vapaa-ajan määrään.

Osan mielestä digistä keskusteltiin jo liikaa. ”Tää on ollut yhtä digirikastusta koko vuosi”, sanoi yksi haastateltava. Toista häiritsi digikeskusteluun liittyvä ”hössötys” ja ”vision puute”, mutta digitaalista kerrontaa hän teki ja suunnitteli mielellään. Pääasiassa haastateltavat mielsivät digi edellä -ohjeen tarkoittavan sitä, että jutun digitaalinen versio tulisi tehdä ennen printtiversiota. Yhden haastateltavan mukaan featuretoimituksessa yritettiin jossain vaiheessa noudattaa digi edellä -ohjetta, mutta kun rikasteiden tekemisen huomattiin olevan niin työlästä, päätettiin, että rikastamiseen ryhdytään vasta, kun juttu on kunnossa. Haastateltavasta riippuen digi edellä -ohjeella tunnuttiin myös käsittävän vähän eri asioita.

”Tässä talossa digi edellä tarkoittaa uutispuolella sitä, että jutut julkaistaan ensin verkossa, ja sitten katsotaan mitä printissä tehdään. Mun mielestä me ei siinä määrin tehdä digi edellä. Me tehdään lehtiä.”

”Jos me käännettäis prosessi niin, että ensin mietittäisiin mitä tehdään digissä ja sitten mitä tehdään lehdessä, en ole varma, olisiko se oikea tie.”

”Käytännössä digijournalismi on taittamista. Siinä on kysymys jutun muodosta. Sisältö on eri asia. Joissain tapauksissa digi antaa sisällön esittämiseen ylivoimaisia keinoja, muttei aina.”

”Käytännössä nää digiohjeet tarkoittaa sitä, että ensin tehdään digipaketit, sitten muut. Mutta ei se toimi featureprintissä. Siinä tekstiä muokataan taiton ehdoilla. Ei sitä voi tehdä digi first.”

”Digi first tarkoittaa sitä, että me ollaan pikkuhiljaa jättämässä paperinen HS taakse. Me halutaan, että lukijat siirtyvät käyttämään digiä – pakon edessä tai luonnollisen poistuman kautta.”

Yksi haastateltava mielsi, että digi edellä -ohjeen mukaan tehdyissä jutuissa jutun kiinnostavin sisältö tulisi nostaa jutun kärkeen. Verkossa jutun kärki tarkoitti hänen mukaansa joko ingressiä tai otsikkoa. Featurejutuissa näin ei ole tapana tehdä, vaan

jutun jännittävin käänne saattaa olla vasta jutun loppupuolella, jopa viimeisessä lauseessa. Haastateltavan mukaan featurejuttujen verkkotarjoilua tulisikin miettiä tarkkaan, jotta lukijat saataisiin jutun pariin, mutta otsikossa ei kuitenkaan paljastettaisi jutun kiinnostavinta käännettä.

”Joskus tulee vaatimuksia tai heittäilyä ylhäältä päin, että kirjoittakaa jutut toisella tavalla. Unohtakaa elliptinen rakenne ja laittakaa tärkein alkuun. Mutta me ollaan pärjätty hyvin timanttimuurissa, niin tämä on ehkä vähentynyt.”

Haastateltavien mielestä digi edellä -ohje ei sellaisenaan sovi featurekerrontaan. Moni karsasti myös digi edellä -ohjeen sävyä. Useat haastateltavat mielsivät ohjeen lähtökohdan liian tekniseksi. Heidän mielestään tekemisen perustana tulisi olla journalismi – ei väline. Tästä tuskin ohjeen laatijatkaan ovat eri mieltä, mutta haastateltavien kanssa keskusteltaessa välittyi tunne, että moni koki tekniikasta puhuttavan paljon ja sisällöstä liian vähän. Muutama totesi, että digi edellä tuntuu heistä yhtä hullulta ohjeelta kuin jos juttuja sanottaisiin tehtävän printti edellä.

”Ei me tehdä digi edellä. Me tehdään journalismi edellä. Ei sellaista lajityyppiä kuin digi edellä ole olemassakaan. 50 vuodenkin päästä tilanne on sama: silloinkin tehdään journalismi edellä.”

”Digi first tarkoittaa sitä, että lukija käyttää tuotetta digitaalisesti. Mulle itselleni se ei merkitse mitään. En mä tee työtäni myöskään printti edellä.”

Osa haastateltavista kaipasi vahvempia perusteluja sille, mitä digi edellä -ohjeella ajettiin takaa ja miksi rikasteita ylipäättään toivotaan. Osa haastateltavista antoi hyvinkin kriittistä palautetta, kun pyysin heitä esittämään toiveita talon johdolle.

”Pomojen pitäisi tarkentaa mielikuvia, että mitä niillä on mielessä, kun ne puhuu rikasteista. Se tekis todella, todella, todella hyvää, että meillä olisi johdossa yksi ihminen, joka voisi johtamaan esimerkillään. Mutta yksikään pomo ei pysty.”

”Mä haluaisin, että pomot kertoisivat selkeämmin, mitä meiltä odotetaan. Kertoisivat, että mitä pitäisi tehdä. Ne voisivat myös vastata siitä, että jotain tehdään. Nyt musta tuntuu, että toimittajat joutuvat pääasiassa kantamaan vastuuta tästä.”

”Mulla ei ole hajuakaan, missä rikasteet toimii hyvin. Koska mä en tiedä, mitä niillä haetaan, mä en myöskään tiedä toimiiko ne hyvin. A: Esitelläänkö me niiden avulla olevamme digitaalisesti luovia ja nerokkaita. B: Vai sitä että ihmiset lukee HS-tuotteita missä muodossa vaan. Vai C: Haetaanko jotain superjaettavaa tai superlaututuvaa.”

”Rikastaminen ei oo kauhean iso ongelma. Ongelma on se, että ne, jotka sitä pyytää, ei oikein taida itsekään tietää miksi ne sitä pyytää. Se pitäis ensin määritellä. Se on vähän sama, kun sanoa, että me halutaan enemmän laadukkaita juttuja. Että miten sä määrittelet sen laadun. Onko esim olemassa tutkimuksia, että niin sanotut verkkorikastetut jutut olis keino erottautua. Onko ne tapa kertoa, että me ollaan edelläkävijämedia. Että wow me osataan.”

”On siinä kyse siitäkin, että lasketaanko me nykyisiä rahoja vai tulevia rahoja. Me vallataan markkinaosuuksia, yritetään saada sillanpääasema.”

”Iso kokemus on se, että nämä digitaalisuuden tarjoamat keinot ja rikastukset, ovat vain lisä. Se mikä merkkää, on kova journalismi. Se mitä sanotaan. Ihmiset eivät lue rikastusten takia. Ne haluaa lukea jutun ja hienot rikastukset tukee sitä.”

Haastateltavilla oli selvästi jonkin verran huolta siitä, että talon johto toivoo heidän mieltävän juttuja, jotka sopivat tiettyyn digitaaliseen kerrontaan. Myös tässä tuli esiin asetelma, jossa haastateltavat kokivat talon johdon pohtivan digitaalista kerrontaa liian tekniikkälähtöisesti.

”Nyt meille saatetaan tuoda 360-kamera ja sanoa, että keksikää joku juttu, mihin tämä sopii. On se sinänsä hienoa, että meillä on tuollaisia mahdollisuuksia, mutta kyllä ideoinnin pitäisi mennä toisinpäin.”

Oman erityisyytensä digi edellä -ohjeen noudattamiseen toi Kuukausiliite, jota haastattelujen perusteella tehtiin täysin printtivetoisesti. Jutut ja ulkoasu suunniteltiin siis ensin paperilehteen, jonka jälkeen pohdittiin miten ne esitetään verkossa. Haastateltavat perustelivat tätä paperisen Kuukausiliitteen valtavilla lukijamäärillä. Haastateltavan mukaan yhden Kuukausiliitteen numeron lukee alusta loppuun noin 600 000 ihmistä. Hänen mukaansa HS.fissä Kuukausiliitteen vähiten suosituksen jutun lukee noin 20 000 ihmistä, suosituimman noin 100 000. Moni haastateltava pohti

lukijamäärien eroja. Se selvästi vaikutti myös heidän digitaalisen tekemisensä motivaatioon: miksi panostaa digitaaliseen, kun lukijat ovat paperilla?

”Kyllähän me tiedetään nää tilastot. Että valtaosa lukee meitä paperilta. Kyl se vaikuttaa omaan motivaatioon. Ensisijaisena on paperi. Vaikka on musta kyllä tosi hauska kokeilla kaikenlaista uutta kerrontaa.”

Muutama haastateltava pohti paperisen Kuukausiliitteen suojelemista myös taloudellisessa mielessä.

”Se, että kerran kuussa jaetaan pino paperia ihmisille kotiin, on taloudellisesti tosi kannattavaa! Valtavan hyvä bisnes! Hullua olisi siitä luopua.”

”Se vaikutus, että jutut tulee peräkkäin printissä, on ihan sairas. Se on bisneksenä ihan ylivoimainen. Ne jutut tukee toisiaan ihan saatanasti. Juttua luetaan satakertaa enemmän, kun se tulee jonkun tosi kiinnostavan jutun perässä.”

Yksi sanoi paperisen Kuukausiliitteen vahvan aseman aiheuttavan ongelmia juttujen verkkoon laittamisen yhteydessä.

”Se näkyy siten, että halutaanko me esimerkiksi laittaa perjantaina maksumuuriin juttuja, jotka tulee ihmisille lauantaina Kuukausiliitteessä kotiin. Ne voisivat tuoda potentiaalisia digilukijoita, mutta inflatoiko juttujen verkossa jakaminen [paperisen] Kuukausiliitteen momentumia? Tämmösiä me pohditaan. Että kun se paperinen Kuukausiliite on niin valtavan menestynyt tuote. Sillä on enemmän lukijakuntaa kuin Hesarilla, niin tätä pitäisi suojella.”

Osa haastateltavista oli sitä mieltä, että Kuukausiliitteen digitaalista kerrontaa mietittäessä painopiste pitäisi siirtää näköislehden kehittämiseen. Haastateltavien mielestä tässä olisi useita etuja: Kuukausiliitteen lehtimäisyys säilyisi digitaalisenakin ja koska lehti tarjottaisiin lukijoille kokonaisuutena, he todennäköisesti tulisivat lukeneeksi myös artikkeleja, joita eivät muuten lukisi. Haastateltavien mukaan näköislehden digitaalinen kehittäminen on myös helpompaa. Osa viehätti ajatus, että Kuukausiliitteen paperinen ulkoasu toistuisi näköislehdessä.

”Sellaisetkin ihmiset, joille ei tule paperi-Hesaria, hakee Kuukausiliitteen printtinä vaikka anopilta. Tätä pitäisi suojella. Siihen näköislehti voisi olla yksi ratkaisu.”

Digitaalinen kerronta näytti featuretoimituksessa tulevan vasta printtitekemisen jälkeen. Ei ennen sitä, kuten digi edellä -ohje edellyttäisi.

”Nää digiajatukset helposti jää häntäpäähän työlistalla, kun printti vain vie niin hirveästi aikaa. Sitä pitäisi automatisoida paljon enemmän asioita. Käyttää ennakoituja taittoja ja muuta.”

6.3 Mobiili köyhdyttää

Halusin tarkentaa keskustelua yleisistä digitaalisista ohjeista Helsingin Sanomien mobiiliohjeistukseen. Helsingin Sanomien digi edellä -linjaus muutettiin kesällä 2016 muotoon mobiili edellä, mobile first. Mobiililla tarkoitettiin älypuhelimia (ks. luku 2.1, sivu 7–8). Halusin tietää, miten tämä ohje oli vaikuttanut pitkien juttujen digitaaliseen kerrontaan. Tutkimukseni mukaan ohje ei ollut juurikaan tullut haastateltaville tutuksi. Käytännössä mobiili edellä -tekeminen näkyi siten, että toimittajat tekivät toimitusjärjestelmällä ensin niin sanotut mobiilipaketit, vasta sitten niin sanotun verkkopaketin. Se tarkoitti, että ennen kuin toimittajat tarkistavat miltä juttu näyttää verkossa tai lehden sivuilla, heille tuli ruudulle jutun mobiilinäkymä. Nämä näkymät on tosin suunniteltu kantalehden tarpeisiin, jossa jutut taitetaan pitkälti valmiisiin sapluunoihin. Featuretoimituksessa jutut taitetaan pääasiassa ilman sapluunoita.

”Tää mobiili edellä -tekeminen on mennyt multa vähän ohi, kun en mä oikein tee niin.”

Digitaalista kerrontaa ei siis varsinaisesti suunniteltu kännyköille. Siitä huolimatta haastateltavat ajattelivat älypuhelinkäyttäjää huomattavasti: kaikkien juttujen – ja juttujen kaikkien osien – tuli toimia kännykältä luettuina. Käytännössä mobiilin huomioiminen tuntui vaikuttavan eniten kuvakerrontaan ja grafiikoihin. Grafiikka ei esimerkiksi saanut olla liian leveää ja kuvien tuli skaalautua moitteetta kännykän ruudulle.

”Käytännössä mobiili ensin tarkoittaa sitä, että meidän täytyy miettiä, miten jutut toimii mobiilissa. Esimerkiksi, että kartat ovat tarpeeksi kapeita, eikä niissä ole liikaa infoa. Ja että sen sijaan, että tehtäisiin yksi iso grafiikka, kannattaa tehdä monta pientä.”

Featurejutuissa tämäntyyppisiä elementtejä on vähemmän, joten mobiili saattaa asettaa enemmän reunaehdoja uutispuolen teksteihin. Monet haastateltavat epäili myös mobiilialustan toimintavarmuutta. Erityisesti heitä huolesti, toimivatko vähän erikoisemmat visuaaliset elementit kännykässä.

”Aika usein moni kehitteillä oleva juttu loppuu sanoihin, että ’tää ei toimi mobiilissa’ tai jutusta saatu palaute on, että ’tää ei toiminut mobiilissa’.”

Muutama haastateltava nosti esiin kännykän pienen ruudun. He olivat huolissaan, on niin pienelle ruudulle ylipäättään järkevää suunnitella kovin visuaalista pitkän jutun taittoa. Yhden mielestä mobiilille tekeminen oli ”ihan älyvapaata”.

”Musta se ruutu on niin tosi pieni. Pitkän tekstin kun soisi olevan myös visuaalisesti näyttävä, niin sen tuominen pienelle ruudulle on aika haaste. Vaikka onhan ne jotkut toteutukset ollu ihan kivoja.”

”Mun mielestä se [mobiilikerronta] on pitkien juttujen kannalta ongelmallista. Kirjoja on luettu 1600-luvulta lähtien. Sitä formaattia on kiva lukea. Siihen on tullut se tietty koko ja tottumus. Miksi se pikkuruutu nyt sitten olisi hyvä?”

Kaikki haastateltavat pitivät kuitenkin hyvänä, että Helsingin Sanomissa kuitenkin pohdittiin juttujen toimivuutta kännyköillä. Haastateltavat ymmärsivät hyvin, miten nopeasti kännykkälukeminen lisääntyi. ”Oishan se hullua olla miettimättä sitä”, muotoili eräs.

Muutama haastateltava toivoi tablettien yleistyvän. Heidän mielestään tabletille suunnitellut digitaaliset lehdet pystyivät tarjoamaan paperilehteen verrattavissa olevia lukuelämyksiä. Osa luki kansainvälisiä aikakauslehtiä säännöllisesti tablettilta, joillain oli useammankin lehden tilaus. Muutama haastateltava nosti erikseen The New York Timesin sunnuntaisin ilmestyvän liitteen The New York Times Magazine sekä aikakauslehti New Yorkerin.

”Itse mä en kaipaa printtiä. Esimerkiksi New Yorker on tabletilla ihan erilainen kuin paperilla, niin paperimainen. Se on lukukokemus. Ja se näyttää hyvältä.”

”New York Magazine on verkossa erilainen, ihan erilainen.”

Eräs haastateltava pohti, voisiko toimitus vaikuttaa siihen, että tabletit yleistyisivät.

”Jos HS jakaisi lukijoille pädit ja siihen sisältyisi vaikka viiden vuoden jatkuva Hesarin tilaus. Ja tilaukseen kuuluisi vielä paperinen Kuukausiliite.”

6.4 Hyvä rikaste tukee tarinaa, eikä keskeytä lukemista

Eniten aikaa haastatteluissa kului yleensä osioon, jossa pyysin haastateltavia kertomaan, millaista digitaalista kerrontaa he haluaisivat tehdä ja millaista heidän mielestään oli hyvä digitaalinen kerronta. Sen sijaan, että haastateltavat olisivat miettineet yksittäisiä digitaalisia rikaste-elementtejä, he alkoivat useimmiten miettiä kokonaista lukukokemusta. Haastateltavat halusivat lukukokemuksen olevan mahdollisimman häiriötön. Kaikki haastateltavat nostivat tämän asian esiin, vaikken sitä erikseen kysynyt.

”Kun mä luen vaikka jotain Imagen juttua, haluan uppoutua tarinaan. Voi olla, että on myös joitain insinöörilukijoita, jotka haluaa samaan aikaan tehdä jotain testejä tai väkertää jotain interaktiivista grafiikkaa. Mutta mä haluan lukea tarinaa.”

”Kuukausiliitteen juttuja ei missään tapauksessa saa laittaa nettiin niin, että joku asia häiritsee tarinan voimaa. Kaikkea yhdistää se, että ihmiset haluaa uppoutua tarinaan ja kokemukseen.”

Moni haastateltava pelkäsi digitaalisten rikasteiden keskeyttävän lukemisen joko hetkeksi tai kokonaan. Tällaisia lukemisen kokonaan keskeyttäviä kohtia haastateltavat nimittivät juttujen exit-pointeiksi. Termi vaikutti toimituksen slangilta, niin luontevasti haastateltavat sitä käyttivät. Teemaa lienee pohdittu myös toimituksissa.

”Me mietitään koko ajan sitä, että tarina ei keskeyty. Että ihminen pystyisi lukemaan sen. Isoin ongelma on, että miten me tuodaan juttuun jotain lisää, joka ei ole pois siltä tarinalta. Me ei haluta, että lukeminen keskeytyy. Me pelätään exit-pointteja.”

”Jokainen kuva tai rikastus tiputtaa lukijoita. Se on aina exit-pointti. Sama pätee rikasteisiin hyvin rakennetussa tekstissäkin: Ihminen keskeyttää lukemisen rikasteeseen.”

Haastateltavat pohtivat, osaavatko lukijat liikkua digitaalisilla lukualustoilla tekstin, grafiikan ja kuvan välillä yhtä luontevasti kuin paperilla – monimutkaisemmista rikasteista puhumattakaan.

”Tärkeää on se rytmi, jossa teksti kulkee. Me ymmärretään se kieli ja tapa esittää, joka on meille tuttu paperilehdestä. Ei me osata niin luontevasti yhtäkkiä katsoa videota kesken jutun.”

”Jos on juttu, ja siinä jotain digitaalista, ettei käy niin, että se digi houkuttelee pois journalismista. Että jos jutun keskellä on video, rupeetko enää lukemaan sitä juttua.”

Yksi haastateltava viittasi Helsingin Sanomien omiin tutkimuksiin, joissa oli verrattu digitaalista lukemista ja paperilta lukemista. Hänen mukaansa sama lukija käyttäytyy paperilehteä lukiessaan ihan eri tavalla kuin verkossa.

”Verkossa se on selvästi lyhytjännitteisempi ja kevyempi. Siis sama ihminen. Printissä featurejuttujen lopettamisprosentti on tosi pieni.”

Tähän tietoon on kuitenkin syytä suhtautua varauksella, sillä tutkimuksesta ei ole muuta tietoa. Onko lukijoita pyydetty lukemaan samaa juttua paperilta vai verkosta vai onko vain yleisesti tutkittu lukemista eri alustoilta? Onko netissä säntäily vielä tottumuksen puutetta? Lukukokemuksen häiriöttömyys kuitenkin huoletti haastateltavia. Yksi haastateltava kertoi oppineensa, että mitä korkeampi rikaste, sitä herkemmin lukeminen keskeytyy. Tämän takia rikasteet oli hänen mukaan syytä pitää mahdollisimman matalina.

Minkälaisia rikaste-elementtejä haastateltavat sitten toivoivat? Yhtä haastateltavaa lukuunottamatta kaikki mielsivät juttujen digitaalisen rikastamisen osaksi visuaalista kerrontaa. Hyvin moni haastateltava koki, ettei tätä ymmärretty Helsingin Sanomien johdossa. Moni kuvasi verkkokerronnan kehittämistä Helsingin Sanomissa ”insinöörimäiseksi” tai ”tietopohjaiseksi”. Haastateltavien toivomat rikasteet olivat kuitenkin lähempänä kuvitusta ja efektejä. Yksi haastateltava esimerkiksi pohti, miten jutussa olevat hyönteisten kuvat voisivat digitaalisessa kerronnassa muuttua eläviksi ja lentää pois ruudulta, talvesta kertovan jutun taustalla voisi kuulua lumen narskunaa ja kansikuvassa oleva iskelmälaulaja voisi räpytellä silmiään.

”Pientä kikkaa sinne tänne. Sellaista, joka ei keskeytä lukemista. Enemmän sellaista efektimäisyyttä. Ehkä pientä ääntä ja äänimattoa.”

Haastateltavista monet kertoivat, että Helsingin Sanomien datadeski ei tee rikasteita, jos niillä on vain kuvituksellinen tehtävä. Kysyin asiaa datadeskissä työskentelevältä haastateltavalta. Pohjustin kysymystäni Kuukausiliitteen toimituksessa kuulleen esimerkin kautta: Voisiko marraskuuta käsittelevän jutun taustalla sataa? Haastateltava pohti asiaa vuolaasti ja kutsui tämäntyypistä digitaalisista rikastetta jutun maisemoinniksi.

”Sade marraskuuta käsittelevän jutun taustalla kuulostaisi ihan järkevältä. Se on ikään kuin maisemointia. Datadeskissä on otettu linja, että tehdään enemmän sisältöelementtejä. Ehkä se on vähän resurssisyistä tehty linjaus. Toisinkin voisi linjata. Maisemointia voisi ihan hyvinkin tehdä. Me ollaan toistaiseksi ajateltu, että rikasteilla on tärkeempää lisätä jutun tietosisältöä. Että jos olisi tällainen harmaa, marraskuinen sade, niin se vertautuisi enemmän kuvitukseen. Se voisi olla ihan järkevää. Siihen vaikuttaa kyllä meidän resurssitkin. Datadeskissä olevat ihmiset eivät leimallisesti ole kuvittajia. Siellä osataan tehdä mageeta grafiikkaa, mutta se perustuu tietoon. Toi saattais olla yksi syy siihen, miksei tällaista tehdä. Erikoistaitoissa on sitten eri. Mutta ne on yksinkertaisesti työläitä projekteja. Niitä tehdään valikoiden.”

Haastateltava jäi pohtimaan asiaa ja palasi siihen vielä haastattelun lopussa.

”Semmonenkin olisi hyvä, jos on juttu siitä, että marraskuussa sataa. Voisi miettiä, pitäiskö olla sadetta taustalla. Voisi ideoida, mitä sillä sateella voisi kertoa. Vaikka että kuinka paljon 50 vuoden aikana on satanut. Voitaisko siitä tehdä joku animaatio.”

Yksittäisistä rikaste-elementeistä puhuttaessa useat haastateltavat kertoivat kaipaavansa juttuihin gif-animaatioita. Gif-animaatiot ovat lyhyitä, muutaman sekunnin mittaisia videoita, jotka pyörivät ruudulla jatkuvalla toistolla.

”Tykkäisin systemaattisesti tehdä sellaisia kuvituksia, joissa valokuvat muuttuisivat videoiksi ja kuvitukset muuttuisivat giffeiksi.”

”Tykättäisiin käyttää gif-videoita ja liikkuvia valokuvia. Teknisesti ne on vaikeita. Ne ei toimi mobiilissa. Twitterissä ja facebookissa ne pyörii luuppina, mutta eivät mobiilissa.”

Moni haastateltava myös pohti, miten rikasteet saataisiin juttuun luontevasti. Osa mietti, tulisiko ne niin sanotusti juontaa sisään. Juontaminen tarkoittaa, että rikasteita edeltää yksi tai kaksi lausetta, joissa rikasteesta mainitaan. Esimerkiksi ”Suomalaiset katsovat nykyään vähemmän televisiota, kuten alla olevasta animaatiosta ilmenee” tai ”Suomalaiset katsovat nykyään vähemmän televisiota. Alla olevan testin avulla voit kokeilla katsotko vähemmän vai enemmän televiota kuin suomalaiset keskimäärin”. Yleinen tapa on myös kirjoittaa rikasteiden oheen, että juttu jatkuu kuvan/grafiikan/animaation jälkeen. Tätä tapaa eräs haastateltava kritisoi. Hänen mukaansa rikasteiden juontaminen tekstiin vaikuttaa siltä kuin lukijaa pidettäisiin netissä tyhmempänä kuin lehdessä. Eihän lehdessäkään kerrota, että ”seuraavaksi tekstin katkaisee grafiikka”.

6.5 Digitaalinen kerronta osaksi visuaalista suunnittelua

Haastatteluissa nousi esiin haastateltavien huoli pitkien juttujen digitaalisesta ulkoasusta. Kolme mainitsi, ettei teksteihin saada netissä angfangeja eli suurikokoisia kirjaimia kappaleiden alkuun. Yhtä harmittivat ylimääräiset rivivälit netissä. Hän kutsui juttujen verkkoulkoasua reikätaikoksi.

”Arvostan graafista suunnittelua ja mietin, että miten me saataisiin kehitettyä meidän verkkotypografiaa. Miten saataisiin satojen vuosien typografinen osaaminen siirrettyä paperilta verkkoon?”

”Se on aika kaavamaista, miten sen taiton voi tehdä. Siinä on niin vähän mahdollisuuksia paperitaittoon verrattuna.”

Yhden mukaan ulkoasu ei muutu paremmaksi niin kauan kuin siitä vastaavat ”Nokia-insinöörit”. Myös useampi muu haastateltava nosti esiin huolen siitä, ettei verkkosuunnittelussa heidän mielestään tarpeeksi huolehdita juttujen ulkoasusta verkossa. Yksi haastateltava vertasi 2010-luvun verkkolehtiä 1900-luvun alun sanomalehtiin, ”kun jutut olivat silppuna siellä täällä”. Hän pohti, että lukijoita on vuosikymmenet koulutettu lukemaan paperilehden signaaleja. ”Mitä ovat uuden ajan signaalit”, hän mietti.

Muutama haastateltava toivoi pitkille jutuille verkkoon huolitellumpaa ulkoasua, koska heidän mielestään jutun huoliteltu ulkoasu oli oleellinen osa pitkän jutun laatulupausta.

”Otsikkotasolla mainostetaan Kuukausiliitteen laajoja juttuja ja viitataan siihen, että tulossa on jotain spesiaalia. - - - Kaivattaisiin poikkeavaa, huolitellumpaa ulkoasua. Sekään ei teknisiä syitä tai tasapäistämisyistä käy.”

”Kuukausiliite on visuaalisesti heittämällä Suomen ykköslehti. Ja HS on Suomen ykkönen uutismedianana. Meillä on kaikki. Meidän pitää vain osata hyödyntää se.”

”Mulle tulee monesti semmonen filis, että mä haluan nähdä tämän jutun lehdessä. Jotenkin se netin ulkoasu ei tuo sitä samaa vaikuttavaa filistä, jonka saa paperilehdestä. Musta sitä filistä ei saisi tulla.”

Jokainen haastateltava sanoi, että rikastamisen tulisi olla luonnollinen osa jutun tekemistä, alusta saakka. Kaikki pitivät ongelmallisena, että tällä hetkellä rikasteet tilattiin erilliseltä datadeskiltä. Tämä oli mielestäni erityisen kiinnostavaa, sillä en kysynyt asiaa erikseen. Kaikki haastateltavat nostivat omatoimisesti esiin, että verkkorikasteiden tekeminen ja suunnittelu tulisi tehdä featuretoimituksessa. Featuretoimitus tarvitsisi digitalistia toimituksensa jäseneksi.

”Me tarvittaisiin oma koodari, jotta voitais toteuttaa asiat sellaisina kuin ollaan ne suunniteltu.”

”Jos halutaan tehdä ihan sairaan hyvä Kuukausiliitteen juttu, niin miten se syntyy? Se syntyy, kun on ihan sairaan taitava kirjoittaja ja editoija. Jos halutaan jonkinlainen digirikaste, niin siihen tarvitaan sikaittava tekijä ja työryhmä. Meillä on loistava graafikko ja hienoja kuvia. Kun me vielä siihen päälle saatais about Suomen paras animoija tai julkaisualustojen tekijä.”

”Jokaisella toimituksella on omat tavat ja ääni. Lifestyle, söndis, talous... Datadeskin on vaikea omaksua näitä, kun ne eivät ne ole siinä päivittäisessä toiminnassa mukana.”

Moni haastateltavista toivoi, että featurejutut tunnistaisi digitaalisessa ympäristössä helpommin featurejutuiksi.

”Featurella pitäisi olla verkossa erilainen visuaalinen tyyli kuin muilla osastoilla. Nyt lukija ei yhtään tiedä mitä lukee. Ei välttämättä tiedä edes lukevansa Hesaria. HS:n brändin pitäisi näkyä verkkovisussa enemmän.”

”Rikasteet voisivat auttaa, että Kuukausiliite tulisi enemmän vastaan somessa. Niitä on kiva tehdä, mutta en mä usko, että rikastettuja juttuja luetaan enemmän. Mikäli niiden kautta onnistutaan välittämään brändimielikuvaa, hyvä. Mutta aina ei ehkä onnistuta. Musta tää olis tärkeä. Jos sä esimerkiksi näet AJ+:n videon, sä tunnistat sen heti. Mielikuva on, että noi tietää mitä ne tekee ja mielikuva on tärkeä. Tai New York Time tai New Yorker. Niiden brändin näkyvyys lisää mun arvostusta. Digitekeminen on paljon sitäkin, että tuote tulee tunnistettavana vastaan digiympäristössä.”

Yksi haastateltava käytti paljon aikaa miettiessään, millainen Helsingin Sanomien digitaalinen ulkoasu tulisi olla. Hänen mukaansa netissä on houkutus tehdä välkettä, mutta sitä hän ei nähnyt Helsingin Sanomien tyyliin sopivana. Näitä ajatuksia voisi hyödyntää myös pitkien juttujen digitaalista kerrontaa pohdittaessa.

”Me ei olla Buzzfeed tai Huffington Post, vaikka ne ovatkin omalla sarallaan tosi hyviä. Ylen Kioskikaan ei ole meidän tyyliä. Musta pitäisikin miettiä, että mikä on just HS verkossa. Mikä on meidän tyyliä.”

”Ihan ekana tulee luotettavuus. Tästä ei saa tinkiä yhtään. Vaikka erityisesti mobiilissa sitä eksyy helposti ajattelemaan, että pitää olla sitä tai tätä välkettä, jotta meidän juttu erottuu joukosta. Mutta lukijoiden pitää huomata, että se on juuri HS. Se luotettava. Ei se välkkyvä. Mutta se HS ei saa häiritä tai olla päälleliimattu.”

6.6 Videot esimerkkinä digitaalisesta säntäilystä

Kaikki haastateltavat pysähtyivät pohtimaan videoiden asemaa digitaalisessa kerronnassa. Kaikki kertoivat huomanneensa, että videoita tehtiin ja pyydettiin haastatteluja tehtäessä paljon vähemmän kuin esimerkiksi vuotta aikaisemmin. Erään haastateltavan mukaan Helsingin Sanomien johto vaati vuotta aikaisemmin videoita melkein joka juttuun.

”Kerran mä laskin paljonko niitä videoita katsottiin ja me huomattiin, että me tehdään ihan turhia videoita.”

Monien mielestä videoihin tiivistyi digitaalisen kerronnan poikkoilevuus: ensin jotain kovasti halutaan, mutta toimituksille ei perustella miksi sitä halutaan ja toisena hetkenä samaa asiaa ei enää halutakaan, eikä toimituksille perustella sitäkään.

”Vois paremmin kertoa, että tää ei nyt toiminut. Nyt asioita vaan vähin äänin haudataan.”

Vaikka videoita kohtaan oltiin kriittisiä, parhaimpina digitaalisen kerronnan onnistumisina haastateltavat tuntuivat kuitenkin pitävän juttuja, joissa oli autenttista videomateriaalia, esimerkiksi jo aiemmin mainuttua Anu Nousiaisen Syvällä-juttua. Hyvällä videolla haastateltavat näkivät kaksi ominaisuutta: videon tuli olla autenttinen ja tukea tekstiä.

”Me ollaan kokeiltu erilaisia videoita. Meillä on olennaista se tarinankerronnallinen puoli. Jos olisi resuja, meidän pitäisi tehdä minidokkareita keikkojen yhteydessä. Kyllä me voitaisiin tehdä niitä enempi. Että on tässä vähän aihetta itsekritiikkiinkin.”

Osa näki videot esimerkkinä digitaalisen maailman arvaamattomuudesta.

”Videot voi nähdä hyvässä ja pahassa. Uusia keinoja on tosi paljon ja me kokeillaan hirveesti. Ehkä ärsyttävää ja epämotivoivaa on se, että nyt jauhetaan jostain kauheesti. Puoli vuotta sitten jauhettiin videoita. Kun näitä uusia mentelmiä vaan tulee koko ajan.”

”Ja se on kyllä ihan tosi hienoa, että meillä innostutaan kauheesti koko ajan kaikesta. Hankitaan laitteita ja ihmiset saavat kokeilla. Seuraavaksi sitten varmaan vr-videoita.”

6.7 Oman jutun digitaalinen kerronta ja analytiikka

Tässä alaluvussa käyn läpi haastatteluissa esiin nousseita tuloksia oman juttuni kautta ja kerron Helsingin Sanomien virallisen analytiikan valossa verkon lukijamääristä. Joudun tekemään tämän yleisellä tasolla, koska tarkat luvut ovat liikesalaisuuksia.

Digi edellä -ohje ei näkynyt jutuntekoproosessissa laisinkaan. Jutun suunnittelussa alusta saakka keskiössä oli paperilla ilmestyvät sunnuntaisivut. Tämä kävi ilmi esimerkiksi jutun pituutta ja kuvitusta mietittäessä. Heti ensimmäisessä juttupalaverissa pohdittiin, millaista kuvitusta aiheesta saisi ja minkälainen kansi osastolle jutun kautta rakentuisi. Kuvituksen pohtiminen oli täysin aihelehtöistä ja sitä pohdittaessa kiinnitettiin erityistä huomiota jutun herkkään aiheeseen ja kuvituksen sävyyn. Parhaimpana kuvituksena pidettiin jotain autenttista ja lopulta haastateltavalta löytyikin pienet jalan- ja kädenjäljet, jotka vauvalta oli hänen syntymänsä jälkeen otettu.

Jutun tilaajien fokus oli koko juttuprosessin ajan kiinteästi paperilehdessä. Digitaalisen kerronnan pohtimiseen aloitteet tulivat minulta. Tilajaat suhtautuivat rikastamisajatuksiin myönteisesti, mutta koin, että niistä oli heille jonkin verran lisätyötä. Osin tämä johtui siitä, että olin juttua tehdessäni opintovapaalla, enkä ollut Helsingin Sanomien toimituksessa läsnä. Jutun editori kävi myös puolestani kysymässä, voitaisiinko jutulle rakentaa erikoistaitto, mutta tähän ei datadeskillä ollut mahdollisuuksia. Oma toiveeni jutun rikastamisesta oli hyvin samantyyppinen kuin haastateltavien toiveet pitkien juttujen digitaalisesta kerronnasta. Toivoin, että jutun taustalla olisi kuulunut vauvan sydänääntä tai tekstin alla olisi vaimeasti sykkinyt sydän. Datadeskissä ideasta ei innostuttu kahdesta syystä. Idea nähtiin liian kuvitusmaisena, eikä se lisännyt jutun informaatioarvoa. Lisäksi toteutus olisi vaatinut erikoistaittoa ja

sen katsottiin olevan liian työläs. Kyseessä oli kuitenkin vain ”tavallinen sunnuntaisivujen avaus”, ei esimerkiksi Kuukausiliitteen juttu. Datadeskissä minulle kerrottiin, että ”erikoistaitoja tehdään lähinnä Kuukausiliitteeseen”. Erikoistaiton ongelmaa perusteltiin myös sillä, ettei se todennäköisesti toimisi mobiilissa.

Koska erikoistaiton mahdollisuutta ei ollut, aloin pohtia yksinkertaisempia digirikasteita. Jutun tilaajien kanssa pohdimme Arkulla tehtäviä elementtejä. Voisiko jutussa olla laskuri, johon syntymävuotensa syöttämällä lukija voisi nähdä, kuinka monta raskautta hänen syntymävuonnaan oli keskeytetty. Tai kannattaisiko jutun oheen tehdä lyhyt testi, jolla lukija voisi katsoa onko hänen suhtautumisensa aborttiin konservatiivinen, liberaali tai jotain siltä väliltä ja miten hänen arvonsa suhteutuisivat muihin vastanneisiin. En vienyt näitä rikasteideoita eteenpäin, koska pelkäsin niiden rikkovan jutun herkkää tyyliä ja tekstin imua. Huomasin siis saman asian kuin moni haastateltava: Arkulla tehtävät rikasteet eivät välttämättä sovi featurejutun sekaan.

Kahden datadeskissä työskentelevän henkilön kanssa ideoimme jutun joukkoon animaation, joka kuvasi sikiön hedelmöittymistä ja asteittaista kehittymistä pieneksi vauvaksi. Animaation tarkoitus oli osoittaa miten aikaisessa vaiheessa sikiöllä oli erinäisiä rakenteita – sydän, keuhkot ja iho – ja saada lukija tätä kautta pohtimaan raskaudenkeskeytystä. Animaation tarkoitus oli myös osoittaa sikiön kehitysasteet suhteessa raskaudenkeskeytyskriteeristöön. Yhteistyö datadeskin kanssa sujui erittäin hyvin. Ongelmallista oli ehkä hiukan se, että animaatio tuli juttuun erillisenä elementtinä, eikä se täten tukenut jutun digitaalista kerrontaa. Sitä ei myöskään juonnettu juttuun sisään. Toisaalta animaation tekijä oivalsi jutun sävyn heti ja halusi tehdä mahdollisimman vähäeleisen animaation. Siinä esitettyä tietoa oli kuitenkin hyvin paljon, mikä mielestäni teki animaatiosta lopulta liian raskaan.

Lopulta jutulla oli useita digitaalisia ulkoasuja. Helsingin Sanomien tilaajat saavat valita, lukevatko he jutut näköislehdestä vai HS Päivän lehdestä. Näköislehti on paperilehden kopio, HS Päivän lehti on Helsingin Sanomien erikseen digitaaliseen muotoon taitettu versio. Päivän lehdessä artikkeleilla on sama ulkoasu kuin verkossa. Oma juttuni oli näköislehdessä samanlaisena kuin printissä (liite 3). Jutun otsikko oli *Raskausviikko 23*. Ingressissä luki: *Minnan raskaus oli puolivälissä, kun kättilö sanoi ultraäänitutkimusta tehdessään: ”Nyt täällä ei ole kaikki kunnossa.” Minna ja hänen miehensä joutuivat tuloksia odotellessaan pohtimaan vaikeita eettisiä kysymyksiä. Ja*

sitten oli päätöksen aika. Tekstin fontti oli Helsingin Sanomien paperilehden fonttia ja jutussa pystyi liikkumaan sitä skaalaamalla.

KUVA 8

Näköislehdessä juttujen ulkoasu on sama kuin paperilehdessä. Jutut tulevat ruutuun aukeama kerrallaan. (Kuvakaappaus: Helsingin Sanomien näköislehti 15.4.2017)



KUVA 9

Raskausviikko 23 -jutun ensimmäinen aukeama näköislehdessä. (Kuvakaappaus: Helsingin Sanomien näköislehti 15.4.2017)



Päivän lehdessä jutun ulkoasuna oli jutun digitaalinen versio, digipaketti (liite 2). Otsikko oli huomattavasti näköislehteä ja printtiä pidempi. Siihen oli sulautettu printissä ollut ingressikin. Otsikko kuului: *”Nyt täällä ei ole kaikki kunnossa”, sanoi kätilö Minnalle, jonka raskaus oli puolivälissä, ja vauva potki jo – oli tehtävä vaikea päätös elämästä ja kuolemasta.* Otsikon perässä ei ollut pistettä. Vaikka se kännykän ruudulla vei kuusi riviä, otsikko ei ollut erityisen pitkä. Myös jutun ingressin vei kännykän ruudulla kuusi riviä. Se kuului näin: *Monet vaikeat sairaudet ja vammat voidaan havaita vasta 20. raskausviikon jälkeen. Sen jälkeen äidille jää muutama viikko aikaa päättää, keskeytetäänkö raskaus. Joskus vaikea ratkaisu pitää tehdä vaillinaisin tiedoin.*

KUVA 10

Tältä Raskausviikko 23 -juttu näytti kännykän ruudulla sekä Päivän lehdestä että HS.fi:n kautta katsottuna. (Kuvakaappaus: Helsingin Sanomien Päivän lehti 15.4.2017, mobiili)

Sunnuntai

”Nyt täällä ei ole kaikki kunnossa”, sanoi kätilö Minnalle, jonka raskaus oli puolivälissä, ja vauva potki jo – oli tehtävä vaikea päätös elämästä ja kuolemasta

Monet vaikeat sairaudet ja vammat voidaan havaita vasta 20. raskausviikon jälkeen. Sen jälkeen äideille jää muutama viikko aikaa päättää, keskeytetäänkö raskaus. Joskus vaikea ratkaisu pitää tehdä vaillinaisin tiedoin.

 Tilaajille



Molemmat otsikot oli tehty featuretoimituksessa. Printin otsikko oli oma ehdotukseni, mutta verkkoversion otsikko oli editorin tekemä. Se kelpasi myös HS.fi:n online-toimitukselle, eikä otsikosta muutettu mitään. Tämä ei ole täysin tavallista, sillä usein online-toimitus parantelee otsikkoa paremmin verkkoon sopivaksi. Jutun digitaalinen tekstimassa koostui leipätekstistä, otsikosta ja ingressistä. Pääkuvana oli vauvan jalanjälki. Tekstin sekaan oli upotettu kuvia isoäidinneliöistä, joita haastateltava oli raskaana ollessaan virkannut.

KUVA 11

Jutun digitaalisessa versiossa tekstin sekaan oli upotettu isoäidinneliöitä.
(Kuvakaappaus: Helsingin Sanomien Päivän lehti 15.4.2017, mobiili)

RASKAUSAJAN
ultraääni-
seulonnat ovat
vapaaehtoisia,
mutta
Suomessa lähes
kaikki raskaana
olevat
osallistuvat
niihin. Se on
usein
ensimmäinen
kerta, kun
vanhemmat näkevät lapsensa.
Monitorissa pieni vauva heiluttelee
käsiään ja jalkojaan. Mukaan
annetaan kuva.



Jutun kuvituksena on
Minnan virkkaamia
isoäidinneliöitä. Niistä
oli tulossa vauvalle
peitto.

Verkkorikasteena oli animaatio. Rikastekohdassa kerrottiin, että haastateltavan mahassa potki vauva. Rikastetta ei juonnettu sisään, koska se olisi katkaissut tekstin imun. Animaation yllä luki ”Animaatio näyttää sikiön kehityksen viikoilla 1–23”.

KUVA 12

Raskausviikko 23 -jutun digitaalinen rikaste oli animaatio, jonka kesto oli yli kaksi minuuttia. (Kuvakaappaus: Helsingin Sanomien Päivän lehti 15.4.2017, mobiili)

Päätöksen tekemiseen oli aikaa alle
neljä viikkoa.

**Animaatio näyttää sikiön
kehityksen viikoilla 1-23.**

Viikko 4



Raskausviikko 4: Istukka ympäröi munasolun ja alkaa välittää sille
happea ja ravintoa.

Koonnut: Merituuli Saikkonen, grafiikka: Uolevi
Holmberg HS, lähteet: Vauvan odotus
(Vaukirja), Raskaana - raskaus, synnytys ja
uusi perhe (Libero), vau.fi, colourbox.com

MINNA oli aina halunnut lapsia.
Pienenä tvttönä hän kuvitteli niitä

Juttu ilmestyi pääsiäislauantaina 15. huhtikuuta 2017. Koska Helsingin Sanomat ei pääsiäispyhien takia ilmestynyt seuraavan kahden päivän aikana, jutulla oli sekä verkossa että printissä tavallista parempaa potentiaalia tulla luetuiksi myös ilmestymisen jälkeisinä päivinä. Helsingin Sanomilta onkin järkevää keskittää tällaisille päiville muutama potentiaalinen hittijuttu, jotka kantavat ilmestymispäivää pidemmälle. Paperilehden lukemistilastoja minulla ei ole saatavilla, eivätkä ne ole opinnäytetyöni valossa oleellisiakaan. Alla olevat tietoni perustuvat Helsingin Sanomien viralliseen verkkolukemisesta saatuun analytiikkaan, mutta se ei ole julkista. Liikesalaisuussyistä en voi esimerkiksi paljastaa jutun tarkkoja lukijamääriä tai sitä, kuinka moni prosentti tarkkaan ottaen luki jutun kännykästä. On kuitenkin parempi kertoa lukijatilastoista yleisellä tasolla kuin jättää kokonaan kertomatta.

Juttu menestyi hyvin verkossa. Se oli Helsingin Sanomien verkkosivujen luetuin juttu kolmen päivän ajan. Sitä luettiin verkosta viiden päivän ajan, jonka jälkeen se pudotettiin pois etusivulta. Tätä ennen se oli sekä Helsingin Sanomien verkkosivulla HS.fi että mobiilinäkymässä näyttävästi esillä. Ilmestymispäivänä se nousi iltapäivällä sivuston ensimmäiseksi jutuksi. Se tarkoittaa, että kun lukija tuli Helsingin Sanomien verkkosivuille, hän näki jutun ensimmäisenä. Suuri näkyvyys tietenkin nosti jutun lukijamääriä. Toisaalta kärkipaikalle nostetaan juttuja, joita luetaan paljon. Ja kääntäen: mikäli juttu ei saa tarpeeksi lukijoita, se putoaa melko pian pois verkkoetusivun parhailta paikoilta. Tämä juttu pysyi ensimmäisenä kaksi päivää. Se on paljon tavallista pidempään. Osin se kertoo jutun suosiosta, osin siitä, ettei jutun ilmestymistä seuraavana päivänä ilmestynyt lehteä, ja uusia juttua syntyi paljon tavallista vähemmän.

Juttua myös markkinoitiin huomattavasti Helsingin Sanomien sosiaalisen median kanavissa. Linkki jaettiin Helsingin Sanomien Facebook-kanavissa HS.fi - Helsingin Sanomat ja HS Lifestyle. Helsingin Sanomien uutisdeskin ylläpitämää HS.fi - Helsingin Sanomat -tiliä seuraa 170 000 lukijaa. Helsingin Sanomien lifestyletoimituksen ylläpitämällä HS Hyvinvointi -tilillä on 11 000 seuraajaa. Juttu jaettiin myös Helsingin Sanomien Instagram-tilillä, jolla on seuraajia 46 000. Jutun verkkolukijoista kaiken kaikkiaan 47 prosenttia löysi jutun sosiaalisen median kautta. Julkaisupäivänä sosiaalisen median kautta tuli noin 40 prosenttia lukijoista, seuraavina päivinä vieläkin useampi. Neljäntenä ja viidentenä päivänä lähes kaikki lukijat tulivat juttuun sosiaalisen median kautta, mikä sillä, että juttu laskettiin HS.fi:n verkkoetusivulla alemmas. Suurin osa lukijoista tuli juttuun kuitenkin muuta reittiä. Epäilisin, että suurin osa Helsingin

Sanomien etusivun kautta. Tähän vaikutti varmasti se, että juttu oli sivuilla näyttävästi esillä.

53 prosenttia verkkolukijoista luki jutun sen ensimmäisenä ilmestymispäivänä lauantaina, sunnuntaina 24 prosenttia. Lukijamäärät nousivat hieman tiistaina. Epäilen sen johtuvan siitä, että ihmiset palasivat pääsiäislomalta töihin.

Jutun digitaalisista lukijoista kaksi kolmesta luki jutun mobiililta. Tietokoneelta jutun luki joka neljäs lukija, tabletilta joka kymmenes lukija.

Juttu oli vain tilaajien luettavana, muille juttua lukemaan tulleille verkkosivu tarjosi Helsingin Sanomien ilmaista näytetilausta. Näitä juttuja Helsingin Sanomissa kutsutaan timanttijutuiksi. Näytetilausten ottaneiden määrää seurataan tiiviisti. Tähän juttuun törmänneistä tavallista useampi otti näytetilauksen, ja kokonaisuuten näytetilauksia meni poikkeuksellisen paljon – koko lehden kahden ja puolen päivän tavoitteen edestä. Näytteiden ottajissa yliedustettuina olivat nuoret ja naiset. Tilauksista yli puolet meni Helsinkiin. Digitaalisesta kehityksestä vastaavan toimituspäällikkö Esa Mäkisen mukaan jutussa yhdistyi kaksi tärkeää asiaa: selkeä, otsikosta havaittava kohderyhmä ja selkeä, otsikosta, ingressistä ja kuvasta ilmi käyvä syy jatkaa lukemista ja ottaa näytetilaus.

Vaikka suurin osa juttuun liittyvistä tilastoista oli juttua imartelevia, yksi luku oli poikkeuksellisen huono: 13 prosenttia lukijoista luki juttua animaatioon asti. Tämä ei kuulosta loogiselta luvulta, koska juttu oli hyvin luettu ja siitä otettiin paljon näytetilauksia. Helsingin Sanomissa toimittajien käytössä on chartbeat-mittari, joka antaa paljon reaaliaikaista analytiikkaa juttujen lukuajoista. Chartbeat kertoo muiden muassa paljonko kutakin juttua luetaan parhaillaan, mistä lukijat ovat juttuun tulleet, missä maassa he ovat ja kuinka monta prosenttia lukijoista on lukenut jutun tietyille rivoille. Oma juttuani analysoitaessa chartbeat-mittari ei toiminut kunnolla, vaan se laski mukaan myös niin sanotut muurin törmänteet. Siis lukijat, jotka klikkasivat juttua, mutta huomattuaan sen maksulliseksi, eivät ottaneet näytetilausta. Tämä väärensi analytiikkaa niin paljon, etten tässä opinnäytetyössä ota lainkaan huomioon chartbeat-mittarin lukuajatuloksia. Tämä on valitettavaa, koska en voi myöskään tutkia rikasteen vaikutuksia lukukokemukseen tai rikasteen toimimista mahdollisena exit-pointtina. Rikasteeseen liittyvä arviointi on oma tulkintani rikasteen vaikutuksista.

Mielestäni rikaste oli jutussa parhaassa mahdollisessa paikassa ja hyvin tehty. Jos rikaste olisi tehty featuretoimituksessa, sen ulkoasu oli todennäköisesti sidottu jutun muuhun ulkoasuun. Käytännössä tämä olisi todennäköisesti tarkoittanut, että animaatio olisi voitu laittaa pyörimään vaikkapa lankakerän sisälle, kun muuna kuvituksena oli virkattuja isoäidin neliöitä. Animaation ulkoasu oli kuitenkin eleetön, eikä se pistänyt jutusta silmään.

Animaatio oli kuitenkin hyvin pitkä, 2 minuuttia 15 sekuntia. Animaation kuvan vaihtuvat runsaan seitsemän sekunnin välein, mikä tuntui minusta liian hitaalta. Pyysin animaatiota nopeutettavan, mutta tekijän mukaan siitä olisi tullut liian nopea, eikä lukija olisi pystynyt omaksumaan kaikkea animaation välittämään tietoa. Aluksi animaatiossa oli myös aika vähän liikettä ja moni on voinut kuvitella, ettei animaatiossa tapahdu mitään. Alun perin oma toiveeni oli, että rikaste olisi enemmänkin kuvituksenomainen, giffimäinen tunnelmapala, joka toisi juttuun magiikkaa: Näin pienestä solusta tulee ihminen. Lopputulos oli kuitenkin enemmän oppikirjamainen. Epäilen, että rikasteen työprosessi oli esimerkki edellä kuvatusta ajatusmaailmojen kohtaamisesta: minä hain rikasteella tunnelmaa, graafikko tietosisältöä. Teimme animaation myös täysin erillään muusta toimituksellisesta prosessista, mikä ei varmasti tehnyt sille hyvää. Se ei ollut osa teksti- tai kuvitussuunnitelmaa, eikä featuretoimituksen deskin osaamista hyödynnetty sen tekemisessä lainkaan. Tämä irrallisuus näkyi myös lopputuloksessa.

En usko, että kovinkaan moni pysähtyi animaatiota katsomaan. Tämä on sääli, koska animaatioon käytettiin paljon työaika. Totesin aiemmin, että hyvä rikaste tukee tarinaa, eikä keskeytä sitä. Koska rikasteeseen ei oltu kiinnitetty mitään erillistä mittauselementtiä, ei jutusta tuotetun analytiikan perusteella voitu päätellä, miten lukijat rikasteeseen suhtautuivat. Joillekin se saattoi toimia exit-pointtina, johon lukeminen loppui tyystin. Animaatio oli kuitenkin melko matala eli lukija pystyi siihen törmätessään huomaamaan, että juttu jatkuu animaation jälkeen. Epäilen, että suurin osa vain hyppäsi rikasteen yli ja jatkoi lukemista. Mutta tukiko se tarinaa? Ei juurikaan. Rikaste toi juttuun uutta, täysin erillistä informaatiota. Kesken raskaudenkeskeyttämistarinan hypättiin sikiön kehitystä kuvaavalle luennolle. Oikeastaan tämä informaatio oli lukijalle tässä kohdassa täysin tarpeetonta. Tässä mielessä rikaste ei puhunut jutun kanssa samaa kieltä tai tukenut tarinaa.

Yhteisarvioni juttuprosessin digitaalisesta tekemisestä on, että featuretoimituksessa prosessia ohjaa paperi. Digitaaliset elementit tilataan datadeskiltä, jossa rikasteilta toivotaan eri asioita kuin featuretoimituksessa. Tässä tapauksessa jutun digitaalinen kerronta olisi mielestäni ollut ehjempi ilman rikastetta. Oman kokemukseni valossa pystyn allekirjoittamaan hyvin monet haastateltavien huolet.

7 TUTKIMUKSEN ARVIOINTI

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli tutkia featurelehtijuttujen digitaalista kerrontaa. Aineistona tutkimuksessa olivat teemahaastattelut ja itse kirjoittama juttu ja siihen liittyvä itsearviointi.

7.1 Triangulaation ja tutkimusmenetelmien arviointi

Tutkimus perustui triangulaatioon. Kahden tai useamman tutkimusmetodin käyttäminen rinnakkain johtaa väistämättä siihen, että todennäköisesti niistä ei yhtäkään käytetä kunnolla. Omassa tutkimuksessani tämä näkyi siten, että teemahaastattelut tehtiin jokseenkin mutkia suoristaen. Yhtä haastattelua lukuunottamatta haastattelut nauhoitettiin, mutta niitä ei litteroitu, kuten haastattelututkimuksissa perinteisesti tehdään. Litteroimattomuutta perusteltiin sillä, että haastattelut olivat vain yksi tutkimusmenetelmä. Haastateltavan kirjoitusnopeuden ansiosta haastatteluista tehdyt muistiinpanot myös olivat niin hyvät, että haastateltavien sitaatit pystyttiin purkamaan niiden perusteella. Mikäli joku sitaatti oli epäselvä, se tarkistettiin nauhalta. Mikäli haastattelut olisi litteroitu, niille olisi voinut esimerkiksi ajaa haastattelujen analysoimiseen tarkoitettujen ohjelmistojen läpi. Mutta näin tarkka analyysi ei missään vaiheessa ollut tutkimuksen tarkoitus.

Myös haastateltavien anonymiteetti ratkaistiin ei-perinteisellä tavalla: haastateltavat olivat opinnäytetyössä täysin nimettöminä. Haastateltavia ei siis pysty erottelemaan. Tämä ei mielestäni ollut tarpeen, sillä opinnäytetyössäni oleellista oli se, mitä haastateltavat sanoivat, ei se, kuka mitäkin sanoi. Tärkeää ei myöskään ollut erojen löytäminen haastateltavien sanomisesta tai mielipiteiden väliset korrelaatiot.

Juttuprosessin analyysi ei välttämättä ollut täysin puhdasoppista autoetnografiaakaan, koska lopulta prosessi oli melko lyhyt, eikä siitä kertynyt kovin merkittäviä päiväkirjamerkintöjä. Autoetnografialle tyypillisempää on tutkijan oman kokemuksen syvempi analyysi. Hyvä esimerkki autoetnografisesta tutkimuksesta on Päivi Rissanen väitöskirja, jossa hän tutki autoetnografian avulla omaa sairastumistaan skitsofreniaan ja siitä kuntoutumista (Rissanen 2015). Tällaisiin autoetnografisiin tutkimuksiin verrattuna yhden lehtijuttuprosessin kuvaaminen autoetnografisin keinoin tuntuu varsin suppealta. Toisaalta autoetnografia on tutkimuksessani vain toisena metodina ja toimituksellisten

työprosessien kuvauksessa etnografia on toimivaksi osoitettu menetelmä (Helle 2009, 95–96).

Autoetnografia ja teemahaastattelut ovat tutkimusmetodeina hyvin erilaiset. Triangulaation kriitikoiden mielestä perinteiset tutkimusmetodin perustuvat eri lähtökohtiin, eikä niitä voida yhdistää (Eskola ja Suoranta 1998, 70–71.) Itse uskon, että juuri triangulaation avulla sain kattavimman käsityksen tutkimuskohteestani. Minulla oli erinomainen mahdollisuus ottaa opinäytetyöni toiseksi aineistoksi Helsingin Sanomissa tekemäni juttu, olinhan siellä toimittajana. Mielestäni menetelmät tukivat toisiaan. Oman kokemukseni valossa pystyin arvioimaan haastateltavien ajatuksia paljon paremmin kuin ilman omaa kokemusta tutkittavasta aiheesta. Triangulaatio onkin hyvä vaihtoehto silloin, kun tutkimuksen pääpainona ovat mahdollisimman mielenkiintoiset tulokset eikä metodien puhtasoppisuus (emt., 72). Omassa tutkimuksessani kyse oli juuri siitä.

7.2 Haastattelujen ja oman juttuprosessin arviointi

Kvalitatiivisessa tutkimuksessa arvio tutkimuksen luotettavuudesta pelkistyy kysymykseksi tutkimusprosessin luotettavuudesta (Eskola & Suoranta 1998, 210). Pyrin kuvaamaan prosessin opinäytetyössäni mahdollisimman avoimeksi. Tosin aina voidaan kysyä olisiko yksi tai kaksi haastateltavaa lisännyt tutkimuksen uskottavuutta. Kysyinkö oikeita asioita. Haastateltavia oli kuusi. He tekivät erityyppistä työtä, mikä oli tutkimuksen kannalta eduksi. He pystyivät tuomaan esille eri näkökulmia. Vastauksissa oli kuitenkin erittäin paljon yhteneväisyyksiä, enkä usko, että muutama lisähaastattelu olisi tuonut esiin kovinkaan paljon uutta. Mielestäni aineistoa oli riittävästi.

Helsingin Sanomien digitaalista kehitystä ohjaava toimituspäällikkö ei vastannut haastattelupyyntöön, mikä oli osin tutkimuksen haitta, osin etu. Hänen mukaantulonsa opinäytetyöhön olisi tuonut siihen vielä yhden lisätason: ratkaisut. Mäkinen olisi todennäköisesti pystynyt perustelemaan monia linjauksia, joita haastateltavat kritisivat. Nyt opinäytetyön haastateltavajoukko oli huomattavasti yhtenäisempi. Epäilen, että pystyin tätä kautta paremmin nostamaan esiin digitaaliseen kerrontaan liittyviä puutteita ja toiveita.

Eskolan ja Suorannan mukaan kvalitatiivisen tutkimuksen arviointi voidaan jakaa kolmeen osaan. Tutkimuksen uskottavuuden, siirrettävyyden ja vahvistuvuuden kautta (Eskola & Suoranta 1998, 211–212). Seuraavaksi tarkastelen opinnäytetyötäni näiden kriteerien valossa.

Uskottavuus kilpistyy siihen, että olin haastateltavien työkaveri. Miten se vaikutti haastattelutilanteisiin? Uskon, että voitin haastateltavien luottamuksen todennäköisesti nopeammin kuin jos olisin ollut heille täysin vieras. Tätä tietysti edellytti se, että minulla oli haastateltaviin hyvät välit. Haastateltavien tunteminen auttoi minua myös varmistamaan, että ymmärsin haastatteluissa esiin tulleilla käsitteillä samoja asioita kuin haastateltavat. Uskon, että minulla oli yhteisen työhistorian takia tähän tavallista ulkopuolista tutkijaa paremmat edellytykset.

Tutkimuksen siirrettävyydessä kyse on siitä, kuinka laajasti tutkimukseni johtopäätöksiä voidaan yleistää (emt., 211–212). Tutkimukseni suurin heikkous lienee tässä. Johtopäätöksiä tehtäessä tulee pitää mielessä, että otokseni ei kuvaa Helsingin Sanomien koko toimituksen ajatuksia, ei edes featuretoimituksen mielipiteitä. Se kuvaa ainoastaan näiden kuuden haastateltavien ajatuksia ja minun omia kokemuksiani yksittäisestä juttuprosessista helmi–huhtikuussa 2017.

Tutkimuksen vahvistavuus tarkoittaa sitä, että tutkimustulokset saavat vahvistusta muista vastaavaa ilmiötä tarkastelleista tutkimuksista (Eskola & Suoranta 1998, 212). Pitkien juttujen digitaalinen kerronta on vielä niin uutta, ettei siitä juurikaan ole valmistunut tutkimuksia. Haastatteluissa esiin nousseet teemat kuitenkin korreloivat melko hyvin pitkien juttujen lukemiseen liittyvän taustakirjallisuuden kanssa. Tosin kaikessa digitalisaation tulevaisuuteen liittyvässä ennustamisessa kannattaa pitää mielessä muutoksen nopeus. Nyt tutkittu voi olla vanhentunutta vuoden päästä.

Voitaisiinko tutkimustani toistaa sellaisenaan? Saisiko joku toinen samanlaiset tulokset, mikäli olisi valinnut samat kysymykset ja samat haastateltavat? Oletettavasti kyllä. Kyseessä on tutkimuksen rehabiliteetti eli luotettavuus ja toistettavuus (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006). Juttuprosessi on tietysti yksittäistapaus, eikä toistettavissa lainkaan. Vaikka saman jutun olisi tehnyt eri ihminen, siitä olisi tullut erilainen. Erilaisia olisivat olleet myös editointiprosessi ja digitaalinen rikaste ja siihen liittynyt prosessi. Siksi juttuprosessia ei mielestäni tulisikaan yleistää. Tässä

opinnäytetyössä suhtaudunkin siihen lähinnä havainnointivälineenä, jonka avulla peilaan haastattelujen tuloksia.

Etnografisesta journalismin tutkimuksesta kirjoittanut Merja Helle uskoo, että parhaimmillaan etnografinen tutkimus avaan työn kohdetta moniäänisesti, nostaa esiin erilaisia intressejä ja työprosesseja ja auttaa tutkimuskohteeseen liittyviä kohderyhmiä keskustelemaan yhteisistä arvoista ja tavoitteista ja ehkä muuttamaan myös journalismia ja sen toimintatapoja (Helle 2009, 111). Toivon ja epäilen, että pieneltä osaltani omat aineisto- ja metodivalintani edesauttaisivat samaa.

8 JOHTOPÄÄTÖKSET

Opinnäytetyön viimeisessä luvussa vedän yhteen tutkimukseni tulokset ja suhteutan haastattelujen ja oman juttuprojektini antia tutkimukseni kannalta olennaisimpiin tutkimuksiin. Annan myös kymmenen, featurejuttujen digitaalista kerrontaa koskevaa vinkkiä Helsingin Sanomille. Lopuksi nostan esiin jatkotutkimusaiheita.

8.1 Muista kolme asiaa: tarina, häiriöalttius ja kännykkä

Helsingin Sanomissa julkaistaan Suomen parhaimpiin kuuluvaa featurejournalismia, ja lehti on myös digitaalisen kerronnan edelläkävijä Suomessa (Uskali & Kuutti 2016, 69). Helsingin Sanomissa digitaalisuus on tekemisen keskiössä, josta digi edellä -ohje on hyvä osoitus. Helsingin Sanomissa ymmärretään myös, että lukeminen siirtyy entistä pienemmille ruuduille (esim. Baron 2013, 193; Hill & Lashmar 2014, 8, 14) ja tähän varaudutaan. Kännykkälukijat otetaan huomioon juttuja suunniteltaessa, ja sisällön toimivuus mobiililaitteissa varmistetaan ennen julkaisua. Mobiili on aiheuttanut rajoituksia erityisesti kuvien ja grafiikoiden käyttöön. Nämä on otettu huomioon, mikä on erinomainen asia. Lukijat ovat tottuneet siihen, että kännykällä lukeminen ja asioiden hoitaminen toimii sujuvasti, eikä Helsingin Sanomien juttujen kannata olla tästä poikkeus.

Helsingin Sanomat on siirtynyt sujuvasti konvergenssista toiseen – ja niin ovat sen toimittajatkin. Muodon ja sisällön konvergenssin myötä heidän ammattitaitonsa on viime vuosina laajentunut merkittävästi. Toimittajat ovat luoneet imagoa Facebookissa, Twitterissä ja Instragramissa, opetelleet käyttämään uusia verkkorikastamiseen tarkoitettuja työkaluja, esiintyneet Kansallisteatterin lavalla, opetelleet kuvaamaan ja leikkaamaan videoita, juontamaan keskustelutilaisuuksia ja luomaan podcast-radio-ohjelmia. Tutkimuksessani en havainnut työntekijöissä muutosvastarintaa, intoa sitäkin enemmän. Haastattelujen kautta kävi selvästi ilmi, että asemasta tai alallaolon pituudesta riippumatta työntekijöiden motivaatio uuden oppimiseen on iso. Työnkuvasta riippumatta asiantuntemus ja näkemys omaan työhön on syvä. Se näkyi muiden muassa siinä, että kaikki haastateltavat pohtivat digitaalista tekemistä hyvin laajasti: mitä se tarkoittaa lukijoille, bisnekselle, paperituotteille... Kun pyysin haastateltavia pohtimaan digitaalisten rikasteiden toimivuutta, he alkoivat miettiä kokonaisia juttuja, jopa kokonaisia tuotteita. Mielestäni se kertoo laaja-alaisuudesta ja

omistautuneisuudesta. Työntekijöiden intoa, näkemyksellisyyttä ja ymmärryksen syvyyttä Helsingin Sanomien kannattaisi hyödyntää laajemminkin. Paikoitellen haastatteluista kuului turhautuminen siitä, ettei tekijöiden näkemyksiä kuunneltu tarpeeksi. Tässä mielestäni hukataan aimo annos toimituksessa olevaa asiantuntemusta. Featurekerronta kun on featurekerrontaa myös digitaalisesti. Ja featurekerronta Helsingin Sanomissa osataan parhaiten featuretoimituksessa aivan kuten valokuvaaminen osataan parhaiten kuvatoimituksessa.

Mutta digitaalinen kerronta osataan Helsingin Sanomissa parhaiten datadeskissä. Featuretoimituksessa on näkemystä, muttei teknistä osaamista. Digitaalinen kerronta vaatii oman ammattitaitonsa. Se on yhdistelmä graafista suunnittelua ja teknistä osaamista. Näkemykseni mukaan Helsingin Sanomien featuresisältö on laadukasta siksi, että sitä tekevät omille aloilleen erikoistuneet ammattilaiset: erinomaiset kirjoittajat, editorit ja graafikot. En usko, että digitaalinen kerronta voi nousta muun sisällöntuotannon kanssa samalle tasolle, jollei sitä tee oman alansa huippu.

Opinnäytetyöni valossa näyttää siltä, että featuretoimitus ja datadeski eivät kommunikoi keskenään riittävän hyvin. Ne toimivat eri kerroksissa ja vähän eri logiikalla. Featuretoimituksessa tehdään viikottain ja kuukausittain ilmestyviä tuotteita, datadeskissä pääasiassa päivittäistuotantoa. Vaikka ero saattaa kuulostaa turhanpäiväiseltä, se luo toimitusten välille merkittävän kulttuurieron, jota on vaikea poistaa. Pitkien juttujen digitaalisessa kerronnassa ero näkyy siinä, että osastot tuntuvat hakevan verkkorikasteilla hieman eri asioita. Taustalla saattaa näkyä sekin, että Helsingin Sanomien datadeski luotiin aikoinaan nimenomaan tuottamaan isoista tietomassoista datajournalismia. Datadeskin tekemisen keskiössä on informaatio, mutta featuretoimituksessa kaivattaisiin myös tunnetta.

Avaan eroa tunnelma- ja tietorikasteiden käsitteillä. Tietorikasteella tarkoitan digitaalista elementtiä, jonka tarkoitus on lisätä juttuun tietoa. Tyypillisemmin tällaisia rikasteita ovat grafiikat, kartat ja taulukot. Helsingin Sanomissa suurin osa Arkkutyökalulla tehdyistä rikasteista on tietorikasteita. Tunnelmarikasteella näen eri tehtävän. Sen tarkoitus on luoda juttuun tunnelmaa, elämystä. Tunnelmarikaste olisi sitä, että Kuukausiliitteen kannessa oleva Lenita Airisto räpäyttäisi lehden näköisversiossa silmiään tai marraskuusta kertovan jutun taustalla sataisi. Tunnelmarikastamista olisi ollut sekin, että oman juttuni taustalla olisi kuulunut sikiön sydänääni.

Featuretoimituksessa digitaaliseen kerrontaan toivottaisiin lisää tunnelmarikasteita, efektejä. Datadeskissä digitaalisen rikastamisen keskiössä ovat tietoa lisäävät rikasteet. Datadeskissä tunnelmarikasteet mielletään osaksi jutun kuvitusta, eikä datadeskissä kuviteta juttuja. Tähän argumenttiin oli törmännyt moni haastateltava, ja siihen törmäsin itsekin juttua tehdessäni.

Oma juttuni toimii hyvänä esimerkkinä myös tieto- ja tunnelmarikasteiden eroista. Minä toivoin juttuun sikiön sydänääntä, tunnelmarikastetta. Grafiikon mukaan rikasteen tuli välittää tietoa. Lopputuloksena oli sikiön kehityksestä kertova animaatio. Se oli rikaste, jonka tekemiseen meni paljon aikaa, eikä lopputulos todennäköisesti tyydyttänyt oikein kumpakaan. Vaikka rikaste oli hyvin ja huolellisesti tehty ja myös ulkoasultaan hyvä, se toi tekstiin kuitenkin irrallisen tietoelementin. Mikäli rikastetta olisi jäänyt katsomaan, se olisi keskeyttänyt lukemisen yli kahdeksi minuutiksi. Harva todennäköisesti jäi, sillä vaikka sain jutusta runsaasti henkilökohtaista palautetta, yksikään ei kommentoinut rikastetta.

Mielestäni oma juttuprosessini tuo esiin samat ongelmat, jotka nousivat esiin haastatteluissakin. Datadeskin digitaaliset rikasteet eivät aina tue featurejuttujen tarinaa. Ne tuovat juttuun tietoelementin, joka vaikuttaa usein irralliselta. Featurejutuissa ei tyypillisesti ole tietolaatikoita, grafiikoita tai karttoja – ei edes kainalojuttuja. Featurejuttujen viehäytys perustuu pitkän tekstin imuun, tarinaan. Siihen perustui omakin juttuni. Tarina on featurejuttujen ydintä, ja digitaalisessa featurekerronnassa tarinaa pitäisi mielestäni suojella vielä entistä huolellisemmin. Tässä featurejutut mielestäni eroavat uutis- ja lifestyleisällöistä, vaikka myös niissä tekstin imuun tulee kiinnittää huomiota.

Johtopäätökseni saavat tukea myös Jaqueline Marinon johtamasta tutkimuksesta (Marino, Jacobson & Gutsche 2016), jossa selvitettiin yhdysvaltalaisen milleniaalien suhtautumista pitkien lehtijuttujen digitaalisiin rikasteisiin. Lukijat suhtautuvat juttujen digitaalisiin rikasteisiin myönteisesti, mutta vain, jos ne tukevat jutun tunnelmaa ja sisältöä eivätkä häiritse lukukokemusta. Suomessa erinomainen esimerkki tämäntyyppisestä digitaalisesta kerronnasta on Anu Nousiaisen Helsingin Sanomien Kuukausiliitteessä ilmestynyt juttu Syvällä (Nousiainen, 2014). Lähes kaikki haastateltavat nostivat Nousiaisen jutun esiin esimerkkinä hyvästä digitaalisesta kerronnasta, ja eräs haastateltava kutsui sitä digitaalisen featurekerronnan

benchmarkiksi Suomessa. Nousiaisen jutun digitaalinen kerronnan ydin on mielestäni se, että rikasteina olleet videot ja grafiikka tukivat tekstiä saumattomasti. Digitaalinen kerronta tarjosi lukijalle jotain sellaista, mitä hän ei olisi voinut paperilehdestä saada. Tämä tieto oli lukijalle tärkeää, ja digitaalinen lukukokemus sai aikaan wau-efektinkin. Tällaiseen saumattomuuteen ja elämyksellisyyteen tulisi digitaalisessa rikastamisessa mielestäni aina pyrkiä.

Nousiaisen juttu ei kuitenkaan ole reilu esimerkki tavallisen featurejutun digitaalisen kerronnan malliksi. Se oli tehty toimitusjärjestelmän ulkopuolella erikoistaittona. Prosessi oli työläs, eikä sitä ole mahdollista toistaa usein. Harvoin digitaaliseen kerrontaan on myöskään tarjolla niin hyvää rikaste-elementtiä kuin tässä: autenttista videomateriaalia sukellukselta, jossa kuoli kaksi ihmisistä. Featurejuttujen digitaalisen kerronnan ei tarvitse olla näin massiivista. Olisi löydettävä kevyempiä ja helpommin toteutettavia rikastamisen tapoja. Mielestäni niin sanotut tunnelmarikasteet toimisivat voisivat tällaisina. Niiden ei tarvitsisi olla isojakaan. Kuvia, giffejä ja animaatioita tulisi hyödyntää enemmän. Musiikista kertovan jutun taustalta voisi kuulua hiljaista musiikkia, ruokajutussa paistinpannulle voisi tippua rasvaa, henkilökuvassa haastateltavan hiukset voisivat liikkua... Digitaalisen kerrontaan erikoistunut graafikko osaisi keksiä tukun parempia. Mielestäni Helsingin Sanomissa tulisi entistä paremmin ymmärtää ja ottaa huomioon, että erityisesti featurejutuissa digitaalisten rikasteiden tarkoitus on tukea tarinaa ja vahvistaa digitaalista lukuelämystä. Tätä mieltä olivat myös Berkleyn yliopiston journalismilinjan multimediaopettajat, jotka analysoivat The New York Timesin vuonna 2012 digitaalisen kerronnan mullistanutta verkkojuttua Snow Fall (Rue 2013).

Tämä liittyy myös huoleen, joka tuli esiin haastatteluissa ja taustakirjallisuudessa: mitä pienemmältä laitteelta lukijat tekstiä lukevat, sitä helpommin lukeminen keskeytyy (Herkman & Vainikka 2012, 41; Mitchell, Stocking & Matsa 2016, 6). Kännykältä luettaessa fokus karkailee herkimmin. Ruudulla välkähtävät ilmoitukset uusista tekstiviesteistä, sähköposteista, uutisista ja WhatsApp-viesteistä. Tällaisessa välkkeessä pitkän jutun lukeminen on vaikeaa. Helsingin Sanomissa tähän voitaisiin pohtia erilaisia apukeinoja. Pitkien juttujen alussa voisi vaikkapa olla arvio jutun lukemiseen kuluvasta ajasta, mahdollisuus laittaa viestipalvelut lukemisen ajaksi pois päältä tai jos lukeminen keskeytyisi, lukijalle voitaisiin kehittää digitaalinen kirjanmerkki, jonka avulla hän voisi seuraavaksi jatkaa juttua kohdasta, johon viimeksi jäi. Netflixin katsojat ovat

tällaiseen jo tottuneetkin. Jos ohjelman katsominen on keskeytynyt, ohjelmaan palatessa suoratoistopalvelu kysyy, jatketaanko katsomista siitä, mihin viimeksi jäätiin vai aloitetaanko alusta. Lisäksi Helsingin Sanomien lukijoille voitaisiin luoda esimerkiksi helppokäyttöinen oma kirjasto, jonne he voisivat tallettaa suosikkijuttuja myöhemmin luettavaksi. Tämä mahdollistaisi lukijoiden tarttumisen suosikkijuttuihinsa esimerkiksi aamupalapöydässä tai illalla ennen nukkumaanmenoa, joiden tiedetään olevan ajankohdat, jolloin lukijat eniten lukevat pitkiä tekstejä. Tämän tiedon hyödyntämistä voisi pohtia laajemminkin: voisiko lukijaa esimerkiksi muistuttaa aamulla omasta juttukirjastosta, tarjota hänelle juuri häntä kiinnostavaa sisältöä tai vinkata iltakymmeneltä, että juttukirjastossa odottaa muutama herkullinen featuretarina.

Haastatteluista nousi esiin työntekijöiden tyytyväisyys siihen, että Helsingin Sanomissa kokeillaan aktiivisesti eri kerronnan muotoja ja tekniikoita. Niin on tietenkin viisasta jatkaa. Pitkien juttujen digitaalista kerrontaa suunniteltaessa olisi järkevää miettiä, millä kaikilla tavoilla Helsingin Sanomat voisi pitkän jutun lukijaa auttaa saavuttamaan mahdollisimman mukava digitaalinen lukukokemus. Tätä puoltavat myös digitaalista lukemista tarkastellut Naomi Baronin johtaja tutkimus, jonka mukaan ihmiset kokevat digitaalisen lukemisen paperilta lukemista työläemmäksi. Siksi lukemisesta tulisi tehdä lukijoille mahdollimman helppoa.

Suunnittelun keskiöön kannattaa nostaa älypuhelimet, sillä ne näyttävät syrjäyttävän muut digitaaliset lukualustat (Villi & Matikainen 2015, 217). Tämä kävi ilmi omankin juttuni analytiikasta. Digitaalisista lukijoista kaksi kolmasosaa luki jutun kännykästä. Tabletilta lukeminen sopisi pitkiin juttuihin hyvin, mutta älypuhelimet näyttävät syrjäyttävän nekin markkinoilta. Siksi digitaalista suunnittelua ei kannata juurikaan tehdä tabletille, vaan varmistaa, että kännykälle suunniteltu kerronta toimii myös tabletilla. Erinomainen esimerkki hyvin toimivasta featurejutun mobiilikerronnasta on The Guardianin Australian metsäpaloista kertova juttu Firestorm (Henley 2012).

Tutkimukseni ei vastaa kysymykseen, tuleeko pitkiä juttujen digitaalinen kehitys kohdistaa yksittäisiin juttuihin vai kokonaisiin tuotteisiin. Vastaus lienee molempiin. Erityisesti Kuukausiliitteessä jutut hyötyvät siitä, että ne tulevat peräkkäin. Monet lukijat myös haluavat lukea lehden kokonaisuutena. Digitaalisesti juttuja luetaan kuitenkin eniten artikkeli kerrallaan. Niihin päädytään joko sosiaalisen median linkin tai mediatalon verkkosivun kautta. Tätä opinnäytetyötä tehtäessä Kuukausiliitteen

digitaalisessa suunnittelussa keskityttiin näköislehden kehittämiseen. Siinä on paljon etuja. Esimerkiksi se, että lehden ulkoasu toistuu digitaalisena ja haastateltavien mukaan rikasteiden luominen näköislehteen on helpompaa kuin niiden luominen artikkeleihin. Näköislehden kehittämisen lisäksi mielestäni tulisi kuitenkin kehittää myös artikkelien digitaalista kerrontaa. Tässä tulisi paljon nykyistä paremmin huomioida juttujen digitaalinen ulkoasu. Verkko ja paperilehti ovat erilaisia alustoja, ja lukijat ymmärtävät tämän. Paperilla featurejutuilla on kuitenkin erityisen huoliteltu ulkoasu, joka poikkeaa lehden muusta tarjonnasta. Verkossa tätä eroa ei ole. Mielestäni näin ei kannataisi olla, vaan featurelle tulisi luoda verkkoympäristössä featurekerrontaa tukeva ulkoasu. Tätä voisi olla esimerkiksi erilainen fontti ja pienemmät rivivälit. Huoli featurejuttujen ulkoasusta nousi vahvasti esiin myös haastatteluissa. Juttuihin toivottiin angfangeja ja kappaleiden välissä olevia rivivälejä toivottiin poistettavaksi. Mielestäni featurejuttujen digitaalista ulkoasua olisi syytä parantaa. Uskon, että se lisäisi featurejuttujen laatumielikuvaa ja tunnistettavuutta digitaalisessa ympäristössä. Toisaalta lukijoiden odotuksia digitaaliselle featurekerronnalle ei ole tutkittu, joten ei voida varmasti tietää, odottavatko lukijat digitaalisen jutun ulkoasulta samanlaista laatua kuin mihin he ovat printissä tottuneet.

Uskon, että featuresisällön digitaalinen kehittäminen kannattaa myös taloudellisesti. Steen Steensenin (2011, 49) mukaan featuresisällöstä on tulossa sanomalehdille jatkuvasti tärkeämpää. Myös muut tutkijat sanovat, että digitalisaation mukana tuoma kilpailu pakottaa mediatalot keskittymään ydinsisältönsä. Uskon, että featurejournalismi on juuri sitä. Featuresisällön tekeminen on vaikeaa ja kallista. Yksittäisen blogin tai toimittajakollektiivin on huomattavasti vaikeampaan tuottaa laadukasta featuresisältöä kuin taloudellisesti vahvemman mediatalon. Helsingin Sanomissa featuresisällön tuottaminen osataan ja niin sanottujen timanttijuttujen myötä on käynyt selväksi, että lukijat ovat myös halukkaita tarttumaan lehteen hyvien featurejuttujen ansiosta. Tämä näkyi myös oman juttuni kohdalla, joka tuotti Helsingin Sanomille enemmän näytetilauksia kuin niitä keskimäärin menee kahden päivän aikana koko lehdessä. Kansainväliset lukijatutkimukset (esim. Marino, Jacobson & Gutsche 2016, 4–5, 30; Michell, Stocking & Matsa 2016, 5) osoittavat, että lukijat haluavat lukea pitkiä tekstejä myös puhelimista. Pitkien juttujen lukijat ovat mediataloille tärkeä kohderyhmä myös siksi, että he lukevat muita lukijoita herkemmin saman sisällöntuottajan muitakin juttuja (Mitchell, Stocking & Matsa 2016, 6).

Lopuksi on huomautettava, että digitalisaation myötä mikään ei ole niin varmaa kuin muutoksen nopeus. Kun aloin suunnitella tätä opinnäytetyötä keväällä 2016 Helsingin Sanomissa oli juuri innostuttu mobiilivideoista. BBC:n toimittajat kouluttivat Helsingin Sanomien toimittajia kuvaamaan ja leikkaamaan omia videoita älypuhelimilla. Näitä kutsuttiin mojo-videoiksi. Vuotta myöhemmin kursseja ei enää järjestetä, eikä mojo-videoitakaan juuri enää ilmestynyt. Eivät lukijat tahtoneetkaan videoita siinä määrin kuin lehdentekijät olettivat. Samaan tulos näkyi myös Reuters-instituutin digitaalisessa vuosiraportissa 2016. Digitaalisen lukutottumukset muuttuvat nopeammin kuin kukaan pystyy ennakoimaan. Uudenlaisen digitaalisen kerronnan mahdollistavia tekniikoita ja laitteita tulee markkinoille valtavaa vauhtia. Mojo on hyvä esimerkki siitä, että Helsingin Sanomissa uskalletaan kokeilla.

Pitkien juttujen lukeminen on nyt murroksessa, jossa niiden digitaalista tekemistä on syytä kunnolla miettiä. Kukaan ei tiedä, mikä miten kerrontaa tulisi pomminvarmasti rakentaa, eivätkä pitkän hittijutun raaka-aineet ole selvillä. Haastatteluissa kävi kuitenkin ilmi, että toimituksen johdon olisi järkevää kirkastaa digitaalisen tekemisen motiiveja toimitukselle. Featurejuttujen osalta toimittajille ei ollut selvää, mitä digitaalisilla rikasteilla haetaan: uusia lukijoita, imagohyötyä ja lukijan palvelua paremman lukukokemuksen avulla. Näiden tavoitteiden perinpohjainen miettiminen ja yhteisen tavoitteen asettaminen todennäköisesti parantaisi tekemisen laatua.

Jääkiekkotermein: on helpompi pelata, kun koko joukkue tietää missä maali on. Samaan aikaan tulee kuitenkin myös muistaa, että edelleen suurin osa lukijoista lukee Helsingin Sanomat paperilta. Paperilta lukevien osuus pienenee jatkuvasti, mutta on myös heistä tulee pitää huolta. Kuukausiliitteen kohdalla on tärkeää varmistaa, että paperituote pysyy jatkossakin houkuttelevana, eikä sen asemaa kannata nakertaa digitaalisesti. Miten tämä tapahtuu, siihen ei tässä opinnäytetyössä haettu vastauksia.

Opinnäytetyöni kuvaa, millaista featurejuttujen digitaalinen kerronta oli Helsingin Sanomissa vuonna 2017. Työni otsikossa kysyn, rikastetaanko tarina hengiltä.

Johtopäätökseni on, että Helsingin Sanomissa ei rikasteta. Helsingin Sanomien featuretoimituksessa on oivallettu suojella jutun ydintä, tarinaa, liialliselta rikastetulta. Se on mielestäni ollut viisaasta. Tämän hetken ongelma on kuitenkin se, ettei Helsingin Sanomissa ole tahoja, joka osaisi tehdä sellaista rikastamista, jota pitkät jutut mielestäni kaipaisivat. Rikasteita, joiden tarkoitus olisi tukea jutun tunnelmaa ja jotka olisivat hengeltää kuvituksenomaisia.

On mahdollista, että opinnäytetyön ehdotukset vanhenevat muutamassa kuukaudessa, viimeistään muutamassa vuodessa. Mutta journalismi ei vanhene. Se pysyy tekemisen keskiössä myös jatkossa.

”It is the story that matters most”.

(Hill & Lashmar, 2014, 9.)

8.2 Kymmenen vinkkiä Helsingin Sanomille

1. Pidä huolta tarinasta

Featurekerronnan ytimessä on tarina. Se ei muutu digitaalisessa ympäristössäkään. Suojele tarinaa ja tue sitä rikasteilla. Varmista, ettei rikaste johdata tarinaa harhapolulle.

2. Rikasta myös tunnelmaa

Erityisesti featurejutuissa on tärkeää, että digitaaliset rikasteet tukevat jutun tunnelmaa. Rikasteen ei välttämättä tarvitse tuoda juttuun uutta tietoa, tunnelma ja wau-efekti ovat myös hyviä syitä rikastaa juttua.

3. Auta lukijaa, ettei lukeminen keskeyty

Mitä pienempi laite, sitä helpommin lukijan keskittyminen herpaantuu. Pohdi kaikkea digitaalista kerrontaa siltä kannalta, miten voit auttaa lukijaa mahdollisimman häiriöttömään lukukokemukseen.

4. Panosta featureen

Lukijatutkimukset osoittavat, että ihmiset haluavat lukea pitkiä juttuja myös kännykästä. Hyvät featurejutut houkuttelevat ihmisiä myös tarttumaan näytetilauksiin. Tästä sisällöstä lukijat ovat valmiit maksamaan.

5. Kohenna featurejuttujen digitaalista ulkoasua

Sanomalehdessä featurejuttujen ulkoasu on viimeistelty ja harkittu. Se luo juttujen ympärille laatumielikuvan, joka kannattaisi säilyttää myös verkossa. Verkossa kannattaa harkita oman ulkoasun luomista featurejutuille.

6. Vie digitaalinen tekeminen osaksi toimitusta

Digitaalisen kerronnan tulisi olla elimellisempi osa koko juttuprosessia. Tätä on vaikeaa saavuttaa niin kauan, kun monimutkaisemmat rikasteet tehdään erillisessä datadeskissä. Featuretoimituksen taittodeskiin tulisi lisätä henkilö, joka voisi vastata featuresisältöjen digitaalisesta toteutuksesta. Tämä on digitaalisen tekemisen 2.0-taso, johon monissa kansainvälisissä taloissa on jo siirrytty.

7. Ota suunnittelun lähtökohdaksi kännykkä

Älypuhelimelta lukeminen kasvaa niin nopeasti, että digitaalinen kerronta kannattaa lähtökohtaisesti suunnitella puhelimille. Hyvin suunniteltuina pitkät jutut toimivat oikein mukavasti myös kännykällä. Myös näköislehteä suunniteltaessa tulisi miettiä, miten näköislehti toimii kännykällä ja miten lukijat ohjataan kuluttamaan sitä. Samalla tulee kuitenkin muistaa, että iso osa Helsingin Sanomien lukijoista lukee sisällön paperilta.

8. Varmista wau-efekti ja aikasi riittävyys

Ennen kuin ryhdyt tekemään tai tilaamaan juttuun digitaalista rikastetta, pohdi, tuottaako se lukijalle wau-efektin. Varmista myös realistisesti, onko sinulla ja muulla työryhmällä varmasti riittävästi aikaa rikasteen tekemiseen. Mikäli vastaat jompaankumpaan kysymykseen ei, harkitse vielä kerran.

9. Kirkasta visio

Digitaalista kerrontaa kannattaisi aina välillä pysähtyä pohtimaan yhdessä. Mitä sillä lopulta tavoitellaan? Yhdessä sovittu päämäärä helpottaisi kaikkien tekemistä.

10. Kokeile, sekoile, erehdy ja onnistu

Hyväksy se, että digitaalisen kerronnan tavat ja laitteet uudistuvat sellaista nopeutta, ettet kuitenkaan täysin pysy mukana. Tästä voi myös iloita. Nyt on hyvä aika kokeilla. Kokeilemalla epäonnistunut, mutta myös onnistut.

8.3 Jatkotutkimusaiheet

Koska digitaalinen kerronta on uusi ala, siinä riittää paljon tutkittavaa. Featuresisällön merkitystä sanomalehdille voisi tutkia monellakin tapaa. Helsingin Sanomissa voisi esimerkiksi tutkia timanttijuttujen kautta Helsingin Sanomien näytetilauksen ottaneiden motiiveja. Lukijoita voisi houkutella vastaamaan lupaamalla palkinnoksi vaikkapa

kuukauden lisää tilausaikaa. Luetuimpia featurejuttuja voisii myös analysoida – kuten myös vähiten luettuja. Kiinnostavaa olisi tutkia myös pitkien juttujen lukijoita, esimerkiksi lukijaryhmää, joka ehdottomasti haluaa lukea featurejutut paperilta. Vertailevaa tutkimustakin voisi tehdä luetuttamalla koeyleisöllä lehteä sekä printistä että digitaalisena. Toistaiseksi oletetaan lukijoiden toivovan featurejutuilla digitaaliselta kerronnalta samanlaista laatumielikuvaa kuin niihin liittyy printissä, mutta tätä olisi kiinnostavaa tutkia tarkemmin. Voidaanko olla varmoja, että lukijat haluavat featuren olevan verkossa yhtä hiottua vai riittääkö digitaalisessa ympäristössä vähempikin? Mikä digitaalisessa kerronnassa häiritsee lukijoita, mikä palkitsee? Minkälaisista digitaalisista rikasteista lukijat pitävät? Steen Stenseen (2011, 59) uskoo, että featuresisällöstä voidaan tulevaisuudessa erottaa neljä lajityyppiä: live feature journalism, database feature stories, flash feature stories ja soundslides feature stories. Olisi kiinnostaa tutkia, onko featuren alta löydettävissä uusia alalajeja erityisesti digitaalisessa ympäristössä. Itsessään featuren määritelmäkin kaipaisi päivitystä. Kiinnostavaa olisi seurata myös tapaustutkimusta Nousiaisen Syvällä-juttuun verrattavissa olevan featurejutun digitaalisen kerronnan syntymisestä. Tätä voisi pyytää päästä seuraamaan vaikkapa The New York Timesiin tai The Guardianiin.

Featuresisällön ympäriltä löytyy lukuisia kiinnostavia tutkimuskohteita. Toivottavasti journalistinen tutkimus kiinnittää featureen jatkossa enemmän huomiota. Uskon featuresisällön merkityksen korostuvan, kun sanomalehdet yrittävät entistä kiihkeämmin selvittää, millaisesta sisällöstä lukijat ovat tulevaisuudessa valmiita maksamaan.

KIRJALLISUUS

Alasuutari, P. 1994. Laadullinen tutkimus. Tampere: Vastapaino.

Athique, A. 2013. Digital media and society. Cambridge: Polity Press.

Baron, N. 2013. Redefining reading: the impact of digital communication media. PMLA 128.1. 193–200. New York: Modern Language Association of America.
http://www.american.edu/ctrl/upload/Redefining_Reading.pdf [viitattu 21.4.2017]

Branch, J. 2012. Snow Fall. The New York Times.
<http://www.nytimes.com/projects/2012/snow-fall/#/?part=tunnel-creek> [viitattu 11.4.2016]

Boellstorff, T., Nardi, B., Pearce C., Taylor, T.L. 2012. Ethnography and virtual worlds. A Handbook of method. Princeton: Princeton University Press.

Cairncross, F. 2005. The roots of revolution. Teoksessa E. P. Bucy (toim.) Living in the information age. 2. painos. California, London, Madrid, Mexico D.F., Singapore, Toronto & Victoria: Wadsworth.

Castells, M. 2009. Communication power. Oxford & New York: Oxford University Press.

Eskola, J. & Suoranta, J. 1998. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. Tampere: Vastapaino.

Feldman, T. 1997. Introduction to Digital Media. London & New York: Routledge.

Fidler, R. 1997. Mediamorphosis. Understanding New Media. California, London & New Delhi: Sage.

Freedman, D. 2010. The Political Economy of the "New" News Environment. Teoksessa Fentom, N. (toim.) New Media, Old News. Journalism & Democracy in the Digital Age. Thousands Oaks, C.A: Sage.

Heinonen, A. 2012. Tablettidebatissa edelleen kysymyksiä vastausten asemesta. Teoksessa Heinonen, A. (toim.) Tablettijournalismia tutkimassa. Laitelukutkimus - nyt -tutkimushankkeen loppuraportti. Tampere: Tampere University Press.
https://tampub.uta.fi/bitstream/handle/10024/66365/tablettijournalismia_tutkimassa_2012.pdf?sequence=1 [viitattu 21.4.2017]

Henley, J. 2013. Firestorm. The Guardian 23.5.2013.
<https://www.theguardian.com/world/interactive/2013/may/26/firestorm-bushfire-dunalley-holmes-family> [viitattu 16.11.2016]

Helle, M. 2009. Journalistisen työn muutos. Teoksessa Väliverronen, E. (toim.) Journalismi murroksessa. Helsinki: Gaudeamus.

Helsingin Sanomien historiikki 2012. Helsinki: Helsingin Sanomat.
<http://www.slideshare.net/paivalehdenarkisto/paivalehti-helsinginsanomat>

- Herkman, J. 2003. Konvergenssi muuttaa kaiken? Tiedotustutkimus 26/2003, 151–157. Tampere: Nordicom.
- Herkman, J. 2008. Intermediaalisuus ja televisiotutkimuksen metodologia. Teoksessa Keinonen, H., Ala-Fossi, M. & Herkman, J. (toim.) Radio- ja televisiotutkimuksen metodologiaa. Näkökulmia sähköisen viestinnän tutkimiseen. Tampere: Tampere University Press. 153–167.
- Herkman, J. & Vainikka, E. 2012. Lukemisen tavat. Tampere: Tampereen yliopisto.
- Hill, S. & Lashmar, P. 2014. Online journalism. Los Angeles, London, New Delhi, Singapore & Washington DG: Sage.
- Kauhanen, E. 2007. Journalismi tulevaisuustyönä. Teoksessa Kauhanen E., Kaivo-oja J. & Hautamäki A. Innovaatiomedia – journalismi tulevaisuuden tekijänä. Helsinki: Helsinki University Press.
- Kemppainen, J. 2015. Täältä ne tulevat. Helsingin Sanomat 6.6.2015. <http://dynamic.hs.fi/2015/hyhtyset/> [viitattu 22.4.2017]
- Kuokkanen, K. 2016. Yksin jääneet. Helsingin Sanomat 15.5.2016. <http://www.hs.fi/sunnuntai/art-2000002900798.html> [viitattu 12.4.2017]
- Kuutti, H. 2012. Mediasanasto. www.mediadoc.fi/mediasanasto. [viitattu 27.2.2017]
- Lassila, A. 2015. Sydänkohtaus. Helsingin Sanomat 3.4.2015. <http://dynamic.hs.fi/2015/sydankohtaus/> [viitattu 27.2.2017]
- Lassila, A. & Saarinen, J. 2016. Täältä löytyvät keskituloisten kodit – HS:n laskuri näyttää, mihin asuinalueisiin palkkasi riittää pääkaupunkiseudulla. Helsingin Sanomat 15.10.2016. <http://www.hs.fi/talous/art-2000002925408.html> [viitattu 27.2.2017]
- Lassila-Merisalo, M. 2009. Faktan ja fiktion rajamailla. Jyväskylä: Jyväskylä University Press.
- Malmberg, L. 2017. Miltä tuntuu vapaus, kun on istunut liki 20 vuotta vankilassa? Antti, 36, päätti jättää huumeet ja rikollisen elämän – ja sitten hän katosi viikoksi. Helsingin Sanomat 13.5.2017. <http://www.hs.fi/kaupunki/art-2000005208831.html> [viitattu 18.5.2017]
- Malmberg, S. 2013. Tehtaankadulta Sanomataloon: Nelosen ja Helsingin Sanomien uutistoimitusten yhdistäminen televisioimittajien silmin. Jyväskylän yliopisto, viestintätieteiden laitos. Maisterintutkielma.
- Marino, J., Jacobson, S. & Gutsche, Jr., R. E. 2016. Scrolling for story. How Millennials interact with longform journalism on mobile devices. White Paper for Donald W. University of Missouri: USA. <https://www.rjionline.org/stories/scrolling-for-story-how-millennials-interact-with-long-form-journalism-on-m> [viitattu 20.4.2017]
- MediaAuditFinland. <http://mediaauditfinland.fi/levikit/tilastot/> [viitattu 17.4.2017]

- Mitchell, A., Stocking, G. & Matsa, K. E. 2016. Long-form reading shows signs of life in our mobile news world. Washington: Pew Research Center.
http://www.journalism.org/files/2016/05/PJ_2016.05.05_LongForm_Final.pdf [viitattu 21.4.2017]
- Mäkinen, E. 2016. HS:n uutiset saavat lisää syvyyttä – Helsingin Sanomien verkkosivustosta tulee nopeampi ja kauniimpi. Helsingin Sanomat 25.11.2016.
<http://www.hs.fi/kotimaa/art-2000004880953.html> [viitattu 21.4.2017]
- Newman, N. 2016. Media, Journalism and Technology Predictions 2016. Oxford: University of Oxford, Reuters Institution.
<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Journalism%2C%20media%20and%20technology%20predictions%202016.pdf> [viitattu 18.3.2017]
- Newman, N., Fletcher, R., Levy D. & Nielsen, R. 2016. Reuters Institutes Digital News Report 2016. Oxford: University of Oxford, Reuters Institution.
http://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Digital-News-Report-2016.pdf?utm_source=digitalnewsreport.org&utm_medium=referral [viitattu 18.4.2016]
- Nieminen, T. 2017. Jussi Halla-aho HS:n Facebook-haastattelussa: ”Joka haluaa seurustelu-upseerin tai bilehileen puheenjohtajaksi, älköön äänestäkö minua” Helsingin Sanomat 12.3.2017. <http://www.hs.fi/sunnuntai/art-2000005122858.html> [viitattu 18.5.2017]
- Nieminen, T. & Lehmusvesi, J. 2016. ISIS vastaan sinä. Helsingin Sanomat.
<http://dynamic.hs.fi/2016/isisinteractive/> [viitattu 11.4.2017]
- Nousiainen, A. 2016. Kloonattu. Helsingin Sanomat 29.10.2016.
<http://dynamic.hs.fi/2016/kloonattu/> [viitattu 27.2.2017]
- Nousiainen, A. 2017. Oletko nähnyt näitä maalauksia? Helsingin Sanomat 4.2.2017.
<http://www.hs.fi/kuukausiliite/art-2000005074123.html> [viitattu 12.4.2017]
- Nousiainen, A. 2014. Syvällä. Helsingin Sanomat 7.6.2014.
<http://dynamic.hs.fi/2014/syvalla/> [viitattu 11.4.2017]
- Nykänen, A. 2015. HS kysyy: Millaista köyhyys sinun mielestäsi on? Helsingin Sanomat 28.6.2015. <http://www.hs.fi/sunnuntai/art-2000002832523.html> [viitattu 12.4.2017]
- Ojala J. & Uskali, T. 2005. Mediakentän muutos pitkällä aikavälillä: uutiskirjeistä internetiin. Teoksessa Ojala, J. & Uskali, T. (toim.) Mediajätien aika. Jyväskylä: Gummerrus, 121–161.
- Pajari, K. 2016. Tunnetko Suomen paremmin kuin ministeri? Testaa tietosi HS:n karttavisassa. Helsingin Sanomat 31.1.2016. <http://www.hs.fi/sunnuntai/art-2000002882957.html> [viitattu 22.4.2017]
- Pajunen, A. 2014. Piilotettuja tekstejä, itsestään liikkuvia kuvia ja elementeillä leikittelyä. Tapaustutkimus tableteille ominaisista kerronnan muodoista. Tampereen yliopisto, viestinnän, median ja teatterin yksikkö. Maisterintutkielma.

<http://tampub.uta.fi/bitstream/handle/10024/96741/GRADU-1424353143.pdf?sequence=1> [viitattu 21.4.2017]

Pavlik, J. & McIntosh, M. 2005. Convergence and its consequences. Teoksessa Bucy, E. P. (toim.) Living in the information age. 2. painos. California, London, Madrid, Mexico D.F., Singapore, Toronto & Victoria: Wadsworth.

Pietilä, V. 2004. Kaiken takana on teknologia. Harold Innis ja Marshall McLuhan tekivät välineistä viestintäteoriaa. Teoksessa Mörä, T., Salovaara-Moring, I. & Valtonen S. (toim.) Mediatutkimuksen vaeltava teoria. Helsinki: Gaudeamus, 137–164.

Quinn, S. 2016. Mojo and the mobile journalism revolution. Teoksessa Burum, I & Quinn, S. MOJO: The mobile journalism Handbook. New York & London: Focal Press.

Rissanen, P. 2015. Toivoton tapaus? Autoetnografia sairastumisesta ja kuntoutumisesta. Helsinki: Kuntoutussäätiön tutkimuksia 88/2015
https://kuntoutussaatio.fi/files/2116/Paivi_Rissanen.pdf [viitattu 6.5.2017]

Rue, J. 2013. The “Snow Fall” effect and dissecting the multimedia longform narrative. Multimediashooter.com. <http://multimediashooter.com/wp/2013/04/21/the-snow-fall-effect-and-dissecting-the-multimedia-longform-narrative/> [viitattu 19.4.2017]

Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka A. 2006. KvaliMOTV – Menetelmäopetuksen tietovaranto [verkkajulkaisu]. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto.
http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L2_3_2_4.html [viitattu 6.5.2017]

Saarinen, J. 2016. Miten elämäsi sujuu muihin verrattuna? Lue sinulle räätälöity juttu perheestä, terveydestä, työstä ja onnesta. Helsingin Sanomat 29.11.2016.
<https://dynamic.hs.fi/2016/valitilinpaaos/> [viitattu 27.2.2017]

Sanoma. Mediatiedot 2015. http://files.snstatic.fi/HS/2015/1/mediatiedot_2015/#/44/ [viitattu 19.4.2017]

Steensen, Steen. 2011. The Featurization of Journalism. Nordicom Review 32 (2011) 2, pp. 49–61.

Sterling, C. H. (toim.) 2009. Encyclopedia of Journalism. London: Sage.

Stoll, C. 2005. Further explorations into the culture of computing. Teoksessa Bucy, E. P. (toim.) Living in the information age. 2. painos. California, London, Madrid, Mexico D.F., Singapore, Toronto & Victoria: Wadsworth.

Suomen virallinen tilasto (SVT): Väestön tieto- ja viestintätekniikan käyttö. 2016. Helsinki: Tilastokeskus. http://www.stat.fi/til/sutivi/2016/sutivi_2016_2016-12-09_tie_001_fi.html [viitattu 18.4.2017]

Typistö, J. & Kero, S. 2016. Vanhusten talossa. Nyt.fi 1.3.2016.
<http://dynamic.hs.fi/2016/vanhojentalossa/> [viitattu 19.5.2017]

Twitter, 2016. Twitter turns 10: How tweets spread across the word.
<https://interactive.twitter.com/tenyears/#?lang=EN> [viitattu 18.5.2017]

Uskali, T. & Kuutti. H. 2016. Datajournalismin työkäytännöt. Tampere: Vastapaino.

Vehkoo, J. 2011. Painokoneet seis! Kertomuksia uuden journalismin ajasta. Helsinki: Teos.

Villi, M. & Matikainen, J. 2015. Mobile UDC: Online media content distribution among Finnish mobile Internet users. *Mobile Media & Communication* 2015, Vol. 3 (2), 214–229. London: Sage.

Weinberger, D. 2009. A New World. Teoksessa Bucy, E. P. (toim.) *Living in the information age*. 2. painos. California, London, Madrid, Mexico D.F., Singapore, Toronto & Victoria: Wadsworth.

Your phone is now refugee's phone. BBC 18.7.2016.

<https://www.youtube.com/watch?v=m1BLsySgsHM> [viitattu 11.4.2017]

LIITE 1

Haastattelurunko

Minkälaisia onnistuneita verkkokerrontoja olet ollut mukana tekemässä?

Mikä niistä on tehnyt onnistuneen?

Minkälaisissa jutuissa verkkokerronta toimii mielestäsi hyvin?

Mitä sinun mielestäsi tarkoittaa digi edellä? Entäs mobiili edellä?

Minkälaisena prosessina koet jutut, joissa on erikoistaitto tai isompia rikasteita?

Eroaako se tavallisesta juttuprosessista – ja jos, niin miten?

Miten digiprosessia voitaisiin parantaa?

Minkälaiset rikasteet (videot, grafiikat, testit, kuvasarjat...) toimivat sinusta parhaiten?

Mitkä eivät? Millaisena koet Arkku-työkalun? Entäs jutun ulkoasun verkossa?

Miten kuvailisit digirikasteiden panos-hyöty-suhdetta?

Mitä verkkokerronnan työkaluja kaipaisit kipeimmin?

Mikä sinua itseäsi motivoi eniten verkkokerronnassa?

Minkälaista verkkokerrontaa haluaisit tehdä (uusia kerronantapoja, podcastit, dokkarit...)?

Mikä sinua estää?

Mitä talon johto / esimiehesi voisivat tukea parempaa verkkokerrontaa? Jos saisit esittää kolme toivomusta pomoille, mitkä ne olisivat?

Oletko mielestäsi saanut kerrottua kaiken mitä tästä aiheesta haluat sanoa vai jäikö joku teema vielä käsittelemättä?

LIITE 2

Juttu Päivänlehdessä, Helsingin Sanomat 15.4.2017

<http://www.hs.fi/paivanlehti/15042017/>

Sunnuntai

”Nyt täällä ei ole kaikki kunnossa”, sanoi kätilö Minnalle, jonka raskaus oli puolivälissä, ja vauva potki jo – oli tehtävä vaikea päätös elämästä ja kuolemasta

Monet vaikeat sairaudet ja vammat voidaan havaita vasta 20. raskausviikon jälkeen. Sen jälkeen äideille jää muutama viikko aikaa päättää, keskeytetäänkö raskaus. Joskus vaikea ratkaisu pitää tehdä vaillinaisin tiedoin.

Tilaajille



Merituuli Saikkonen HS

Julkaistu: 15.4. 2:00 , Päivitetty: 17.4. 7:52

TAKKI ei enää mahtunut kiinni. Niin iso maha naisella jo oli. Hän makasi sairaalan metallisängyllä ja nosti mekon helmaa. Kätilö pursotti vatsan päälle kylmää geeliä ja vitsaili vähän. Sitten hän alkoi ajella anturilla geeliin uria.

Naisen raskaus oli puolivälissä, viikolla 20, ja hänelle tehtiin *keskiraskauden ultraäänitutkimusta*. Siinä haetaan mahdollisia vakavia rakennepoikkeamia. Katsotaan aivojen ja sydämen rakenteita, etsitään mahalaukku, munuaiset ja virtsarakko, tutkitaan nilkkojen ja ranteiden asennot ja mitataan sikiön isoimmat luut.

Monitorille piirtyi mustavalkoista utua. Olikohan tuossa jalka? Käsi? Ehkä peppu?

Yhtäkkiä kättilö oli ihan hiljaa. Tunnelma huoneessa oli muuttunut. Sitten kättilö sanoi: ”Nyt täällä ei ole kaikki kunnossa.”

SANOTAAN naista vaikka **Minnaksi**. Minna tiesi, että pienikin poikkeama voisi tarkoittaa isoa epämuodostumaa. Ja nyt kättilö oli sanonut, ettei kaikki ollut kunnossa.

Minna veti helman alas ja nousi istumaan. Hän piti kiinni miehensä kädestä ja itki. Mies itki. Huoneeseen tuli lääkäri, joka ensi töikseen tarjosi vanhemmille nenäliinaa. Käsipaperista tulisi vain nenä kipeäksi, hän sanoi.

Lääkäri aloitti: ”Sikiö näyttää pieneltä. Raajat ovat noin viisi viikkoa kehityksestä jäljessä. Rintakehä vaikuttaa kapealta ja pää hieman tavallista isommalta.”

Sikiö olisi erittäin todennäköisesti lyhytkasvuinen, ja sillä olisi melko varmasti muitakin vammoja. Millaisia, sitä ei pystytty vielä sanomaan. Hyvin todennäköisesti lapsi ei olisi syntyessään terve.



Minna puki takin päälleen ja käveli miehensä kanssa kotiin. He itkivät koko matkan. Sikiö ei ollut terve. Heidän lapsensa ei olisi terve. Mitä se tarkoitti?

Kotona Minna googlasi. Hän luki, että Suomessa pidetään lyhytkasvuisena henkilöä, jonka pituus on alle 140–150 senttimetriä. Heitä on Suomessa noin tuhat. Ei ole mitään yleistä lyhytkasvuisuuden muotoa, vaan lyhytkasvuisuudelle on satoja lääketieteellisiä syitä. Osaan liittyä hyvin vakavia tuki- ja liikuntaelinten sairauksia, immuniteetin puutosta sekä kuulon ja näön heikkoutta. Osaan ei.

Minkälainen meidän lapsemme olisi, Minna mietti. Ja: kuinka sairaan lapsen vanhemmiksi meistä olisi?

Kahden päivän päästä Minna ja hänen miehensä tapasivat perinnöllisyyslääkärin. Tämän mukaan tilanne näytti vakavalta.

Lääkäri luetteli sikiöön mahdollisesti sopivia diagnooseja.

Joukossa oli myös *tanatoforinen dysplasia*. Minna oli oppinut, että se on geenimutaation aiheuttama hyvin vaikea luuston kehityshäiriö, jonka johdosta sikiö joko kuolee kohtuun tai elää synnyttyään muutaman tunnin, parhaimmillaan muutamia päiviä. Lääkärin mukaan oireet eivät kuitenkaan suoranaisesti viitanneet tanatoforiseen dysplasiaan. Hän arvioi, että lapsesta voisi kasvaa 110-senttinen aikuinen.

Minnalle tehtiin lapsivesipunktio. Vatsanahan läpi kohtuun työnnettiin ohut, pitkä neula, jolla otettiin pieni määrä lapsivettä. Siitä eristettyjä soluja viljeltäisiin, ja tulos varmistaisi diagnoosin – toivottavasti. Olisi myös mahdollista, ettei varmaa diagnoosia saataisi.

Elettiin pääsiäistä edeltävää viikkoa vuonna 2016. Lapsivesitutkimus otettiin kiirastorstaina. Tulokset tulisivat kahden viikon päästä.

Minnasta kaksi viikkoa tuntui ikuisuudelta, päiväkin tuntui. Hänen mahassaan potki vauva. Oli potkinut jo viisi viikkoa.

Ja mitä sitten, kun tulokset tulisivat?

Minna tiesi, että jos raskauden keskeyttää sikiön vaikean vamman tai sairauden vuoksi, se on tehtävä viimeistään raskausviikolla 23. Päätöksen tekemiseen oli aikaa alle neljä viikkoa.

Animaatio näyttää sikiön kehityksen viikoilla 1-23.

MINNA oli aina halunnut lapsia. Pienenä tyttönä hän kuvitteli niitä itselleen kolme.

Minna on 38-vuotias lukion opettaja Helsingistä. Kahdeksan vuotta sitten hän oli opettamassa aikuisten kesäkurssilla. Tunnille tuli iloisen oloinen, Minnan ikäinen mies. Erään tunnin jälkeen Minna juoksi bussiin, johon mieskin nousi. He istuivat vierekkäin.

Puolentoista vuoden kuluttua Minna ja mies ostivat yhteisen kaksion. Siinä oli syvät ikkunalaudat ja lautalattia. Vuoden päästä makuuhuoneeseen ilmestyi pinnasänky ja pinnasänkyyn tyttövauva. Se oli Minnan ja hänen miehensä mielestä hurmaavampi kuin mikään tai kukaan koskaan ennen. Näitä he halusivat lisää!

Tässä toisessa raskaudessa Minna oli joutunut huolestumaan jo kerran, kun hän oli ollut Naistenklinikalla runsas kuukausi aiemmin. Kunnat ovat velvoitettuja tarjoamaan raskaana oleville naisille kaksi ultraääniseulontaa, ja Minnalle oli tehty silloin *varhaisraskauden ultraäänitutkimus*.

Monitorissa oli näkynyt vilkkaasti liikkuva vauva. Se oli juuri sellainen kuin tässä vaiheessa raskautta pitikin, noin tulitikkuaskin kokoinen. Laskettu aika olisi 10. elokuuta, oli kätilö sanonut ja antanut Minnalle ja miehelle mukaan mustavalkoiset ultraäänikuvat. He lähettivät mummeille kuvaviestin: ”Tällainen kaveri meille tulee ensi elokuussa.”

Heti seuraavana päivänä Minnalle oli soitettu Naistenklinikalta. Minnan verikokeesta, iästä ja sikiön mitoista laskettu riskiluku olikin koholla. Se tarkoitti, että sikiöllä saattaisi olla suurentunut Downin syndrooman riski. Downin syndrooma on kromosomipoikkeama, johon liittyy keskivaiketta vammaisuutta ja mahdollisesti esimerkiksi sydänvika.

Minnalta otettiin uusi verikoe, joka tutkittiin Kaliforniassa. Vastaus tuli kirjeessä: normaali tulos. Suurentunutta riskiä sikiöpoikkeavuuteen ei ollut. Kaikki hyvin.



Jutun kuvituksena on Minnan virkkaamia isoäidinneliöitä. Niistä oli tulossa vauvalle peitto.

RASKAUSAJAN ultraääniseulonnat ovat vapaaehtoisia, mutta Suomessa lähes kaikki raskaana olevat osallistuvat niihin. Se on usein ensimmäinen kerta, kun vanhemmat näkevät lapsensa. Monitorissa pieni vauva heiluttelee käsiään ja jalkojaan. Mukaan annetaan kuva.

”Ei siinä ehkä tule miettineeksi, miksi ultrassa käydään”, sanoo kättilö **Oona Nyytäjä**. Hän työskentelee Helsingin Naistenklinikan osastolla 30. Se on gynekologinen vuodeosasto, jossa hoidetaan naistentautien koko kirjoa: kohtu- ja munasarjasyöpä, virtsankarkailuongelmia ja keskenmenoja. Osastolle on myös keskitetty Helsingin ja Uudenmaan sairaanhoitopiirin raskaudenkeskeytykset.

Ultraäänitutkimuksessa tarkistetaan sikiöiden lukumäärä ja laskettu aika, mutta sen tarkoitus on myös löytää tiettyjä tauteja tai niiden esiasteita, sanoo valtioneuvoston asetus seulonnoista. Seulonta on osa ehkäisevää terveydenhuoltoa.

Silloin tällöin tulos on poikkeava. Vanhemmille kerrotaan, että sikiöllä saattaa olla Downin syndrooma, sydänvika tai heikot munuaiset. Suurin osa haluaa tietää myös huonot uutiset. Sitä vanhemmat eivät välttämättä ole miettineet, mitä he huonot uutiset kuultuaan tekisivät.

”Pitkillä viikoilla toive terveestä lapsesta on jo ehtinyt elää pitkään”, kuvailee osaston 30 osastonhoitaja **Stina Turkka**. Hän on tehnyt töitä kättilönä yli 30 vuotta.

Esimerkiksi sydänviat todetaan usein todella myöhäisessä vaiheessa. Silloin tulee Turkan mukaan kiire juosta jatkotutkimuksissa ja sulatella lyhyessä ajassa valtava määrä tietoa.

Vuonna 2015 raskauden keskeytti Suomessa 9 441 naista. Se on vähemmän kuin kertaakaan vuoden 1970 jälkeen, jolloin raskaudenkeskeytyksistä tuli Suomessa laillisia. Myös vauvoja syntyy nyt ennätysvähän. Viime vuonna 52 645 – vähemmän kuin koskaan Suomen itsenäisyyden aikana.

Raskaudenkeskeytyksistä 96 prosenttia tehdään siksi, ettei äiti syystä tai toisesta ole valmis saamaan lasta: hän on liian nuori tai liian vanha, hänellä on jo monta lasta, hän on sairas, raskaaksi tulemiseen liittyy rikos tai lapsi ei sovi nykyiseen elämäntilanteeseen. Näistä syistä raskauden voi keskeyttää raskausviikkoon 20 asti.



Tosin Suomessa 60 prosenttia keskeytyksistä tehdään jo ennen raskausviikkoa kahdeksan. Siis hyvin pian sen jälkeen, kun nainen on saanut tietää olevansa raskaana.

Raskausviikolla 23 keskeytyksen voi tehdä enää vain hyvin painavin perustein: mikäli sikiö on vaikeasti sairas tai vammaisen.

Toissa vuonna sikiön poikkeavan diagnoosin takia raskauden keskeytti vajaat 400 naista. Keskeytyksistä 122 tehtiin raskausviikon 22 jälkeen.

JOS raskaus keskeytetään viikolla kahdeksan, onko kohdussa ihminen? Konkreettisesti siellä on noin sentin kokoinen alkio, jolla on pienen pienen sydän ja seittä ohuempi iho.

Milloin elämä alkaa on maailman vanhimpia eettisiä kysymyksiä – eikä siihen, tietenkään, ole yksiselitteistä vastausta.

”Eräessä mielessä elämä ei lopu tai ala koskaan. Minun vanhempieni elämä jatkuu minussa, ja minun elämäni jatkuu minun pojassani”, sanoo lääketieteen etiikan dosentti **Pekka Louhiala** Helsingin yliopistosta.

Toisen näkemyksen mukaan elämä alkaa hedelmöitymisestä. Hedelmöittynyt munasolu on ihminen, vaikkakin vasta hyvin, hyvin pieni. Näin ajattelee esimerkiksi moni katolinen.

Louhialan mukaan määritelmä on epätarkka, sillä hedelmöittyminen ei tapahdu hetkessä vaan kestää noin kaksi päivää.

Raskaudenkeskeytyksen kriteerit tiukkenevat sitä mukaa mitä pidemmällä raskaus on. Tuleeko ihmisestä siis ajan myötä ihmisempi?

Louhialan mukaan raskaudenkeskeytysrajoista voidaan tulkita, että sikiön oikeudet kasvavat sitä mukaa mitä vanhempi se on.

”Minusta on itsestäänselvää, että ihmisyyys kasvaa vähitellen”, hän sanoo.

Ensimmäiset aivosähkökäyrät on pystytty mittaamaan sikiöiltä raskausviikolla 10. Suomen lain mukaan ihminen voidaan todeta kuolleeksi, kun aivot eivät enää toimi – vaikka sydän toimisikin.



Tuleeko ihmisestä siis ihminen, kun aivot alkavat toimia? Ei. Lain mukaan sikiöstä tulee ihminen syntymässä. Sitä ennen äidin oikeudet ovat aina vahvemmat. Tähän liittyy esimerkiksi keskustelu raskaana olevien päihdeäitien pakkohoidosta. Äidin oikeudet ajavat sikiön ohi myös synnytyksessä: jos ainoastaan jompikumpi voidaan pelastaa, valitaan aina äiti.

”Yhdysvalloissa on oikeudessa asti kiistelty siitä, onko sikiöllä täydet ihmisoikeudet, kun sillä on synnytyksessä pää ulkona”, Louhiala kertoo.

Ja on siellä kiistelty muustakin. Wrongful life- ja wrongful birth -tapauksissa vanhemmat tai vammautuneet lapset ovat syyttäneet sairaalahenkilökuntaa siitä, että he ovat saaneet raskausaikana liian vähän tai väärää informaatiota. Jos heillä olisi ollut tarkempaa tietoa, he olisivat keskeyttäneet raskauden.

MITÄ Minna toivoi? Tervettä lasta ei nyt olisi tulossa, mutta hän toivoi lyhytkasvuista lasta, joka olisi muuten terve.

Lapsivesitutkimuksen tuloksia odottaessaan Minna kävi töissä. Abiturienteilla oli ylioppilaskirjoitukset. Minna korjasi kokeita kuin sumussa. Hän söi töissä omia eväitä, koska ei halunnut istua muiden kanssa samaan lounaspöytään.

Hän ei halunnut puhua niitä näitä. Eikä hän halunnut puhua raskaudesta. Vessassa kollega ihaili Minnan vatsaa.

Minna mietti, millaista elämä lyhytkasvuisen lapsen kanssa olisi. Pääsisikö lapsi koskaan heidän portaitaan ylös? Kiusattaisiinko sitä koulussa? Minna mietti sitäkin, kuinka vaikeasti vammaisen lapsen vanhemmiksi he olisivat valmiita. Oliko se ylipäättään asia, jonka saisi valita?

Entä jos lapsi vaatisi jatkuvaa hoitoa? Jaksaisiko hän? Miten se vaikuttaisi esikoiseen, parisuhteeseen? Tai jos lapsi olisi niin sairas, ettei se koskaan pääsisi sairaalasta kotiin? Tai eläisi vain muutaman vuoden, ehkä kuukausia?

Minna ja hänen miehensä miettivät, mikä olisi oikein lapselle itselleen.

Lain mukaan päätös raskauden jatkamisesta tai keskeyttämisestä on aina äidin päätös. Minna pelkäsi joutuvansa määritlemään, millaista on hyvä elämä. Mutta vielä enemmän hän pelkäsi, että joutuisi tekemään päätöksen vaillinaisin tiedoin.

Niinkin välillä käy, kertoo naistentautien ja synnytysten erikoislääkäri, professori **Oskari Heikinheimo** Helsingin yliopistosta.

Jatkotutkimukset eivät aina tuo varmaa tietoa sikiön vamman vakavuudesta. Silti on päätettävä, jatkaa vaiko keskeyttää. Lopulta arvaillaan todennäköisyyksiä. Kestääkö sydän leikkauksen? Millä todennäköisyydellä elinsiirtojonosta löytyvät pienet munuaiset tai keuhkot?

”Terveystenhuollon tehtävänä on tuottaa vanhemmille paras mahdollinen tieto. Vaikka raskaudenkeskeytysluvan virallisesti antaa sosiaali- ja terveysalan lupa- ja valvontavirasto Valvira, päätös on aina vanhempien”, Heikinheimo sanoo.

Näissä tapauksissa kukaan ei suosittele mitään.

ILTAISIN esikoisen nukahdettua Minna katsoi miehensä kanssa televisiota. Mitä hömpempää, sen parempi. *Frenejä. Huutokauppakeisaria. Sohvaperunoita.* Kerran he eksyivät lyhyeksi aikaa ykköskanavalle, kun *Perjantai*-keskusteluohjelman tuolilla istui muovisia vauvanukkeja esitellyt nainen. Ne olivat kuin pieniä vauvoja: raskausviikolla 12, 20, 24... Nainen halusi näyttää, minkä kokoisia abortoitavat sikiöt ovat.

Esikoiselle Minna ja mies selittivät, että vauva on pipi ja jos sitä ei voida auttaa, voi olla, että se joudutaan ottamaan pois. He olivat lukeneet tytölle *Sinusta tulee isosisko* -kirjaa. Nyt he piilottivat sen.

Minnalla oli alkamassa viikko 23. Raskaus alkoi jo olla niin pitkällä, että mikäli

vauva syntyisi terveenä, sitä voitaisiin hoitaa vastasyntyneiden teho-osastolla Helsingin Naistenklinikalla. Vastasyntyneiden tehohoidon raja on Suomessa 23 raskausviikkoa, mutta jopa 22-viikkoisia on hoidettu. Tulokset ovat hyviä: tehohoidossa olevista pikkukeskosista yhdeksän kymmenestä selviää.

Aika ajoin raskaudenkeskeytyksen viikkorajaa esitetään laskettavaksi. Toistaiseksi raja on pysynyt samana vuodesta 1986. Perusteena on se, että vaikeat sairaudet ja vammat voidaan havaita vasta raskausviikon 20 jälkeen ja vanhemmille pitää antaa aikaa harkintaan.

Tehohoidossa olevien pikkukeskosten ja myöhäisillä viikoilla keskeytettyjen raskauksien rinnastaminen ei muutenkaan ole ongelmaton. Raskausviikon 20 jälkeen raskauden saa keskeyttää vain sikiön vaikean vamman tai sairauden takia. Tehohoidossa oleva pikkukeskonen on sen sijaan useimmiten kehittynyt normaalisti. Hän on vain syntynyt liian aikaisin.

Perjantaina 8. huhtikuuta oli tulosten aika. ”Meillä on selkeä diagnoosi”, sanoi lääkäri.

”Tanatoforinen dysplasia.”

Minna purskahti lohduttomaan itkuun. Hän tiesi jo, mitä sanat tarkoittivat. miehelle lääkäri selitti, että kyseessä on kuolemaan johtava diagnoosi.

Lääkäri kysyi, haluavatko vanhemmat tietää sukupuolen. He nyökkäsivät.

”Se on tyttö.”



RASKAUSVIIKOLLA 23 sikiö painaa noin puoli kiloa. Se on ihan pienen ihmisen näköinen. Sillä on tukkaa ja kulmakarvat. Mutta sillä ei ole vielä niin kehittyneitä hermosoluja, että se pystyisi kokemaan kipua. Ei ainakaan niin kovaa kipua, jollaista se pystyy kokemaan myöhemmin.

Kärsimys. Sitä Minna ja hänen miehensä mieltivät. He päättivät keskeyttää raskauden. He eivät halunneet tuoda lasta maailmaan vain muutamaksi ehkä kivuliaaksikin tunniksi. He toivoivat, että lapsi kärsisi mahdollisimman vähän.

”Jos joku kuvittelee, että tein päätöksen päästäkseni helpolla tai siksi, etten ollut itse valmis vammaisen lapsen äidiksi, en minä sitä siksi tehnyt. Kyllä minä tein sen rakkaudesta omaan lapseeni”, Minna sanoo.

Vuonna 2015 raskaudenkeskeytyslakiin esitettiin muutosta kansalaisaloitteella. Sen kannattajat ajoivat terveydenhuollon henkilökunnalle oikeutta kieltäytyä tekemästä raskaudenkeskeytyksiä. Aloite kaatui eduskunnassa äänin 136–33. Kätilöt Turkka ja Nyttäjä eivät kannattaneet sitä.

”Me emme arvota potilaita”, Turkka sanoo. ”En palkkaisi tänne hoitajaa, joka saattaisi kieltäytyä raskaudenkeskeytyspotilaan hoidosta. Potilaalla pitää olla täysi varmuus, että hänen hoitajansa haluaa hoitaa häntä sataprosenttisesti.”

Nyttäjä jatkaa: ”Nämä ovat monella tasolla murheellisia asioita. Mutta potilashuone ei ole se paikka, jossa hoitajat käyvät omia moraalis-poliittisia pohdintojaan.”

Potilashuoneessa käydään toisenlaisia keskusteluja. Siellä kerrotaan raskaudenkeskeytyspäivän kulusta ja siitä, että sikiön voi synnyttää sängyllä tai metalliseen portatiiviin. Puhutaan siitä, millä nimellä lasta kutsutaan: vauvaksi, sikiöksi vai jollakin etunimellä.

Nyttäjä sanoo, että hoitohenkilökunta on auttamassa naista. ”Meidän tehtävämme ei myöskään ole määritellä raskaudenkeskeytystä elämän vaikeimmaksi asiaksi. Ei se ole sitä kaikille. Myös helpotuksen ja hyvän olon tunteet ovat sallittuja.”

Usein kätilöt suosittelevat vanhempia katsomaan vauvaa. Pakko ei ole.

Nyttäjän kokemuksen mukaan vauvan katsominen auttaa usein siinä, ettei keskeytyksestä jää inhottavaa ajatusta. Osa vanhemmista luulee, että sikiö on pelottava, oudon näköinen. ”Ei se ole, mutta eivät ne vauvanuketkaan todellisuutta vastaa.”

Kansainvälisessä konferenssissa kätilöt ajautuivat lapsen näyttämisestä väittelyyn. Etelä-Euroopassa suositaan raskaudenkeskeytystä nukutuksessa, jolloin se on kivuttomampaa eikä lasta tarvitse nähdä. Pohjoismaalaisten mielestä sikiön piilottamalla kätilöt vain lisäävät raskaudenkeskeytykseen liittyvää stigmaa ja pelkoja, jotka ovat usein vääriä.

Nyytäjällä on toisinaan tapana pyytää kollega huuhteluhuoneeseen seuraksi, kun hän käsittelee vauvaa juuri sen syntymän jälkeen.

”Joskus on sellainen olo, että kaipaa kollegan vierelle pitäessä niin lämmintä ja pitkälle kehittyntä pientä. Mutta vaikka tuntuisi jonain päivänä vaikealta tai surulliselta, se ei tarkoita, etten haluaisi heitä hoitaa. Elämään kuuluu hyviä ja huonoja hetkiä. Eikä elämä ole aina reilua. Toiselle tulee keskenmeno, ja viereisessä huoneessa halutaan keskeyttää raskaus.”

Kun päätös oli tehty, Minna itki enemmän kuin koskaan. Hän tunsu surua siitä, ettei voisi pitää tätä lasta. Mutta hän tunsu myös helpotusta. Diagnoosi oli varma. Ehkä he vielä joskus voisivat saada toisen terveen lapsen.

HUHTIKUUN 12. päivänä Minna söi pienen valkoisen pillerin. Se sisälsi mifepristonia. Se on lääke, joka estää raskaudelle välttämättömän keltarauhashormonin vaikutuksia. Nukkumaan käydessään Minna jätti yövalon päälle. Se lohdutti.

Seuraavana aamuna Minna matkusti miehensä kanssa bussilla sairaalaan. Edellisenä päivänä hän oli vielä tuntenut potkuja. Nyt mahassa oli hiljaisempaa.

Minna nieli toisen pillerin, joka auttoi käynnistämään keskeytyksen. Iltapäivällä hän synnytti pienen tytön. Se makasi sängyllä tummanpunaisena ja näytti elottomalta. Minnan mielestä se oli kaunis.

Kätilö tunsu kämmentään vasten vielä hyvin hentoja sydämenlyönnejä. Sitten hän pyysi lupaa katkaista napanuoran.

Kätilö kapaloi vauvan ja nosti sen Minnan syliin. Siinä he olivat tunteja. Vauva vuoroin äidin sylissä, vuoroin isän sylissä.



Vanhemmista tuntui tärkeältä jättää hyvästit. He ottivat työstä kuvan ja huomasivat, että vauvalla oli samanlaiset kulmakarvat kuin siskollaan. Vanhemmat antoivat vauvalle nimeksi **Alma**. Se tarkoittaa espanjaksi sielua.

Tiedetään, että pitkälle edenneen raskauden päätyminen aiheuttaa lapsen kuolemaan verrattavissa olevan surun. Lopulta Minna ja mies pyysivät kättilön huoneeseen ja antoivat vauvan pois. Kättilö kysyi, haluavatko vanhemmat, että hän painaa vauvan käden- ja jalanjäljen heille muistoksi. He halusivat.

Minnan papereissa lukee nyt, että hänelle on tehty raskaudenkeskeytys. Mutta kyllä se hänen omasta mielestään oli ihan oikea synnytys, jossa syntyi ihan oikea ihminen, heidän toinen lapsensa. Kuolin- ja synnyinpäivä vain ovat samat.

Minna säästi sen päivän Helsingin Sanomat, kuten oli tehnyt esikoisenkin syntymäpäivänä. Tiedesivuilla kerrottiin geenikirurgiasta, jolla on pystytty parantamaan perinnöllisiä sairauksia koehiiriltä.

Tämän viikon torstaina, 13. huhtikuuta Alman kuolemasta tuli kuluneeksi tasan vuosi.

Jutun kirjoittaja Merituuli Saikkonen kertoi Minnan ja hänen miehensä tarinan Kansallisteatterissa HS:n Musta laatikko -esityksessä maaliskuussa. Katso videotallenne esityksestä:

LIITE 3

Juttu paperilehdessä, Helsingin Sanomat 15.4.2017

HELSINGIN SANOMAT

LAUANTAINA 15.4.2017 ■ 1

SUNNUNTAI



Raskausviikko 23

Minnan raskaus oli puolivälissä, kun kättilö sanoi ultraäänitutkimusta tehdessään: "Nyt täällä ei ole kaikki kunnossa." Minna ja hänen miehensä joutuivat tuloksia odotellessaan pohtimaan vaikeita eettisiä kysymyksiä. Ja sitten oli päätöksen aika.



SUNNUNTAI
URA & TYÖ
TALOUS

Sunnuntai: Niilo 22 XXXXX. ▶ B XX-XX

Ura & työ: Teemu Huuhtaselta onnistuu kaikki. ▶ B 18-20

SUNNUNTAI

KAUKO/YLE



Jutun kuvituksena on Minnan viikkosaamia koskalmennöllistä. Niistä oli tulossa vaaralle petto.



Mahassa potki vauva. Oli potkinut jo vilisi viikkoo.

Mahassa potki vauva. Oli potkinut jo vilisi viikkoo.

SUNNUNTAI



Minnan Saarnokset

Täällä ei ollut mahinatt kättä. Niin iso naha nauttii jo oli. Iltä makseti siraahan merillängellä ja noot meken lehtisa. Kättä peronni va-

sin. Sitten hän alotti ajella nro-
tilla.
Näkee naksun ol' puhkalla
vikkola 2x, ja händle nädin kerkivakauden abra
däynäönnä. Sillä hetään mahdollista vakasta
rakenteopököstä. Kasvojen alonjo ja sydämeen
rakentamis, ensinäin mahakukka, marinat ja vi-
saraks, uuttahan aikajen ja rannetan asenne; ja
määrän sikon loonnat luit.

Minnan ote joutuu sanonkokoista vika. Oikokan
uuttu.
Yhäkäs kiitän ol' hän bilias. Tuunnista huo-
nereis ol' muuttanut. Sitten kättä sanoi: "Nyit oisii
ei ole kättä kerronssa."

Sanutaan näitä viikko. Minimäki. Minna teki,
että pirtein pökörtä vau vaarukissa lusa
syntöönöönä. Ja nyt kättä ol' snoonit.
Minnan ote joutuu sanonkokoista vika. Oikokan
uuttu.
Yhäkäs kiitän ol' hän bilias. Tuunnista huo-
nereis ol' muuttanut. Sitten kättä sanoi: "Nyit oisii
ei ole kättä kerronssa."

Sitten ohsi entään, sodemakkoisesti lepyköstä
nen, ja sillä ohsi meho varmaan mutkain varrosta
Mihäsi, että ei pököty vielä snoonan. Hyvin to-
demakkoisesti lapit ei ohsi syntyyksään kättä.
Minnan puke uuden päällään ja kättä: mahakka
katos kotiti. He ihkivät: koko matkan. Sillä ei ollut

Minna oli alia haluan lapsa. Pönnät ty-
kök hän noutoi tulla hoitien kotiin.

Minna oli alia haluan lapsa. Pönnät ty-
kök hän noutoi tulla hoitien kotiin.

Minna oli alia haluan lapsa. Pönnät ty-
kök hän noutoi tulla hoitien kotiin.

Minna oli alia haluan lapsa. Pönnät ty-
kök hän noutoi tulla hoitien kotiin.

Minna oli alia haluan lapsa. Pönnät ty-
kök hän noutoi tulla hoitien kotiin.

Minna oli alia haluan lapsa. Pönnät ty-
kök hän noutoi tulla hoitien kotiin.

Minna oli alia haluan lapsa. Pönnät ty-
kök hän noutoi tulla hoitien kotiin.

Minna oli alia haluan lapsa. Pönnät ty-
kök hän noutoi tulla hoitien kotiin.

Minna oli alia haluan lapsa. Pönnät ty-
kök hän noutoi tulla hoitien kotiin.

Rakentamisen ultraäänitutkimus on vau-
vassa, mutta Suomessa lähes kaikki rau-
hoitajat eivät tiedä, mitä se on ja miten
se tehdään.

Rakentamisen ultraäänitutkimus on vau-
vassa, mutta Suomessa lähes kaikki rau-
hoitajat eivät tiedä, mitä se on ja miten
se tehdään.

Rakentamisen ultraäänitutkimus on vau-
vassa, mutta Suomessa lähes kaikki rau-
hoitajat eivät tiedä, mitä se on ja miten
se tehdään.

Rakentamisen ultraäänitutkimus on vau-
vassa, mutta Suomessa lähes kaikki rau-
hoitajat eivät tiedä, mitä se on ja miten
se tehdään.

Rakentamisen ultraäänitutkimus on vau-
vassa, mutta Suomessa lähes kaikki rau-
hoitajat eivät tiedä, mitä se on ja miten
se tehdään.

Rakentamisen ultraäänitutkimus on vau-
vassa, mutta Suomessa lähes kaikki rau-
hoitajat eivät tiedä, mitä se on ja miten
se tehdään.

Rakentamisen ultraäänitutkimus on vau-
vassa, mutta Suomessa lähes kaikki rau-
hoitajat eivät tiedä, mitä se on ja miten
se tehdään.

Rakentamisen ultraäänitutkimus on vau-
vassa, mutta Suomessa lähes kaikki rau-
hoitajat eivät tiedä, mitä se on ja miten
se tehdään.

Rakentamisen ultraäänitutkimus on vau-
vassa, mutta Suomessa lähes kaikki rau-
hoitajat eivät tiedä, mitä se on ja miten
se tehdään.

Minon edessä alkoi on maailman suurimpia terti-
äliä kyyryttävällä silmällä, uimalla, on yhä-
sielut ja rakkautta.

Minon edessä alkoi on maailman suurimpia terti-
äliä kyyryttävällä silmällä, uimalla, on yhä-
sielut ja rakkautta.

Minon edessä alkoi on maailman suurimpia terti-
äliä kyyryttävällä silmällä, uimalla, on yhä-
sielut ja rakkautta.

Minon edessä alkoi on maailman suurimpia terti-
äliä kyyryttävällä silmällä, uimalla, on yhä-
sielut ja rakkautta.

Minon edessä alkoi on maailman suurimpia terti-
äliä kyyryttävällä silmällä, uimalla, on yhä-
sielut ja rakkautta.

Minon edessä alkoi on maailman suurimpia terti-
äliä kyyryttävällä silmällä, uimalla, on yhä-
sielut ja rakkautta.

Minon edessä alkoi on maailman suurimpia terti-
äliä kyyryttävällä silmällä, uimalla, on yhä-
sielut ja rakkautta.

Minon edessä alkoi on maailman suurimpia terti-
äliä kyyryttävällä silmällä, uimalla, on yhä-
sielut ja rakkautta.

Minon edessä alkoi on maailman suurimpia terti-
äliä kyyryttävällä silmällä, uimalla, on yhä-
sielut ja rakkautta.

JUTUN KUVAUS: KAUKO/YLE



Jutun kuvituksena on Minnan viikkosaamia koskalmennöllistä. Niistä oli tulossa vaaralle petto.

