

JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO

---

**J u h a A u v i n e n**

**WWW-JULKAISEMINEN - JOUKKOVIESTINNÄN UUSI SUUNTA**

Journalistisen työprosessin ja muotokielen muutoksista WWW-ympäristössä Valmentaja-lehden esimerkin valossa

---

Pro gradu-tutkielma  
Viestintätieteiden laitos  
Journalistiikka

J y v ä s k y l ä 1 9 9 7

Jyväskylän yliopisto

Humanistinen tiedekunta  
Viestintätieteiden laitos

AUVINEN, JUHA: WWW-julkaiseminen – joukkoviestinnän uusi suunta. Journalistisen työprosessin ja muotokielen muutoksista WWW-ympäristössä Valmentaja-lehden esimerkin valossa

Journalistiikka  
Pro gradu –tutkielma

Jyväskylän yliopisto. Helmikuu 1997. 90 s., 4 liitesivua. 1 kpl 3.5"- disketti (esittelyversio 'Online-Valmentaja' –nimisestä elektronisesta julkaisusta).

---

Tämän tutkimuksen tarkoituksena on tutkia journalistisen työprosessin ja muotokielen muutoksia Internetin WWW:n (World Wide Web) muodostamassa julkaisu-ympäristössä. Elektroninen julkaisu nimeltään Valmentaja-lehti toimii tutkimuksen käytännön esimerkkinä (liite 1). Tutkimuksessa pyritään valaisemaan niitä muutoksia, joita uusi media tuo joukkoviestintään ja erityisesti journalismin työprosessiin ja muotokieleeseen. Työprosessin muutoksia kuvataan ennen muuta 'Online-Valmentaja' –lehden valmistuksesta saaduilla kokemuksilla ja muotokielen muutoksia kuvataan sekä Online-Valmentaja:n, että kirjallisuuden avulla.

Tämän tutkimuksen päähypoteesi on 'uusi media ei ole vanhojen medioiden fuusio'. Tällä tarkoitetaan sitä, että uusi media ja WWW-julkaisu sen edustajana käyttää vanhojen medioiden keinoja (teksti, audio, video), mutta muodostaa itse samalla uuden joukkoviestintävälineen. Tutkimuksen pääongelma on se, millainen on uuden median ja WWW-julkaisun joukkoviestinluonne. Tärkein tutkimuskysymys on se, millainen on WWW-julkaisun työprosessi ja WWW-julkaisun muotokieli.

Tämä tutkielma on journalistinen lopputyö. Tutkimusmenetelmänä on käytetty lähinnä laadullista tutkimusmenetelmää. Tutkimusaineistoa on kerätty tekemällä 'Online-Valmentaja' -nimistä elektronista julkaisua Internetin WWW-ympäristöön ja analysoimalla sekä tuotantoprosessia, että lopputuotosta, valmista 'Online-Valmentaja'-lehteä. Elektronisen 'Online-Valmentaja'-julkaisun tuotanto on tämän journalistisen lopputyön käytännön journalistinen osuus. Lisäksi on perehdytty uusimpaan, lähinnä kotimaiseen, elektronisen julkaisemisen alan kirjallisuuteen.

Tutkimus osoittaa, että WWW-julkaisu uuden median edustajana ei ole vanhojen medioiden (radio, TV, lehdistö) fuusio. WWW-julkaisulla on oma työprosessinsa ja muotokielensä. Tällä on merkittäviä vaikutuksia tulevaisuuden joukkoviestintäympäristöön sekä joukkoviestintätuotteiden tuotantoon ja jakeluun.

Yksi suurimmista WWW-julkaisemisen vaikutuksista journalistiseen työprosessiin on sen vaikutus julkaisun tai lehden kokoamiseen ja jakeluun. WWW-lehti kootaan vuorovaikutteiseksi, verkkomaiseksi hypermediaesitykseksi, joka jaetaan elektronisessa tietoverkossa. Journalistiseen muotokieleeseen WWW-julkaiseminen vaikuttaa eniten juttujen linkittymisellä muuhun WWW:ssä olevaan informaatioon. WWW:ssä journalistinen juttu ei ole enää pelkästään yksittäinen kertomuksensa, vaan se on dynaamisesti linkitetyn maailmanlaajuisen hypermediaverkon, WWW:n osa.

## ESIPUHE

Tämän tutkimuksen lähtökohtana on ollut kiinnostukseni uutta mediaa ja Internetiä kohtaan, joka tutkimuksellisessa mielessä syttyi vuoden 1993 aikoihin. Olin jo edellisenä vuotena erään tuttavain vinkistä viisastuneena hankkinut Jyväskylän yliopiston silloisesta laskentakeskuksesta sähköpostitunnuksen ja salasanan. Sille ei kuitenkaan ensimmäisenä voimassaolovuonnaan ollut liiemmin käyttöä. Tuttavapiirissäni tuntui olevan yllättävän vähän sähköpostin käyttäjiä. Sittemmin vuoden 1993 syksy ja erityisesti vuosi 1994 toi uuden median tietoisuuteeni. Kaikkein tärkeimpänä kehitysaskeleena uuden median yleistymisen kannalta pidän vuotta 1994 siksi, että silloin Internetin graafisen käyttöympäristön WWW:n suosio alkoi merkittävästi Suomessa ja muualla maailmassa kasvaa. Vuoden 1994 aikana alettiin myös suomalaisissa perinteisissä medioissa käsitellä enemmän Internetiä ja uutta mediaa. Tällöin olin jo opiskellut journalistiikka muutaman vuoden ja havaitsin WWW:n mahdollisuudet joukkoviestinnässä ja mielenkiintoisena joukkoviestinnän tutkimuskohteena.

Keväällä 1996 olin alkanut kerätä materiaalia tietoverkkojulkaisemisen ja WWW:n aihepiiristä. Vuosi 1996 oli tietoverkkojulkaisemiselle siinä mielessä merkittävä, että silloin alkoi kirjakauppojen hyllyillä jo näkyä ensimmäisiä tieto- ja oppikirjoja sekä analyysejä uudesta mediasta ja tietoverkkojulkaisemisen sisältötuotannosta myös viestinnällisestä näkökulmasta kirjoitettuna. Sitä ennen aihepiirin kirjallisuus oli ollut hyvin teknispainotteista. Sain kesällä 1996 tilaisuuden tehdä opintoihini kuuluvan harjoittelun Jyväskyläläisessä Viestintänetti Oy -nimisessä viestintäalan yrityksessä. Sitä ennen keväällä 1996 olin jo päättänyt tehdä pro gradu-työni tietoverkkojulkaisemisesta.

Kesällä 1996 Viestintänetti Oy:ssä käynnistettiin kehittämisprojekti 'Valmentaja'-nimisen urheilun erikoislehden siirtämiseksi elektroniseen muotoon WWW:iin. Sain itselleni kehittämisprojektin päävastuun. Lisäksi toimenkuvaani kuului muun muassa suunnitella muutaman yrityksen WWW-kotisivut. Olin siis päässyt keskelle lempiaiheeni eli elektronista julkaisemista. Työharjoittelusopimuksessa sovittiin, että voin käyttää kesän 1996 aikana saamaani elektronisen julkaisemisen kokemusta ja tietoa aineistona pro gradu-työssäni. Tein muistiinpanoja ja kirjasin käytännön kokemuksia tätä tutkimusta varten elektronisen julkaisuprojektin edistyessä. Elektronisen 'Valmentaja'-lehden kokeiluversio valmistui syyskuussa 1996. Kesän 1996 aikana elektronisen julkaisemisen alalla tekemäni työ on tämän pro gradu-tutkimuksen käytännön havaintomateriaalia.

Tässä tutkimuksessa yhdistyvät toisalta aiheesta kirjoitettu kirjallisuus ja käytännön tuotantokokeilu. Tutkimuksen tuloksia yritetään vetää yhteen näistä molemmista. Tämän työn tarkoitus on kuvata joukkoviestintää, journalismia, ja sen yhtä uutta tuotetta, elektronista julkaisua, uudessa digitaalisessa joukkoviestintäympäristössä. Tämä uusi viestintäympäristö on Internet ja sen graafinen käyttöympäristö World Wide Web, lyhemmin WWW.

Tämä työ on valmistunut kokonaisuudessaan opiskellessani Jyväskylän yliopiston viestintätieteiden laitoksella. Laitoksen henkilökunnasta erityiskiitokset kuuluvat viestintätieteiden laitoksen johtajalle FT Raimo Salokankaalle ja yhteisöviestinnän lehtorille FT Pertti Hurmeelle, joilta liiken omista kiireistään huolimatta aikaa myös tämän tutkimuksen ongelmien pohdintaan. Laitoksen tiedotusopin lehtori, FT Heikki Kuutti ja tutkija, FL Kalle Virtapohja saavat kiitokset monista antoisista juttutuokioista ja tutkimukseni henkisestä tukemisesta. Erityiset kiitokset kuuluvat luonnollisesti myös Viestintänetti Oy:lle ja Urheilusyke Oy:lle, jotka mahdollistivat tämän tutkimuksen käytännön osuuden eli elektronisen Valmentaja-lehden synnyn. Tätä tutkimusta on apurahallaan tukenut myös Journalistisen kulttuurin edistämissäätiö. Jyväskylän yliopiston viestintätieteiden laitos on auttanut tutkimustyötäni mahdollistamalla osallistumiseni muutamiin tietoverkkojulkaisemista ja WWW:ä käsitteleviin seminaareihin. Kiitokset tuesta.

Jyväskylässä 2.3. 1997



Juha Auvinen

## SISÄLLYSLUETTELO

### LIITELUETTELO

1. JOHDANTO	1
1.1. Kun lehti ei enää ollutkaan paperia	1
1.2. Tutkimusaiheen esittely ja rajaus	1
1.3. Tutkimuksen kulku	2
2. KÄSITTEITÄ JA MÄÄRITELMIÄ	4
2.1. Joukkoviestintä ja journalismi	4
2.2. Journalistinen työprosessi	5
2.3. Journalistinen muotokieli	5
2.4. Juttu	6
2.5. Lehti	8
2.6. Julkaisu ja julkaiseminen	9
2.6.1 Elektroninen julkaisu	9
2.7. Internet ja WWW	10
2.8. Online-lehti	11
2.9. Uusi media ja hypermedia	11
2.10. Käyttöliittymä	12
2.11. Uudet median muodot	13
2.12. Lehti tietoverkossa	15
3. TUTKIMUKSEN TAUSTAA	17
3.1. Elektroninen lehti tietoyhteiskunnan osana	17
3.1.1. Viestinnän muutos	18
3.2. Viestinnän muodot Internetissä	19
3.3. Journalismi uudessa viestintätilanteessa	20
3.4. Lehti muutoksien kohteena	21
3.4.1. Sanomalehden käyttöliittymä	22

3.5. Graafinen käyttöliittymä ja elektroninen julkaisu	23
3.6. World Wide Web	25
3.6.1. WWW:n toimintaperiaatteesta	26
3.6.2. WWW:n kehityksestä	27
4. TUTKIMUSONGELMAT	29
4.1. Tutkimuskysymykset	30
4.2. Urheilun jäsenlehti siirtyy Internettiin	30
4.3. WWW-julkaisun ja uuden median olemuksesta	31
4.3.1. Paperi ja bitit - kaksi eri mediaa	32
4.3.2. Sopeutuvat dokumentit	32
5. TUTKIMUSMENETELMÄT	34
5.1. Valmentaja-lehti projekti	34
5.2. Uuden median alan kirjallinen materiaali	35
5.3. Muu lähdemateriaali	35
6. TULOKSET	37
6.1. WWW-lehti käytännössä	37
6.1.1. Sivujen kuvauskieli HTML	37
6.1.2. Tapaus Valmentaja-lehti	38
6.1.3. Paperista biteiksi	39
6.1.4. Graafisten elementtien muokkaaminen	39
6.1.5. WWW-julkaisun käyttöliittymä	40
6.1.6. Lehti siirtyy World Wide Webiin	41
6.1.7. WWW-julkaisun osista	42
6.1.8. WWW-Valmentajan rakentamisesta	43
6.1.8.1. Suunnittelu	43
6.1.8.2. Sisältösuunnittelu	44
6.1.8.3. Muotosuunnittelu	44

6.1.8.4. Toteutus	46
6.1.8.5. Tekstit	46
6.1.8.6. Valokuvat ja grafiikat	47
6.1.9. Pieni on kaunista	48
6.1.10. Linkit maailmalle	48
6.1.10.1. Linkkien logiikasta	48
6.1.11. WWW-Valmentajan rakenne	51
6.1.12. WWW-julkaisemisen työkalut	52
6.1.13. Hypertekstikehät	53
6.1.14. Rheinische Post online	55
6.2. Journalistisen työprosessin muutokset	57
6.2.1. Toimittaja tietoverkossa	57
6.2.2. Juttu ja julkaisu uudessa ympäristössä	59
6.2.3. WWW-julkaisun lisäarvoja	60
6.2.4. WWW-jutun kirjoittaminen	62
6.2.5. Layout ja WWW-julkaisun työprosessi	63
6.2.6. Uusi journalistinen työprosessi	64
6.3. Journalistisen muotokielen muutokset	72
6.3.1. Uusi journalistinen muotokieli	72
6.3.2. WWW-jutun kerrontatapa	73
6.3.3. Hypermedian muotokieli	75
6.3.4. Tulevaisuuden elektronisen julkaisun muotokieli	76
6.3.5. Jutut ja mainokset uuden muotokielen osana	77
6.3.6. Hyvän WWW-jutun piirteitä	79
7. POHDINTAA	81
7.1. Rajoituksia ja edellytyksiä	81
7.2. Uusi media ei ole vanhojen fuusio	82
7.3. Jatkotutkimusideoita	83

7.4. Mistä mallia WWW-julkaisulle?	84
7.5. Lopuksi	86
LÄHDELUETTELO	88
LIITTEET	



## LIITELUETTELO

Liite 1. Elektroninen julkaisu online-Valmentaja 2/ 1996, 1 kpl 3.5" disketti.

Liite 2. Online-Valmentajan etusivu 22.11. 1996.

Liite 3. Atlantassa kilpaillaan huonon saunan olosuhteissa. Online-Valmentaja 2/ 1996.

Liite 4. Suomen Valmentajat ry tiedottaa. Online-Valmentaja 2/ 1996.

## 1. JOHDANTO

### 1.1. KUN LEHTI EI ENÄÄ OLLUTKAAN PAPERIA

Sanomalehdellä ja aikakauslehdellä on perinteisesti ollut vahva asema suomalaisessa joukkoviestintäkentässä. Pohjoismaissa yleensäkin on tunnetusti vankat lehdistön lukijajoukot, joskin tämä lehtien lukijakunta on koko ajan ikääntymässä. Nuoret lukevat lehtiä yhä vähemmän. Internet ja uusi media ovat olleet vuodesta 1994 joukkoviestintävälineiden yksi suosituimmista aiheista. Maailmanlaajuinen tietoverkko sisältää monenlaisia ilmiöitä, joita myös journalismissa on viime aikoina paljon käsitelty. Julkisuutta Internet, maailman suurin toisiinsa yhteenliitetyistä tietokoneista koostuva tietoverkko, on saanut lähinnä sen sisältämien tai siihen liittyvien kielteisten ilmiöiden valossa. Pornografisen materiaalin levitys, tietoverkkorikollisuus ja väkivaltaiset tietokonepelit ovat tuoneet Internetiä suuren yleisön tietoisuuteen. Tämä tutkimus ei puutu näihin Internetin kielteisiin puoliin vaan pyrkii tutkimaan tätä uutta joukkoviestintävälinettä mahdollisuutena välittää journalistista materiaalia lukijoille uudella tavalla. Tämä uusi tapa on Internetin graafisessa käyttöympäristössä World Wide Webissä (WWW) julkaistavat WWW-lehdet.

Tietotekniikan on täytynyt kehittyä, jotta elektroninen julkaisutoiminta olisi mahdollista. Tietokantajulkaisemisen ja multimediatuotannon työvälineiden on täytynyt kehittyä nykyiselle tasolle, jotta elektronisen julkaisun tekeminen olisi nykyisessä monimediaisessa muodossa mahdollista. WWW:tä ja elektronisia lehtiä lukevat tutkimusten mukaan ennen kaikkea nuoret, hyvinkoulutetut ja keskimääräistä varakkaammat mieshenkilöt. Lukijakunta on niin Suomessa kuin maailmanlaajuisestikin varsin rajattu, jo siitä yksinkertaisesta syystä että WWW-lehden lukemiseen tarvitaan tällä hetkellä vielä melko kalliita tietokoneita. Elektronisesta lehdestä voi tulla väline, jolla saadaan nuoret lehdestä vieraantuneet mediankäyttäjät takaisin lehden ääreen. lehtitalon painettu ja elektroninen lehti voivat oikealla lailla yhteen nivomalla muodostaa liiton, joka auttaa molempia menestymään. Yksi mahdollisuus on julkaista juttuja esimerkiksi sähköisessä lehdessä ja sisällyttää painettuun lehteen lisätietoja asiasta ja päinvastoin, riippuen siitä kumpi on lehtitalon tai viestintäyrityksen päätuote.

### 1.2. TUTKIMUSAIHEEN ESITTELY JA RAJAUS

Tämä tutkimus ei ole niin sanottu perinteinen pro gradu- työ vaan journalistinen lopputyö eli 'vaativa journalistinen tuotos ja sen tieteellinen erittely', kuten asia Jyväskylän yliopiston journalistiikan tutkintovaatimuksissa ilmaistaan. Journalistinen tuotos tässä lopputyössä on tämän tutkimuksen käytännön osa eli elektronisessa muodossa oleva online-Valmentaja lehti. Se on liitetty tähän tutkimukseen rajoitettuna versiona 3,5" -tietolevykkeellä liitteenä yksi. Rajoitukset koskevat lehden sisältöä ja hypertekstilinkkien toimivuutta. Tämän

tutkimuksen aiheena on World Wide Webissä (WWW) julkaistavat lehdet ja niiden tekeminen. Tämä tutkimus perustuu teoreettiselta pohjaltaan journalistisen työprosessin ja muotokielen analyysiin. Analyysin sovellus on journalistisen työprosessin sovellus WWW-lehden sisällön tuotantoon. Tarkoituksena on löytää WWW-lehden tekemiselle oma sisällön tuottamisen prosessinsa, jos sellainen on, ja kuvata sitä. Toinen analyysin kohde on journalistinen muotokieli WWW-julkaisussa. Uuden median ja tietoverkkojulkaisemisen kentässä tämä tutkimus sijoittuu ulkoasu- ja sisältötutkimuksen alueelle. Tutkimus sisältää käytännön elektronisen lehtituotteen kokeiluprojektin kuvailun.

Tässä tutkimuksessa WWW-lehden tekeminen jaetaan kahteen prosessiin. Toinen liittyy muodon ja toinen sisällön tuottamiseen. Muodon tuottaminen WWW-lehdelle on tekniikkaan painottunut tuotantoprosessi. Sisällöntuotanto sen sijaan on journalistinen prosessi. Tämä tutkimus selvittää WWW-julkaisemisen muotopuolta uuden journalistisen työprosessin kautta ja sisältöpuolta uuden journalistisen muotokielen kautta.

Tutkimus on sekä käytännön tapaustutkimusta että teoreettista tutkimusta. Se sisältää teoreettista pohdintaa uuden median lisäarvoista ja erityisesti WWW:ssä julkaistavasta materiaalista ja käytännön esimerkin tähän saakka painettuna ilmestyneen Valmentaja-järjestölehden siirtämisestä elektroniseen muotoon Internet tietoverkon WWW-ympäristöön. Kyseessä on osallistuva tutkielma. Olen itse ollut tekemässä tutkimuksen käytännön osan elektronista Valmentaja-lehteä. Tutkielma pyrkii antamaan ajatuksia siitä, mitä uutta hypermediaalinen tulevaisuus tuo journalismiin ja kuinka WWW-lehteä voisi tulevaisuudessa tehdä. Tarkoituksena on keskittyä juuri WWW-ympäristössä tehtyihin lehtiin ja julkaisuihin, koska se on tällä hetkellä 'de facto' toimintaympäristö hypertekstuaalisessa tietoverkkojulkaisemisessa, jossa muutoksia eniten tapahtuu. WWW on Internetin voimakkaimmin kasvava ja kehittyvä viestinnän alue. Tämän kasvun ja kehityksen vaikutus viestintään on yksi syistä, miksi tätäkin tutkimusta ryhdyttiin tekemään.

Tämän lopputyön aihetta ei ole vielä joukkoviestintätutkimuksen piirissä paljoakaan tutkittu. Siten esimerkiksi teoreettista perinnettä ja tutkimuksellista traditiota ei ole ehtinyt tämän tutkimuksen aihepiiriin vielä juurikaan muodostua. Paljon aiheen tuoreudesta kertoo jo se, että valtaosa käyttämistäni kirjallisista lähteistä on peräisin aivan viime vuosilta. Tässä tutkimuksessa on käytetty lähteitä, jotka ovat löydettävissä ainoastaan WWW:stä. Näistä lähteistä on annettu niiden WWW-osoite.

### 1.3. TUTKIMUKSEN KULKU

Tutkimuksen materiaali on rajattu tarkoituksella suomalaiseen aineistoon. Tämä siksi, koska työllä halutaan keskittyä ennen kaikkea suomalaisen joukkoviestinnän kuvaamiseen ja sen tulevaisuuden muovaamiseen. Lisäksi Suomi on tällä hetkellä muun korkean teknologian

ohella Internet-osaamisessa ja tietoverkkojulkaisemisessa alan johtavia maita. Lähteinä on käytetty WWW-Valmentaja projektin lisäksi ennen kaikkea Suomessa julkaistua verkkojulkaisemiseen ja uuteen joukkoviestintätilanteeseen liittyvää kirjallista materiaalia. Tutkimusaineistoa on hankittu myös itse Internetistä, TV-ohjelmista ja teemahaastattelun avulla.

Tämä tutkimus jakaantuu kahteen osaan. Ensimmäinen osa on elektronisen julkaisun käytännön julkaisuprosessin tutkiminen. Toinen osa on aiheen kirjallisuuteen perehtyminen. Kesän 1996 aikana valmistui Viestintänetti Oy-nimisessä yrityksessä ensimmäinen Valmentaja-lehden elektroninen versio WWW-ympäristöön. Tämä elektroninen julkaisu on tämän opinnäytteen käytännön osuus. Tutkimuksellista puolta edustaa journalistisen työprosessin ja muotokielen tutkiminen. Tutkimustapaa voi luonnehtia uuden vertaamiseksi vanhaan. Tuloksissa uutta journalistista työprosessia ja muotokieltä ensiksi kuvataan ja verrataan sitä sitten perinteiseen journalismin työprosessiin ja muotokieleeseen. Tässä tutkimuksessa on kyse online-lehden pilottitutkimuksesta.

Tutkimus alkoi varsinaisesti keväällä 1996 jolloin WWW-Valmentaja -projekti Viestintänetti Oy:ssä käynnistyi. Koko kesän kestäneen projektin aikana kerättiin kokemuksia ja havaintoja projektista myöhempää online-lehden tutkimusta varten. Käytännön tutkimustyö jatkui aihepiirin keskeisimpien termien ja käsitteiden selvittämisellä. Tästä kirjoitetaan kappaleessa kaksi. Tämän jälkeen perehdyttiin tutkimusalueen taustoihin ja aiheen yleiseen viitekehykseen sekä siihen, mitä aiheesta tähän saakka on tutkittu. Tätä taustaa ja viitekehystä selvitetään kappaleessa kolme. Samalla lukija johdatetaan tutkimuksen tuloksiin. Seuraavaksi esitellään WWW-Valmentaja projektin sekä lukujen kaksi ja kolme perusteella muodostuneet tutkimusongelmat ja tutkimusmenetelmät. Tutkimusongelmat määritellään luvussa neljä ja tutkimusmenetelmät kerrotaan luvussa viisi. Tutkimuksen tulokset esitellään ja niitä kommentoidaan luvussa kuusi ja sen alaluvuissa. Tulokset jakaantuvat kolmeen osaan. Ensiksi kuvataan WWW-julkaisun tekemistä käytännössä. Tämän jälkeen seuraavat journalistisen työprosessin ja muotokielen tutkimuksen tulokset omissa luvuissaan. Lopussa luvussa seitsemän kommentoidaan tutkimuksen päätuloksia ja suhteutetaan niitä lopputyön aiheen taustaan. Lisäksi eritellään tutkimuksen tulosten edellytyksiä ja rajoituksia. Viimeiseksi annetaan ideoita tietoverkkojulkaisemisen alueen jatkotutkimuksille ja katsotaan WWW-lehden tulevaisuuteen.

Lopuksi on syytä mainita, että uusi media, Internet, WWW ja elektroninen julkaiseminen etenevät niin teknisesti kuin sisällöllisestikin tällä hetkellä niin nopeasti, että tätä tutkimusta voi luonnehtia uuden median yhdeksi ajankuvaksi vuodelta 1996. Siitä huolimatta näyttää siltä, että alalle on muodostumassa käytäntöjä ja rutiineja. Tämä työ on toivottavasti osaltaan luomassa niitä käytäntöjä ja rutiineja, koska niitä todella kaivataan kaikenkaikkiaan kirjavaan ja jopa sekavaan WWW-julkaisemiseen.

## 2. KÄSITTEITÄ JA MÄÄRITELMIÄ

Tämän tutkimuksen termistön eittämätön sekavuus ja moniselitteisyys kuvastaa käsitellyn tutkimusalueen nuoruutta ja vakiintumattomuutta. Elämme 'uuden median' synnyn myötä joukkoviestinnässä voimakkaan muutoksen kautta ja harvat teoriat ja termit ovat elektronisessa julkaisemisessa vielä vakiintuneita. Joitain, lähinnä suomalaisessa ja amerikkalaisessa alan kirjallisuudessa käytettyjä termejä on mahdollista kuitenkin määritellä. Esimerkistä alan termistön sekavuudesta käy käsite 'elektroninen julkaisu', joka on yksi tämän tutkimuksen ydinkäsitteistä. Tässäkin tutkimuksessa käy ilmi, että elektronisesta julkaisusta käytetään myös nimitystä 'sähköinen julkaisu'. Tässä tutkimuksessa puhutaan elektronisesta julkaisusta ja elektronisesta lehdestä, WWW-lehdestä, WWW-julkaisusta, verkkolehdestä, online-lehdestä ja niin edelleen. Ne kaikki viittaavat elektronisen julkaisun suuntaan. Tällä hetkellä suosituille lapselle, elektroniselle julkaisulle on annettu monta nimeä. Ainakin tämän työn puitteissa valtaosa näistä edellä mainituista uuden median julkaisumuodoista mahtuvat elektronisen julkaisun tai kuvaruutulehden määritelmän alle.

Tämän tutkimuksen käsitteiden määrittelemisen yhteydessä tuli ilmi, että uusi media laventaa monien julkaisemiseen ja joukkoviestintään liittyvien termien merkityksiä. Esimerkiksi julkaisun ja lehden käsitteiden merkitykset laajenevat seuraavan määrittelyn ansiosta kattamaan myös elektronisen julkaisemisen ja uuden median aluetta. Tämän tutkimuksen perustermejä, kuten lehteä ja julkaisua, määritellään myös englannin- ja saksankielisten määritelmien kautta. Tämä siksi, koska on mielenkiintoista nähdä eroavatko englannin- ja saksankieliset tutkimuskohteen ydintermien määritelmät merkitykseltään suomalaisista termien merkityksistä. Tämän tutkimuksen käsitteiden määrittelemisen jakaantuu seuraaviin ryhmiin: tutkimusalan keskeisimpiin termeihin, journalismin määritelmään, journalistisen jutun määritelmään, elektroniseen julkaisemiseen liittyvien termien määrittelemiseen ja tietoverkkoihin liittyvien keskeisimpien käsitteiden määrittelemiseen. Lisäksi määritellään uusi media ja sen keskeisimmät esiintymismuodot, kuten hypermedia ja multimedia.

### 2.1. JOUKKOVIESTINTÄ JA JOURNALISMI

Tämän tutkimuksen aihepiiri elektroninen julkaiseminen käsitetään joukkoviestinnän tutkimuksen alaan kuuluvaksi. Lisäksi se on tässä yhteydessä journalismin tutkimusta. Journalismilla tarkoitetaan Kuutin mukaan (Kuutti, 1994, 34) toimitustyön käytäntöä, eli toimituksissa tehtävää tai free lancer -luonteista toimituksellista työtä. Lisäksi journalismi on ajankohtaisten ja faktapohjaisten joukkotiedotussanomien tuottamista.

Journalismin määritelmän lisämääreiksi voi luonnehtia journalististen toimintaedellytysten luomista yksittäiselle tiedotusvälineelle, toisin sanoen kustannus- ja lähetystoiminnan. Kuutti

(em.) haluaa sisällyttää myös journalistisen prosessin lopputuotokset, eli jutut, journalismin määritelmäänsä. Näitä lopputuotoksia ovat myös journalistisen sisällön ja muodon yhteensulaumat, esimerkiksi lehden numerot ja TV-ohjelmasarjat (em.).

## 2.2. JOURNALISTINEN TYÖPROSESSI

Journalistisen työprosessin osat ovat Kuutin (em.,37) mukaan:

1. aiheen valinta
2. tiedonhankinta
3. tietojen jäsentäminen
4. jutun kirjoittaminen
5. kriittinen tarkastelu ennen jutun julkaisemista (tai julkaisematta jättämistä).

Miettinen (1988, 33) jaottelee toimitustyön hieman eri tavalla kuin Kuutti. Miettisen toimitustyön jaottelussa on kaksi kategoriaa. Ne ovat ammatillinen kouliintuminen ja jutun tekeminen. Jäsentely on kokonaisuudessaan seuraava:

1. Ammatillinen kouliintuminen
  - A. Yhteiskunnan tuntemus
  - B. Oman välineen tuntemus
  - C. Vastaanottajien tuntemus
2. Jutun tekeminen
  - D. Lähtökohdat (aiheen valinta, idea ja näkökulma ja painotus)
  - E. Aineiston hankinta (suunnittelu, toteutus, esteet)
  - F. Jutun koostaminen (lähdekritiikki, aineiston jäsentely, kirjoittaminen, visualisointi, television erityispiirteet)
  - G. Jutun hyväksyttäminen (asiasisältö ja kieliasu, jutun ja toimituspolitiikan vastaavuus)

Kuutin ja Miettisen journalistisen työprosessin määritelmässä on painotuseroja, mutta perusidea on molemmissa samansuuntainen. Kuutin journalistisen työprosessin määritelmä on määritelmänä suppeampi, mutta on syytä ottaa huomioon, että Kuutin määritelmät ovat peräisin journalistiikan sanastosta. Tällöin määritelmät ovat luonteeltaan lyhyempiä ja yksinkertaisempia. Miettisen toimitustyön määritelmä sen sijaan on journalistiikan alan perusoppikirjasta, jossa laveampikin esitystapa on mahdollinen.

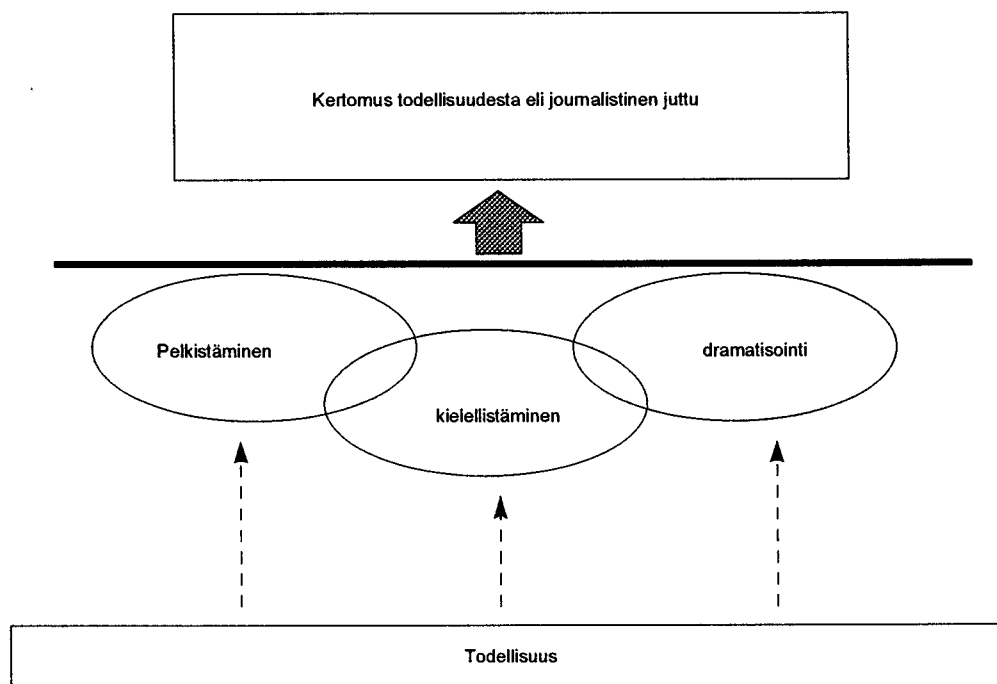
## 2.3. JOURNALISTINEN MUOTOKIELI

Journalistista muotokieltä analysoitaessa todellisuus on journalistisen jutun raaka-aine. Miten tästä todellisuudesta tehdään kertomus eli journalistinen juttu? Hemánuksen (Hemánus, 1990, 79) mukaan se syntyy pelkistämällä, kielellistämällä ja dramatisoimalla.

Tätä journalistisen jutun muodostumista sen muotokielen valossa voi kuvata seuraavalla kuviolla (KUVIO 1):

KUVIO 1.

Kertomuksen tekeminen todellisuudesta



Journalistinen juttu on siis kertomus todellisuudesta. Nämä kertomukset syntyvät erityisen journalistisen kerrontatavan tuloksena. Journalistisella jutulla on omat kerronnan sääntönsä ja tapansa esittää asioita.

#### 2.4. JUTTU

Kuutti (1994, 42) määrittelee jutun viimeistelyvaiheessa konkretisoituvaksi asioiden esittämistavaksi. Esitysmuodot voidaan jakaa kuvaukseen, referointiin ja lainaukseen. Sähköisessä joukkoviestintävälineessä voidaan lisäksi Kuutin (emt.) mukaan erotella juttutyypit selostus, suora selostus ja haastattelu. Hemánuksen (1990, 82) sanomalehtijournalismia koskeva tyypittely eri juttutyypeiksi on seuraava:

1. Uutinen
2. Uutista syventävä taustajuttu
3. Feature-juttu
4. Pakina
5. Arvostelu
6. Kolumni
7. Pääkirjoitus

Hemánus korostaa heti tyypittelyn jälkeen, että tämä tyypittely pätee vain sanomalehtiin, ei esimerkiksi radioon tai televisioon. Näitä edellä kuvattuja journalistisen jutun määritelmiä käytetään tässä tutkimuksessa lähtökohtina siihen, millainen journalistinen juttu on. Tämän tutkimuksen käytännön osuuden tutkimuskohde eli Valmentaja-lehti nähdään edellä mainittujen määritelmien valossa journalistiseksi tuotteeksi ja sen sisältö journalistisiksi jutuiksi.

Ihmiset ovat kautta aikojen esittäneet toisilleen kertomuksia. Journalismi jatkaa omalta osaltaan tätä ihmiskunnan kertomusperinnettä. Journalistisen jutun määritelmään kuuluu myös sen muotokielen kuvaus. Hemánus (1990, 77) kuvaa journalistisen jutun muotokieltä muodon ja sisällön yhteensulaumaksi. Hemánus siteeraa Len Mastermania Lapsemmelehden numerossa 2/87:

“Mastermanin mukaan televisio ei ole läpinäkyvä ikkuna todellisuuteen.

- Televisio kertoo tarinoita. Koska todellisuus itsessään ei ole narratiivinen, tarinat muokataan, rakennetaan ja tasapainotetaan tietyllä tavalla.” (korostukset Hemánuksen)

Tämä tarkoittaa Hemánuksen (emt., 78) mukaan, että todellisuus ei ole valmiiksi jäsennetty ja viipaloitu vaan ihmisten itsensä on tämä jäsentäminen tehtävä. Keskeinen journalismin narratologinen ongelma on, miten journalismin raaka-aineesta eli todellisuudesta tehdään kertomus? Hemánuksen (emt. 79) mielestä seuraavin keinoin:

- 1) pelkistäminen
- 2) kielellistäminen
- 3) jännitteen luominen eli dramatisointi

Pelkistäminen on valinnan ongelma. Journalistin on valittava itse se aineisto, jonka jutussansa esittää. Journalisti käsittelee todellisuudesta vain valikoituja puolia. Nämä kuvaukset todellisuuden osista, journalistisen jutun osat, voivat olla esimerkiksi journalistisista perusteista valittuja. Kielellistäminen tarkoittaa Hemánuksen journalistisen kertomuksen rakentamisen keinoissa sitä tapaa, jolla aiheesta kirjoitetaan. Journalistinen juttu voidaan kirjoittaa esimerkiksi kaunokirjallisen kuvailevasti, tai lyhyesti uutissähkeen tavoin. Dramatisointi liittyy kielellistämiseen siten, että myös sillä vaikutetaan tarinan kertomisen tapaan. Journalisti voi luoda tarinaansa dramaattisen vastakkainasettelun, jota eivät jutussa käsitellyt asianomaiset tahot ole itse edes välttämättä huomanneet. Syy tällaiseen dramatisointiin voi olla lukijoiden mielenkiinnon herättäminen ja suuremman julkisuuden saavuttaminen käsitellylle asialle. Viime aikoina on puhuttu mm. journalismin dramaturgiasta omana narratologian lajinaan.

Hemánus (1990, 89) antaa kaksi journalismin muotokielen tutkimuksen suuntausta. Ensimmäinen tutkimussuuntaus tutkii journalismia sosiaalisena suhteena 1) välineen, 2)



toimittajan ja 3) lähteiden tekstien välillä. Toinen muotokielen tutkimussuunta tukeutuu lähinnä kirjallisuustieteeseen ja yrittää soveltaa journalismiin fiktiivisen tekstin kerronnallisen rakenteen tutkimusta. Tässä tutkimuksessa pohditaan elektronisen lehden journalistisen jutun muotokieltä ennen muuta hypermediajutun ja sen lukijan välisenä suhteena. Se on siis lähempänä Hemánuksen ensimmäistä muotokielen tutkimuksen suuntausta, journalismia sosiaalisena suhteena. Miksi journalistisen muotokielen tutkimus on sitten tärkeää?

Hemánuksen (emt., 89) mielestä seuraavista syistä:

1. Journalismin muotokieli on yksi niistä edellytyksistä, jotka tekevät journalistisen työn mahdolliseksi. Ilman muotokieltä toimittaja joutuisi joka kerta alkamaan juttunsa muodon etsimisen alusta.
2. Journalismin muotokieli on myös vastaanottajien opittavissa. Tämä on yksi journalismin sosiaalisen toimivuuden edellytys.
3. Muotokielen tutkimuksella päästään journalismin puhuttelevuuden jäljille, joka on myös journalismin sosiaalisen toimivuuden edellytys.

## 2.5. LEHTI

Nyky-suomen sanakirja määrittelee lehden seuraavasti:

”Johonkin määrätarkoitukseen käytettyjä, suorakulmaisia, vars. (paino)tekstiä tms. sisältäviä paperiliuskoja.” (Sadaniemi, 1990). Englanninkielinen sanakirja Collins Cobuild Dictionary English Language määrittelee sanomalehden (newspaper) (Sinclair, 1987, 968) julkaisuksi, joka sisältää suuren määrän taiteltuja paperiarkkeja, joille on painettu uutisia, mainoksia ja muuta informaatiota. Lisäksi sillä tarkoitetaan sitä organisaatiota, joka tuottaa lehden, eli toimitusta. Myös suomen kielessä puhutaan lehdestä paikkana, jossa painotuotejulkaisua tehdään. Tällöin tarkoitetaan useimmiten joko sanoma- tai aikakauslehden toimitustiloja. Saksankielinen Duden Deutsches Universal Wörterbuch-sanakirja (Drosdowski, 1989, 1771) määrittelee sanomalehden (die Zeitung) päivittäin tai säännöllisesti lyhyin väliajoin ilmestyväksi painotuotteeksi, joka sisältää uutisia, muita juttuja ja monimuotoista muuta ajankohtaista sisältöä. Dudenin mielestä saksan kielessä käytetään sanaa lehti (die Zeitung) myös merkityksessä, joka tarkoittaa sitä paikkaa, jossa lehteä tehdään.

Näihin klassisiin lehden määritelmiin sopii myös moni tällä hetkellä WWW:ssä julkaistu WWW-lehti yhtä poikkeusta lukuunottamatta. Nykyään lehdestä puhuttaessa lehden käyttöliittymänä ei enää itsestäänselvästi olekaan paperiliuskat. Tämän tutkimus laajentaa lehden edellä kuvattua klassista määritelmää paperittoman digitaalisen julkaisemisen ja elektronisen julkaisemisen suuntaan. Tämän tutkimuksen elektronisen julkaisemisen erikoistapauksen, WWW-lehtien sisältöä ei paineta missään lehtien tuotantovaiheessa paperille, vaan ne julkaistaan elektronisesti tietoverkossa. Lisäksi ne sisältävät sellaisia

ominaisuuksia, joita painetulla lehdellä ei ole. Näitä WWW-lehden erityisominaisuuksia pyrkii tämä tutkimus osaltaan valottamaan.

Kaikenkaikkiaan lehden klassinen määritelmä on niin paperille painamiseen sidottu, että monilla tahoilla elektronisen julkaisemisen alan keskustelussa on ehdotettu koko 'lehti'-sanasta luopumista, kun puhutaan esimerkiksi WWW:ssä ilmestyvästä journalistisesta julkaisusta. 'Lehti'-sanaa parempaa termiä ei kuitenkaan ole vielä keksitty tai sen käyttö ei ainakaan ole vielä yleistynyt. Yksi korvaava termi esimerkiksi WWW-lehdelle voisi olla WWW-julkaisu.

## 2.6. JULKAISU JA JULKAISEMINEN

Nykysuomen sanakirja määrittelee julkaisun 'julkisuuteen saatetuksi kirjalliseksi tuotteeksi'. Verbi 'julkaista' määritellään Nykysuomen sanakirjassa seuraavasti: "Antaa tai saattaa julkisuuteen, tiedoksi, vars. painettuna." (Sadeniemi, 1990). Myös Inkinen (1993, 108) määrittelee julkaisun kriteereiksi julkisuuden vaatimuksen. Sen lisäksi julkaisun määritelmään kuuluu Inkisen (em.) mukaan julkinen ilmoitus saatavillaolosta. Englantilainen Collins-sanakirja määrittelee julkaisun (publication) (Sinclair, 1987, 1159) kirjaksi, lehdeksi, jne. joka on julkaistu. Collinsin sanakirjan mielestä se on myös se julkaisuteko, jolla fyysinen julkaisutuote saatetaan yleisön saataville tai tietoon. Saksalainen Duden-sanakirja määrittelee julkaisun (die Publikation) (Drosdowski, 1989, 1193) on julkaistuksi teokseksi. Myös saksankielessä ymmärretään julkaisu myös julkaisemisen teoksi, eli julkaisun saattamiseksi julkisuuteen, yleiseen tietoisuuteen ja saataville. Kuutti määrittelee julkaisun kirjoituksen painetuksi laitokseksi (Kuutti, 1994, 40). Kuuttiin määritelmä julkaisusta ei ainakaan tämän tutkimuksen puitteissa pidä täysin paikkansa, sillä tässä työssä julkaisuksi käsitetään myös sellainen teos, joka on asetettu julkisesti saataville, mutta jota ei välttämättä ole painettu, vaan esimerkiksi se on julkaistu elektronisessa muodossa vaikkapa Internet-tietoverkossa. Tämän tutkimuksen aiheena olevat WWW-lehdet, tai pikemminkin WWW-julkaisut, käsitetään tässä tutkimuksessa 'julkaisu'-termin laajemmassa, ei painotuotteeksi mielletävässä merkityksessä, myös julkaisuiksi.

### 2.6.1 ELEKTRONINEN JULKAISU

Elektronisella julkaisulla tarkoitetaan tässä tutkimuksessa tuotetta, jonka julkaisemisen työprosessi ja itse julkaisu on tehty elektronisessa, ja nykyään yhä useammin digitaalisessa muodossa. Eri mediaelementit ovat digitaalisessa muodossa ja julkaisun taitto tehdään elektronisesti. Elektronisen lehden lukeminen tapahtuu myös elektronisessa muodossa. Tosin lukija voi usein myös tulostaa elektronisen julkaisun paperille. Elektronisesta julkaisusta käytetään myös nimitystä 'sähköinen julkaisu'.

Sähköinen julkaiseminen (electronic publishing), puolestaan tarkoittaa uutisten, viihteen ja ilmoistusten julkaisemista siten, että ne jaetaan niiden käyttäjille sähköisiä jakelukanavia pitkin. Sähköiseen julkaisuun saattaa liittyä interaktiivisia piirteitä. Sähköisen julkaisemisen tuotteet voidaan jakaa online-tuotteisiin, joiden jakelu hoidetaan tietoverkkoyhteyksien avulla ja jotka ovat usein viestintäkanaviltaan kaksisuuntaisia ja siten vuorovaikutteisia eli interaktiivisia. Toinen sähköisen julkaisemisen ryhmä ovat offline-tuotteet, kuten CD-ROM-levyt, levykkeet ja videot (Tiainen, 1995, 2).

Tässä tutkimuksessa käsitetään elektroninen julkaisu siis lähes samaksi joukkoviestintätuotteeksi, jota Saari (1994, 118) nimittää kuvaruutulehdeksi. Saari määrittelee kuvaruutulehden seuraavasti:

”Kuvaruutulehti on tietokoneen avulla tehty, sähköisessä muodossa oleva sanoma- tai aikakauslehden tapainen julkaisu, jonka lukeminen tapahtuu kuvaruudulta. Julkaisun sisältö on journalistisesti toimitettu juuri kuvaruudulta lukua varten. Kuvaruutulehti voi olla hyperteksti-, multimedia- tai hypermediamuotoinen. Asiasisällön muodostavat joko valmiiksi tehdyt jutut tai sisältö syntyy lukijan aktiivisen tiedonhaun tai vastaanoton perusteella henkilökohtaisesti räätälöitynä tietokoneohjelmien avulla. Juttujen lukeminen perustuu lukijan aktiivisuuteen ja osittain assosiativiseen tiedonhakuun. Jakelu tapahtuu joko online-yhteytenä tietoverkossa, datasiinaalina tv-verkossa tai digitaalisina tallenteina tai tiedostoina.” (Saari, 1994, 118)

Kuutti (1994, 17) määrittelee elektronisen sanomalehden ”paperittomaksi sanomalehdeksi”, joka perustuu sähköiseen tiedonsiirtoon kaapeli-tai datalinjoja pitkin ja lehden lukemiseen television tai kotitietokoneen monitorista. Saaren (em.) määrittelemä kuvaruutulehti on lähellä tätä määritelmää. Valmentaja-lehden elektronista versiota voisi Saaren (em.) kuvaruutulehden määritelmän valossa luonnehtia yhdeksi kuvaruutulehden lajiksi. Elektronista Valmentaja-lehteä nimitetään tässä tutkimuksessa hyvin monella tapaa, osittain toiston välttämiseksi, mutta ennen muuta vakiintumattoman termistön vuoksi. Kussakin asiayhteydessä on yritetty käyttää siihen kontekstiin parhaiten liittyvää termiä. Elektronisen julkaisemisen termistön tutkimus olisi hyvä jatkotutkimuksen aihe. Toivottavasti tämän työn monet elektronisesta julkaisusta käytetyt nimet antavat pontta lisäkeskusteluille.

## 2.7. INTERNET JA WWW

Tarkoma (Tarkoma et. al, 1995, 3) määrittelee Internetin olevan maailman suurin tietoverkko, joka yhdistää kymmeniä tuhansia tietoverkkoja, miljoonia tietokoneita ja kymmeniä miljoonia niiden käyttäjiä ympäri maailmaa. WWW, World Wide Web, Web, Veppi, siinä muutamia nimiä Internetin graafiselle ja monimediaiselle tietoverkkopalvelulle. Tarkoma (Tarkoma et. al, 1995, 15) tarkentaa WWW:n määritelmää Internet-verkossa

toimivaksi, maailmanlaajuiseksi hypermediajärjestelmäksi. WWW on dynaaminen kommunikaatiojärjestelmä, jossa yhdistyvät henkilökohtaisen viestinnän ja joukkoviestinnän mahdollisuudet. WWW-sivuja katsellaan ja käytetään tietokoneessa WWW-selaimella. WWW-selain on siis se WWW:n graafinen käyttöliittymä, joka näyttää elektronisten WWW-sivujen sisällön. Näiden WWW-sivujen sisältönä voi olla esimerkiksi tämän tutkimuksen kohteena oleva WWW-lehti.

## 2.8. ONLINE-LEHTI

Seuraavissa online-lehden määritelmässä on käytetty Sanomalehtien Liiton tekemiä määritelmiä sähköisistä julkaisutuotteista (Tiainen, 1995, 6). Sanomalehtien Liitto määrittelee täydelliseksi online-lehdeksi sellaisen lehden, jonka jokainen lehden kappale/ numero julkaistaan täydellisesti myös sähköisessä muodossa. Usein sähköisessä lehdessä on myös lisämateriaalia, joka ei esimerkiksi tilanpuutteen vuoksi ole mahtunut painettuun lehteen. Sähköisessä lehdessä on myös kuvia ja sen kautta on mahdollista päästä lehden elektroniseen arkistoon. Joitakin sähköisiä lehtiä päivitetään jatkuvasti, toisia taas samaan tahtiin kuin painettu lehti ilmestyy. Internetin graafinen palvelu World Wide Web on online-lehden eräs julkaisu-ympäristö. Rajoitetusta online-lehdestä on kyse silloin kun julkaisija julkaisee vain lyhennelmän painetusta sanomalehdestä. Lyhennelmä tehdään joko resurssien niukkuuden takia tai painetun lehden levikin suojelemiseksi. Valmentaja-lehden elektronisessa versiossa on kyse juuri rajoitetusta online-lehdestä. Aiemman käsitteiden määrittelyn perusteella WWW-Valmentajaa nimitetään elektronisena julkaisuna WWW-lehdeksi, WWW-julkaisuksi ja online-lehdeksi.

## 2.9. UUSI MEDIA JA HYPERMEDIA

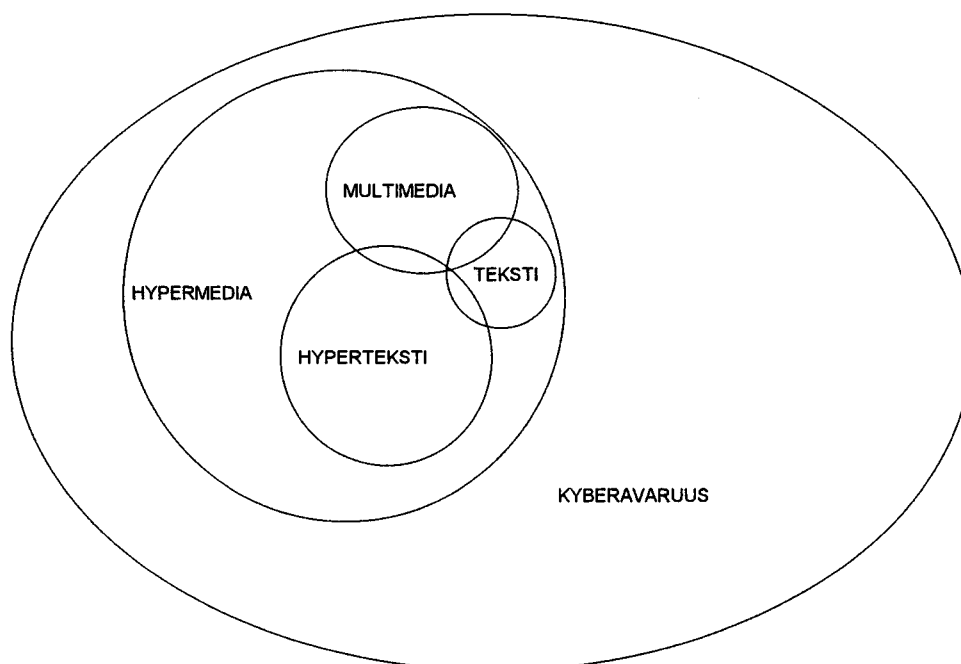
WWW-lehdissä käytetään hypermediaksi kutsuttua tiedon esittämistapaa. Hypermedia on linkeihin perustuva monimuotoinen, audiovisuaalisuutta sekä tekstiä sisältävä esitystapa (Tarkka et al., 1996, 216). Hypermedia on hyperstekstin ja multimedian yhdiste (Paananen et al., 1994, 11). Toisiinsa linkitettyjä hypertekstidokumentteja voidaan luoda esimerkiksi WWW:n HTML -sivunkuvauskielen (Hypertext Markup Language) avulla. Paananen (em.) määrittelee hypermedian välineeksi, jossa tunnusmerkkinä on koneen ja ihmisen välinen vuorovaikutus eli interaktiivisuus. Hypermediassa ihminen kykenee omalla toiminnallaan ja valinnoillaan vaikuttamaan käyttämänsä sovelluksen, esimerkiksi WWW-lehden, etenemiseen ja käsiteltävän tiedon määrään.

Multimedia puolestaan on hypermediaa vähemmän interaktiivisuutta sisältävä, usein lineaarisesti etenevä useita eri mediamuotoja (teksti, kuva, video, ääni) sisältävä audiovisuaalinen esitys. Käyttäjällä on vähän mahdollisuuksia vaikuttaa esityksen kulkuun ja sovelluksen rakenteessa etenemiseen. Televisiota voi luonnehtia multimedian esi-isäksi.

Hyperavaruus on hypermedian tai -tekstin linkityksistä muodotuva kokemuksellinen tila (Tarkka et al., 1996, 216). Kyberavaruus on William Gibsonin (1994, esim. 58) luoma termi kolmiulotteiselle tietoverkolle, jossa palvelut esitetään reaaliaikaisesti audiovisuaalisina representaatioina virtuaaliympäristössä (Tarkka et al., 1996, 217). Kyberavaruus on tiedollisena tilana ääretön. Edellä kuvatut käsitteet kuuluvat osaksi uutta mediaa. Näitä uuden median tiloja voidaan kuvata esimerkiksi seuraavasti (KUVIO 2):

KUVIO 2.

Uuden median tilat



(Lähde: Paananen et al., 1994)

## 2.10. KÄYTTÖLIITTYMÄ

Useimmilla ihmisen käyttämällä laiteilla on oma käyttöliittymänsä. Sanomalehden käyttöliittymänä toimivat paperiarkit, jotka on taiteltu sisäkkäin erilaisten sivuille painettujen juttujen esittämiseksi sivujen muodostamilla aukeamilla. Hintikka ja Mäkelä määrittelevät uuden median sanastossaan käyttöliittymän tavaksi ohjata konetta ja esittää dataa (Tarkka et al., 1996, 217). Suppeammin määriteltynä käyttöliittymä on tietokoneen ja käyttäjän välinen rajapinta. Esimerkkinä uuden median käyttöliittymistä mainittakoon tietokoneen näppäimistö ja hiiri. Uudempia digitaalisuutta hyväksikäyttäviä ihmisen ja koneen välisiä käyttöliittymiä ovat datahansikas, datalasi, tai puhe- ja katseohjaus. WWW-lehdissä käyttöliittymän rakentamisella tarkoitetaan niiden elementtien rakentamista WWW-sivuille, joiden avulla

lehdessä siirrytään jutusta toiseen sekä käytetään WWW-lehden hypertekstilinkkejä ja vuorovaikutteisuutta.

Viestinnällisesti käyttöliittymä on ihmisen ja koneen sekä ihmisen ja käyttämisen välinen viestintätilanne. Käyttäjä neuvottelee esimerkiksi pyykinpesukoneen käyttöliittymää käyttäessään jatkuvasti sekä koneen, että itsensä kanssa. Käyttöliittymän suunnittelun päämäärän pitäisi olla pyrkimys kohti parempaa käytettävyyttä (esim. polkupyörän tai tietokoneen käytettävyyden parantaminen). Samu Mielosen mielestä nykyisessä käyttöliittymäsuunnittelussa unohdetaan ihminen kokonaisvaltaisena käyttöliittymän käyttäjänä. Esimerkiksi jonkin laitteen tai ohjelman käyttöön vaikuttaa laitteen funktioiden lisäksi erittäin voimakkaasti käyttäjän käyttöympäristö ja yleinen elinympäristö. (Tarkka et al., 1996, 135).

## 2.11. UUDET MEDIAN MUODOT

Uutta mediaa on viimeaikoina alan piirissä innokkaasti pyritty määrittelemään. Määrittelyä on pyritty tekemään vertaamalla uutta vanhaan. Ainakin tietoverkkojulkaisemisen olemuksen valaisemiseksi on tätä tapaa käytetty usein. Uusi multimediaalinen joukkoviestintä käyttää samoja joukkoviestinnän peruselementtejä kuin perinteiset joukkoviestintävälitteet. Näitä ovat kirjoitus, ääni, kuva ja video. Uuden median tärkeimpiä uusia ominaisuuksia ovat vuorovaikutteisuus, digitaalisuus ja verkottuneisuus. On myös ennustettu, että uusi media tulee korvaamaan vanhat joukkoviestimet eli lehdistön, radion ja television. Tässä työssä lähdetään kuitenkin siitä, että uusi media täydentää perinteisiä joukkoviestinnän muotoja ja kehittyy niiden rinnalla, sen sijaan että korvaisi niitä.

Aivan viime aikoina myös viestintätieteiden parissa on päästy melko hyvin uutta viestinnän aluetta kuvaaviin määritelmiin. Uusi media alkaa hahmottua. Mielenkiintoista 'uusi media' (new media) termissä on se, että se sisältää ajallisen ja arvottavan määreen 'uusi'. Herääkin kysymys kuinka kauan 'uusi media' mahtaa olla uusi ja onko uusi media todella niin uusi?

Hintikka (Tarkka et al., 3, 1996) määrittelee uutta mediaa vertaamalla uutta ja vanhaa mediaa toisiinsa. Perinteisen median ominaispiirteitä ovat:

- yksisuuntainen lähetys yhdeltä monelle
- kaikille sama sisältö
- samanaikainen ja tiettyyn aikaan tapahtuva jakelu
- staattisuus eli muuttumaton tai lopullinen sisältö

Uuden median ominaispiirteitä ovat Hintikan (em.) mielestä:

- digitaalisuus
- verkottuneisuus

- reaaliaikaisuus/ päivitettävyyys/ dynaamisuus
- kaksisuuntaisuus - monelta-monelle tai monelta-yhdelle
- vuorovaikutteisuus
- ohjelmoitu automatisointi
- virtuaalinen ympäristö eli tieto tilana
- henkilökohtaisuus ja filtrit

Kari Hintikka määrittelee uuden median, ei ainoastaan välineeksi vaan ympäristöksi, joka on nousemassa reaalityodellisuuden rinnalle sekä ilmiönä että toimintana (em.). Tätä määritelmää voidaan nimittää uuden median kyberavaruudelliseksi määritelmäksi. Uusi media ja kyberavaruus mahdollistavat Hintikan mielestä asioiden tehokkaamman hoidon myös reaalityodellisuudessa (emt.). Tätä tehokkuuden peränemisen argumenttia voi kritisoida seuraavalla vastaargumentilla, josta usealla WWW:n käyttäjällä on todennäköisesti henkilökohtaista kokemustakin. Tekniikka helpottaa asioiden hoitamista vain tiettyyn pisteeseen asti, sen jälkeen (usein tekniikan käyttäjän sitä alkuun huomaamatta) tekniikka itse alkaa nakertaa tehokkuutta ja ajan säästöä. Tämä on havaittavissa WWW:ssä. Kun WWW:n rajattomilta tuntuvista tietomassoista lähdetään hakemaan tietoa kestää muutaman asiasanahaun tekeminen ja esimerkiksi 30-40 hakutuloksen läpisiselaaminen usein kymmenisen minuuttia. Ensiksi on pitänyt käynnistää tietokone ja sen käyttöjärjestelmä. Sen jälkeen on pitänyt ottaa yhteys Internetiin ja käynnistää sopivat tietokoneohjelmat. Sen sijaan kirjahyllyssä olevasta tietosanakirjasta on mahdollista ollut katsoa määritelmä jollekin sanalle minuutissa tai parissa. Kun tämäntyyppinen sanahaku tehdään vaikkapa kymmenen kertaa, nähdään että tekniikka alkaa syödä enemmän aikaa ja tehokkuutta kuin lisätä sitä. Hintikka (emt.) määrittää uuden median myös liikkumis-vertauksen kautta. Uusi media, ollessaan ympäristö, hahmottuu liikkumis-vertauksen avulla. Uusi media ei ole vain ohjelma, juttu. Sillä ei aina ole välttämättä alkua ja loppua, kuin vanhan median TV-ohjelmalla. Uudessa mediassa liikutaan ja vietetään aikaa.

Tähän liittyvät myös virtuaalityodellisuuden ja virtuaalisen tilan käsitteet. Kun uudessa mediassa vietetään aikaa, ollaan silloin jossain virtuaalisessa paikassa. Tällöin mahdollistuu myös etäläsnäolo. Etäläsnäolo on alkeellisesti ollut mahdollista jo vanhan median ajalla. Esimerkiksi radion ja television ohjelmien seuraamista voidaan kutsua yksisuuntaiseksi etäläsnäoloksi. Uuden median mahdollisuus vuorovaikutteiseen etäläsnäoloon onkin yksi olennaisimmista eroista verrattaessa uutta mediaan perinteisiin joukkoviestintävälineisiin. Käyttäjä voi niin halutessaan vaikuttaa viestintävälineessä tapahtumien kulkuun ja saamansa tiedon luonteeseen. Uusi media suhtautuu sisältöönsä myös uudella tavalla. Tieto käsitetään tilana, ei kaksisuuntaisena lineaarisena virtana. Uuden median avainsana interaktiivisuus toteutuu uusissa joukkoviestimissä mm. siten, että käyttäjät voivat kommentoida verkkojulkaisun toimituksellista materiaalia, lähettää sitä itse, lisätä Web-linkkilistoja tai siirtää tiedostoja (Tarkka et al., 1996, 10).

## 2.12. LEHTI TIETOVERKOSSA

Paperilehti on monasti WWW-lehden emotuote. Perinteinen painettu lehti on muotoutunut vuosikymmenien aikana tiettyyn toimitukselliseen ja joukkoviestinnälliseen muotoonsa, joten voidaan puhua sanomalehden paradigmasta. Tämä paradigma sisältää esimerkiksi seuraavia ominaisuuksia:

1. Lehti yhdistää samaan viestintävälineeseen eri elämän alojen materiaalia. Näitä ovat mm. toimituksellinen materiaali ja kaupallinen materiaali.
2. Jokainen lukija saa jotakin. Etenkin sanomalehti pyrkii useimmiten tyydyttämään niin monen lukijan tarpeita kuin mahdollista.
3. Tekstien ja kuvien, typografian, taiton ja värien yhdistelmän rakentaminen lehdeksi niin, että lukija mahdollisimman helposti saa silmäiltyä tarjolla olevan informaatiomassan.
4. Käteenkäypä käyttöliittymä
5. Säännöllinen julkaisutahti
6. Irtonumeromyynti, kotiinkanto tai niiden yhdistelmä.

(Enlund, 1993, 3)

Mitä sellaista sitten voitaisiin esittää WWW-lehdessä, mitä paperilehti ei ole jo hoitanut ja mitä paperilehden materiaalia voitaisiin jättää WWW-lehdestä pois? WWW-lehden vuorovaikutteisuus mahdollistaa keskustelun ja ajatusten reaaliaikaisen vaihdon ja esimerkiksi journalistisen jutun kommentoinnin. Lukija voi välittömästi osallistua keskusteluun jutun herättämistä ajatuksista juttuun litetyllä keskustelukanavalla. Tällaisella keskustelukanavalla mielipiteiden vaihtoa voidaan harjoittaa joko reaaliaikaisesti tai sähköpostin tapaan. Käyttäjä ei vain saa viestejä lehdeltä, vaan hänestä tulee osallistumismedian käyttäjä. Osallistumismedialla tarkoitetaan sellaista mediaa, jonka käyttäjä luo ainakin osittain oman kokemuksensa (Savolainen, 1995, 101).

Osallistumismedia voidaan interaktiivisena viestimenä luokitella aktiivisen median (sanomalehti), McLuhanilaisittain kuumana, median yläpuolelle.

Tuotteita ja palveluita voidaan WWW-lehdessä suoraan myydä verkon välityksellä asiakkaalle. Myynti jakautuu välittävään ja suoraan vähittäismyyntiin. Esimerkiksi jos WWW-lehdessä on mainos, on se interaktiivinen siten, että klikkaamalla tuotteen mainosta voi tilata mainostetun tuotteen samantien. Tällainen myynti on lehdelle välitystoimintaa. Suoraa vähittäismyyntiä voi olla esimerkiksi WWW-lehden muiden palvelujen ja tuotteiden myyminen asiakkaalle elektronisessa lehdessä. Esimerkiksi Helsinki Media Oy myy konserninsa muita tuotteita, kuten kaapelikanaviensa tarjontaa tai tietokonelehtiä Helsingin Sanomien verkkoliitteen sivuilla.



Paperilehteen sijoitettavan materiaalin määrää on aina rajoittaneet paperiarkit ja niiden muodostama sivumäärä. Elektronisessa lehdessä julkaistavan materiaalin määrälle ei käytännössä ole rajoja. Siten jos esimerkiksi kyseessä on lehti, joka joka tapauksessa tehdään elektronisesti (jutut, taitto) niin se voidaan julkaisutilan puolesta huoletta siirtää kokonaisuudessaan esim. WWW-ympäristöön. Mitään paperilehden materiaalia ei siis tarvitse WWW:n tilanpuutteen vuoksi jättää pois. Kokonaa toinen kysymys onkin se, mitä WWW-ympäristöön kannattaa painetusta emolehdestä siirtää.

### 3. TUTKIMUKSEN TAUSTAA

#### 3.1. ELEKTRONINEN JULKAISEMINEN TIETOYHTEISKUNNAN OSANA

Elektroninen julkaiseminen on olennainen osa sitä globaalia viestinnän muutosta, jossa informaatiota siirretään yhä nopeammin ja vaivattomammin bitteinä fyysisten esineiden ja ihmisten sijaan. Tieto liikkuu, ihmiset eivät. Euroopan unioni ja Suomi sen osana on muuttumassa niin sanotuksi informaatioyhteiskunnaksi. Brysselissä laaditaan suunnitelmia yhteisen eurooppalaisen tiedon valtatie rakentamiseksi ja malli tähän on otettu Clintonin USA:n NII-suunnitelmasta (National Information Infrastructure) (Kuronen, 1995, 26). Eurooppalaista suunnitelmaa leimaa kaksi linjausta. Ensimmäinen on suunnitelmien toteuttaminen markkinavetoisesti ja toinen keskittyminen viihteeseen ja sen piirissä erityisesti kotiin tilattaviin videoihin, niin sanottuun 'video on demand' -järjestelmään. Julkishallinnon suurta tietomäärää ei näillä näkymin aiota siirtää uudelle tiedon valtatielle kaikkien käyttöön. Tietoyhteiskuntaa kohtaan on asetettu suuria odotuksia. Siirtyminen tietoyhteiskuntaan tulisi Euroopan-neuvoston mielestä olemaan yksi tärkeimmistä tavoista ratkaista ns. Valkoisessa paperissa käsitelty työttömyysongelma (Kuronen, 1995, 28). Internettiin tullaan kehittämään mm. WWW:n avulla valtaisa määrä uusia palveluja, kuten ostosten tekeminen kotoa päätteän ääressä. Erilaiset tilausmediat, kuluttajalle räätälöidyt uutiset ja muut vastaavat tuotteet tarvitsevat myös uusia tekijöitä. Kuitenkin on huomattava, että tiedon myyminen ei luo paljoakaan uutta varallisuutta, vaan pikemminkin jakaa sitä uudelleen. Työttömyyden ratkaiseminen tietoyhteiskunnan avulla lienee siten vain kaunis ajatus.

Suomessa pääministeri Paavo Lipposen hallitus on hallitusohjelmassaan sitoutunut edistämään tietoyhteiskunnan kehittämistä. Tietoverkot ja niiden toimivuus kuuluvat hallitusohjelman mukaan olennaisena osana tietoyhteiskuntaan:

“Kuvaa, ääntä ja muuta tietoa välittävän laajakaistaisen tiedon valtaväylä ulotetaan kotitalouksien, julkisten palveluiden ja pk-yritysten käyttöön.” (Lipposen hallitus, kohta 10.)

Suomen nykyinen hallitus pyrkii ainakin ohjelmassaan takaamaan myös julkisen palvelun periaatteen säilymisen joukkoviestinnässä takaamalla mm. myös YLE:lle paikan tulevaisuuden tietoyhteiskunnassa. Hallituksen linjaus tiedon valtaväylän ulottamisesta myös kotitalouksiin ennakoit kasvavaa kysyntää tietoverkkojen kautta tarjottaville palveluille. Tietoyhteiskunnan perustaidot tulee antaa tasapuolisesti kaikille suomalaisille. Myös kirjastolaitoksen tulevaisuus turvataan. (Lipposen hallitus, kohta 10.) (Auvinen et. al, 1995, 5)

### 3.1.1. VIESTINNÄN MUUTOS

Elämme mediamorfoosin aikakautta. Eri joukkoviestintävälineet yhdistyvät ja saavat vaikutteita toisiltaan. 1990-luvulla informaation digitalisoituminen on tuonut elektronisen viestinnän piiriin entisiä analogisia joukkoviestintävälineitä kuten sanomalehdet. Tämä kehitys vaikuttaa myös nykyisten lehtitalojen tapaan toimia ja ennen muuta niiden tapaan tuottaa joukkoviestintäsisältöjä. Tapio Varis kuvaa mediamorfoosi-käsitettä lehtitalojen kannalta seuraavasti:

“Lehtien on käytävä läpi “mediamorfoosi”, mikä tarkoittaa luovaa muuntumista uudeksi elektroniseksi mediaksi. Jotta siihen päästäisiin, painetun sanan journalistien on muutettava käsitystään siitä, mitä sanomalehti on.” (Varis, 1995, 15)

Miten uudet teknologiat sitten auttavat tämän mediamorfoosin syntyä? Yksi esimerkki on litteä näyttöpäätte. Tähän saakka ei markkinoilla ole ollut laadukkaita (riittävän värinättömiä ja suuria) litteitä näyttöjä, jotka auttaisivat itsevalaiselta kuvaputkelta lukemisen “tuskaa”. Ihmisen silmän on huomattavasti helpompi katsella heijastavia pintoja kuin itsesäteileviä pintoja. Tulevaisuudessa näyttötekniikan kehittyessä on kuitenkin mahdollista rakentaa litteitä ja taulumaisia “näyttötasoja”, jotka olisivat riittävän suuria ja rasittaisivat hyvän erottelutarkkuuden ja heijastavuuden (oman valon säteilyn sijaan) ansiosta ihmisen silmää nykyistä vähemmän. Mediamorfoosissa ja uudessa joukkoviestintätalanteessa uuden median käyttäjän mediasuhteen käyttämäänsä joukkoviestintävälineeseen on ennustettu muuttuvan. Tulevaisuuden mediasuhde on yksilöllinen ja persoonallinen. Kun esimerkiksi Web-palvelun käyttäjä ryhtyy katselemaan uutisia, hän ei ole uutisvirran seuraaja, vaan tekee vastaanotto-prosessissa siihen liittyviä valintoja itse. Tästä syntyy em. mediasuhteen persoonallisuus. Tietoverkoissa joukkoviestintä on perusteellisesti erilaista kuin tämän hetkisen massamedian kulutuksessa. Interaktiivisuudella tarkoitetaan sen personoimista mikä nykyisen massamedian kulutuksessa on niin persoonatonta (Savolainen, 1995, 41). Enää ei tarjota esimerkiksi samaa ohjelmaa samaan aikaan kaikille jotka laittavat televisiovastaanottimensa päälle, vaan jokainen joukkoviestimen käyttäjä saa omanlaisiaan joukkoviestintäsanomia haluamaansa aikaan. Tästä herääkin kysymys haluaako television katsoja, tai tulevaisuudessa pikemminkin multimediapalvelujen käyttäjä, käyttää mahdollisuuttaan osallistua itse journalismin tekemiseen? Siitähän on kyse, jos esimerkiksi elektronisen lehden sisällön räätälöinnin hoitaa palvelun tilaaja itse. Savolaisen (em.) mukaan ihmiset haluavat vaikuttaa itse. Perusteluksi Savolainen antaa on koko muun sosiaalisen elämän, työn ja kotienkin viestintäyhteyksien määrällisen lisääntymisen. Ihmisten kyky ja halu viestiä ja saada juuri heille sopivia palveluita on kasvamassa. Savolainen ei tässä yhteydessä puhu mitään kognitiivisesta ylikuormittumisesta tai määrällisesti liiallisesta viestinnästä. Sen sijaan Savolainen luottaa yksilön kykyyn nähdä tämän hetkisen median paimentava ja latistava ote yleisöihinsä. Tämän seurauksena yleisö sanoutuu irti

autoritäärisestä mediakulttuurista ja alkaa rakentaa omia persoonallisia medioitaan (em.). Tässä on mahdollisuus myös vuorovaikutteisuutta suosivalle elektroniselle julkaisemiselle ja uudelle medialle.

Erittäin mahdollisesti voi kuitenkin toteutua tälle joukkoviestintäkäyttäjyymiselle vastakkainen malli. Siinä yleisöt tyytyvät jo olemassa olevaan tarjontaan. Yleisöä ei tässä passiivisessa mallissa kiinnostakaan olla vuorovaikutuksessa joukkoviestintävälineessä ja sen kautta, eivätkä yleisöt viitsikään vaivautua aktiivisesti räätälöimään omia medioitaan. Näin varsinkin silloin, jos uudella medialla kuten WWW-palveluilla ja sitä seuraavilla interaktiivisen television kehittäjillä ei ole riittävän laadukkaita ja kiinnostavia sisältöjä tarjottavana.

### 3.2. VIESTINNÄN MUODOT INTERNETISSÄ

Internetin viestinnän muodot ovat monimuotoisempia kuin mitä tähän astisessa joukkoviestinnässä on totuttu näkemään. December (1996, 22) jakaa viestien liikkeen ja jakelun lähettäjältä vastaanottajalle seuraavasti:

#### 1. Point to Point (Pisteestä pisteeseen viestintä)

Tämä Internetin viestintätapa tarkoittaa sitä, että yksittäinen käyttäjä lähettää viestin yksittäiselle vastaanottajalle. Tätä Internet-viestintää edustaa mm. sähköposti.

#### 2. Point to multipoint (Pisteestä moneen pisteeseen viestintä)

Tässä yksittäinen käyttäjä lähettää viestin monelle etukäteen määrätylle vastaanottajalle. Esimerkiksi elektroniset postituslistat ovat Point to multipoint-viestintää.

#### 3. Point to server broadcast (Pisteestä yleiselle palvelimelle)

Yksittäinen käyttäjä lähettää tässä viestintätavassa viestin palvelintietokoneelle. Tämä palvelin asettaa viestin muiden käyttäjien saataville, joilla on sopiva asiakasohjelma. IRC eli 'Internet Relay Chat' on esimerkki tästä Internetin viestintätavasta. Jos yksittäinen käyttäjä (point) korvataan toisella palvelimella, on kyseessä server-to-server malli. Esimerkiksi Usenetin keskusteluryhmät (newsgroups) käyttävät tätä server-to-server viestintämallia.

#### 4. Point to server narrowcast (Pisteestä pienryhmä-palvelimelle)

Yksittäinen lähettäjä lähettää viestin palvelimelle. Tämä palvelin asettaa em. viestin ainoastaan rajatun pienryhmän saataville. Lisäksi näiden käyttäjien on identifioitava itsensä palvelimelle ennen näihin viesteihin pääsyä.

#### 5. Server Broadcast (Joukkoviestin-palvelin)

Palvelin sisältää tallennettua informaatiota, joka on tarjolla kaikille Internetin käyttäjille, joilla on sopivat asiakasohjelma. Tämän Internetin viestintämuodon toimintaperiaate on joukkoviestintää siinä mielessä, että tässä palvelin toimittaa viestin sisällön kenelle tahansa tietoa pyytäneelle asiakasohjelmalle. Käyttäjät voivat tutkia palvelimen tietoja anonyymisti. Informaation palvelimelle on yleensä tuottanut organisaatio tai yksityinen käyttäjä, joka omistaa palvelimen. WWW-palvelin on esimerkki tästä jakelutavasta.

## 6. Server narrowcast (Pienryhmäviestintä-palvelin)

Palvelin tarjoaa informaatiota ainoastaan rajatulle käyttäjäkunnalle. Palvelimen tietoihin pääsemiseksi käyttäjän on identifioitava itsensä.

Näistä Internetin eri viestintämuodoista tämän tutkimuksen käytännön kohdetta eli elektronista Valmentaja-lehteä koskee lähinnä kohta viisi eli niin sanottua joukkoviestintä-palvelin-viestintämuoto. Tämä Internetin viestintämuoto on yleisin WWW-lehtien kaltaisen journalistisen materiaalin levittämisen muoto Internet-tietoverkossa.

### 3.3. JOURNALISMI UUDESSA VIESTINTÄTILANTEESSA

Tietokonepohjainen verkkoviestintä on luonteeltaan jatkuvasti muuttuvaa. Eri aihepiirit saavat uusia yhteyksiä toisista aihepiireistä ja muodostavat uusia. Jollain tasolla näin on ollut laita jo aiemmin. Ideat ovat jo pitkään olleet vapaasti varastettavissa. Tietoverkossa vain tiedollisen metamorfoosin nopeus on ennennäkemättömän suuri. Jos esimerkiksi haluaa käyttää jotain tietoverkon elektronista dokumenttia lähteenä, voi siihen toki viitata, mutta jos lähteen sisältöä halutaan myöhemmin tarkistaa, usein käy niin, ettei alkuperäistä dokumenttia enää löydy vaan sen sisältö on muuttunut, ellei jopa poistettu koko dokumentin julkaisesta palvelimesta. Ongelmalliseksi on muodostunut myös julkaisun ja tallenteen erottaminen. Perinteisesti tämä ei ole tuottanut ongelmia kun kysessä ovat olleet paperille painetut tuotteet. Kirja on julkaisu. Onko kuitenkaan johonkin datamediaan (korppu, CD-ROM, kovalevy jne.) tallennettu hengentuote julkaisu vai tallenne? Yhtä lailla kun tietolevykkeen pinnalle, tallennetaan merkkejä myös paperin pinnalle. Vain käyttöliittymä on erilainen. Kirjakin on siis tallenne.

Kuutti määrittelee julkaisuksi kirjoituksen painetun laitoksen (s.v. julkaisu, Kuutti 1994). Julkaisun määritelmä sisältää kuitenkin muitakin kriteerejä. Julkaisuun liittyy julkisuuden vaatimus. Lisäedellytyksenä on julkinen ilmoitus saatavillaolosta (Inkinen, 1993, 108). Täyttääkö yksityisen henkilön tekemä WWW-kotisivu nämä julkaisun vaatimukset? Se on kaikkien luettavissa ja julkinen ja siitä on tehty ilmoitus esim. laittamalla nimi listaan, joka sisältää kaikkien kotisivun omistajien nimet. Herää kuitenkin kysymys onko kotisivu tällöin kuitenkaan julkaistu. Onko mahdollisesti automaattisesti päivittyvä WWW-kotisivulista julkinen ilmoitus saatavilla olosta? Uusi joukkoviestintätilanne herättää mukanaan uudet kysymykset tai pikemminkin se pakottaa asettamaan vanhat kysymykset uudessa valossa. Kaikesta tästä ongelmastiikasta tulee hyvin konkreettista kun ajatellaan esimerkiksi kirjastojen vapaakappaleoikeutta. Pitääkö jokaisen Internet-dokumentin tekijän antaa elektroninen kopio julkaisustaan kirjastoille?

Tiedoston tekijänoikeus on toinen hyvin ongelmallinen aihe verkkojulkaisemisessa. Verkossa olevia tiedostoja voidaan liittää muihin tiedostoihin tai dokumentteihin kahdella eri tavalla. Tiedosto voidaan kopioida omaan hakemistoon suoraan. Oletetaan, että kohteena on kuvatiedosto. Onko tällöin kyseessä tekijänoikeuksia rikkova kopiointi? Sama lopputulos seuraa, jos tehdään hypertekstilinkki ko. alkuperäiseen kuvatiedostoon. Tällöin kuva on käytössä oman julkaisun osana, ilman että sitä on kopioitu. Edita Oy on pyrkinyt lähestymään tätä tekijänoikeudellista ongelmanasettelua kirjaamalla seuraavan varauman WWW-sivuilleen:

“Tämä palvelu on kokeilu. Painatuskeskus Oy ei vastaa tietojen oikeellisuudesta eikä tietojen käytön aiheuttamista välittömistä tai välillisistä vahingoista. Tietojen kopiointi muualla julkaistavaksi on kielletty.” (<http://www.edita.fi/>)

Ratkaisematta kuitenkin jää, mitä tietojen kopioinnilla tarkoitetaan ja missä mielessä Painatuskeskus Oy sitten voisi olla vastuussa tietojen käytön aiheuttamista vahingoista. Tarkasti ottaen WWW-dokumenttia luettaessa se kopioidaan alkuperäisestä tallennuspaikastaan lukijan tietokoneen muistiin. (Auvinen et. al, 1995, 9)

#### 3.4. LEHTI MUUTOKSIEN KOHTEENA

Koko idea hajautetusta tietoverkosta on peräisin Yhdysvalloista. Osittain tämän edelläkävijän roolin vuoksi Yhdysvaltain sanomalehdistö on laajentamassa toimintojaan sähköisten palvelujen piiriin. Tutkimuksen mukaan 70 % amerikkalaisista ei enää juurikaan lue lehtiä. Samalla sanomalehtipaperin hinta on viimeaikoina Yhdysvalloissa noussut n. 65 %. Tällä hetkellä USA:ssa n. 120 lehteä onkin aloittanut sähköisten palvelujen tuottamisen. Elektronisten lehtiä syntyy nopeasti. Vuonna 1992 verkossa oli n. 10 sanomalehteä ja vuonna 1995 määrä oli jo yli 200. Parin vuoden kuluttua verkkolehtiä ennustetaan jo olevan yli 2000 (Mediauutiset, MTV3).

Tähän saakka esimerkiksi suomalaisilla lehtitaloilla tietoverkkojulkaisutoiminta on ollut varsin pienimuotoista. Monesti tiedon valtatiekin on rakennettu kotiovelle saakka, mutta autoa on ajettu käsijarru päällä. Tärkein syy siihen on epävarmuus koko toiminnan taloudellisesta kannattavuudesta. Esimerkiksi mainosmarkkoja eivät verkkolehdet ole vielä keränneet merkittävästi. Parhaiten uusi julkaisumuoto onkin otettu käyttöön ns. uuden median yrityksissä ja multimedia-tuotantoyhtiöissä. Myös toimittajien ammatilliset taidot saattavat olla liian vähäiset tietoverkkojulkaisemisen tehokkaaseen hyödyntämiseen. Tulevaisuuden "sanomalehtitoimittaja" tarvitsee myös kuvan ja äänen käsittelytaitoja sekä tietokoneiden käyttötaitoja. Verkkolehdet sisältävät jo nyt digitaalista liikkuvaa kuvaa ja ääntä

ja onkin ennustettu, että tiedonvälityskapasiteetin kasvaessa eri mediat, kuten radio, TV ja lehdet, sulautuvat yhä enemmän toisiinsa.

Elektroninen julkaiseminen on viime aikoina saanut jalansijaa viestintäkeinona ennen kaikkea sen vuoksi, että se on halvempaa kuin paperille painaminen. Miljoonat WWW-lehden lukijat ympäri maailmaa voivat omilta tietokoneiden kuvaputkiltaan lukea "samaa" lehden numeroa samaan aikaan. WWW-lehden levikki on samalla yksi ja ääretön. Sähköinen julkaiseminen on myös nopeampaa kuin paperille painaminen. Kun WWW:ssä julkaistaan lehti, on se heti miljoonien ihmisten ulottuvilla. Taloudellisuus ja nopeus ovat siis elektronisen julkaisemisen tärkeimmät välittömät hyödyt. Tulevaisuudessa tilannen voi johtaa siihen, että todella arvokas ja pysyvämpi tieto julkaistaan sekä bitteinä että paperilla. Vaihtuvat päiväkohtaiset jutut ja uutiset sekä viihde voivat siirtyä puolestaan erilaisiin kuvaruutulehtiin, kuten WWW-lehtiin. Saari (1994, 78) kutsuu pro gradu-työssään elektronista julkaisua kuvaruutulehdeksi. Samaisessa työssään Saari osoittaa, että kuvaruutulehti soveltuu multi-, ja hypermediamuotoon. Lehti voidaan myös Saaren mukaan tuottaa nykyisen kaltaisella toimitusprosessilla. Toimittajalle kuvaruutulehti merkitsee kuitenkin uudenlaisen journalistisen muotokielen opettelua (Saari, 1994, 78).

### 3.4.1. SANOMALEHDEN KÄYTTÖLIITTYMÄ

Hyvä sanomalehden ulkoasun suunnittelu lähtee kahdesta periaatteesta:

#### 1. **Simpler is better.**

Lukija viettää lehden ääressä päivittäin muutaman hetken. Jos sanomalehden sisältö on hyvin järjestetty, ja yksittäiset jutut ja kuvat ovat selkeästi esillä, lukijan mielestä lehti on hyvä.

#### 2. **Form follows function.**

Tämä iskulause tunnetaan erityisesti arkkitehtuurin piirissä. Uutisen tehtävä on välittää informaatiota, mutta uutisen ulkoasun suunnittelun tehtävänä on auttaa lukijaa ymmärtämään ja suodattamaan uutisen sisältö. (Moen, 1986, 18)

Sanomalehden taittamisessa kaksi peruseriaatetta ovat kontrastin ja tasapainon käsitteet.

Kontrasti viittaa erilaisten typografisten elementtien ja muotojen käyttökäytännöihin.

Tasapaino puolestaan tarkoittaa sivun elementtien (teksti, kuvat, otsikot) keskinäistä jakautumista sivulla. (Moen, 1986, 44) Muita sivun rakentamisen periaatteita ovat focus (polttopiste, painopiste), proportion (suhde) ja unity (yhtenäisyys) (Moen, 1986, 156).

Jokaisella sivulla on jokin erityinen huomiopiste, focus (s.v. focus-taitto, Kuutti 1994).

Proportion yhdessä kultaisen leikkauksen periaatteen kanssa määrittää omalta osaltaan sivun merkittävimmät elementit ja painopisteet (Moen, 1986, 158-159). Unity tarkoittaa

puolestaan muodon ja sisällön vastaavuutta, laajemmin koko sisällön yhtenäisyyttä (em., 160). (Auvinen et. al, 1995, 7)

### 3.5. GRAAFINEN KÄYTTÖLIITTYMÄ JA ELEKTRONINEN JULKAISU

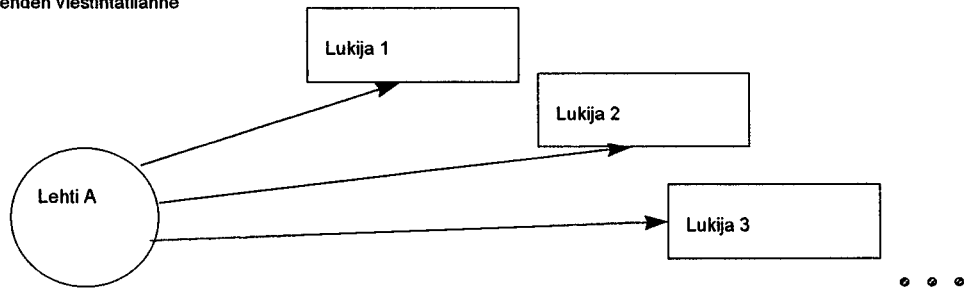
Magneettisilla välineillä tiedon pakkaustiheys on kasvanut kymmenessä vuodessa kymmenkertaiseksi samalla kun paperimedian pakkaustiheys on säilynyt tuhansia vuosia lähes ennallaan (Metsämäki, 1995, 75). Elektronisen tiedon pakkaustiheys kasvaa jatkuvasti ja tallennuskapasiteetti halpenee. Elektronisessa dokumentissa yhdistyvät nopea tiedon päivittyminen, edullinen jakelu ja uudet tavat selata tietoa ja tehdä hakuja. Sanomalehti voi uusien medioiden myötä siis päästä lähes reaaliaikaiseen ja radionkaltaiseen nopeuteen uutisten levittämisessä. Elektronisten dokumenttien rakenne on monesti hypertekstuaalinen. Linkit vastaavat perinteisen julkaisun viittauksia. (em., 76.) Hypertekstin teossa kaikki perinteiset painetuista julkaisuista tutut graafisen suunnittelun elementit ovat kuitenkin käytössä (em., 77). Multimedia ja hyperteksti toimivat jonkun käyttöliittymän sisällä. On olemassa jokin käyttöliittymä, joka esittää esimerkiksi WWW-julkaisun.

Paperille painetun sanomalehden käyttöliittymä on nippu paperia, jolle on painettu kirjaimia. Newhagen näkee sen, kuinka esimerkiksi tekstile käy Internetissä ennen muuta käyttöliittymäongelmana (Newhagen, 1996, 8). Hypertekstillä tarkoitetaan vuorovaikutteiseksi suunniteltua teksti-, kuva- ja ääni-informaatiota (em., 76). Juuri vuorovaikutteisuus on yksi tärkeimmistä lisistä, joita elektronisen julkaisun lukija saa käyttöönsä. Viestintä ei enää rajoitu lähettäjältä vastaanottajalle. Vastaanottaja voi antaa palautetta lähettäjälle tai viestiä muiden vastaanottajien kanssa. Painettu lehti on yksisuuntaista viestintää. Elektronisessa lehdessä viestintää voisi luonnehtia 'monelta monelle' viestinnäksi. Toisaalta Internet ja WWW sisältävät hyvinkin moniulotteisia viestintätapoja (esimerkiksi December, 1996, 22). Elektronisen lehden uutta viestintätilannetta kuvaa seuraava yksinkertainen kuvio (KUVIO 3):

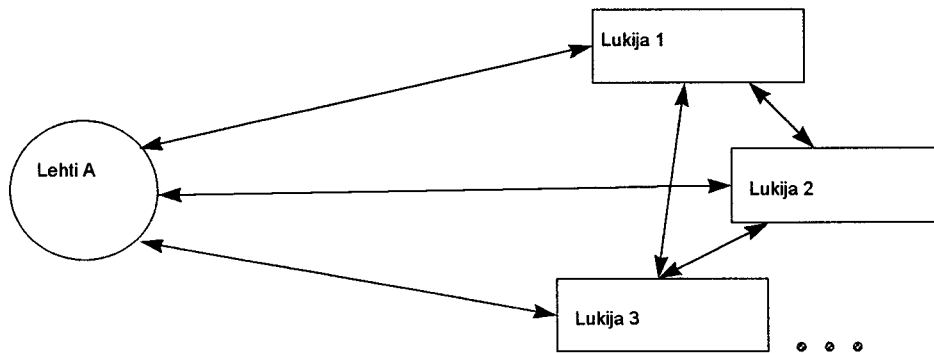


KUVIO 3.

Painetun lehden viestintätilanne



Elektronisen lehden uusi viestintätilanne



Elektronisen dokumentin ilmeinen etu perinteiseen nähden on se, että lukija pystyy hakemaan kaipaamaansa tietoa vaivattomammin (em., 77). Sen sijaan, että käyttäjän itse tarvitsisi lähteä penkomaan arkistoja, erilaiset tiedonhakuun suunnitellut tietokoneohjelmat, niin sanotut hakukoneet ja hakurobotit, tekevät viitteiden hakemisen elektronisista dokumenteista käyttäjän puolesta ja listaavat hakutulokset käyttäjän tietokoneen ruudulle.

Tästä elektronisen dokumentaation nykytilasta on myös haittapuolensa:

Keskinen antaa hyvän vertauksen nykyisestä tiedon ja informaation tilasta:

“Tieto on aiemmin tullut tuutista, joka on tunnettu. Nyt tieto on kuin marjat metsässä-ylt’ympäriinsä verkoissa. Massaviestintä on muuttunut monisuuntaiseksi täsmäviestinnäksi, jossa tieto muuttuu vuorovaikutteiseksi ja persoonalliseksi, ja tiedon totuusarvo sumeaksi. Tietoverkoissa voi yhtä hyvin itse tuottaa tietoa kuin olla viestinnän kohde.” (Keskinen, 1995, 26)

Mikä on sitten estänyt tähän saakka elektronisen julkaisemisen yleistymistä? Saaren (Suomen lehdistö 65 (9) 1994, 16-18) mielestä yleisimpiä elektronisen julkaisemisen esteitä ovat:

1. Elektroninen julkaiseminen on liian uutta ja erilaista aikaisempaan julkaisutapaan verrattuna.
2. Julkaiseminen elektronisin välinein koetaan liian riskialttiiksi.
3. Käytettävissä oleva tekniikka muuttuu nopeasti ja jatkuvasti.

4. Vanha julkaisumentelmä on toistaiseksi kannattava ja tuttu.
5. Elektronisilla julkaisuilla on erilaiset julkaisukanavat verrattuna paperijulkaisuihin.
6. Toistaiseksi elektronisten julkasujen rahallinen tuottavuus on kohtalaisen huono.

Elektroninen julkaiseminen muodostaa kokonaan uuden julkaisemisen ympäristön. Uusi julkaisu-ympäristö koetaan tuntemattomana ja ehkä joissakin viestintäyhteyksissä jopa uhkana painetulle lehdelle. Saari (em.) kuvaa siirtymisvaihetta osuvasti:

Elektroniseen julkaisemiseen siirtyminen ei ole verrattavissa vaan jonkin yksittäisen julkaisuprosessin vaiheen uudistamiseen, vaan kysessä on täysivaltainen julkaisumenetelmien muuttaminen. Siksi onkin ymmärrettävää, että useat odottelevat alan vakiintumista sekä toimintatapojen, että siihen tarvittavan teknologian kehittymisen ja halpenemisen kannalta. Elektroninen julkaiseminen on kuitenkin tällä hetkellä julkaisuyhtiöiden suuriin kasvualue." (Suomen lehdistö 65 (9) 1994, 16-18)

Joitakin perinteitä ja käytäntöjä on jo muodostunut elektronisen julkaisemisen alueella. Muoto on usein kirjan tai aikakauslehden kaltainen. Lisäksi multimedia ja erityisesti CD-ROM sovellustuotanto käyttävät elokuvametaforaa, lisäten siihen uuden median viestinnällisesti tärkeimmän uuden ominaisuuden, interaktiivisuuden. Myös erilaiset välineet dokumenttien tai esityksen elementtien sisällä liikkumista varten ovat uutta (karttanäyttö, opasteet, help-toiminnot). Toisaalta verkkojulkaisun suunnittelua ja "taittoa" määrää estetiikan sijasta kokonaisuuden toimivuus ja dokumentin sisäisten toimintojen loogisuus. Elektronisen julkaisun kuvauskieliä ovat tällä hetkellä mm. SGML, Standard Generalized Markup Language, ja siitä kehitetty alikieli HTML, Hypertext Markup Language. Juuri HTML-kuvauskieltä käytetään nykyisten WWW-dokumenttien rakentamiseen.

### 3.6. WORLD WIDE WEB

World Wide Web (WWW, W3, Web) on Internet-verkossa toimiva, maailmanlaajuinen hypermediajärjestelmä. WWW yhdistää henkilökohtaisen viestinnän ja joukkoviestinnän mahdollisuuksia. Sen avulla eri puolilla maailmaa olevat ihmiset voivat esimerkiksi kansainvälisessä Internet-tietoverkossa elektronisten dokumenttien välityksellä hankkia tietoa ja muuta aineistoa itselleen ja jakaa omaa tietoaan muille. (Tarkoma, 1995, s.15). Koko WWW on kudottu kasaan ns. hypertextilinkkien avulla. WWW:n elektroniset dokumentit sisältävät linkkejä, jotka voivat olla esimerkiksi sanoja, tekstikappaleita tai kuvia. Linkki on niin sanottu 'kuuma kohta' (hotspot), esimerkiksi aktiivinen tekstin kohta, joka sisältää jonkin hypertextitoiminnon. Kuumat sanat tai kuvat erottaa dokumentista useimmiten siten, että ne on painettu eri värillä tai kuvaa reunustaa linkin paikkaa kuvaava korostusväri. Linkkiä hiirellä painettaessa siirrytään uuteen paikkaan. Paikka voi olla toinen

kohta saman dokumentin sisällä tai eri dokumentti. WWW-dokumentit voivat sisältää tekstiä, kuvia, ääntä, animaatioita ja videokuvaa. Myös esimerkiksi interaktiiviset kuvat ja elektroniset lomakkeet ovat WWW-sivuilla mahdollisia.

Järvinen (Järvinen, 1995, 290) näkee tekstitelevisio WWW:n lähimpänä sukulaisena. WWW:tä voi Järvisen mielestä verrata tekstitelevisioon, jossa sivujen sisältö on linkitetty toisiinsa. Kun teksti-TV on viestimenä yksisuuntainen, on WWW kaksisuuntainen. Sivujen katselija voi lähettää palautetta sivujen tekijälle tai vaikka tilata sivuilla esiteltäviä tuotteita suoraan kotiinsa. Viimeinen ero on siinä, että WWW on esitystavaltaan multimediaalinen. Kun tekstitelevisio sisältää nimensä mukaisesti lähinnä tekstiä ja kömpelöä grafiikkaa, tarjoaa WWW parhaimmillaan valokuvan tarkkoja kuvia, ääntä ja liikkuvaa kuvaa. Onkin helppo yhtyä Järvisen (em., 291) mielipiteeseen WWW:n ylivoimaisesta houkuttelevuudesta verrattuna nykyiseen tekstitelevisioon. WWW on noussut tämän hetken suosituimmaksi Internetin palveluksi. Pääsyyt sen suosioon ovat sen käytön helppous ja havainnollisuus, globaalisuus ja multimedian hyväksikäyttö.

Tulevaisuuden joukkoviestintätilanteesta on jopa ennustettu, että siinä tarvittaisiin automatisoidun dokumentaation käsittelyn ansiosta yhä vähemmän toimittajia (<http://www.newslink.org/ajrjdmmain.html>). Yleisö hakisi tiedon ja dokumentit suoraan lähteistä, eli tässä tapauksessa esimerkiksi uutiset maailmalta tulisivat suoraan tietotoimistojen uutisia Internet-tietoverkkoon suoltavilta palvelimilta ja vaikkapa säätiedot saisi suoraan Euroopan yllä kylluvan sääsatelliitin reaaliaikaisista kuvista, joita välitetään WWW-sivuille. On aiheellista kuitenkin kysyä, kuinka moni tosiasiansa haluaa tulevaisuudessakaan nähdä vaivaa ja hakea kaiken tarvitsemansa tiedon itse? Toimittajan tehtävänähän on juuri perinteisesti ollut olennaisen kertominen jostain päivän polttavasta ja monia kiinnostavasta asiasta ja lukijalle tai katsojalle käytännöllisten informaatioannosten suodattaminen nykyisellään niin valtavasta ja hajanaisesta informaatiotulvasta.

### 3.6.1. WWW:N TOIMINTAPERIAATTEESTA

WWW koostuu esimerkiksi Internet-tietoverkossa toisiinsa kytketyistä palvelintietokoneista sekä niiden käyttöön valjastetuista asiakasohjelmista, joita kutsutaan WWW-selaimiksi (browser) (Järvinen, 1995, 292). Toisin kuin monet muut Internetin palvelut, WWW on lähtökohtaisesti graafinen ja näytävä. Eri WWW-sivujen osoitteet on muutetaan selaimessa numerosarjoista ihmisten helpommin muistamiksi URL(Uniform Resource Locator)-osoitteiksi, kuten <http://www.jyu.fi>. WWW-osoitteen 'http://www.jyu.fi/jpau' rakenne on seuraava (KUVIO 4):

## KUVIO 4.

## URL-osoitteen rakenne

<p>http: (hypertext transfer protocol) Kertoo selaimelle, että kyseessä on WWW:n oma tiedonsiirtoprotokolla. Voi olla myös esim. FTP (File Transfer Protocol).</p> <p>www: (world wide web) Kertoo selaimelle, että selaimen haettava tieto ja sivu on WWW-sivu</p> <p>juu: (Jyväskylä University) palvelinkoneen organisaation nimi</p> <p>fi: (Finland) maatunnus</p> <p>jpau: Juha Auvinen -nimisen (käyttäjätunnus jpau) käyttäjän tiedostohakemiston nimi josta WWW -selain etsii ensiksi oletusarvona index.html -nimistä tiedostoa.</p>
--

Näiden englanninkielisistä lyhenteistä muodostuvien osoitteiden mukaan on WWW:ssä jo tietotekniikasta mitään tietämättömänkin kohtuullisen helppoa suunnistaa.

## 3.6.2. WWW:N KEHITYKSESTÄ

World Wide Web eli WWW kehitettiin 1980-luvun lopulla Euroopan ydintutkimuskeskuksessa CERN:ssä. Kehitystyön lähtöajatuksena oli kehittää eri puolilla maailmaa asustavien huippuydinfysikkojen tiedonvälitystä ja tehostaa heidän tutkimusyhteistyötään (Tarkoma et. al., 1995, 18). Internet-verkossa on muitakin informaation välitystapoja kuin WWW. Monet yliopistot käyttävät mm. WAIS-tietokantoja ja valikkopohjaista Gopher-informaatiopalvelua. Vuodesta 1994 lähtien WWW on kuitenkin jyrännyt muita Internet-palveluita alleen ja ne ovatkin osittain sulautuneet osaksi WWW:tä. Tätä nykyä esimerkiksi Gopher-tietoa voi katsella samalla WWW-selaimella kuin WWW-sivuja.

WWW-palveluja käytetään selaimen avulla. Selain näyttää sivujen lukijalle HTML-kielellä muotoillut WWW-sivut tietokoneen kuvaruudulla. Sivu-metafora sinänsä on ontuva, koska yksi sivu voi WWW:ssä vastata kooltaan kymmeniä tavallisia A4-arkkeja. Tätä yhtä sivua voidaan kuitenkin tekstinsisäisillä hypertekstilinkeillä ja selaimen vierityspalkilla liikutella varsin nopeasti ja kätevästi. WWW-sivuja katsellaan tällä hetkellä useimmiten Netscape Corporation:n 'Netscape'-nimisellä selaimella tai Microsoft Corporation:n 'Internet Explorer'-nimisellä selaimella. Monia muitakin selainvaihtoehtoja on myös olemassa, mutta nämä kaksi ovat viime aikoina kehittäneet selaimiinsa mm. liikkuvaan kuvaan ja vuorovaikutteisuuden liittyviä lisäominaisuuksia, jotka harvoin heti toimivat pienempien selainvalmistajien selaimissa. Uusimmat WWW-selaimet vuonna 1996 sisältävät jo sisäänrakennettuna ohjelmat mm. sähköpostin ja keskusteluryhmien (newsgroup) lukemiseen. Näillä samoilla selaimilla voidaan myös käyttää WWW:n multimediaominaisuuksia, eli kuunnella mm. audiotiedostoja ja katsella videotiedostoja. WWW:n multimediaominaisuudet ovat näin synnyttäneet jo tunnettuihin sähköisiin

joukkoviestintämuotoihin (radio, TV) perustuvia, mutta uudessa ympäristössä toimivia uusia joukkoviestimiä.

Perinteisiin joukkoviestinnän muotoihin ja radion metaforaan perustuvat esimerkiksi ns. nettiradiot. Ne ovat useimmiten WWW-sivuja, jotka sisältävät linkkejä audiotiedostoihin, joita voi joko ladata oman koneen kovalevylle tai kuunnella reaaliaikaisesti. Tällainen palvelu on esimerkiksi Suomen Yleisradion radiouutisten toimittamat WWW-utislähetykset. Tämän palvelun avulla voi missä päin maailmaa tahansa kuunnella WWW:stä tuoreimmat YLEn radiouutiset kohtuullisen hyvällä äänenlaadulla, edellyttäen tietenkin, että omaa pääsyn WWW:iin. Palvelu on tarjolla WWW-osoitteessa <http://www.yle.fi/radiouutiset/>. Jotkut radioasemat lähettävät myös suorana lähetyksenä samaa ohjelmaa WWW:ssä kuin mitä voi kuunnella perinteisestä radiovastaanottimesta. Liikkuvan kuvan ja television joukkoviestintätapaa hyödyntävät Webissä esimerkiksi multimedialehdet, joiden sivuilta voi löytyä tekstin ja kuvien lisäksi myös animaatioita ja videokuvaa. Tämän tutkimuksen käytännön osuuden kohteesta eli elektronisesta Valmentaja-lehdestä ei rakennettu tällaista monipuolista ääntä ja liikkuvaa kuvaa sisältävää multimedialehteä, vaan tarkoituksena oli ennen muuta hyväksikäyttää sitä viestinnän nopeutta, jonka elektroninen julkaiseminen voi harvoin ilmestyvälle urheilun erikoislehdelle tarjota.

#### 4. TUTKIMUSONGELMAT

Tässä tutkimuksessa oletetaan, että WWW-julkaiseminen tuo mukanaan uusia piirteitä journalistiseen työprosessiin ja muuttaa omalta osaltaan journalistista muotokieltä ja journalistista juttua. WWW-julkaiseminen tuo myös uusia lisäarvoja verrattuna painettuun lehteen. Siihen miten journalistinen työprosessi ja muotokieli WWW-julkaisemisessa muuttuvat pyritään vastaamaan ennen muuta WWW-lehden tuotantoprosessin ja sisällön tuotannon kuvauksen avulla. Käytännön kuvauksessa käytetään tapausta 'Valmentaja-lehti'. Tämän tutkimuksen päähypoteesi kuuluu 'uusi media ei ole vanhojen fuusio'. Päähypoteesilla tarkoitetaan sitä, että uusi media ja WWW-julkaisu sen erityistapauksena käyttää perinteisten joukkoviestintävälineiden ominaisuuksia, mutta muodostaa oman joukkoviestinnällisen ja journalistisen toimintaympäristön. Perinteisen ja uuden median ominaisuuksien suhdetta voi kuvata seuraavilla sanapareilla:

<u>Perinteinen media</u>	<u>Uusi media</u>
painetut lehdet	teksti, kuva
radio	audio
televisio	video

Tämän tutkimuksen päähypoteesissa siis oletetaan, että uusi media käyttää viestinnässään tekstiä, kuvaa, ääntä (audio) ja liikkuvaa kuvaa (video). Nämä ovat samoja viestintäkeinoja joita perinteiset joukkoviestimetkin käyttävät, mutta erillään. WWW-julkaisussa on mahdollista liittää nämä viestintäkeinot yhteen viestimeen. Hypoteesissa kuitenkin oletetaan, että se mitä tästä eri medioiden yhdistämisestä syntyy ei ole pelkkä radion, television ja painetun lehden yhdistelmä vaan jotain muuta. Sitä mitä muuta WWW-julkaisu on, pyritään tässä tutkimuksessa kuvaamaan. Päähypoteesista johdetaan jatkohypoteesit jotka kuuluvat: uuden median työprosessi ei ole vanhojen fuusio ja uuden median muotokieli ei ole vanhojen fuusio. Hyvän kuvan uudesta joukkoviestintätilanteesta ja tämän tutkielman päähypoteesin edellytyksistä saa seuraavan viiden olettamuksen avulla:

1. Tietoverkot muodostavat toimittajille uuden työympäristön.
2. Ihmisillä ympäri maailmaa on käytössään uusi viestintäkeino, tietoverkot. Sen myötä heillä on käytössään valtaiset, globaalit informaatiomassat.
3. Ihmisillä on hyvin erilaisia tarpeita käyttää tietoverkkoa.
4. Edelliset kolme kohtaa edellyttävät uutta lähestymistapaa julkaisemiseen uudessa mediassa.
5. Uusi verkkomedia ei ole vanhojen medioiden yhdistelmä.  
(Auvinen, 1996, 64).

#### 4.1. TUTKIMUSKYSYMYKSET

Tämän tutkimuksen tutkimuskysymyksiä asetettaessa päätarkoituksena oli saada tutkimuksellista tietoa WWW-julkaisemisesta ennen muuta käytännön tapaustutkimuksen kautta. WWW-Valmentaja projekti oli tärkein havaintomateriaali. Millainen on WWW-lehden tuotantoprosessi ja kuinka WWW-lehden tuotantoprosessi käytännössä etenee? Nämä kaksi kysymystä asetettiin tärkeimmiksi tutkimuskysymyksiksi. Näistä pääkysymyksistä johdettiin aihe lähemmäksi journalismin tutkimusta. Tästä syntyivät lopputyön seuraavat tutkimukselliset osakysymykset: Millainen on WWW-lehden journalistinen työprosessi? Millaista on WWW-lehden journalistinen muotokieli? Miten vanha ja uusi journalistinen työprosessi eroavat? Miten vanha ja uusi journalistinen muotokieli eroavat? Viimeiseksi kysymykseksi asetettiin WWW-lehtien tulevaan menestymiseen vaikuttava kohtalonkysymys, eli mikä on se lisäarvo, jonka WWW-lehdet voivat tarjota? Myös tähän tutkimuskysymykseen kuten muihinkin kysymyksiin, pyrittiin hakemaan vastauksia ensiksi WWW-Valmentaja projektin havainnoista ja toiseksi aiheen kirjallisista ja muista lähteistä.

#### 4.2. URHEILUN JÄSENLEHTI SIIRTYY INTERNETTIIN

Yksi tämän tutkimuksen päätarkoituksista on vastata kysymykseen, millainen WWW:ssä julkaistun journalistisen julkaisun muoto ja sisältö voisi olla. Tähän kysymykseen vastataan ennen muuta kuvailemalla 'Valmentaja'-nimisen lehden siirtoa elektroniseen muotoon WWW:iin. Samalla tämän tutkimuksen käytännön osasta WWW-Valmentajasta pyritään etsimään niitä lisäarvoja, joita elektronisella julkaisulla mahdollisesti on. Journalistiseen WWW-julkaisuun tarvitaan sellaista journalistista sisältöä joka pystyy hyödyntämään tai jo sisältää seuraavia ominaisuuksia (Rheinische Post-haastattelu):

1. Aktuaalisuus
2. Nopeus
3. multimediaalisuus
4. hypermediaalisuus
5. Laajat tietokokonaisuudet
6. lyhyt esitysmuoto

Monet näistä WWW-julkaisemisen ominaisuuksista eivät ole yhteneväisiä perinteisen lehtien julkaisutoiminnan kanssa. Painettu lehti ei ole nopea verrattuna WWW-julkaisuun.

Painetussa julkaisussa ei ole multimediaalisuutta ja hypermediaalisuutta. Sen sijaan laajat tietokokonaisuudet sopivat painetun lehden joukkoviestintärooliin taustoittajana ja yhteyksien esittäjänä. Myös verkkojulkaisu kykenee taustoittamaan, mutta eri tavalla kuin lehtijuttu.

Verkkojulkaisussa taustoittavaksi haluttuun hypertekstin paikkaan lisätään linkki. Tämän linkin takaa käyttäjä saa lisätietoja aiheesta. Linkit ja verkottuneisuus ovat yksi uuden median

tärkeimmistä eroista aikaisempiin joukkoviestinnän muotoihin verrattuna. Elektronisen Valmentaja-lehden esimerkissä tällainen taustalinkki on esimerkiksi Atlantan vuoden 1996 kesäolympialaisten kuumista ja kosteista kilpailuolosuhteista kertovan jutun yhteydessä. Kun jutussa tullaan kohtaan, jossa puhutaan urheilijan uusiin olosuhteisiin sopeutumisen aikataulusta, on 'sopeutumisen aikataulu' muusta tekstistä erottuva erivärinen linkki. Tätä linkkiä, "kuumaa sanaa", klikkaamalla avautuu uusi näyttö, joka kertoo tilastografiikan ja tekstin avulla liikuntatieteelliset tutkimustulokset siitä, kuinka sopeutumisen aikataulu etenee ja milloin urheilijan sopeutuminen uusiin olosuhteisiin on toivottavasti saavutettu.

WWW-lehti voidaan myydä uutena vanhana. Jos paperilehden yläkulmassa lukee "24. päivänä heinäkuuta 1996" on erittäin todennäköistä että kysessä on lehti, joka on ilmestynyt 24.7. 1996. Elektronisessa lehdessä näin ei välttämättä ole. Yleisimmin jokin WWW-julkaisun päiväys ilmoittaa koska siihen on tehty jotain muutoksia. Koko lehden sisältöä ei siis ole välttämättä uusittu. Monissa julkaisuissa onkin päädytty ilmaisemaan päiväys kunkin yksittäisen jutun kohdalla. Tähän liittyy myös painetun- ja WWW-lehden psykologinen ero. Kun lukijalla on kädessään päiväykseltään vanha paperilehti, se mielletään todellakin 'eiisen päivän uutisiksi'. Kun WWW-lehden etusivulle vaihdetaan päiväys merkiksi siitä, että kyseistä elektronista julkaisua päivitetään, tuntuu WWW-lehti tuoreelta. Journalistisen jutun elinikä voi näin WWW-ympäristössä olla pidempi kuin painetussa lehdessä ja WWW-lehdessä voidaan vanha numero tai ainakin sen vanhoja osia myydä tuoreimman lehden juttuina.

#### 4.3. WWW-JULKAISUN JA UUDEN MEDIAN OLEMUKSESTA

Painetussa lehdessä ulkoasun ja taiton perusyksikkö on yksi aukeama. WWW-julkaisun esittäväenä välineenä voi olla hyvinkin erimuotoisia ja -kokoisia näyttölaitteita, mutta esittävä pinta on useimmiten kuvaruutu. Jos WWW-julkaisun lukuohjelman eli selaimen ikkuna on levitetty koko monitorin kuvaruudun levyiseksi on sen korkeus-/ leveysuhde kolmen suhde neljään. WWW-lehden taitollisena yksikkönä toimii yksi www-sivun ruudullinen, jota voidaan liikuttaa ylös/ alas tai vasemmalle/ oikealle.

Painetussa paperilehdessä aukeaman tärkein huomiopiste on vasen ylänurkka. Online-lehdessä se on sama, sivun yläosa vasemmalta oikealle. Erona on se, että WWW-lehden sivu harvoin näkyy kokonaan kuvaruudulla. WWW-sivun loppuosan nähdäkseen lukijan on rullattava sivua näytöllään alaspäin. Koko sivun kokonaisuuden hahmottaminen on täten vaikeampaa kuin painetussa lehdessä. WWW:ssä mainostavat yritykset ovat huomanneet WWW-sivun yläreunan merkityksen ja tärkeimmät mainokset on sijoitettu monesti www-sivun yläosaan. Myös journalistinen materiaali www-lehdissä näyttää jakaantuvan niin, että suurimmat ja toimituksen mielestä tärkeimmät uutisotsikot ovat ruudun yläosassa ja



vähemmän tärkeät sekä taustoittava materiaali sivun alareunassa. McQuail (1994, 20) määrittelee uuden telemaattisen median tärkeimmiksi lisäarvoiksi seuraavia tekijöitä:

- desentralisaatio (viestin toimittaminen ja valinta ei enää ole niin paljon lähettäjän käsissä kuin ennen).
- suuri kapasiteetti (kaapeli ja satelliittivälitys poistavat vanhojen medioiden kustannus-, etäisyys- ja kapasiteettirajoituksia).
- interaktiivisuus (vastaanottaja voi valita, vastata, vaihtaa ja linkittää itsensä muihin vastaanottajiin suoraan).
- joustavuus (muodon, sisällön ja käytön suhteen).

Tekniset mahdollisuudet ovat muokanneet läpi sanoma- ja aikakauslehdistön historian sitä, miltä lehti on kulloinkin näyttänyt. Tekniikan kehittyminen vaikuttaa elektroniseen julkaisemiseen ja WWW-lehtien sisältötuotannon olemukseen enemmän kuin mikään muu. Mielikuvitusta ja ideoita uuden median sisällöksi toki tarvitaan, mutta tällä hetkellä tekniset reunaehdot määrävät paljolti ne rajat, miltä WWW-lehti näyttää ja mikä sen sisältö on.

#### 4.3.1. PAPERI JA BITIT - KAKSI ERI MEDIAA

Tähän asti dokumenteilla on käsitetty paperisia, esimerkiksi A4-koossa olevia arkkeja. Digitaalinen viestintä ja hypermedia ovat laajentaneet dokumentin käsitettä. Nykyisin dokumentti voi tarkoittaa paperidokumenttia, mutta yhä useammin se tarkoittaa myös bittimuodossa olevaa informaatiota. Multimediassa ja hypermediassa puhutaan myös dokumenteista. Näillä dokumenteilla tarkoitetaan elektronista media-elementtiä, joka on tallennettu tiedostoon. Nämä tiedostot, dokumentit voivat siis sisältää tekstiä, äänitiedoston, videokuvaa tai stillkuvan. Tulevaisuudessa dokumentin sisältö voidaan irrottaa välineestään. Tämä tarkoittaa sopeutuvien dokumenttien käyttöä. Tämä tarkoittaa sitä, että elektronisen lehden lukija saa vastaanottolaitteeseensa digitaalisen dokumentin, joka voidaan ajaa käyttäjän toiveiden mukaan, joko ääni-, kuva- tai tekstitiedostona, tai näiden yhdistelmänä (Tarkka et. al. 1996, 6). Uusi media ei kuitenkaan näytä olevan hylkäämässä monia vanhan median metaforia. Elektroninen lehti halutaan mieltää sivuja sisältävänä lehtenä. Myös WWW:ssä toimivat radioasemat profiloituvat, jonkinlaisiksi kanaviksi tai radioasemiksi.

#### 4.3.2. SOPEUTUVAT DOKUMENTIT

Digitaalisen journalistisen materiaalin, kuten WWW-lehden esitysvälineet eroavat toisistaan niin median (video, audio, paperi) kuin kapasiteettinsakin suhteen (kuvaruudun koko, linjan siirtonopeus jne.). Näiden syiden vuoksi ei tietokantatoimittamiseen tarkoitettuja dokumentteja kannata muotoilla ainoastaan jotain tiettyä mediaa varten vaan useisiin medioihin sopiviksi. Dokumenttien tulee olla sopeutuvia.

MIT:n (Massachusetts Inst. Of Technology) News in the Future-projekti on määritellyt sopeutuvien dokumenttien ominaisuuksiksi seuraavaa:

1. esityksen skaalattavuus: Dokumentin muodon tulee sopeutua käytettävään mediaan. (esim. kuvaruudun ikkunan koko, laitteiston suorituskyky ja ominaisuudet)
2. esitystavan sopeutus käyttötilanteeseen: Käyttäjän tulee voida valita video- tai audio-media, vuorovaikutusmahdollisuudet jne. eri käyttötilanteita varten. (salkkumikro junassa vs. tv-vastaanotin kotona)
3. sisällön sopeutus käyttötilanteeseen: Sisällön tulee mukautua kohdeyleisönsä (ikäryhmät, kansallisuudet) ja tilanteen (opetus vs. viihdekäyttö) vaatimuksiin.
4. esityksen sopeutuminen aikaan: Sisällön tulee muuttua uutisen tuoreuden mukaan. Mitä vanhempi uutinen, sitä pienemmän tilan se vie, ja vain uusimmat uutiset ovat lähetyksessä mukana. (Järvelin, 1994, 46)

Kuten edellä kuvatusta ilmenee, sisältää tutkimuksen aihe WWW-julkaisun sisältöön ja muotoon liittyviä tutkimusongelmia, jotka ovat luonteeltaan perustavia. Tutkimusongelmia asetettaessa kävi selvästi ilmi kuinka nuori WWW-julkaiseminen tutkimusalana on. Edellä kuvatut tutkimusongelmat auttoivat kuitenkin suunnistamaan WWW-Valmentajasta havainnoitavien keskeisten puolien ja muiden tähän tutkimukseen liittyvien tutkimusmenetelmien löytämisessä.

## 5. TUTKIMUSMENETELMÄT

Tässä journalistisessa lopputyössä esitettiin tutkimuskysymyksiin pyritään vastaamaan kahdella menetelmällä. Ensimmäinen tutkimusmenetelmä on Valmentaja-lehti projektin osallistuva havainnointi. Toinen tutkimusmenetelmä on tutkimuksen aiheesta kirjoitetun kirjallisuuden tutkimus. Tässä tutkimuksessa kuvataan sitä kuinka paperille painettu urheiluvalmennuksen jäsenlehti siirrettiin elektroniseksi lehdeksi Internetin graafiseen palveluun World Wide Webiin. Tämän siirtoprosessin kuvaus ja siitä tehdyt johtopäätökset muodostavat tämän tutkimuksen tulokset. Perinteisen painetun lehden ja WWW-lehden työprosessien eroja kuvataan selvittämällä ensiksi perinteinen journalistinen työprosessi. Sen jälkeen kuvataan kirjallisuuden ja Valmentaja-projektista tehtyjen havaintojen avulla uuden median journalistista työprosessia. Toinen kuvauksen kohden on journalistinen muotokieli. Ensiksi kuvataan journalismin narratologiaa ja muotokieltä. Sen jälkeen Valmentaja-projektin ja alan kirjallisuus- ja muilla lähteiden avulla pyritään kuvaamaan millainen on WWW-julkaisun ja uuden median muotokieli. Uuden median teoreettisen kuvauksen lisäksi tämä työ siis tutkii journalismia perinteisen journalismin ja verkkolehden journalismin välillä käytännön elektronisen julkaisun tuottamisprosessin avulla. Tämä tutkimus on tehty pääasiassa perehtymällä jo ilmestyneeseen aihepiiriin kirjallisuuteen, sekä kuvaamalla Valmentaja-lehden tekemistä WWW-julkaisuksi. Tätä prosessia on sitten verrattu perinteiseen journalistiseen prosessiin ja kartoitettu sitten näiden kahden prosessin eroavaisuuksia ja myös yhtäläisyyksiä.

### 5.1. VALMENTAJA-LEHTI PROJEKTI

Tässä tutkimuksessa tutkittiin ennen muuta Valmentaja-lehden siirtämistä elektroniseen muotoon. Tässä tutkimuksen käytännön osassa tutkitaan siis Valmentaja-nimistä elektronista julkaisua. Koko Valmentaja-projektiksi nimitetty työ ja siihen liittyvä havainnointi tehtiin ajalla 1.6.-31.8. 1996. WWW-lehden käytännön tuotantoprosessin havainnointi jakaantui kahteen eri alueeseen. Ensiksi havainnoitiin tuotantoprosessia sen kestäessä. Toiseksi havainnoitiin tämän tuotantoprosessin lopputuotetta eli valmista elektronista julkaisua.

Suomen Valmentajat ry:n julkaiseman Valmentaja-lehden WWW-versio toimii tässä tutkimuksessa vertailukohtana perinteiseen journalistiseen työprosessiin. Ennen kaikkea tarkoituksena on kuvata, miten lehden valmistus eteni valmiiksi saakka ja miten tämä erosi perinteisestä painetun lehden julkaisuprosessista. Työprosessin kuvaus rajoittuu valmiiden juttujen muokkaukseen WWW:ä varten. WWW-Valmentajan juttuja ei siis tehty nimenomaisesti WWW:tä varten vaan online-juttujen perustana olivat elektronista lehteä suunniteltaessa painetun lehden jutut. Havaintomateriaali kerättiin muistiinpanojen avulla online-Valmentajaa rakennettaessa. Tämän tutkimuksen käytännön journalistinen osuus onkin jo paperille painetun lehden muokkaaminen soveltuvin osin elektroniseen muotoon.

Journalistinen työprosessi ja muotokieli jakautuvat tämän tutkimuksen aineistossa niin, että painopiste on perinteisen journalistisen työprosessin loppuvaiheissa ja uutta työprosessia valotetaan ennen muuta Valmentajan-projektin avulla. Journalistista muotokieltä kuvataan journalistisen narratologian avulla. Uuden journalistisen muotokielen tutkimuksen painopiste on alan kirjallisuudessa. Tuoreen kirjallisuuden tehtävänä on tukea uuden journalistisen työprosessin ja muotokielen kuvaamista.

## 5.2. UUDEN MEDIAN ALAN KIRJALLINEN MATERIAALI

Kirjallisen materiaalin ilmestymisen puolesta tämän tutkimuksen tekemisen ajankohta tuntuu sattuneen erityiseen taitekohtaan. Uuden median alan kirjallisuutta on vuoden 1996 aikana alkanut ilmestyä ja erilaisia 'ei-teknisiä' oppi-, ja kurssikirjoja, tutkimuksia sekä selvityksiä on julkaistu suomeksikin jo kymmeniä. Alkuun (vuosina 1990-1995) elektronisen julkaisemisen kirjallisuus oli lähinnä elektronisen julkaisemisen tekniikan ja WWW-ohjelmoinnin oppikirjoja. Nytemmin on saatavilla suomenkielelläkin useita uuden median viestinnällisiinkin näkökohtiin keskittyviä esityksiä. Kirjallisuuteen tutustuessi kävi myös ilmi, että Suomi on uuden median alan tutkimuksessa yksi maailman johtavia maita. Vain amerikkalaiset tutkimukset näyttäisivät olevan osittain edellä omiamme. Tämä on toisaalta luonnollista. Yhdysvallat on tällä hetkellä koko uuden median bisneksessä ja viestinnällisessä soveltamisessa ainakin yhden vuoden muuta maailmaa edellä.

## 5.3 MUU LÄHDEMATERIAALI

Tässä tutkimuksessa käytettiin kirjallisen materiaalin lisäksi yhtä teemahaastattelua, yhtä TV-ohjelmaa, kahta sähköpostiviestiä ja useita WWW-sivuja. Sain keväällä 1996 tilaisuuden vieraillla Saksalaisen Rheinische Post -päivälehden online-toimituksessa ja samalla haastatella toimituksen esimiestä, päätoimittaja Klaus Krausea. Haastattelun tuloksista kerrotaan enemmän tulososan kappaleessa 6.1. WWW-lehti käytännössä. Sähköpostiviestit ja WWW-sivut aiheuttivat aluksi päänvaivaa. Ongelmaksi näytti muodostuvat WWW:n jatkuva muutos. WWW-sivut ja samalla niiden osoitteet vaihtavat paikkaa Internetissä varsin tiuhaan. WWW:ssä on myös hyvin yleistä, että WWW-sivuja poistetaan kokonaan samalla kun sivuja WWW-palvelimiin päivitetään. Tämän jälkeen käytettyä WWW-sivulähdettä saattaa olla mahdotonta löytää enää uudestaan. Miksi siis kannattaisi viitata niihin ollenkaan. Tutkimuksen edetessä kuitenkin todettiin, että WWW:stä löytyvä tieto on tämän tutkimuksen kannalta niin olennaista, että WWW-osoitteet sisällytetään lähteinä. Tätä lähdekäytäntöä varmennettiin ottamalla paperitulosteet jokaisesta lähteenä käytetystä WWW-sivusta. Samoin molemmista lähteinä käytetyistä sähköpostiviesteistä otettiin paperitulosteet. Toinen vaihtoehto olisi esimerkiksi ollut liittää kaikki WWW-lähteiden paperitulosteet erilliseksi liitteeksi tämän tutkimuksen loppuun. Tulostettavia WWW-sivuja oli kuitenkin tämän vaihtoehdon toteuttamiseksi aivan liikaa. Vaikka WWW-sivujen osoitteita tässä

tutkimuksessa lähdeviitteinä käytetäänkin, on WWW-sivun osoite tieteellisen tutkimuksen lähteenä vaihtuvuutensa vuoksi huono.

## 6. TULOKSET

### 6.1. WWW-LEHTI KÄYTÄNNÖSSÄ

Viime vuosikymmenen kehityksen tuloksena sanomalehdissä tuotettu journalistinen materiaali ja muu teksti toimitetaan pääasiallisesti elektronisessa muodossa toimituksen sähköisellä toimitusjärjestelmällä. Tällainen sähköinen toimitusjärjestelmä on esimerkiksi suomalainen TOTI-järjestelmä (TOTI=Toimituksen tietojärjestelmä). Järjestelmässä tuotetut journalistiset tuotokset arkistoidaan toimituksissa usein tekstitietokannoiksi, joita toimittaja voi hyödyntää myöhemmin esimerkiksi uusien juttujen kirjoittamisessa. Elektroniset toimitusjärjestelmät ovat laajentumassa lehtien lisäksi myös muihin perinteisiin joukkoviestimiin. Radiotoimittajat voivat muokata haastatteluja ja muuta äänimateriaalia esimerkiksi radiouutisia varten tietokoneeseen perustuvalla äänityöasemalla.

Kuitenkaan sanomalehdet ja radion uutislähetykset eivät ole juuri muodoltaan muuttuneet (Järvelin, 1994, 45). Tietokannat ja tietoliikenneverkot mahdollistavat tehokkaan elektronisen tiedonvälityksen. Elektroninen sanomalehti voi tarjota jokaisen lukijan tarpeita vastaavaksi räätälöidyn elektronisen lehden numeron. Lisäksi elektronisen lehden taustalla toimisi tietokanta, joka mahdollistaisi syvemmän perehtymisen mielenkiintoiseen aiheeseen. Radion puolella kuuntelija voisi tilata omiin tarpeisiinsa sopeutetut uutiset. Näiden mahdollisuuksien toteutuminen edellyttää tietokantajulkaisemista ja sopeutuvien dokumenttien käyttöä (em., 46.).

#### 6.1.1. SIVUJEN KUVAUSKIELI HTML

HTML (Hypertext Markup language) on tällä hetkellä yleisin elektronisten dokumenttien kuvauskieli, jolla WWW-julkaisuja tehdään. Viime aikoina on tosin hyvinkin vaikutusvaltaisilta tahoilta kuultu kommentteja, että liiallinen HTML-kieleen sitoutuminen tulee vielä hidastamaan koko WWW-ympäristön kehitystä. Esimerkiksi Alan Kay Apple-yhtiöstä varoitti vuoden 1995 kansainvälisessä WWW-konferenssissa, että HTML:stä on herkästi tulossa WWW:n MS-DOS (Internet 1/1995, 25). MS-DOS:a on pitkään pidetty ns. PC-yhteensopivien tietokoneiden käyttöjärjestelmän kehityksen hidastajana mm. sen puuttuvan graafisen käyttöliittymän vuoksi. Samaan tapaan HTML-kuvauskielen komentojen vähyys ja toiminnallinen jäykkyys (esimerkiksi WWW-sivuntaiton suhteen) saattavat jarruttaa elektronisen julkaisemisen kehitystä. Visionääri Kay viittaa myös luontoöitiin, ja ihmiskunnan tiedonkäsittelytaitojen tappioksi. Olemme vielä paljon jäljessä luonnossa vaikuttavista biologisista tietojenkäsittelyjärjestelmistä, ja kun viestintätilanteessa on osallisena ihminen tulee biologiset ja ihmiselle ominaiset viestintätavat ottaa aina huomioon (em.). HTML:n ensimmäiseksi manttelinperijäksi elektronisten julkaisujen teossa onkin ehdotettu sen isoveljeä SGML:a (Standard Generalized Markup language), joka on osaltaan

kehitetty graafista teollisuutta varten. Sen avulla dokumentti on kuvattavissa sekä painolaitosta, että elektronista julkaisua varten. Tämän tutkimuksen käytännön osuus eli elektroninen Valmentaja-lehti toteutettiin käyttäen HTML-sivunkuvauskieltä.

#### 6.1.2. TAPAUS VALMENTAJA-LEHTI

Valmentaja-lehti ilmestyy toista vuosikertaa vuonna 1996. Se aikakauslehtipaperille painettu, A4-kokoinen selästä nidottu urheilujärjestöjen jäsenlehti. Lehden julkaisija on Suomen Valmentajat ry., mutta taustalla vaikuttaa monia muitakin urheilujärjestöjä. Valmentaja-lehti ilmestyy neljä kertaa vuodessa. Sivuja siinä on useimmiten 25-30. Lehden joka toinen aukeama on värillinen ja joka toinen mustavalkoinen. Kannet ovat aina värilliset. Yhden Valmentaja-lehden numeron painos on noin 2500 kappaletta. Painoksen jakelu jakaantuu niin, että n. 700 kappaletta jaellaan yksityishenkilöille ja loput 1800 kappaletta eri urheilun piirissä vaikuttaville taustayhteisöille osoitteellisena jakeluna. Osoitteellinen jakelu merkitsee mm. sitä, että osa yhteisöjen jakelustakin päättyy taustayhteisöjen jakelun kautta yksityisille henkilöille. Lehti sisältää säännöllisesti ilmoituksia ja mainoksia. Lehti on siis järjestölehti ja aikakauslehti.

Oman erityisvaatimuksensa ja -tarpeensa WWW-Valmentajan tuottamiselle aiheutti Suomen valmentajat ry:n Valmentaja-lehdessä julkaisema 'Suomen Valmentajat ry tiedottaa'-palsta (ks. LIITE 4). Tämä tiedotuspalsta oli yksi tärkeimmistä tarpeista, miksi online-Valmentajaa alettiin suunnitella. 'Suomen Valmentajat ry tiedottaa'-palsta sisältää ajankohtaisia ja usein vaihtuvia pikku-uutisia ja tiedotteita urheilu- ja valmennusjärjestöille. Valmentaja-lehti kuitenkin ilmestyy vain neljä kertaa vuodessa, mikä tälle yksittäiselle tiedotuspalstalle on aivan liian harvoin. Nyt kun Valmentaja-lehti ilmestyy jatkuvasti päivitettävässä tietoverkossa, on urheilujärjestöillä mahdollisuus lukea pikku-uutiset erilliseltä elektroniselta 'Suomen Valmentajat ry tiedottaa'-palstalta. Tämän tiedotuspalstan nähtiin olevan yksi tärkeimmistä lisäarvoista, joita online-Valmentaja voisi lukijalleen tarjota. Valmentaja-lehden WWW-versiossa suunnitellaan myös julkaistavan toimituksen mielestä parhaat uusimman painetun numeron journalistiset jutut. Myös mainosmyynnille on WWW-Valmentajassa suunnitteilla oma tilansa.

Ensimmäisen elektronisen Valmentaja-lehden rakentamisen pohjaksi päätettiin ottaa toukokuussa 1996 ilmestynyt Valmentaja-lehden numero 2/ 1996. Atlantan 1996 kesäolympialaisten vuoksi valtaosa lehden artikkeleista sisälsi jollain tapaa Atlantan kisoihin tai Suomen olympiajoukkueeseen liittyviä juttuja. Atlanta-teema nähtiin medialuonteeltaan maailmanlaajuisen WWW:inkin kannalta edulliseksi. Jutuista saattaisivat olla kiinnostuneita myös Suomen uikopuolella asuvat urheilusta kiinnostuneet lukijat. Niinpä journalistisiksi jutuiksi ensimmäiseen elektroniseen Valmentaja-lehteen päätettiin valita Atlantan 1996 kesäolympialaisiin liittyviä juttuja (esim. LIITE 3). Ne olivat tuotantovaiheessa ajankohtaisia

ja niiden myös oletettiin saavuttavan suurinta mielenkiintoa kohderyhmässään eli urheiluvalmennuksessa, myös WWW:ssä julkaistaessa. Lisäksi oli tiedossa, että Atlantan olympialaiset järjestävä kisaorganisaatio panostaa myös World Wide Webissä julkaisemiseen. Tällöin linkkien tekeminen jutuista suoraan Atlantan WWW-sivuille kävisi luontevasti. Atlantan jutuista valittiin toimituksen mielestä kuva- ja tekstimateriaaliltaan parhaat jutut. Yksi valintakriteeri juttuja valittaessa oli myös niiden sisältämä monimuotoinen lisäinformaatio, kuten erilaiset taulukot ja faktalaatikot. Oletettiin, että nämä moniulotteiset ja visuaaliset journalistiset jutut toimisivat paremmin WWW-ympäristössä.

### 6.1.3. PAPERISTA BITEIKSI

Valmentaja-lehdellä ei ole osastojakoa. Tämä on lehden koosta (25-30 sivua) johtuen aivan perusteltua. Elektronista Valmentaja-lehteä suunniteltaessa havaittiin, että valmiiksi tehty painetun lehden osastojako helpottaisi myös elektronisen lehden rakenteen luomista WWW:iin. Lehden rakenne olisi tällöin läpinäkyvämpi ja navigointiapalkkien rakentaminen julkaisuun olisi helpompaa. Heti alkuun havaittiin myös se, että elektroniseen julkaisuun valitut aikakauslehtijutut ovat aivan liian pitkiä sellaisenaan WWW:iin laitettavaksi ja ruudulta luettavaksi. Ainakin yhdestä pidemmästä jutusta päätettiin tehdä lyhyempiä alajuttuja sisältävä hypertekstijuttu.

Elektronisen Valmentaja-lehden teossa oli kyse painetun lehden siirtämisestä elektroniseen ympäristöön. Tästä oli uuden median luomisen hengessä painolastia, koska uuden median omia erityispiirteitä ei voitu lähteä aivan avoimin mielin totetuttamaan, vaan taustalla vaikutti paperille painettu Valmentaja-lehti, ja sen juttujen muoto. Painettu Valmentaja-lehden numero 2/ 1996 oli jo ilmestynyt ennen WWW-versiota. Kaikki kuvat, logot, tekstit ja ilmoituspohjat olivat siis jo elektronisessa muodossa WWW-versiota varten käytettävissä. Luonnollisesti tämä myös helpotti WWW-Valmentajan tekoa. Kaksi työkohdetta nousi ylivoimaisesti työläimmiksi painettua lehteä WWW:iin siirrettäessä. Ensimmäinen työläs vaihe oli eri graafisten elementtien muokkaaminen WWW-lehteen sopivaksi. Toinen työläs vaihe oli WWW-taiton/ rakenteen luominen. Nämä kaksi työvaihetta muodostivat WWW-Valmentajan rungon.

### 6.1.4. GRAAFISTEN ELEMENTTIEN MUOKKAAMINEN

WWW:ssä on yleisimmillä tämänhetkisillä modeeminopeuksilla (enintään 28.8 Kbps) järkevää käyttää niin vähän kilotavuissa tilaa vieviä graafisia elementtejä kuin mahdollista. Kun vielä otetaan huomioon WWW:n suosioista johtuvat ruuhkat Internetin Web-sivuilla, niin nyrkkisääntö "mitä pienempi kilotavuissa sitä parempi Webiin" on osuva. WWW:ssä on pääasiassa käytössä kaksi tiedostomuotoa digitaalisille valokuville ja erilaisille graafisille elementeille. Ne ovat lyhenteiltään GIF- ja JPEG-kuvaformaattit. GIF (CompuServe Graphics



Interchange) -kuvaformaatti on alunperin amerikkalaisen Compuserve-nimisen BBS:n (Bulletin Board System) käyttämä grafiikkaformaatti (Ropponen, 1994, 35). Compuserve on erittäin suosittu palvelu, joten GIF-formaatti on levinnyt laajalle.

WWW:n syntyessä ja grafiikkaa sisältävien WWW-sivujen yleistyessä 1990-luvun alussa GIF-kuvamuodosta tuli WWW:n suosituin kuvaformaatti. GIF-kuvia oli näppärä käyttää ennen kaikkea kuvien kilotavuissa pienen tilantarpeen vuoksi. GIF-kuvat joiden koko WWW-sivuilla on useimmiten n. 1-100 kilotavua siirtyvät 28,8 Kpbs modeemiyhteydellä muutamassa sekunnissa. GIF-kuvien suurin haittapuoli on niiden kyky esittää kuvassa vain 256 väriä, joten sävykkäät värikuvat ja erilaiset väriliu'ut saattavat WWW-sivulla näyttää rakeisilta. WWW-Valmentajan etusivulla (LIITE 2) käytettiin GIF-kuvia. Toinen WWW:ssä suosittu kuvatiedostojen formaatti on JPEG (Joint Photographic Experts Group). JPEG-kuvaformaattilla digitaalista kuvaa pakattaessa kuvasta häviää dataa. JPEG-pakkaus on kuitenkin tehokas ja sen pakkauksessa häviävän datan määrää voidaan JPEG-kuvassa säätää. JPEG sopii sävykkäiden valokuvien esittämiseen WWW-sivulla. Sekä GIF- että JPEG-kuvaformaattit ovat järjestelmäriippumattomia, eli niitä voidaan esittää erilaisissa laitteistoympäristöissä, kuten PC-, Mac- tai Unix-tietokoneissa. WWW-sivulla esitettävän kuvan tai grafiikan kokoon kilotavuina voidaan vaikuttaa seuraavilla keinoilla:

1. Kuvan resoluutio i. se kuinka monta kuvapistettä esim. neliösenttimetrillä tai tuumalla sijaitsee. Mitä enemmän pikseleitä neliötuumalla on sitä hienojakoisempi on kuvan rasteri ja sitä parempi on useimmiten myös kuvan erottelukyky.
2. Kuvan fyysiset mittasuhteet.
3. Kuvan värimäärä.
4. Kuvan pakkaukseen käytettävä algoritmi (esim. JPG).

(Simone, 9/ 1996, 135).

Käytössä suurimmat erot JPEG- ja GIF-kuvien välillä ovat kuvan pakkaaminen ja värimäärä. JPEG-kuvat ovat kuvatiedoston koon pienentämiseksi aina pakattuja. Pakkauksessa kuvasta häviää yksityiskohtia. JPEG-kuvissa WWW-sivuilla on mahdollista käyttää tuhansia eri värisävyjä. Kuvien ja muiden graafisten elementtien käsittelyyn on monia tietokoneohjelmia. Valmentaja-lehti projektissa käytettiin eniten amerikkalaisen Adobe Systems Incorporated:n grafiikkaohjelmia. Niistä käytetyin oli Adobe Photoshop-kuvankäsittelyohjelman versio 3.0.

#### 6.1.5. WWW-JULKAISUN KÄYTTÖLIITTYMÄ

Ennen elektronisen julkaisun sisällön valitsemista ja se huomioiden rakennetaan elektronisen julkaisun käyttöliittymä. WWW-Valmentajan käyttöliittymää suunnittelussa otettiin huomioon se, että kyseessä oli ensimmäinen kokeilu siirtää paperinen aikakauslehtityyppinen julkaisu tietoverkkoon. Täten esimerkiksi mainoksia ei paperilehdestä otettu mukaan, yhden

hotelliketjun imoituksella koskevaa mainosta lukuunottamatta. WWW-valmentaja päätettiin linkittää sen tuottaneen yrityksen ja Valmentaja-lehteä lähellä olevien organisaatioiden WWW-sivuihin (LIITE 2, WWW-sivun alareunan linkkikuvakkeet). Käyttöliittymäsuunnittelun yhtenä lähtökohtana oli käytettävyys. WWW-Valmentajan tuli toimituksen mielestä toimia mahdollisimman monessa laite- ja selainympäristössä. Siten uusimmat selaintoiminnot päätettiin jättää tästä Valmentaja-projektista pois. Näitä olisivat olleet esimerkiksi taulukoiden ja kehysten käyttö läpi koko julkaisun. Tämän kolme kuukautta kestäneen projektin aikana WWW-selaintekniikka meni kuitenkin niin paljolti eteenpäin, että lehden viimeisessä kehitysversiossa päätettiin kuitenkin käyttää taulukoita ja kehyksiä (esim. LIITE 2, SISÄLTÖ-taulukko). Tämä kuvastaa osaltaan WWW:n teknistä kehitysvauhtia. Taulukot ja kehykset ovat WWW-sivujen HTML-kuvauskielen uusimpia muotoilukomentoja.

Elektronisen Valmentaja-lehden tekotapa oli mediaitsenäinen. Koko paperilehti valmistettiin ensin elektronisesti ja sen jälkeen siitä valittiin ja muokattiin aineisto supistettuun versioon WWW-ympäristössä toimivaksi. Tavoitteena oli, että ainakin yhteen juttuun saataisiin hypermedialla luotua syvyyttä linkeillä muihin jutun aiheesta kertoviin artikkeleihin (LIITE 3). Tärkein Valmentaja-lehden online-version tavoite oli saada ensimmäinen esittelypalvelu potentiaalisten asiakkaiden nähtävälle. Projektin esittelyssä vaivasi se, ettei uuden median mahdollisuuksista tiedetty organisaatioissa tarpeeksi, jotta päätöksiä olisi uskallettu tehdä. Kuitenkin jo yksinkertaisen WWW-julkaisun esittely matkamikrolta havainnollistaa koko uutta mediaa hyvin. Monissa esittelytilaisuuksissa heti esittelyn jälkeen potentiaalisten asiakkaiden kommentit olivat monesti: "...juu tällainen meidänkin pitää saada..." tai "...juuri tällaista olemme ajatelleet". Esimerkiksi monet urheilujärjestöt olivat WWW-Valmentajan nähtyään kiinnostuneita osallistumaan myös itse elektroniseen julkaisutoimintaan.

Seuraavaksi askeleeksi tämän kokeiluprojektin jälkeen elektronisen Valmentaja-lehden taipaleella WWW:iin suunniteltiin mainostajien saamista myös elektronisen mainostamisen piiriin. Tämä ensimmäinen projekti ei tuonut vielä tässä vaiheessa yritykselle taloudellista tuottoa, vaan toimi lähinnä julkaisuuden lisäämisen ja palvelun parantamisen keinona. Valtaosa tällä hetkellä WWW:ssä julkaistavista journalistisista tuotoksista ovatkin vielä taloudellisesti kannattamattomia. Ne ovat esimerkiksi Suomessa monasti päivälehden tai TV-kanavan PR-tuotteita, joukkoviestimen päätuotteen (paperilehti tai TV-ohjelmat) lisämainoksia, joiden pääasiallinen tulonlähde ovat mainosmarkat (Järvinen, 1996, 83-84).

#### 6.1.6. LEHTI SIIRTYY WORLD WIDE WEBIIN

Paperilehden siirtäminen sellaisenaan kokonaan verkkoon ei kannata. McAdams kuvailee osuvasti kuinka kannattamatonta painetun sanomalehden numeron suora siirto Webiin on:

“If you think you can dump the contents of today’s edition onto the network and win subscribers, you’re wrong. Paper is paper. A screen is something else. It isn’t only that you *can* do different things on a screen. You *must*. Text on a screen is not newsprint, not a magazine, not a book.”

(<http://www.well.com/user/mmcadams/online.newspapers.html>).

Lähimpänä julkaisun siirtoa suoraan painoon suunnitellusta muodosta elektronisen julkaisemisen muotoon edustavat tällä hetkellä esimerkiksi Adoben Acrobat:n kaltaiset tietokoneohjelmat. Acrobatissa voidaan katsella tietokoneen näytöltä PDF-tiedostoina omalla selaimella samoja lehden aukeamia, jotka on taitettu paperilehteä varten. Tämä edellyttää kuitenkin sitä, että painetun lehden elektroninen sivutaitto on tätä ennen muunnettu PDF-muotoon. Adobe Acrobatilla on mahdollista siirtää esimerkiksi Adobe Pagemakerillä painotuotteeksi tehty julkaisu suoraan elektroniseksi julkaisuksi, niin että julkaisun ulkoasu säilyy samana. Tätä sivunkuvausta käytettiin hyväksi mm. silloin kun Valmentaja-lehden painotuotteeksi menevä taitto haluttiin arvioitaa päätoimittajalla, joka oli Helsingissä ja taitto tehtiin Jyväskylässä. Taitto muutettiin ensin PDF-tiedostoksi (Portable Document Format). Sitten PDF-tiedosto lähetettiin modeemiyhteydellä Helsinkiin. Jyväskylässä oli käytössä Macintosh-tietokone ja Helsingissä PC-tietokone, joten PDF oli myös laitteistoriippumaton. Sama ominaisuus on WWW-sivujen tekoon käytetyssä HTML-kuvauskielessä. HTML:ssä esimerkiksi teksti ja kuvat ovat erillisinä itsenäisinä tiedostoinaan, kun taas PDF-tiedosto sisältää yhden sivuaukeaman koko taiton datan. PDF:ää käytetään lähinnä CD-ROM-julkaisujen kielenä (Metsämäki, 1996, 30).

#### 6.1.7. WWW-JULKAISUN OSISTA

WWW-sivuille tehdään käyttäjälle valikkoja ja navigointia helpottavia painikkeita, ennen kuin esimerkiksi journalistiset jutut ovat luontevasti WWW:ssä käytettävissä. Lisäksi suunnitellaan etukäteen otsikko- ja taustakuvien, sekä juttujen palstoituksen perussijainnit ja -suhteet kuvaruudulla. Tätä voisi nimittää WWW-julkaisun taittopohjaksi tai WWW-sivulayoutiksi. Paperilehdessä mietitään ennen jutun kirjoittamista mm. jutun pituutta ja sijaintia julkaisussa ja perusyksikkönä on yksi aukeama. WWW-lehdessä ei ole tilarajoitusta joten jutun pituutta tai lyhyttä ei WWW-lehdessä periaatteessa tarvitse miettiä. WWW-lehden layoutin perusyksikkönä on yksi näytöllinen (ks. esim. LIITE 2). Tämä ‘yksi näytöllinen’ on hyvin liukuva käsite. Se johtuu tietokoneen kyvystä näyttää informaatiota erilaisilla tarkkuuksilla. Tätä ominaisuutta kutsutaan myös esityksen skaalautuvuudeksi. WWW-lehteä voi esimerkiksi lukea käyttäjä, jonka tietokoneen näytönohjaimen resoluutio on asetettu tarkkuudelle 640x480 kuvapistettä. Tämä on niin sanottu VGA (Video Graphics Array) -tarkkuus, ja on monien WWW-julkaisujen näyttöön keralla esitetyn layoutin perusta. Nykyään on kuitenkin monia WWW-lehden lukijoita, jotka käyttävät tietokonettaan esimerkiksi 1280x1024 kuvapisteen resoluutiolla. Tällöin saman verkkolehden etusivulle mahtuu

640x480 resoluutioon verrattuna yli nelinkertainen määrä informaatiota. Tilannetta voisi verrata siihen, toinen lukija voisi katsella lehden etusivua kokonaan (1280x1024), mutta toisen lukijan pitäisi käyttää neljännessivunkokoista suurennuslasia lehteä lukeakseen. Suurennuslasin avulla luettaessa näkee aina vain pienen osan lehdestä kerrallaan.

Vuorovaikutteiset, eli esimerkiksi linkkejä sisältävät kuvat ja kuvakartat (Imagemap) ovat myös osa modernia WWW-julkaisua. Kuvakartat sisältävät useita linkkejä elektronisen julkaisun eri osiin. Visuaalisesti selkeänä elementtinä tekstikappale tai sana todettiin WWW-Valmentajassa paremmaksi linkkipaikaksi kuin kuvakartta ilman havainnollistavia ohjetekstejä. Käyttäjältä voi ilman ohjeita helposti jäädä kuvakartta huomaamatta, jos käyttäjä ei esimerkiksi huomaa liikutta tietokoneen hiiren osoitinta kuvakartan päällä, jolloin hiiren osoittimen nuoli muuttuu sormeksi. Yksittäinen kuva itsenäisenä linkkinä on myös visuaalisen erillisyytensä ansiosta havainnollisempi kuin kuvakartta ilman ohjeita. Kuvakarttaan tuleekin liittää riittävän havainnolliset tekstit kertomaan mistä mihinkin kuvasta pääsee.

#### 6.1.8. WWW-VALMENTAJAN RAKENTAMISESTA

Seuraavassa kuvataan vaiheittain prosessia, jonka tuloksena syntyi ensimmäinen elektroninen Valmentaja-lehti julkaistavaksi Internetin graafisessa palvelussa World Wide Webissä. Tuotantoprosessi jakaantuu sisällön ja muodon suunnitteluun sekä toteutukseen. Toteutuksen kuvauksessa keskitytään tuotantoprosessissa keskeisimmiksi havaittuihin ongelmiin. Näitä ongelmia ovat tekstikokonaisuuksien sijoittaminen online-Valmentajaan, erilaisten graafisten elementtien rakentaminen ja sijoittelu WWW-sivuille sekä hypertekstilinkkien sijoittaminen juttuihin. Lopuksi havainnoidaan sitä, miten elektroninen Valmentaja-lehti sijoittuu suhteessa muuhun WWW:iin.

##### 6.1.8.1. SUUNNITTELU

Kun periaatepäätös Valmentaja-lehden numeron 2/ 1996 siirtämisestä WWW:iin oli tehty alkoi suunnitteluvaihe. Tärkeimmät kysymykset projektin alussa olivat:

1. Mitä asiakokonaisuuksia otetaan paperilehdestä WWW:iin?
2. Mitä yksittäisiä juttuja otetaan WWW-Valmentajaan?
3. Kuinka interaktiivisuus toteutetaan kussakin jutussa?
4. Miten julkaisu liitetään muuhun WWW:iin?

Näistä kysymyksistä ensimmäinen ja toinen koskivat sisältösuunnittelua ja kaksi viimeistä elektronisen julkaisun muotosuunnittelua. Seuraavaksi kuvataan näitä kahta suunnittelun aluetta.

### 6.1.8.2. SISÄLTÖSUUNNITTELU

Tärkein sisältösuunnittelun painopiste oli Online-Valmentajan tuoma lisäarvo painotuotteeseen verrattuna. Tämä lisäarvohan oli WWW-julkaisun tekemisen varsinainen kimmoke. Suomen Valmentajat ry kaipasi kanavaa, jolla jäsenorganisaatioille saataisiin päivitettyä tietoa nopeammin kuin mitä painettu Valmentaja-lehti ilmestyi. Atlantasta kertovan journalistisen materiaalin lisäksi toiseksi tärkeäksi asiakokonaisuudeksi tulivat siis Suomen Valmentajat ry:n tiedotussivut. Yksittäisiä juttuja valittaessa käytettiin yleisesti joukkoviestinnässä käytössä olevia journalistisia valintakriteereitä. Valinnassa painotettiin jutun aktualisuutta ja faktualisuutta (Bruun et. al, 1989, 45), asioiden yleisyyttä, sekä juttujen kiinnostusarvoa ja läheisyyttä potentiaalisille lukijoille.

Sisällön suunnitteluvaiheen loppuvaiheilla tuli idea kokeilla miten tavallinen iltapäivälehdessä lyhyt urheilujuttu taittuisi WWW:iin. Tarjolla oli tilanteeseen sopivasti keihäänheittäjä Matti Närhestä kertova juttu, joka oli julkaistu jo aiemmin Ilta-Sanomissa. Kun lisäarvojen toteuttamistapaa alettiin miettiä, ideoita kerättiin yhteisillä tapaamisilla painotuotteen päätoimittajan ja taittajan kanssa. Näissä tapaamisissa katsottiin ja kritisoitiin jo valmistuneita WWW-sivujen taittopohjia ja sivujen graafisten elementtien sijoittelua ja toimivuutta. Suunnitteluvaiheen aikana kerättiin ideoita paljon myös muista WWW:ssä olevista julkaisuista ja Web-sivustoista sekä aihepiiriin kirjallisuudesta.

### 6.1.8.3. MUOTOSUUNNITTELU

Sisältö WWW-Valmentajalle oli saatu eniten jo valmiista jutuista, jotka oli kirjoitettu painettua lehteä varten. Suunnitteluprosessissa muotosuunnittelu oli huomattavasti työläämpi vaihe kuin sisällöstä päättäminen. Joitain kirjasintyyplejä ja logoja saatiin käyttöön suoraan painetusta Valmentaja-lehdestä, mutta visuaalinen kokonaisuus ja ilme, niin sanottu 'look and feel', piti Web-sivuille kuitenkin luoda alusta alkaen uudelleen. Tämä oli sinänsä luonnollista, koska jo projektin tässä vaiheessa havaittiin, että kyse on kahdesta täysin erilaisesta joukkoviestintävälisestä. On aivan erilaista jo kokemuksena lukea paperille painettua lehteä kuin selailla WWW-sivuja. Painetussa lehdessä on yksittäisen lehden fyysisyyden tuomat edut. Jokainen painettu lehti on yksi yksittäinen kappale. Koska WWW-lehti ei ole kosketeltavissa oleva esine vaan bittejä, siihen ei saa samanlaista fyysistä selailukokemusta.

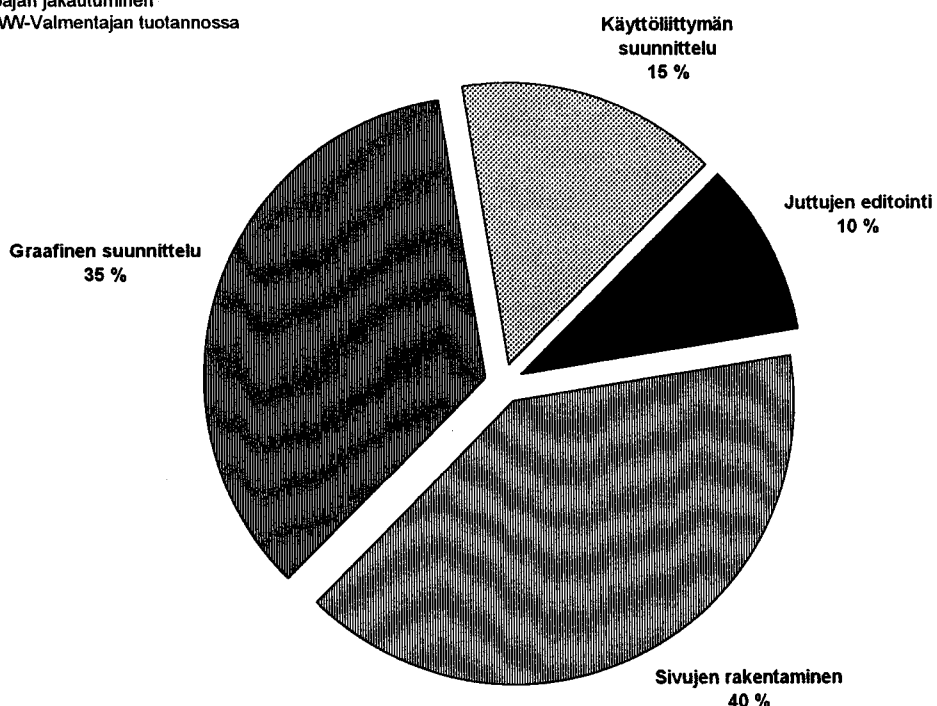
Tässä kohtaa suunnittelua havaittiin, että ryhmätyön tärkeyttä ei voi korostaa liikaa multimediaa tehtäessä. WWW-Valmentajan tapauksessa tarvittiin vähintään neljän alan asiantuntemusta. Nämä neljä alaa olivat hypermedia, journalismi, digitaalinen graafinen suunnittelu ja WWW-ohjelmointi. Valmentaja-projektiin osallistui kuitenkin vain kaksi henkilöä. Tämä todettiin liian pieneksi tuotantoryhmäksi. Eniten aikaa projektista veivät

graafinen suunnittelu WWW:iä varten ja WWW-sivujen rakentaminen. Nämä työvaiheet venyivät osaksi juuri tuotantoryhmän pienuuden vuoksi.

Kun muotosuunnittelu oli saatu valmiiksi toimituksessa heräsi mielenkiinto lähinnä tätä tutkimusta silmällä pitäen siitä, miten muoto-suunnitteluun käytetty pitkä aika oli käytetty. Aikaa muotosuunnitteluun oli mennyt yli kaksi kuukautta, joten projektin toimeksiantajankin taholta oli kiinnostavaa tietää miten ajankäyttö oli jakautunut. Jälkikäteen ajankäytön kartoittaminen oli vaikeaa, mutta seuraavaan (KUVIO 5.) suuntaa antavaan jaotteluun silti päästiin. Tässä auttoivat mm. tekijöiden henkilökohtaisiin ja työpaikan kalentereihin ja tuotanto-osaston seinätaululle tehdyt deadline-merkinnät.

KUVIO 5.

Työajan jakautuminen  
WWW-Valmentajan tuotannossa



Elektronisen julkaisun sivujen rakentaminen ja koodaaminen veivät siis kaikkein eniten aikaa. Lähes yhtä paljon aikaa vei graafinen suunnittelu. Varsinainen journalistinen työ, eli juttujen editointi WWW:iä varten vei lopulta yllättävänkin vähän aikaa. Tämä johtui ennen muuta siitä, että käytettiin jo valmiiksi kirjoitettuja juttuja. Ajankäytöstä on syytä huomioida myös se, että kyseessä oli WWW-lehden rakentaminen lähes alusta. Vain juttujen leipätekstiä, kuvat ja joitain logo-pohjia saatiin painotuotteeksi taitetusta Valmentaja-lehdestä. Kaikkia näitä elementtejä piti mittavasti muokata, ennen kuin ne saatiin toimimaan WWW-ympäristössä. Juttuja piti tiivistää, kuvat ja logot piti muuttaa Web-sivuilla toimiviksi ja suuri määrä kokonaan uusia visuaalisia elementtejä piti luoda.

Työn painopiste oli selvästi varsinaisen lehden muodon rakentamisessa, ei varsinaisessa journalismissa. Jako on todennäköisesti tasaisempi eri työalueiden suhteen kun jututkin tehdään alusta alkaen vartavasten elektroniseen julkaisuun. Valmista lehteä päivitettäessä eivät graafisen suunnittelun ja sivujen rakentamisen osuudet työstä ole kuin murto-osa alun rakentamisprosessista. Oletan kuitenkin, että tulevaisuuden toimittaja tulee tarvitsemaan tietämystä siitä miten WWW-julkaisu toimii ja miten siihen kirjoitetaan, vaikei hänen aina tarvitsisikaan rakentaa sivuja ja käyttöliittymää itse.

#### 6.1.8.4. TOTEUTUS

#### 6.1.8.5. TEKSTIT

Jutut olivat valmiiksi elektronisessa muodossa, koska myös paperisen Valmentaja-lehden taitto oli tehty elektronisesti. Ne konvertoitiin aluksi pelkistetyksi ASCII-tekstiksi. Tämä poisti kaikki tekstinkäsittely-, tai taitto-ohjelmien muotoiluasetukset. Niistä todettiin olevan vain haittaa kun tekstimassaa ryhdytään sijoittamaan WWW-sivuille. Valmentaja-lehden numeron 2/1996 Atlantasta kertovat jutut oli kirjoitettu aikakauslehtimuotoon.

Aikakauslehtijuttujen tapaan jutut käsitelivät aihettaan perusteellisesti. Juttuihin oli sisällytetty kainalojuttuja ja niiden kuvitus oli runsasta. Kuvio 6 selvittää sitä, millaisia juttuja online-Valmentajaan valittiin.

#### KUVIO 6.

##### Alkuperäisestä Valmentaja-lehdestä 2/96 online-Valmentajaan valitut jutut

Juttu	pituus (A4)	paistat	kainalojutut	kuvat
10 mitalin talkoot Atlantassa	4	4	-	7
Atlantassa kilpaillaan huonon saunan oloissa	3	3	2	5
Suomen Valmentajat ry tiedottaa	1	4	-	-
Matti Närhi ryminällä keihäseliittiin (IS)	1 (IS)	3 (IS)	-	1 (IS)

(IS)= julkaistu alunperin Iltä-Sanomissa.

Tässä vaiheessa todettiin, että aikakauslehtijuttu ei joltain osiltaan ole välttämättä parhaita journalistisia tuotteita WWW-ympäristöön siirrettäväksi. Aikakauslehtityyppiset jutut ovat usein laajuudeltaan niin suuria, että yksittäisenä juttuna materiaalia on liikaa yhdeksi Web-jutuksi. Aikakauslehti-tyyppinen materiaali onkin parempi hajoittaa WWW:ssä jos mahdollista esimerkiksi yhden pääjutun ja pienempiä osajuttuja sisältäväksi juttukokonaisuudeksi. Tällöin saadaan aikaan WWW:n välineluonteeseen sopivampi kokonaisuus. Tällöin toteutuu se, että

materiaalia esimerkiksi yhdelle tietokoneen näyttöruudulliselle ei tule liikaa.

Sanomalehtityyppistä juttua edustanut IS:n urheilujuttu oli sen sijaan pituudeltaan juuri sopiva yhdellä WWW-sivulla esitettäväksi.

Elektronisen Valmentaja-lehden pääasiallinen journalistinen materiaali eli niin sanotut 'Atlantajutut' muokattiin huomioiden WWW:n välinelunne (ks. LIITTEEN 3 alaotsikot). Sellaisenaan Atlantajutut eivät olisi toimineet WWW-sivuilla. Yksi elektronisen julkaisemisen ominaispiirre on, että pitkät tekstit WWW-sivuilla ovat lukijalle liian raskaita kuvaputkelta luettaviksi. Tuotannon aikana tehtiin käytännön havainto, että tekstin suhteen journalistisen jutun sopiva pituus on maksimissaan vajaan A4-arkin verran väljää tekstiä. Laajemmat jutut tulee pilkkoa pienemmiksi samanaihepiirin juttuperheiksi. Atlantajuttuja lyhennettiin niin, että niiden pituus puolittui. Todettiin, että juttujen alkupuoliskolla oli kerrottu aiheesta olennaisin joten loppupuoli voidaan karsia pois tai tehdä kainalojutuksi. Näin Atlantajuttujen noin puolentoista A4-arkin pituus sopi jo hyvin yhden WWW-jutun pituudeksi. Myös kuvituksen vähentäminen ja kuvien pienentäminen lyhensi luonnollisesti juttujen pituutta.

#### 6.1.8.6. VALOKUVAT JA GRAFIIKAT

Online-Valmentajan tuottaneessa yrityksessä Viestintänetti Oy:ssä oli käytössä jo valmiiksi digitaalisen valokuvan ja grafiikan muokkaamiseen tarkoitettut laitteistot. Tämä todettiin erittäin hyödylliseksi myös elektronisen julkaisutoiminnan yhtenä olennaisena aputoimintona. Painetun graafisen materiaalin digitalisoiminen, ennen muuta skannaukset ja kuva- sekä grafiikkakonversiot elektronisessa ympäristössä sujuivat tämän ansiosta kitkattomasti. Elektronisen julkaisun visuaalisuutta voidaan hyödyntää WWW:ssä jo paljon, joten Atlantajuttujen todettiin lähtökohtaisesti sopivan tässä mielessä oikein hyvin WWW:hen. Sisäisiväthän nämä aikakauslehtityyppiset jutut paljon kuvia ja myös tilastografiikkaa. Painotuotteesta poiketen muutoksen kuvaaminen animaatiolla on WWW:ssä mahdollista. Animaatio ja videokuva, eli kyky kuvata liikettä onkin eräs WWW-julkaisun valteista paperiseen painotuotteeseen verrattuna.

Atlantan kilpailuolosuhteista kertovassa jutussa oli kolme graafista taulukkoa, jotka kuvaavat urheilijan sopeutumista uusiin olosuhteisiin eri tekijöiden osalta. Tekijöinä olivat aikaero, lämpötila, ilmankosteus ja hikoilu sekä vuoristo-olosuhteet ja veriominaisuudet. Urheilijan sopeutumiskehitystä edellä mainittujen muuttujien valossa voidaan yksinkertaisella animaatiolla WWW:ssä kätevästi havainnollistaa. Koska Valmentaja-lehdessä joka toinen aukeama on mustavalkoinen, päätettiin kuvamateriaaliksi valita värillisten aukeamien kuvat ja grafiikat. WWW:ssä värillisyyden ei kasvata kuvan kokoa merkittävästi ja värien käyttö WWW-tietokonegrafiikassa on melko vaivatonta. Tämän hetkisillä tiedonsiirtonopeuksilla WWW-sivujen sisältämän grafiikan tulee kuitenkin olla kilobiteissä mahdollisimman vähän tilaa vievää.



### 6.1.9. PIENI ON KAUNISTA

Elektronista Valmentaja-lehteä tehtäessä nyrkkisääntönä käytettiin Web-taittamisessa käytettyä 50 kilotavun sääntöä. Tämä tarkoittaa sitä, että jos yhden WWW-sivun koko kasvaa yli 50 kilotavun niin WWW-sivu on silloin kilotavuissa liian suuri ja asioiden esitystapaa tulee tällöin muuttaa vähemmän tilaa vieväksi. Tämä alle 50 kilotavun WWW-sivu sisälsi siis yhden sivun kaiken datan, eli esimerkiksi tekstin, kuvat ja grafiikat. Tästä oli seurauksena, että sivua kohti mahtui leipätekstin ohella useimmiten 1-2 valokuvaa ja 3-4 graafista elementtiä (esim. LIITE 3). Tilansäästöajattelun taustalla on sivujen nopea latautuminen lukijan tietokoneen ruudulle, sekä erityisesti ulkomailla ja hitaiden tietoliikenneyhteyksien (14.4 Kbps ja alle) päässä olevien lukijoiden joustavampi palveleminen.

Esimerkiksi yksi 50 kilotavun WWW-sivu kestää latautua käyttäjän koneeseen 14.4 Kbps nopealla modeemilla ruuhkattomaan aikaan Suomen rajojen sisällä vain muutaman sekunnin. Tämä antaa käyttäjälle miellyttävän mielikuvan sivujen hyvästä ja nopeasta toiminnasta. Tosin ulkomailta sivuja ladattaessa saattavat yhden sivun latausajat venyä monikymmenkertaisiksi, eli useisiin kymmeniin sekunteihin. Kuvat ja grafiikka vievät eniten tilaa sivuilla, joten niiden käytössä on WWW:ssä vieläkin oltava säästäväinen. Laajimmassa WWW-Valmentajan jutussa korvattiin monia painojulkaisun valokuvia yksinkertaisilla kuvakkeilla ja pienillä grafiikoilla. Näin saatiin sivujen koko pysymään pienenä ja tekstiä saatiin kuitenkin elävöitettyksi.

### 6.1.10. LINKIT MAAILMALLE

Koska Atlantan olympialaiset olivat lähellä ja valitut jutut käsittelivät pääasiallisesti Atlantaa, päätettiin tärkeimmät linkit tehdä suoraan Atlantan kisajärjestäjien sivuille (esim. LIITE 3 jutun otsikko). Linkkien rakentamisessa ongelmaksi tuli se, mitkä sanat valittaisiin hiirellä klikattavan hypertekstilinkin sisältäviksi sanoiksi. Tekstin sisään upotettavien linkkien kuumien sanojen valinta ei ollut yksinkertaista. Hypertekstilinkin ja linkityksen kohteena olevan elektronisen dokumentin vastaavuuden tulee olla mahdollisimman yhteneväinen, jottei käyttäjä linkkiä klikattuaan tunne joutuneensa väärälle WWW-sivulle. Assosiativisesti ja loogisesti oikeaa suhdetta noudattavien linkkisanojen löytäminen journalistisesta jutusta osoittautui ennalta ajateltua vaikeammaksi.

#### 6.1.10.1. LINKKIEN LOGIIKASTA

Valmentaja-projektin aikana havaittiin, että journalistisessa jutussa tekstin sisäisiä linkkipaikkoja ei lopulta ole kovin montaa. Erisnimien tai niiden lyhenteiden havaittiin sopivan erittäin hyvin kuumiksi sanoiksi, koska erisnimi kuten 'Atlanta' tai 'SLU' (Suomen Liikunta ja

Urheilu), viittaavat johonkin fyysiseen paikkaan tai kokonaisuuteen, jolla on omat sivunsa. Tämä linkitys tuntui assosiatiiviselta suhteeltaan oikealta. Lisähavainto erisnimien sopivuudesta linkeiksi on se, että paikkametafora on käyttökelpoinen WWW:ssä. Joku sivu tai sivusto muodostaa tilan tai paikan, johon on kuumalla sanalla loogisesti korrektia viitata. Laajimmissa jutuissa käytettiin alaotsikoita. Näihin alaotsikoihin viitattiin jo WWW-jutun alussa. Ne muodostivat ikäänkuin jutun sisällysluettelon. Näin lukija näki heti sivulle tullessaan, mitä juttu pääosiltaan sisälsi, ilman että sivua olisi tarvinnut "rullata" näytöllä alaspäin. Jutun alaotsikot olivat hyviä hyperkstilinkkien paikkoja, joista lukija pääsi jutussa suoraan haluamansa alaotsikon kohdalle.

Sen sijaan juttujen sisältä löytyi yllättävän vähän linkeiksi kelpaavia sanoja tai lauseita. Ja ennen kaikkea oli vaikeaa löytää WWW:stä linkkisanojen kohteena olevia oikeansisältöisiä WWW-sivuja. Tämä tosin johtui osaltaan aihepiirin, urheiluvalmennuksen, kapeudesta. Hypertekstilinkin kohteena olevan sivun löytämisen vaikeudesta WWW:ssä käy seuraava esimerkki (ks. LIITE 4):

"Opetusministeriö asetti liikunta-alan tutkintotoimikunnan. Toimikunnan toimialana on Valmentajien erikoisammattitutkinto ja toimialueena on koko maa."

Sana 'opetusministeriö' on periaatteessa hyvä linkkisana, mutta mihin se viittaisi? Jos se viittaisi opetusministeriön kotisivulle linkki olisi periaatteessa looginen, mutta irti hypertekstuaalisesta kontekstistaan. Jotta konteksti olisi oikea 'opetusministeriö' sanan tulisi viitata dokumenttiin, joka kertoo jotain liikunta-alan tutkintotoimikunnasta. Sitä emme WWW:stä löytäneet, joten linkkiä ei tähän rakennettu. Hypertekstilinkin todellisen kontekstin määrittelyssä on syytä olla tarkkana. Muuten dokumentin tai journalistinen juttu hypertekstuaaliset viittaussuhteet menevät sekaisin ja koko sivustosta tai palvelusta tulee muodoltaan sekava. Toinen vaihtoehto on laittaa journalistiseen juttuun liittyvät linkit jutun jälkeen omaksi listakseen, jos sopivia kuumia sanoja ei itse leipätekstistä löydy. Näin on tehnyt mm. CNN-Interactive-utispalvelu (<http://www.cnn.com>).

Metsämäki (1995, 84) päätyy hypertekstilinkkien viittauksista puhuessaan samantyyppiseen havaintoon. Metsämäen mukaan sanakirjat, taulukkotieto, ja luettelotieto sisältää hyvin paljon mahdollisia sanaviittauksia sisältävää ainesta. Suorasanainen kertova teksti, kuten esimerkiksi journalistinen juttu, ei sen sijaan sisällä assosiatiivista ainesta yhtä paljon. Metsämäki (emt.) on päätenyt tulokseen, että oppikirjatekstissä noin 20 prosenttia sanoista on viittauskelpoisia, mutta erilaisissa taulukoissa linkkisanoina kelpaavien sanojen määrä voi lähestyä jopa sataa prosenttia.

Metsämäki tekee myös toisen linkkien logiikkaan liittyvän mielenkiintoisen havainnon, joka tulee määrittelemään tulevaisuuden räätälöityjen elektronisten lehtien muotoa. Metsämäki kirjoittaa:

“...lehden uutisjutun hyperesitykseen kokeiltu matriisimalli oli työmäärältään moninkertainen verrattaessa puumaiseen rakenteeseen. Matriisimallin mukaiseen julkaisemiseen soveltuvat lukijan mielenkiintoprofiilin mukaan luettavat uutiset, joiden valinta tapahtuu avainsanojen ja olioiden avulla. Matriisi toimii silloin lähinnä profiilin määräämänä taittopohjana muutoin valmiille uutisainekselle. Viittausten teon on oltava avainsanojen ja -olioiden perusteella automatisoitua.” (emt.)

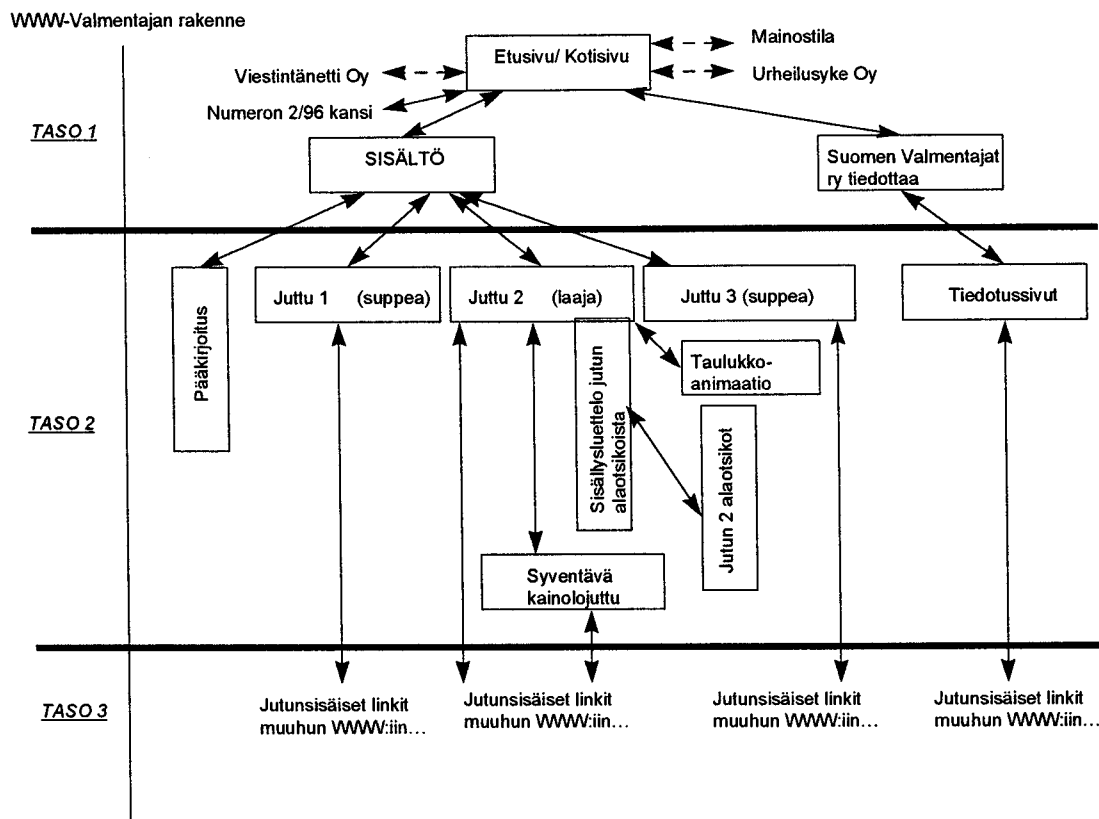
Linkit muille aiheen ulkopuolisille sivuille vievät lukijan huomion helposti muualle. Lukija lähtee lukemaan jotain uutta dokumenttia eri WWW-sivuilla ja unohtuu sille tielleen, eikä muista palata navigoinnin alkupisteessä sijainneen WWW-julkaisun sivuille ollenkaan. Hyvän WWW-julkaisun ominaisuuksiin kuuluu siis tarkoin rajatut ja aiheessa pysyvät hypertekstiviittaukset. Tässä oikeiden linkkien ja yhteyksien luonnissa on työnsarkaa myös tulevaisuuden toimittajille.

WWW-Valmentajaa tehtäessä päätettiin jo alusta lähtien rakentaa linkit sitä lähellä oleviin organisaatioihin (LIITE 2). WWW-Valmentajan yksi tehtävä oli toimia mainoksena WWW:ssä paperiselle lehdelle ja sen tehneille organisaatioille. Näkyvyys taattiin rakentamalla linkit Online-Valmentajan etusivulle. Viestintänetti oy-linkki ja Urheilusyke oy-linkki johtivat yritysten kotisivuille. Viestintänetti oy vastasi Online-Valmentajan tuotannosta ja Urheilusyke oy on Valmentaja-lehden kustantaja.

## 6.1.11. WWW-VALMENTAJAN RAKENNE

Valmiin WWW-Valmentajan rakennetta voi kuvata seuraavalla (KUVIO 7) kaaviolla:

KUVIO 7.



Kaaviosta on havaittavissa tasojen yksi ja kolme samankaltainen suhde tasoon kaksi. WWW-Valmentaja sijaitsee kahden linkkiverkoston välissä ja yhdistyy niihin. Julkaisuun saapumisen suunta on tasolta yksi tasolle kolme. Tosin WWW-julkaisuun voi tulla sisälle sen mistä kohdasta tahansa. Tällainen tilanne syntyy esimerkiksi silloin kun lukija hakee tietoa WWW:stä hakupalvelun avulla ja hakupalvelun tulos viittaa johonkin julkaisun sisällä olevaan sivuun, eikä julkaisun etusivuun. WWW-julkaisu on muun siihen liittyvien organisaatioiden osa ja toisaalta julkaisun jutut ovat linkittyneitä muuhun World Wide Webiin. Kun ajatellaan toimitusten työprosessia tulee tästä muuhun WWW:iin linkittämisestä uusi toimituksellinen tehtävä. Elektronisen julkaisun toimitus vastaa siitä, mihin WWW-julkaisu linkittyy ja missä linkit sijaitsevat.

Kaaviossa juttujen laajuudella tarkoitetaan suppealla jutulla 1-2 A4-liuskan juttua 3-4 valokuvalla. Laajalla jutulla tarkoitetaan yhtä 3-4 A4-liuskan juttua ja 6-8 valokuvalla tai grafiikalla ja siihen liittyviä 1-2 puolen liuskan kainalojuttua. Juttu 2 oli rakenteeltaan ja sisällöltään julkaisun jutuista monisyisin. Siinä käytettiin laajan jutun tekstinsisäisiä linkkejä, jotka johtivat jutun alaotsikoihin. Näillä saattoi hypätä laajassa tekstimassassa suoraan siihen

jutun kohtaan, jonka alaotsikko osoitti. Syventävä kainalojuttu ja taulukkografiikka syvensivät jutun aihepiiriä lisää. Juttu 2 kertoi Atlantan kilpailuolosuhteista ja urheilijoiden sopeutumisesta näihin olosuhteisiin. Tällä rakenteella koko lehden päivitettävyys yksittäisten juttujen osalta säilyi kohtuullisen yksinkertaisena. Tämä oli mm. sen ansiota, ettei eri juttujen välille luotu linkityksiä, vaan kukin juttu eteni itsenäisenä kokonaisuutenaan.

#### 6.1.12. WWW-JULKAISEMISEN TYÖKALUT

Millaisilla välineillä WWW-Valmentaja sitten kasattiin? WWW-julkaisun tekemiseen tarvitaan monia eri tarpeisiin suunniteltuja tietokoneohjelmia. Valmentaja-lehti projektissa käytettiin seuraavia ohjelmia:

1. Grafiikkaohjelmat
2. tekstieditorit
3. WWW-sivujen taitto-ohjelmat
4. WWW-selaimet

Grafiikkaohjelmilla luotiin WWW-lehden kuvat ja grafiikat. Kuvien ja taulukko- ym. grafiikoiden perustana käytettiin samoja tiedostoja kuin paperisessäkin lehdessä. Tekstieditoreita tarvittiin paperilehden tekstiosuuksien tallentamiseen sellaiseen muotoon, jotta WWW-sivujen taitto-ohjelma hyväksyisi ne. Useimmiten käytettiin mahdollisimman pelkistettyä ASCII-tekstiformaattia tekstien editoinnissa. Lisäksi ainoastaan WWW-lehteen tulevien juttujen tekstiosuudet kirjoitettiin tekstieditoreilla ja tallennettiin myös useimmiten ASCII-tekstinä. WWW-lehden teossa tärkeintä osaa näyttelevät erilaiset WWW-sivujen taitto-ohjelmat. Niillä luodaan ja testataan lopullinen WWW-sivujen ulkoasu ja lehden lopullinen käyttöliittymä. Valmentaja-projektissa käytettiin yhteensä kahta editoria. Ensin sivujen elementit (tekstit, kuvat, grafiikat) tuotiin sivuille. Näin luotiin eri elementtien perusjärjestys. Tässä työssä käytettiin Adoben Pagemill 1.0 nimistä ohjelmaa. Pagemill toimii WYSIWYG-periaatteella, eikä sillä WWW-sivuja taitettaessa tarvitse osata HTML-sivunkuvauskieltä juuri lainkaan. Pagemill kuitenkin käyttää HTML-kieltä sivujen kuvauksessa. WYSIWYG-lyhenne tulee sanoista What You See Is What You Get. Idean voisi kääntää suomeksi esimerkiksi "saat mitä näet". WYSIWYG-periaate tarkoittaa tietokoneslangissa sitä, että jos tietokoneen ruudulla esimerkiksi kirjoitetaan kirje tai taitetaan lehden sivu, se näyttää lopullisena paperitulosteena tai WWW-sivuna mahdollisimman samalta kuin sivua suunnitellessa monitorin kuvaruudulla. WWW-sivujen taitto-ohjelmat ovat menossa siihen suuntaan, että sivujen tekijät voivat taittaa esimerkiksi lehtiään lähes samaan tapaan kuin paperilehden taittoa tehtäessä. Tämä tarkoittaa sitä, että HTML-kielen osaamisen tarve tulevaisuuden WWW-taitossa tulee vähenemään.

Kun elektronisen Valmentaja-lehden perustaitto Adoben valmistamalla Pagemill-ohjelmalla oli tehty, siirryttiin Web Weaver-nimiseen 'shareware' (halpoja, mutta suppeita Internetissä tarjolla olevia tietokoneohjelmia) HTML-taittoohjelmaan. Web Weaverissä (voisi kääntää esim. Verkon kutoja, Netin kutoja) päästään editoimaan varsinaista HTML-sivunkuvauskieltä. Näin saadaan lehden sivujen ulkoasu ja toiminnot hiottua lopullisesti halutunlaiseksi julkaisuksi.

Kun Web Weaverissä tehtiin lopullista WWW-sivujen editointia, oli tärkeää koko ajan tarkastaa miltä julkaisu näytti varsinaisessa katseluohjelmassa, eli WWW-selaimessa. Selainohjelmat ovat niitä tietokoneohjelmia, joilla tehtyjä WWW-sivuja luetaan. Tällä hetkellä kaksi suosituinta selainohjelmaa ovat Microsoftin MS Internet Explorer ja Netscape Communicationsin Netscape Navigator WWW-selaimet. Selaimet sisältävät toisistaan eroavia ominaisuuksia ja näyttävät joskus WWW-sivut eri tavalla. Elektroninen Valmentaja-lehti optimoitiin toimimaan Netscape Navigator ohjelmalla. Tosin käytännössä suuria eroja näiden kahden selaimen näyttämien sivujen ulkoasussa ei WWW-Valmentajan tapauksessa havaittu. Maailmalla on jo kuitenkin useita elektronisia lehtiä, jotka toimivat paremmin toisessa selaimessa kuin toisessa.

Kun sivujen taitto on saatu valmiiksi, on tärkeää lopuksi vielä testata koko WWW-julkaisun toimivuus kokonaisuutena. Hypermediaalisuus teettää tässä kohdin paljon töitä. Esimerkiksi hypertekstilinkkien viittausten toimivuuden tarkastaminen on tärkeää koko tehdyn julkaisun toimivuuden kannalta. Lehden sisäisestä rakenteesta on tärkeää tarkastaa:

1. Navigointi- ja valikkopainikkeiden toiminta
2. Painikekuvien (imagemap) toiminta
3. Tekstinsisäisten hypertekstilinkit
4. Julkaisun ulkopuolelle viittaavat linkit

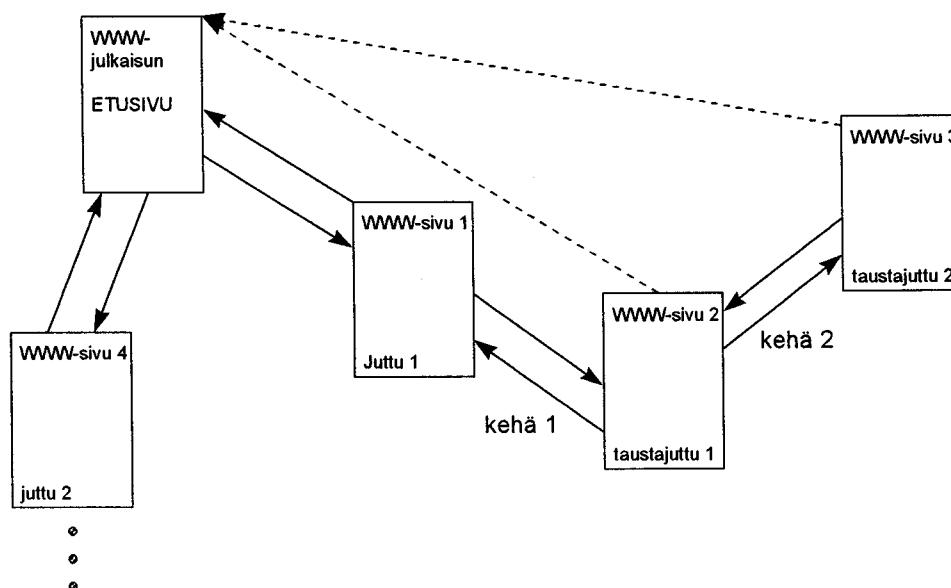
Edellisessä listassa toimivuudella tarkoitetaan sitä, että linkki viittaa tarkoitettuun kohteeseen ja että linkin kohteessa on ajantasaista tietoa. Tosin vastuu linkkien ajantasaisuudesta päättyy ko. julkaisun sisäisiin linkkeihin. Jos linkit viittaavat muualle WWW:iin ei linkkien kohteena olevien tietojen ajankohtaisuudesta voikaan mennä takuuseen.

#### 6.1.13. HYPERTEKSTIKEHÄT

Hypertekstijulkaisun sisäiseen navigointiin syntyy helposti sisäkkäisiä sivuja, joista käyttäjä ei enää pääse esimerkiksi pääsivulle, vaan jää kiertämään kahden sivun muodostamaa kehää. Tällainen hypertekstikehä (KUVIO 8) muodostuu silloin kun kaksi linkkiä viittaavat toisiinsa ja käytössä on vain paluu jälkimmäiseltä sivulta aiemmalle ja ensimmäisellä sivulla ei ole muuta kuin taaksepäin mahdollistavan navigoinnin painike.

KUVIO 8.

Hypertekstikehä



Julkaisusta poistuminen tai pääsy julkaisun etusivulle tuleekin taata jokaisella elektronisen julkaisun sivulla. Kuvan esimerkissä WWW-julkaisun juttuina ovat hypertekstijuttu 1 (www-sivu 1) ja hypertekstijuttu 2 (www-sivu 4). Jutulle yksi on tehty kaksi taustoittavaa juttua, jotka on linkitetty toisiinsa hierarkkisesti. Kun jutun 1 lukija menee lukemaan taustajutun 1, hänelle ei tässä esimerkissä tarjotakaan enää suoraa poisääsyä julkaisun etusivulle. Kun lukija palaa taustajutusta 1 varsinaiseen juttuun 1 ja painaa esim. WWW-selaimen BACK-painiketta (joka siirtää aina takaisin edelliselle sivulle), hän ei peruutakaan julkaisun etusivulle vaan palaa edelliselle lukemalleen sivulle eli taustajuttuun 1. On syntynyt hypertekstikehä 1 (kuvassa kehä 1). Tästä peruuttelemalla (BACK-painike) lukija vielä kahden sivun jälkeen pääsee WWW-julkaisun etusivulle, mutta jos lukija on esimerkiksi mennyt lukemaan myös taustajutun 2 josta on vielä linkki juttuun 4 syntyy hypertekstikehä yhden lisäksi myös kehä 2 ja silloin tämän WWW-julkaisun käytettävyyden voidaan sanoa kadonneen hypertekstikehien pyörteisiin. Koko edellinen esimerkki kuvastaa sitä, kuinka helposti lukija itseasiassa on hyperstektijulkaisussa hukassa. Kuvaan on merkitty katkoviivalla yksinkertainen ratkaisu hypertekstikehän ongelmaan. Jokaiselta sivulta tulee erillisellä hypertekstisanalla tai graafisella painikkeella taata käyttäjälle suora paluumahdollisuus julkaisun etusivulle tai muuhun julkaisun solmukohtaan. WWW-sivuilta 1 ja 4 pääsee etusivulle luontevasti, koska ne ovat aina hypertekstipolussa etusivusta seuraavina.

Toinen syy miksi jokaiselta sivulta tulee taata pääsy julkaisun solmukohtiin on pääsy julkaisun sivuille mistä julkaisun kohtaa tahansa. WWW:n käyttäjä on esimerkiksi kiinnostunut Seppo Rädyn keihäsmenestyksestä. Käyttäjä tekee haun WWW:n hakukoneelle hakusanalla Seppo Rätty. Hakukone antaa haun vastaukseksi taustajutun 2 WWW-sivun osoitteen, koska jutun teksti sisältää merkkijonon 'Seppo Rätty'. Käyttäjä kokee linkin mielenkiintoiseksi ja lukee taustajutun 2. Sitten hän huomaa, että juttu onkin osa laajempaa juttukokonaisuutta Suomalaisesta keihäsmenestyksestä Atlantan kesäolympialaisissa 1996. Käyttäjän on kuitenkin vaikeaa päästä julkaisun etusivulle, jos hän on tullut julkaisuun sisään jutun keskelle, eikä hänelle tarjota paluulinkkiä julkaisun etusivulle. Tästä esimerkistä voidaan siis vetää seuraavia johtopäätöksiä.

WWW-julkaisussa liikkuminen on julkaisun tekijän vastuulla. Aivan liian usein näkee WWW-sivukokonaisuuksia, joiden navigointia ei ole havainnollisesti suunniteltu. Julkaisun perustava linkkirakenne ja sivusto tuleekin suunnitella huolella etukäteen. WWW-sivuilla navigointi ja julkaisun sisäinen rakenne ovat tärkeimpiä julkaisun muotosuunnittelun kohteita. Lisäksi käyttäjälle tulee jokaisella julkaisun sivulla tarjota linkit julkaisun solmukohtiin. Näitä solmukohtia ovat esimerkiksi julkaisun etusivu ja osastojen etusivut, jos sellaisia julkaisussa on.

#### 6.1.14. RHEINISCHE POST ONLINE

Tätä tutkimusta varten ja erityisesti online-ympäristön lisäarvoihin liittyen tehtiin teemahaastattelu, jonka kohteena oli saksalaisen Rheinische Post-päivälehdän (RP) online-toimitus. Rheinische Post-sanomalehti on perustettu 1946 ja sillä on Nordrhein-Westfalenin alueella noin miljoona lukijaa. Lehden toimitus sijaitsee Düsseldorfissa. Päivälehti budjetoit vuosittain RP-Onlineen toimintaan kokonaisuudessaan noin kolme miljoonaa Suomen markkaa. RP-Onlineella on oma kuuden hengen itsenäinen toimituksensa, joka työskentelee vain RP-Onlinea varten. RP-Onlineen WWW-toimituksen päätoimittaja Klaus Krausen (Rheinische Post haastattelu 1.4. 1996) mukaan RP-Onlineessa oli heti alusta pitäen ajatuksena, että painotuote-RP ja RP-Online eivät ole yksi yhteen kopioita toisistaan. RP-Online sisältää kyllä tärkeimmät elementit painetusta RP:sta (kuten osastojaon), mutta siihen pyritään rakentamaan WWW-julkaisemisen mahdollisuuksia hyväksikäyttäviä lisäarvoja. Päätoimittaja Krause määrittelee Rheinische Postin online-lehden lisäarvoiksi seuraavat arvot:

1. Ajankohtaisuus
2. Arkistot/ tietopankit
3. Taustoittaminen
4. Interaktiivisuus



Ajankohtaisuudella Krause tarkoittaa sitä, että WWW-RP voidaan päivittää useammin kuin paperinen lehti. RP:ssa se tapahtuu kaksi kertaa vuorokaudessa aina kello 12. Tämä on sikäli erikoista, että WWW-lehden erityisominaisuuksiin kuuluu mahdollisuus jatkuvaan päivitetävyyteen samalla lailla kuin teksti-TV:ssä. Krause perustelee kahden vuorokautisen deadlinen käyttöä sillä, että lukijat tietävät aina kello kahdentoista jälkeen sivuilla olevan tuoretta tietoa.

Arkisto/ tietopankki-lisäarvoa RP-Online käyttää siten, että juttujen teossa ja linkityksiä WWW-juttuihin tehtäessä käytetään hyväksi lehden laajaa digitaalista arkistoa. Nämä arkistot yhdessä vanhojen RP-Onlinen numeroiden kanssa muodostavat osan lisäarvosta kolme, eli juttujen taustoittamisen. Taustoittamisen mahdollisuutta käytetään hyväksi myös tekemällä laajempia muualle WWW:iin linkitettyjä juttuja. Interaktiivisuuden eli vuorovaikutteisuuden lisäarvoa RP-online käyttää erilaisten palaute-/ kilpailu-/ ja mielipidekyselylomakkeiden muodossa.

## 6.2. JOURNALISTISEN TYÖPROSESSIN MUUTOKSET

### 6.2.1. TOIMITTAJA TIETOVERKOSSA

Karonen (<http://www.uta.fi/~typakar/jr/tk.htm>) teki syksyllä 1996 kiinnostavan avauksen journalistin tulevaisuuden työnkuvaa koskevaan keskusteluun julkaisemalla aihepiiristä WWW-sivuston. Sivusto elää sen mukaan kun aiheesta kiinnostuneet sitä kommentoivat. Yksi keskeinen sivuston aihe on tietoverkkojulkaisemisen vaikutukset toimittajan työnkuvaan. Karosen (em.) mielestä vaikutukset journalistiseen työprosessiin ovat työvaiheittain seuraavia:

#### **Tapahtumien seuranta ja ideointi**

Vaikutus tähän journalistisen työprosessin vaiheeseen on merkittävä jos aineiston määrä verkoissa kasvaa merkittävästi. Tästä on viitteitä jo nyt. Kun elektronisen aineiston määrä muun aineiston lisäksi kasvaa, toimittamisen tarve vain lisääntyy. Tarvitaan yhä enemmän työntekijöitä seuraamaan ja valitsemaan ideoita lisääntyvästä informaatiomäärästä.

#### **Tiedon, kuvien ja muun aineiston hankinta**

Aiheesta, henkilöiden tavoitettavuudesta ja muusta riippuen vaikutus tähän journalistisen työprosessin vaiheeseen on miten suuri tahansa aina olemattomasta ratkaisevaan vaikutukseen saakka. Tässä kohtaa journalistista työprosessia korostuvat entisestään jo muutenkin journalistille tarpeelliset taidot eli aineistonhakutaidot, kyky epäillä kaikkea ja taito suhteuttaa yksityiskohdat kokonaisuuteen. Uusiksi toimittajien aineistonhankintakanaviksi Karonen (em.) mainitsee muun muassa seuraavia:

Sähköposti, tiedostonsiirrot, keskusteluryhmät, tosiaikaiset yhteydet kuten IRC (Internet Relay Chat), hakupalvelut, tietokoneistetut arkistot, WWW-sivut, kuvien kaappaus ja muut aineistolähteet kautta maailman.

#### **Jutun varsinainen kirjoittaminen ja kuvien teko**

Jos julkaisu-ympäristönä on paperinen lehti ei tietoverkoilla ole tähän työprosessin kohtaan vaikutusta. Sen sijaan jos journalistinen tuotos julkaistaan tietoverkossa tai muuten elektronisessa muodossa kuten CD-ROM levynä näkee myös Karonen (em.) tietoverkon vaikutukset tähän työprosessin kohtaan suurina. Vaikutukset ulottuvat ilmaisutapoihin ja jutturakenteisiin, mutta eivät journalismin periaatteisiin, kuten esimerkiksi uutiskriteereihin. Karonen perustelee journalismin periaatteiden muuttumattomuutta sillä, että jos perusteet muuttuvat niin tulos ei enää ole journalismia. Journalismin käytännöt voivat siis muuttua, mutta sen perusteet eivät.

### **Lehden kokoaminen**

Painotuotteen ollessa kyseessä ei tietoverkoilla ole juuri vaikutusta tähän työprosessin vaiheeseen. Tietoverkko vaikuttaa erittäin paljon journalistiseen työprosessiin, jos kyseessä on elektronisessa muodossa tapahtuva julkaiseminen. Ilmaisutavat ja lehden rakenne voivat olla kokonaan erilaiset kuin paperisissa julkaisuissa. Sellaiset uuden median ominaisuudet kuten vuorovaikutteisuus, verkkomaisuus ja multimediaominaisuudet voivat muuttaa jopa koko julkaisun luonnetta. Valmentaja-projekti koskee journalistisessa työprosessissa ennen muuta lehden kokoamisen vaihetta. Seuraavassa kuvataan Valmentaja-lehden luonnetta Karosen mainitsemien vuorovaikutteisuuden, verkkomaisuuden ja multimediaominaisuuksien valossa.

Vuorovaikutteisuus, verkkomaisuus ja multimediaominaisuudet Valmentaja-lehdessä Valmentaja-projektissa vuorovaikutteisuutta esimerkiksi palautteen antamisen muodossa ei sisällytetty välittömästi varsinaiseen julkaisuun. Tämä johtui siitä, että ensimmäisessä kokeilussa haluttiin testata ennen muuta journalististen juttujen toimivuutta WWW-sivuilla sinänsä. Lukijalle tarjottiin palautteen antamisen mahdollisuus Valmentaja-lehden tuottaneen yrityksen sivuilla. Tämän sijoittelun taustalla oli se ajatus, että palautteen saajana on yritys, joka on lehdenkin tuottanut ja että alkuun yritys, eivätkä toimittajat, hoitaisi saadun palautteen käsittelyn.

Verkkomaisuus toteutettiin Valmentajassa harkitun rajoitetusti. Linkitysten vähäisyyden taustalla on ajatus siitä, että oman julkaisun ja juttujen painoarvo vähenee, jos linkityksiä muille sivuille on todella paljon. Lisäksi haluttiin korostaa Valmentaja-lehden tekemiseen liittyviä yrityksiä. Jatkossa on tarkoitus rakentaa erillinen osasto yhteyksille muihin koti- ja ulkomaisiin valmennuksen alaan liittyville WWW-sivuille.

Multimediaominaisuuksia käytettiin Valmentajassa vähän. Tämä johtui kahdesta seikasta. Ensimmäinen syy multimediaominaisuuksien vähyyteen oli sivujen toimivuuden takaaminen myös vaatimattomimmilla ohjelmisto- ja laitteistokokoonpanoilla. Toinen syy oli työn määrä. Jo perussivuston rakentaminen pienellä tuotantoryhmällä (1-2 henkilöä) vei enemmän aikaa kuin etukäteen oli arvioitu. Modernien multimediaominaisuuksien, kuten vaativien tietokoneanimaatioiden (Macromedia Shockwave-tekniikka) ja ääniominaisuuksien rakentaminen (esimerkiksi Real Audio-tekniikka), vie pieneltä WWW-toimitukselta paljon aikaa ja vaatii omaa erikoisosaamistaan. Tässä yhteydessä on syytä muistaa, että WWW-Valmentaja oli tässä vaiheessa kokeilu, ei varsinaisen kaupallinen tuote.

### **Julkaiseminen ja jakelu**

Karonen (<http://www.uta.fi/~typakar/jr/tk.htm>) esittää, että tietokoneistetussa verkkojulkaisussa julkaiseminen ja jakelu kuuluvat myös toimitusasioiksi. Painotuotejulkaisuissahan julkaisu ei enää ole ollut toimitusasia.

Tietoverkot vaikuttavat julkaisemiseen ja jakeluun uudessa mediassa, eivät perinteisissä paperijulkaisuissa. Vaikutukset ovat seuraavia:

- Juttuja voi mennä verkkoon koko ajan
- Lukija voi hakea kaikenlaisia aineistoja tietoverkosta itse

Toisaalta elektronisen journalistisen tuotteen luettavuus, käytettävyys ja miellyttävyys ovat Karosen (em.) mielestä ainakin toistaiseksi paperista lehteä heikommat.

Valmentaja-projektissa kävi ilmi, että online-journalismin työprosessi eroaa perinteisestä journalistisesta työprosessista Kuutin määritelmän (1994, 37) osalta lähinnä tietojen jäsentämisen ja jutun kirjoittamisen osalta. Miettisen (1988, 33) määritelmässä on lisäksi kohdassa 'jutun tekeminen' mukana jutun visualisointi, joka myös on erilaista WWW-ympäristössä. Koko uusi media ja WWW sen osana vaikuttavat myös yhtenä uutena dokumenttilähteenä ja tiedonhankintaväylänä journalistiseen tiedonhankintaprosessiin. Seuraavassa pyritään kuitenkin uutta journalistista työprosessia kuvaamaan ennen muuta tietojen jäsentämisen ja jutun kirjoittamisen kannalta WWW-julkaisemisen ympäristössä Valmentaja-projektin kautta.

## 6.2.2. JUTTU JA JULKAISU UUDESSA YMPÄRISTÖSSÄ

Linkityksiä lehden sisällä ja jutun sisällä on syytä miettiä jo, kun juttua aletaan suunnitella ja viimeistään silloin kun juttua kirjoitetaan. Tässä asiassa on kyse pitkälti samasta asiasta kuin juttujen tekemisessä muihinkin joukkotiedotusvälineihin. Juttua tehtäessä on pidettävä mielessä, mihin välineeseen sitä ollaan tekemässä. Sopeutuvat dokumentit aiheuttanevat tulevaisuuden toimittajille kohdemedian määrittelyssä päänvaivaa. Jos julkaisumedian on sopeutuva dokumentti, vastaanottaja voi esimerkiksi kuunnella jutun audiotiedoston tai lukea sen tekstinä. Silloin toimittajan on hyvin vaikea enää mieltää mihin joukkoviestintävälineeseen hän on itseasiassa juttuaan tekemässä. Negrofonte kirjoittaa tästä tulevaisuuden joukkoviestintätilanteesta osuvasti:

“Pitemmällä tulevaisuudessa näemme, että lähetettävät bitit eivät rajoitu tiettyyn mediaan. Otetaan säätila esimerkiksi. Nykyisin katsojille näytetään, kuinka säätieteilijä touhua sääkarttojensa ja -kaavioidensa parissa. Sen sijaan tulevaisuudessa säätilan kuvaus lähetetään tietokonemuodossa. Kun bitit saapuvat tietokonetelevisioosi, käytät tietokoneen kykyä muokata tietoa ja saat sää tiedotuksen puhuttuna raporttina, karttatulosteena tai Disney-hahmon elävöittämänä piirrossarjana.” (Negrofonte, 1996, 62)

Eräänä lähestymistapana tällaiseen uudenlaiseen toimitustyötilanteeseen voi olla kunkin mediaelementin omien vahvuuksien hyväksikäyttö siihen saakka kunnes varsinaista

hypermediajuttua kasataan. Lopullisessa hypermediajulkaisussa sitten käytetään eri mediaelementtien synteisiä eli multimediaalista esitystä. Vahva yksittäisten mediaelementtien toimivuus multimediajutussa yhdessä on enemmän kuin osiensa summa. Ennen kunkin mediaelementin suunnittelua ja toteutusta tulisi miettiä jo alustavasti sitä synteisiä, jonka ne yhdessä muodostavat. Tämähän on monille toimittajille tuttua jo esimerkiksi TV-tuotannosta (äänen, puheen ja liikkuvan kuvan yhdistäminen).

Online-Valmentajan tapauksessa jutut oli jo valmiiksi kirjoitettu. Jutut oli kuitenkin tehty paperilehteä varten. Online-Valmentajaa varten jouduttiin sekä juttuja että kuvitusta toimittamaan uudestaan. Kuutin (1994, 37) jaottelussa tämä tarkoittaisi keskittymistä kohtiin 4 ja 5, eli jutun kirjoittamiseen ja kriittiseen tarkasteluun ennen jutun julkaisemista. Miittisen (1988, 33) toimitustyöprosessin jaottelussa online-Valmentajan erityispiirteet kohdistuvat kohtaan F, eli jutun koostamiseen. Karosen (<http://www.uta.fi/~typakar/jr/tk.htm>) jaottelussa Valmentaja-projektin suurin uusi journalistinen työ sijoittuu kohtaan 'lehden kokoaminen'. WWW-Valmentajan tapauksessa kyseessä on juuri Karosen mainitsema, ja lehden kokoamiseen vaikuttava, elektroninen julkaisu-ympäristö. Valmentaja-projektissa toteutui se, mitä Karonen on journalistisesta työprosessista tässä kohdin kirjoittanut. Online-ympäristöllä oli Valmentajan tapauksessa vaikutuksia jutun ilmaisutapoihin ja jutturakenteisiin, kuten tämän tutkimuksen käytännön WWW-lehteä koskeva osuus osoittaa. Tällaisia vaikutuksia jutun ilmaisutapoihin ja jutturakenteisiin olivat esimerkiksi:

- Koko julkaisun rakenteen ja taiton miettiminen uudestaan WWW:iä varten.
- Aikakauslehtijutut ovat liian pitkiä WWW:iin ja niistä tehtiin toisiinsa linkitettyjä lyhyempiä juttuja sisältäviä juttuperheitä.
- Hypertekstilinkkien sijoittaminen juttuun muuttaa jutun lukutapaa.
- On suunniteltava lukijan vuorovaikutteisuuden mahdollisuudet ja tämän vuorovaikutteisuuden sijainti julkaisussa.

Journalismin periaatteisiin, kuten uutiskriteereihin ei WWW-Valmentajan tapauksessa elektronisella julkaisu-ympäristöllä ollut vaikutusta. Tämä noudattaa Karosen (em.) väitettä journalismin periaatteiden muuttumattomuudesta vaikka julkaisu-ympäristö muuttuisikin. WWW-Valmentajan tapauksessa journalismin käytäntö muuttui, mutta sen periaatteet eivät.

### 6.2.3. WWW-JULKAISUN LISÄARVOJA

Mikä on se lisäarvo, jonka elektroninen julkaisu ja esimerkiksi WWW-lehti muodostaa? Tämä on kohtalonkysymys koko elektronisen julkaisemisen piirissä. Jos lisäarvoa perinteisiin joukkoviestintävälineisiin nähden ei pystytä tehokkaasti löytämään ja hyödyntämään, on turhaa ajatella WWW-julkaisujen käytön yleistyvän esimerkiksi ns. 'tavallisten kuluttajien'

parissa. Sanomalehtien liiton mielestä sähköisissä julkaisuissa on mahdollista tarjota seuraavanlaisia lisäarvoja (Tiainen, 1995, 7):

1. Keskustelufoorumit ja ilmoitustaulut. Käyttäjät kommunikoivat keskenään. Lehti voi saada lisätuloja, mikäli toimii online-palvelun tuottajana.
2. Välitystoiminta. Tuotteita ja palveluita voidaan myydä sähköisen julkaisun kautta.
3. Esimerkiksi elokuva-arvostelun yhteydessä voi varata tai tilata liput arvosteltuun elokuvaan. Lehti voi ansaita lisätuloja välityspalkkioista.
4. Vähittäismyynti. Julkaisijat myyvät valokuvia tai kirjoja sähköisen julkaisun kautta. Tiedot myytävistä tuotteista voivat olla tietokannassa.

Sähköiset julkaisut voivat siis oikein tehtyinä tarjota monenlaista lisäarvoa paperilehteen verrattuna. Ensimmäinen kohta on omalta osaltaan muuttamassa joukkoviestinnän olemusta pienryhmäviestinnän ja broadcastingista ns. narrowcastingin suuntaan. Lisäksi Hintikka (Tarkka et. al., 1996, 9) määrittelee verkkojulkaisun vuorovaikutteisuuden mahdollisuudeksi palautteen antamisen mahdollisuuden suoraan jutun kirjoittaneelle toimittajalle, lukijan mahdollisuuden lähettää toimituksellista materiaalia nopeasti toimitukseen, linkkilistojen lähettämisen ja tiedostojen siirron.

Sanomalehtien liitto ei tässä yhteydessä puhu mitään esimerkiksi arkistopalvelusta lisäarvon tuojana. Jos WWW-lehden lukija haluaa saada lisätietoa aiheesta, niin yksi lisäarvo voi olla tarjota lehden juttuun liittyvien aiheiden arkistoa käyttäjälle tutkittavaksi. Tämä voisi olla esimerkiksi lisämaksullinen palvelu, jonka yhtenä varteenotettavana käyttäjäryhmän olisivat muut toimittajat muissa tiedotusvälineissä. Tällaisten laajojen arkistopalvelujen kehittämistä Suomessa vaikeuttaa tällä hetkellä tietosuojaan liittyvä lainsäädäntö. Kuutin mielestä elektronisuus kasvattaa tiedonvälityksen nopeutta. Se mahdollistaa myös tiettyjä aihealueita tai sivuja koskevan "osalehden" lukemisen (Kuutti, 1994, 17). Tällainen osalehden lukeminen on mahdollista esimerkiksi käyttäjän mielenkiinnon mukaan räätälöidyssä elektronisessa julkaisussa. Tällaisia julkaisuja ovat WWW:ssä esimerkiksi Pointcast (<http://www.pointcast.com>) ja My Yahoo! (<http://my.yahoo.com>).

Online-Valmentajaa tehtäessä tehtiin seuraavia havaintoja journalistisen materiaalin lisäarvoista elektronisessa julkaisu-ympäristössä. Tärkeintä on havaita, että kyseessä oli jo painetun lehden tekstin ja kuvamateriaalin muokkaaminen WWW:iin sopivaan muotoon. Lisäksi online-Valmentajaan haluttiin kehittää uuden elektronisen julkaisukanavan mahdollistamia lisäarvoja. Tässä ensimmäisessä kokeilussa niitä olivat juttujen sisäiset hypertekstilinkit. Näitä linkkejä olivat mm. Atlantan 1996 olympialaisten, Sydneyn 2000 olympialaisten ja SLU:n (Suomen Liikunta ja Urheilu) WWW-sivuille johtavat linkit. Toinen lisäarvo oli lukijapalautteen antamisen mahdollisuus ja kolmas Suomen Valmentajien tiedotuspalsta, jota päivitetään useammin kuin paperilehteä. Nämä Online-Valmentajan lisäarvot voi siis tiivistää:

- Linkki-lisäarvo
- Interaktiivisuus-lisäarvo
- Ajankohtaisuus-lisäarvo

Hyperlinkkien rakentamisen myötä asiayhteyksien luomisen mahdollisuus on selkeä etu ja lisäarvo painotuotteiden julkaisemiseen verrattuna. WWW-julkaisu voidaan linkittää sitä ympäröiviin muihin elektronisiin dokumentteihin ja muuhun WWW:iin. Interaktiivisuus-lisäarvoa voi kritisoida siitä, että ainahan toimituksiin on voinut lähettää palautepostia ja kritiikkiä toimittajille. Tässä elektronisessa muodossa se on kuitenkin nopeampaa ja vaivattomampaa. Lisäksi WWW-lehden vuorovaikutteisuutta lukijoiden kesken voidaan lisätä omalla juttukohtaisella keskusteluosastolla, johon juttujen toimittaja ei välttämättä osallistu lainkaan. WWW-julkaisu voi olla myös todella ajankohtainen, koska sen sisältö on teksti-TV:n tapaan koko ajan päivitettävissä. Valmentaja-projektin aikana tehtiin havainto, että käytännössä uuteen mediaan toimitettava materiaali jakautuu kolmeen:

1. Johonkin mediaan jo toimitetun materiaalin uudelleen toimittaminen uuteen mediaan kuten WWW:hen.
2. Kokonaan uuden materiaalin toimittaminen uuteen mediaan.
3. Uuden ja vanhan materiaalin yhdistäminen uudeksi mediaksi.

Valmentaja-projektissa ei varsinaisesti kirjoitettu yhtään juttua vain WWW:iä varten. Sen sijaan uutta ja vanhaa toimitettua materiaalia yhdistettiin uusiksi jutuiksi.

#### 6.2.4. WWW-JUTUN KIRJOITTAMINEN

Suurin ero hypermediaalisen ja perinteisen journalistisen jutun teossa on jutun lineaarisen etenemistavan häviäminen hypertextissä. Toki lukija on ennenkin pystynyt hyppimään lehtijutussa ja lukemaan kappaleita sieltä täältä, mutta hypermediassa tästä hyppimisestä tulee enemmän sääntö kuin poikkeus. Linkistä toiseen hyppiminen on tyyli jolla hypermedialehtiä luetaan. Perinteisen jutun alusta loppuun lukemisen sijaan WWW-lehdessä voidaankin edetä assosiaatioiden ja kiinnostuksen kohteiden mukaan. Jutun sisäinen rakenne ei rajoita enää lukijaa. Ongelmana on jutun juonen ja rakenteen katoamisen vaara. Mäntylä puolustaa journalistisen elementtikirjoittamisen sopivuutta hypermediajulkaisuun (Mäntylä, 1993, 71). Jos toimittaja on sisäistänyt kärjelleen käännetyn kolmion uutisoinnin periaatteen ja elementtikirjoittamisen (itsenäiset tekstikappaleet toimivat jutussa yksin), ei Mäntylän mielestä hypermediaalisen kirjoittamisen pitäisi myöskään olla toimittajalle vaikeata. Suurin ero on tekstin sisäisen logiikan murtuminen joka sallii monia erilaisia lukustrategioita (em, 71). Lukustrategioiden muotoutuminen riippuu siitä mihin ja miten linkit on assosioitu.

WWW-jutun kirjoittamisessa tulee huomioida juttujen linkitysten muodostamat eri juttutasot. Esimerkiksi ensin rakennetaan pitkä juttu, josta toimittaja editoi lyhyemmän ingressi-jutun, joka laitetaan julkaisun ensimmäiselle juttusivulle. Kokonaiseen juttuun pääsee ingressijutun linkin avulla. Jutun kuvat muokkaantuvat niin, että ne voivat olla pieniä viitekuvia. Viitekuvat tarkentavat useimmiten jutun sisällön kontekstia. Tällainen viitekuva voi myös olla linkki. Kuvaa klikkaamalla näkyviin tulee sama kuva suurempana. Tätä tapaa käytettiin WWW-Valmentajan etusivulla, kun haluttiin saada tuoreimman painetun Valmentaja-lehden kansi paremmin näkyviin.

Möra (Luostarinen et.al., 1996, 105) laajentaa journalistisen työprosessin kuvaa kutsumalla sitä mediarutiineiksi. Mörän mielestä mediarutiinien kollektiivisuus selittää monien viestimien sisällön samankaltaisuutta. Tällaiselta tilanne vaikuttaakin perinteisissä medioissa. Uudet mediat ja elektroninen julkaiseminen murtavat jo nyt tehokkaasti tätä sisällön samankaltaisuutta. Yksistään jo valtava tarjonta luo monipuolisuutta. Kun WWW-selaimen ikkunaan voi valita maailmalta satoja elektronisia julkaisuja ja lehtiä luettavakseen, vaihtelevat todennäköisesti myös sisältöjen käsittelytavat. Alhaiset julkaisukustannukset mahdollistavat monipuolisemman näkökulmien kirjon. Lisäksi Internet ei juuri tunne maantieteellisiä rajoja, joten pääsy ulkomaisiin ja kaukaisiin joukkoviestimiin on mahdollista.

Möra (em., 106) jakaa mediarutiinit kolmeen:

1. Määrittelyrutiinit
2. Keruurutiinit
3. Esitysruutiinit

WWW-journalismi murtaa kaikkia Mörän määrittelemiä mediarutiineja, mutta ennen muuta esitysruutiineja. Se rakentaa toivottavasti piakkoin myös omat esitysruutiininsa. Tätä rutiinien muodostumisen puolesta puhuu myös Hemánuksen (1990, 89) journalistiseen muotokielen tutkimuksen perustelut. Ilman verkkojournalismin omaa muotokieltä, verkkojournalistikin joutuisi alkamaan joka kerta juttunsa muodon etsimisen alusta. Muotokielen vakiintuminen helpottaisi myös WWW-julkaisun lukemisen oppimista. Tämän esitysruutiinin muodostuminen auttaisi määrittämään myös sitä kuinka puhuttelevaa verkkojournalismi on ja kuinka sen puhuttelevuuteen voidaan vaikuttaa.

#### 6.2.5. LAYOUT JA WWW-JULKAISUN TYÖPROSESSI

Valmentaja-projektissa kävi ilmi, että WWW-julkaisun layout ei ole niin ennalta määrättävissä kuin esimerkiksi painotuotteissa. Kun WWW-Valmentajan sivuille tehtiin taustakuvia ja sivupohjia, piti ottaa huomioon se, että toiset käyttäjät katselevat julkaisua koko näytön kokoisena ja jotkut esimerkiksi 640 pikselin (VGA-näytön leveys) levyisessä



ikkunassa, joka on useimman selaimen oletusleveys kun www-selain avataan. Esimerkiksi 1280 pikselin (useimmiten käytetty resoluutio tehotyöasemissa tällä hetkellä) näyttöpinta-ala on leveydeltään täsmälleen kaksinkertainen verrattuna 640 pikselin yleiseen perusikkunan leveyteen. Tästä WWW-taitollisesta ongelmasta saa paremman käsityksen jos ajattelee, miltä näyttäisi esimerkiksi Helsingin Sanomien aukeama, jonka koko vasemmanpuoleisen sivun kuva- ja juttuaineisto on taitettu (tai ikäänkuin venytetty) kattamaan myös oikeanpuoleinen sivu ja vieläpä niin, että rivit jatkuvat ilman rivinvaihtoa molemmille sivuille. Helsingin Sanomien Verkkoliitteen uutispäällikkö Petteri Nummisen mielestä tällaiset yksiriviset kappaleet näyttävät lähinnä aforismeilta (Numminen, sähköposti 2.10. 1996).

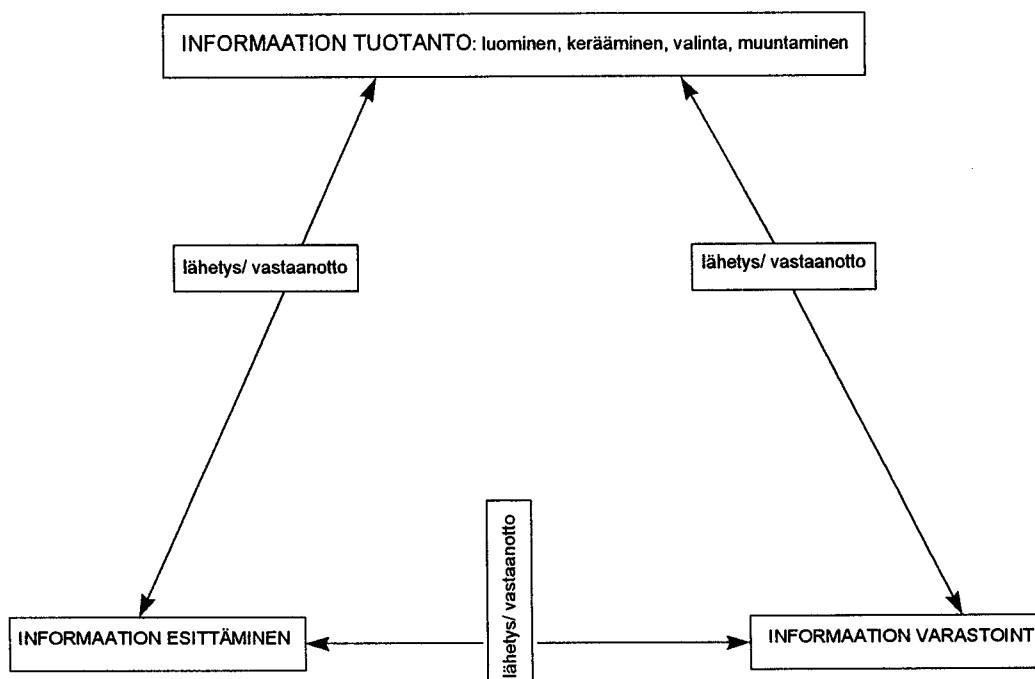
Ratkaisuna näihin WWW-julkaisun layout-ongelmiin Mäkinen esittää julkaisun skaalautuvuutta (Mäkinen, sähköposti 27.9. 1996) . Kun julkaisu on skaalautuva, sivut on suunniteltu niin, että layout mukautuu kulloiseenkin selaimen ikkunan kokoon. Tätä periaatetta sovellettiin yksinkertaisessa mitassa elektronisessa Valmentaja-lehdessä siten, että WWW-etusivun layout suunniteltiin 640 pikselin levyiseen taulukkoon. Taulukko pitää lehden layoutin kasassa, vaikka sitä katseltaisiin 1280x1024 pikselin ikkunassa. Tällöin 640 pikselin taulukko siirtyy selaimen keskelle ja reunoille jää tyhjää tilaa. Osassa juttuja kokeiltiin skaalattavia taulukoita, jotka täyttävät aina koko kuvaruudun ikkunan alueen. Tästä oli kuitenkin ikävät seurauksensa. Muutamassa jutussa käytettiin pitemmän tekstin selkeyttämiseksi kahden palstan taulukkopalstoitusta. Kaksi palstaa toimi hyvin 640 pikselin leveydessä, mutta jo 1024 pikselin ikkunan leveydessä palstojen rivit levisivät liian pitkiksi. WWW-sivulayouttia suunniteltaessa on siis syytä valita etukäteen, minkä kokoiseen WWW-selaimen ikkunan kokoon koko WWW-julkaisu optimoidaan. WWW-sivuntaiton koulukunnissa on havaittavissa ainakin kahdenlaista suuntausta sen mukaan painotetaanko enemmän julkaisun ulkoasua vaiko sisältöä (Mäkinen, sähköposti 27.9. 1996). Julkaisun ulkoasua painottavat tekijät skaalaavat esimerkiksi taulukoiden avulla WWW-sivunsa toimimaan lähes näytöllä kuin näytöllä. Ne, jotka haluavat korostaa enemmän sisältöä saavat sivunsa useimmiten toimimaan hyvin yhdellä resoluutiolla (useimmiten 640 pikselin selaimen ikkunan leveys), mutta koko ruudun levyinen esitys toimiikin sitten huonommin esimerkiksi suuremmilta kuvaruuduilta luettaessa.

#### 6.2.6. UUSI JOURNALISTINEN TYÖPROSESSI

Uudelle medialle ja elektroniselle julkaisemiselle on jo kehitelty joitain sen työprosessia kuvaavia malleja. Seuraavassa esitellään niistä muutamia, joita käytettiin apuna tähän tutkimukseen liittyvän Valmentaja-projektin aikana. Hawkrige esitti 1983 pelkistetyn uuden median viestintämallin (KUVIO 9.) (Tarkka et al., 1996, 25). Siinä korostuvat tulevaisuuden informaation kolme tehtävää: valmistaminen (luominen, kerääminen, valinta, muuntaminen), varastointi ja levitys. Tämän mallin kolmikannan jokaisen päädyn perustana on tietokanta, johon sisältyvää informaatiota voi sekä lähettää, että vastaanottaa.

KUVIO 9.

Hawkridden malli



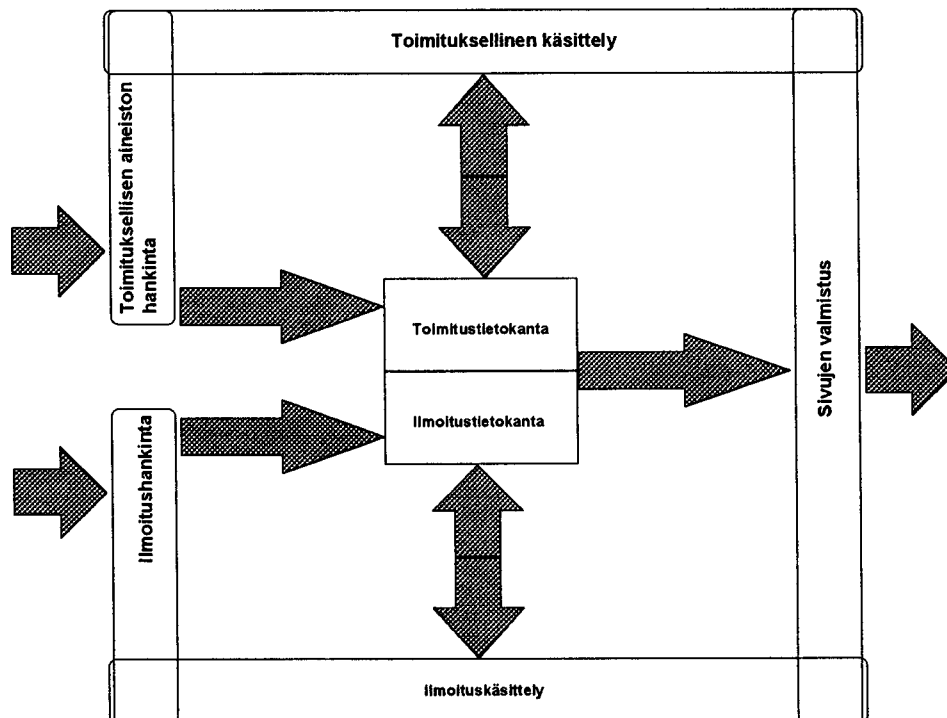
Lähde: Tarkka et. al, 1996, 25

Mäkelä luettelee uuden median ominaispiirteiksi digitaalisuuden, verkottumisen, samanaikaisuuden ja päivitettävyyden, kaksi- tai monisuuntaisuuden, vuorovaikutteisuuden sekä tietomäärien suodattamisen henkilökohtaisen kiinnostuksen perusteella tietokoneohjelmilla ja -filttereillä, tietosuotimilla. Eräs suuri ero uuden ja vanhan median välillä Mäkelän mielestä on se, että yksisuuntaisuuden ja harvojen tiedon välittäjien, ns. portinvartioiden (esimerkiksi toimittajien) sijaan voi haluamansa tiedon nyt saada suoraan sen tuottajalta (Tarkka et al., 1996, 26). Esimerkkejä tiedon suorasta saannista sen tuottajalta ovat WWW:ssä ilmestyvät elektroniset julkaisut, joiden sisällön käyttäjä voi räätälöidä eri uutistoimistojen annista. Sen jälkeen tietokoneohjelmat kasaavat käyttäjän kuvaruudulle elektronisen lehden osastojaon, jonka käyttäjä on valinnut. Näissäkään lehdissä jutut eivät ole täysin muokkaamattomia uutistoimistojen sähköitä, vaan juttuja on toimitettu ennen tietokantaan asettamista. Kuitenkin esimerkiksi vähemmän toimittamista tarvitsevat osastot kuten säättiedot tulevat suoraan sääsatelliiteista eri puolilta maailmaa.

Enlund lähtee tulevaisuuden toimituksessa liikkeelle tietokantakeskeisyydestä (KUVIO 10.) (Enlund, 1993, 11). Nykyään jo useimpien lehtien julkaisuprosessi on tietokantapohjainen. Toimittajat muokkaavat materiaalin yhteen suurempaan tietokantaan, josta valmis lehti taitetaan.

KUVIO 10.

Sanomalehden tietokantakeskeinen tuotantomalli

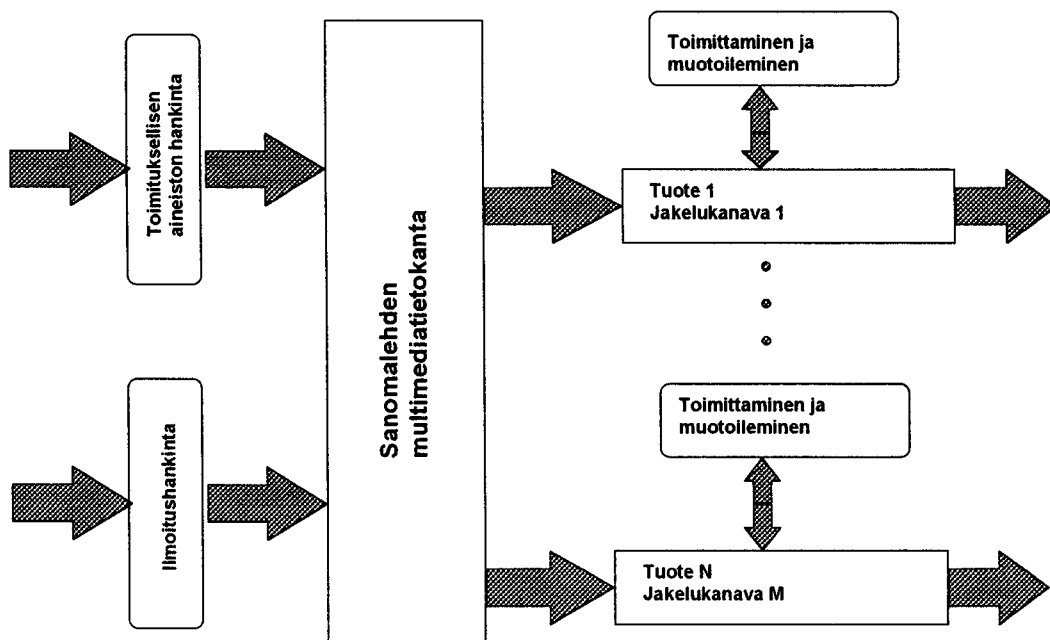


Lähde: Enlund, 1993, 12.

Tätä valmista elektronista tietokantaa kannattaisi toimitusten Enlundin (emt, 13) mielestä käyttää kaivona, josta valmistettaisiin sekä paperista lehteä, että erilaisia elektronisia julkaisuja. Tällainen kaivo olisi sanomalehden multimediatietokanta, joka sisältää tekstin lisäksi myös esimerkiksi audio- ja videotiedostoja. Multimediatietokannasta muokattaisiin sitten N määrä erilaisia mediatuotteita (KUVIO 11). Tämä tarkoittaa sitä, että tulevaisuuden lehtitalot ovat voimakkaasti mukana myös uuden median kehittämisessä. Tätä tietokanta-ajattelua käytettiin myös Valmentaja-projektissa. Siinä hyödynnettiin painotuotteeseen elektronisesti toimitettua materiaalia elektronisen julkaisun teossa.

KUVIO 11.

## Monikanavasanomalehti

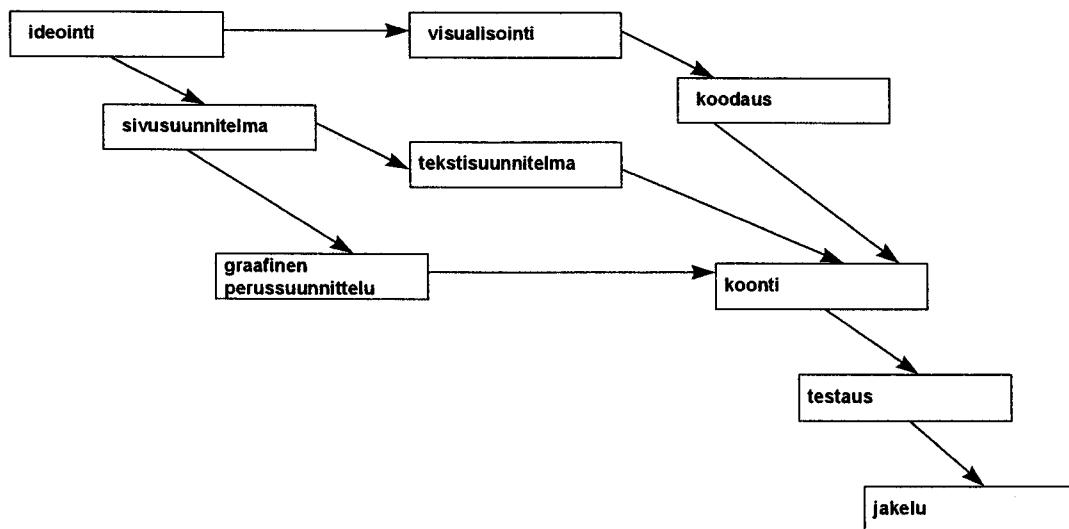


Lähde: Enlund, 1993, 13.

Kuten edellä on käynyt ilmi, uuteen mediaan toimittaminen eroaa perinteisestä toimitusprosessista yllättävän vähän. Kuitenkin, koska uusi media on monimediainen, se tuo omia lisäpiirteitä toimitustyöprosessiin. Esimerkiksi WWW-Valmentaja sijaitsee kahden linkistön tai kyberavaruuden välissä (ks. KUVIO 7, tasot 1 ja 3 WWW-Valmentajassa). Tulevaisuuden journalistin tehtävänä on näiden kahden linkistön luominen ja julkaisun kytkeminen muuhun WWW:iin. Toinen tehtävä on juttujen ja mahdollisesti myös itse julkaisun tekeminen. On kuitenkin erittäin todennäköistä, että tulevaisuudessa uuden median -toimitukset koostuvat työryhmistä. Uuden median työryhmä voi koostua esimerkiksi toimittajista, videokuvaajista, audioammattilaisista, graafikoista, ja tietokoneohjelmoijista, jotka kukin vastaavat omasta erityisosaamisen alueestaan. Tällainen ryhmätyöajattelu käy ilmi myös Metsämäen (Metsämäki, 1996, 39) uuden median työnkulun vesiputousmallista (KUVIO 12).

KUVIO 12.

## Uuden median työnkulun vesiputousmalli

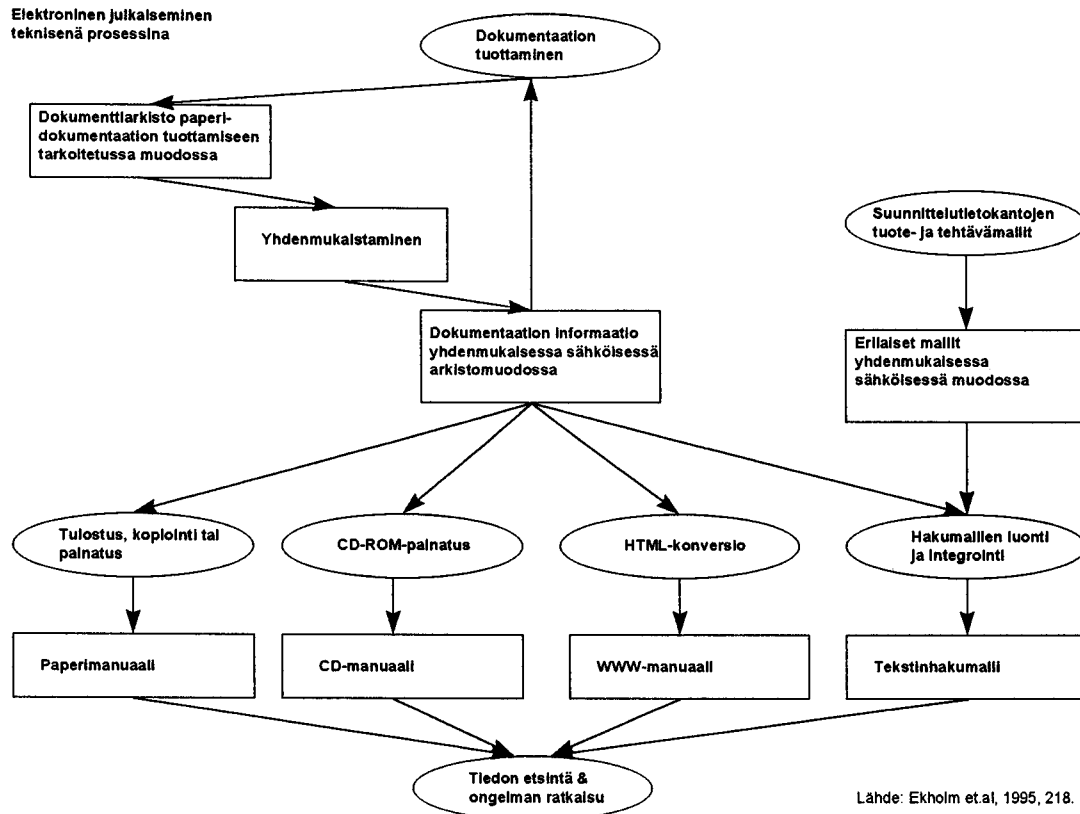


Lähde: Metsämäki, 1996, 39.

Metsämäen (em.) mallissa koko tuotantoryhmä ensiksi ideoi kehityksen kohteena olevaa mediatuotetta. Sitten ryhmä hajaantuu tuotantotyöhön omille erikoisosaamisen alueilleen. Koontivaiheessa erikoisosaaminen yhdistetään valmiiksi monimediatuotteeksi. Tällainen työskentelytapa muistuttaa paljon multimedian parissa tehtävää ryhmätyöskentelyä.

Seuraavassa kaaviossa (KUVIO 13) näkyy VTT:n käsitys elektronisen julkaisemisen teknisestä prosessista (Ekholm et. al, 1995, 218). Merkillepantavaa mallissa on se, että vaikka sen lopputuotteena syntyikin manuaaleja, voidaan samantyyppistä prosessia käyttää myös journalistisiin tuotteisiin. Perinteisten joukkoviestintäsanomien tuottamiseen verrattuna kaavio sisältää uuden median ominaisuutta kuvaavan sanan 'yhdenmukaistaminen'. Sanalla tarkoitetaan uuden median piirrettä, jossa kaikki mediaelementit (kuva, ääni, teksti jne.) ovat digitaalisina tiedostoina tietokannassa. Näitä tiedostoja voidaan muokata mediatyöasemalla ja valmistaa esimerkiksi journalistinen tuote (ks. KUVIO 14).

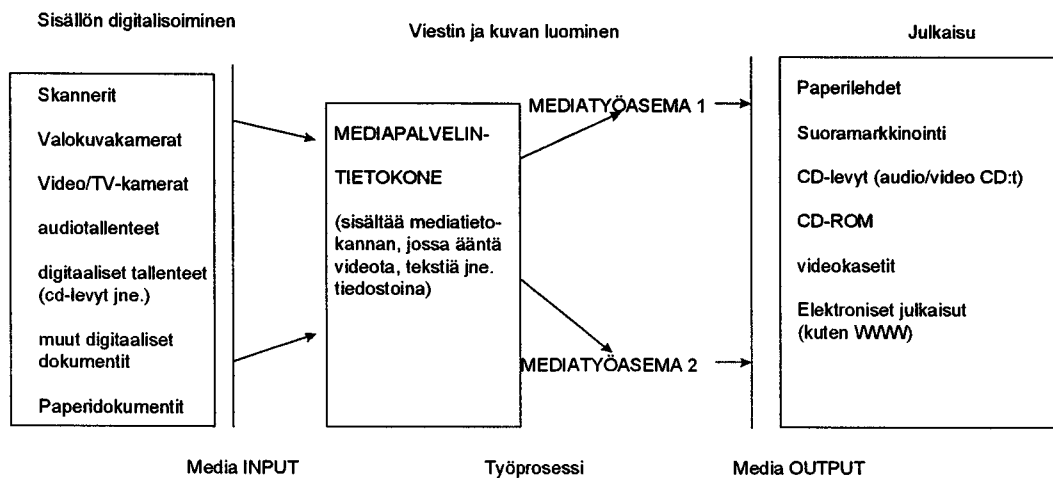
KUVIO 13.



Mediatyöaseman rooli tulevaisuuden viestinnässä tulee esille Apple-yhtiön mediatyöprosessista (KUVIO 14). Siinä näkyy myös se tulevaisuudessa laajentuva dokumenttilähteiden määrä, joiden avulla mediatyöasemilla julkaisuja tehdään. Tässä käytetään myös 'julkaisu'-sanaa jo hyvin laajassa merkityksessä, mikä käy ilmi Applen kaavion (KUVIO 14) oikeanpuoleisesta laatikosta. Samaisessa laatikossa näkyvät myös ne uudet julkaisutyytit, joita digitaalinen toimintaympäristö mahdollistaa.

KUVIO 14.

## Tulevaisuuden mediatyöprosessi

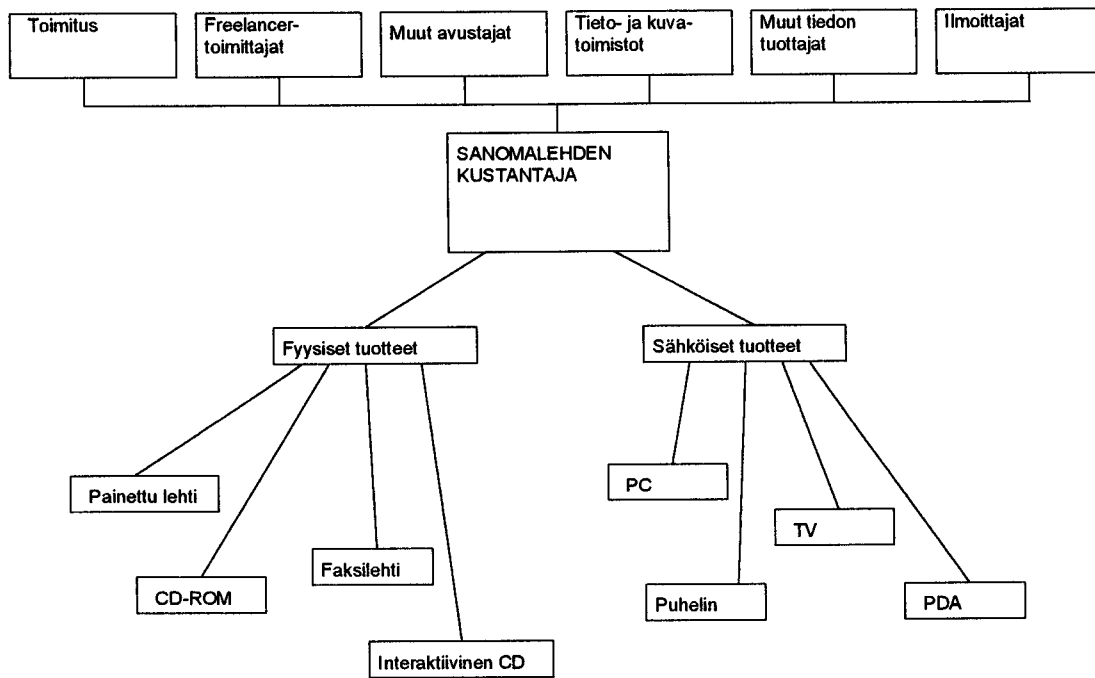


Lähde: Masters of Media, Apple Computer 1996.

Tiainen (1995, 3) malli (KUVIO 15) puolestaan on lähellä VTT:n (KUVIO 13) ja Applen (KUVIO 14) mallien välimuotoa. Siinä Tiainen (em.) hahmottaa lehtikustantajan tulevaisuuden roolia. Samaa Tiaisen mallissa VTT:n malliin on yhdenmukaistaminen sähköiseen muotoon, joka tapahtuu Tiaisella 'Sanomalehden kustantaja'-kohdassa. Applen (KUVIO 14) ja Tiaisen mallin (KUVIO 15) suurin yhteneväisyys on siinä, että molemmat mallit keräävät materiaalia mitä erilaisimmista lähteistä tuotantovaihetta varten. Applen ja Tiaisen mallit täydentävät toisiaan. Applen malli kuvaa tuotantoprosessia teknisten laitteiden näkökulmasta. Tiaisen mallin tuotantoprosessin alkupäästä sen sijaan käy hyvin ilmi prosessiin osallistuvat ja materiaalia tarjoavat ihmiset. Itse prosessin peruskulku on molemmissa hyvin samanlainen.

KUVIO 15.

Lehtikustantajan rooli tulevaisuudessa



Lähde: Tiainen, 1995, 3.



### 6.3. JOURNALISTISEN MUOTOKIELEN MUUTOKSET

#### 6.3.1. UUSI JOURNALISTINEN MUOTOKIELI

Kuten tämän tutkimuksen käsitteiden määrittelyosassa muotokielestä on kerrottu, syntyy journalistinen juttu sille itselleen ominaisen kerrontatavan tuloksena. Seuraavassa kuvataan tarkemmin journalistisen muotokielen kolmea elementtiä, eli pelkistämistä, kielellistämistä ja dramatisointia WWW-Valmentajan ja hypermedian kautta. Pelkistäminen journalistisen muotokielen elementtinä saa uuden näkökulman hypermediassa, kun juttu linkittyy muihin juttuihin ja muuhun elektroniseen tietoympäristöön, kyberavaruuteen. Juttu ei enää esiinny julkaisussa yksittäisenä kokonaisuutena. Nyt on myös mahdollista oppoutua muihin siihen liittyviin hypertextidokumentteihin hypertextilinkkien avulla. Tästä uppoutumisesta käytetään uudessa mediassa myös nimitystä immersio. Immersio on periaatteessa rajattoman digitaalisen tietoavaruuden ansiota. Journalistinen juttu ei myöskään ole enää joko syvällinen tai laaja. Se voi olla molempia. Negrofonte ennustaa kerronnallisen ja samalla journalistisen muotokielen muutoksesta pelkistämisen tasolla seuraavaa:

“Toimitustyö tulee joka tapauksessa muuttumaan perusteellisesti, sillä enää ei tehdä valintaa aiheen käsittelyn syvyyden ja laajuuden välillä. Painetun tietosanakirjan, maailmankartaston tai eläinkirjan oletetaan käsittelevän laaja-alaista aihetta yleisellä tasolla. Toisaalta Wilhelm Tellistä, Aleuttien vuoristosta tai kenguruista kertovalta kirjalta odotetaan syvälistä kuvausta henkilöstä, paikasta tai eläimestä. Atomien maailmassa fyysiset rajoitukset estävät, että sama teos olisi aiheeltaan sekä laaja-alainen että syvällinen - ellei kirja ole puolentoista kilometrin paksuinen. Digitaalisessa maailmassa syvyys/ laajuus-ongelma häviää ja voimma olettaa lukijoiden ja kirjoittajien liikkuvan vapaammin yleis- ja erityisesitysten välillä. Itse asiassa ‘kerro lisää’-toivomus on hyvin oleellinen osa multimediaa ja hypermedian perusta.” (Negrofonte, 1996, 77)

Hemánuksen (Hemánus, 1990, 79) mielestä kielellistämällä tarkoitetaan sitä tapaa, jolla aiheesta kirjoitetaan. Suurimmat journalistisen muotokielen muutokset Valmentaja-projektissa ovat havaittavissa kielellistämisen alueella. Pidemmät jutut pilkottiin lyhyemmiksi, ja ne yhdistettiin linkeillä toisiinsa. Aikakauslehden jutut toisinsanoen kielellistettiin noudattamaan WWW-julkaisulle ominaisia vaatimuksia.

Valmentaja-projektissa jutuissa ei ollut havaittavissa suuria dramaturgisia muutoksia. Hypermediamuotoon muokattavat jutut olivat urheiluvalmennuksen erikoisalaan liittyviä ja asiapitoisia. Niissä ei ensi vaiheessa, eli painotuotemuodossakaan, ollut juurikaan dramatisointia havaittavissa. Kun juttuja lyhennettiin ja jaettiin osajutuiksi, voi pikemminkin

ajatella, että dramaturgia saattoi siitä vain kärsiä. Mitä lyhyempi juttu niin sitä vaikeampi siihen on luoda jännitteitä.

Kun laaja juttu jaetaan linkkien avulla pienemmiksi osajutuiksi, voisi tähän jakamiseen sisältyä myös uudenlaisen multimediaalisen dramatisoinnin mahdollisuus. Dramaturgian perustana toimisi tällöin Negropontenkin (1996, 77) esittämä kysymys 'haluatko tietää lisää?'. Koko tarina ei ole kuvaruudulla näkyvillä samaan aikaan vaan jännite luodaan tällöin WWW-julkaisussa etenemisellä. Lukijalle tarjotaan vihjeitä jutun jatkosta, niin että lukija mahdollisesti kiinnostuu klikkailemaan hiirellään lisää hypertekstilinkkejä ja innostuu kaivautumaan ko. hypermediaesitykseen yhä syvemmälle. Tämän tyyppiseen informaatioon uppoutumiseen hypermedian immersio-luonne sopii hyvin.

Yksi tärkeimmistä havainnoista WWW-julkaisun muotokielestä on sen yhdenmukaisen ulkoasun vaatimus. Painetuissa lehdissä julkaisun yhdenmukaisen edut mm. luettavuuden parantajana on tiedetty jo kauan. Elektronisissa julkaisuissa yhdenmukaisuuden vaatimus korostuu muiden yhtenäisen esityksen piirteiden vähetessä. Valmentaja-projektin aikana havaittiin, että se mikä pitää WWW-julkaisun yhtenäisenä WWW:n hyppivästä luetavasta huolimatta on yhdenmukainen ulkoasu. WWW-julkaisun yhdenmukaisella ulkoasulla kyetään myös toisiin julkaisuihin liittyvät linkit ja osat erottamaan toisistaan. Kun sivut näyttävät perusrakenteeltaan ja layoutin peruselementeiltään samoilta, käyttäjä mieltää ja muistaa olevansa yhdessä ja samassa elektronisessa julkaisussa, vaikka kävisikin linkkien avulla muilla WWW-sivuilla. Tämä ei ole ollut WWW:n alkutaipaleella monelle julkaisijalle itsestään selvää, ja vieläkin WWW:ssä on paljon ulkoasultaan mitä epäyhdenmukaisempia sivuja. Muotokielen ja ulkoasukokeilujen kirjavuus on osaltaan WWW:n rikkaus. Ennakkoluuloton kokeilu on tarpeellista uuden median toimivan muotokielen löytymiseksi. Liiallinen kirjavuus saman julkaisun sisällä voi olla myös sekavuutta, ja se heikentää WWW-lehden luettavuutta ja toimivuutta.

### 6.3.2. WWW-JUTUN KERRONTATAPA

Ongelmana hypermediaan kirjoittamisessa on monimediaisuus. Kuinka on mahdollista tehdä samasta aiheesta ikään kuin useata juttua yhtäaikaan ja luoda vielä niiden välille jännevä synteesi? Tämä ei WWW:n piirissä sen tekniikan yksinkertaisen tason ja verkkojen nopeuden vuoksi ole vielä ongelma, mutta ongelma saattaa WWW:ssäkin aktualisoitua jo vuosituhannen vaihteessa. Yksi vastaus monimediaisuuden ongelmaan voi olla assosiativisuus. Kyseessä on sama asia, joka leimaa koko WWW:n ainakin osittain assosiativisesti linkittyneitä maailmaa. Jos lineaarisesti etenevään journalistiseen juttuun liittyy assosiativisesti sopiva kohta ja siihen myös sopiva linkki, niin nämä kohdat käytetään viittauksina muihin kohtiin jutussa tai ulkomaailmaan. Monimediainen journalistinen juttu on kuin aiheensa sisältämien assosiaatioiden kokoelma.

Mikä tällainen assosiatiivisesti sopiva kohta voisi sitten olla? Paikannimet ja erisnimet toimivat WWW-Valmentajan tapauksessa hyvinä assosiaation kohteina. Valmentaja-lehden Atlantan teemanumerossa käytettiin otsikoissa ollutta 'Atlanta' paikannimeä assosiatiivisena linkkinä. Sen sijaan esimerkiksi adjektiivien tai verbien käyttäminen assosiatiivisina linkkeinä voi ko. sanojen moniselitteisyyden vuoksi olla vaikeampaa. Toinen mahdollisuus ratkaista monimediaisuuden ongelmaa on tehdä mediaelementit ensiksi itsenäisinä valmiiksi ja muokata niistä sitten toimiva synteesi hypertextuaalisena linkkeineen. Tässä ratkaisumallissa lähestymistapana voisi olla kunkin yksittäisen viestintätavan medialuonteen ja muotokielen hallinta. Esimerkiksi tekstillä voidaan kertoa jutun analyttiset kohdat ja videolla aiheen tunnepitoisemmat puolet. Kun jutun aihe on tekijöillä tiedossa, juttua alettaisiin miettiä näiden eri medioiden synteestistä käsin, jo ennen mediaelementtien tekoa.

WWW-jutun kirjoitustavat voisi edellämainitun perusteella listata:

1. Lineaarisesti etenevän jutun assosiatiivinen linkittäminen
2. Eri medioiden ilmaisun suunnittelu ennen jutun tekoa
3. Itsenäisten mediaelementtien yhteenmuokkaaminen

Saaren mielestä lineaarinen ja assosiatiivinen ajattelu voivat olla läsnä hypertextissä samaan aikaan (Saari, 1994, 86). Tämä viittaa edellä luetelluissa www-jutun kirjoitustavoissa kohtaan yksi. Saari (1994, 85) puhuu erilaisista lukupoluista, joiden tulisi mielekkäästi johtaa läpi hypertextuaalisen jutun. Siis vaikka lukija etenisi mitä erilaisimpia reittejä jutun sisällä, tulisi jutun kokonaisuuden silti olla helposti hahmotettava ja mielekäs. Suljetussa hypermediassa (esim. CD-ROM-lehti, josta ei ole linkkejä ulkomaailmaan) tällainen lienee saavutettavissa, mutta WWW:n kaltaisessa ns. avoimessa hypermediassa tällaisen hahmotettavan kokonaisuuden luominen on vaikeampaa.

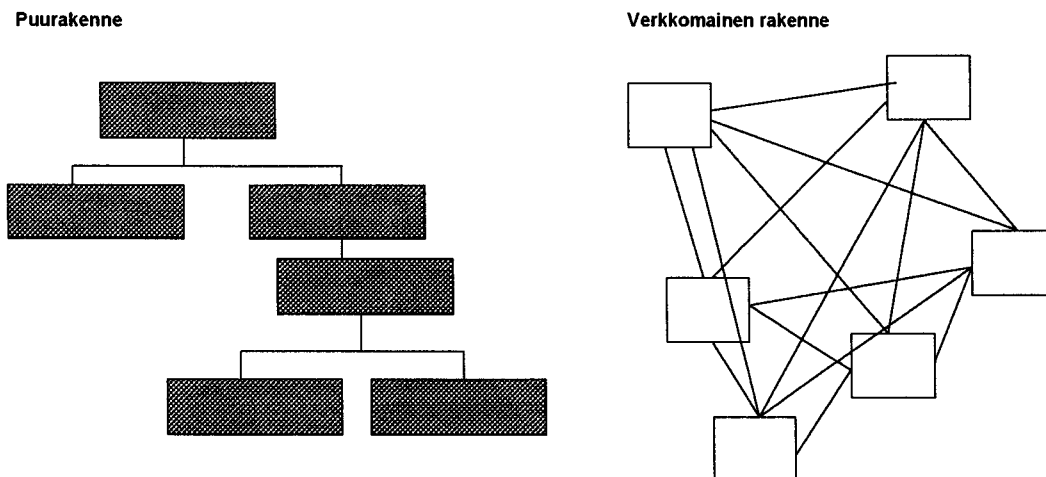
Esituksen rakenne vaikuttaa siis mielekkyyden ja hahmotettavuuden säilymiseen hypermediajulkaisussa. Hierarkkinen puurakenne pysyy helpommin hahmotettavana kuin verkkomainen rakenne (KUVIO 16). Metsämäen (1995, 83) mielestä puumaisessa rakenteessa ei saa olla yli viittä informaatiotasoa enempää, koska jo kolmen informaatiotason jälkeen hahmotettavuus alkaa kärsiä. Verkkomaisesta rakenteesta Metsämäki (emt.) käyttää nimitystä matriisirakenne:

”Matriisirakenteessa sivut eivät muodosta alisteista järjestelmää. Tieto on verkkomaisen rakenteen solmuissa. Laajimmassa rakenteessa pääsee jokaiselta sivulta toiselle suoraan. Sekarakenteissa on yhdistetty puumainen sijoittelu verkkomaiseen rakenteeseen.” (emt.)

Valmentaja-lehdessä käytettyä esitystapaa voi luonnehtia puumaisen ja verkkomaisen esityksen sekamuodoksi. Metsämäen (1995, 84) jaottelun mukaan WWW-Valmentaja on rakenteeltaan 'hierarkkinen elektroninen julkaisu'.

KUVIO 16.

Elektronisen julkaisun rakenne



Hypermediaalisen jutun kirjoittaminen vaatii siis tulevaisuuden toimittajalta paljon. Sen lisäksi, että toimittajan on hallittava eri medioiden muotokieli, on hänen myös hallittava eri medioiden yhdisteleminen ja monimediaisen jutun sisäisten tasojen keskinäiset suhteet. Tulevaisuudessa juttuja tehdäänkin todennäköisesti ryhmitöinä, joissa eri medioiden ammattilaiset työskentelevät yhdessä saman jutun tai juttukokonaisuuden eteen.

### 6.3.3. HYPERMEDIAN MUOTOKIELI

Myös Valmentaja-projektissa kävi ilmi, että journalistisen jutun pääosat otsikko, ingressi, leipäteksti ja kuvat ovat mukana myös WWW-jutuissa. Lisäksi havaittiin, että hypertekstille ominainen rakenne ja kuvaruutu esitysvälineenä suosii lyhyitä tekstikokonaisuuksia julkaisun hierarkian ylimmällä tasolla. Tämä tarkoittaa käytännössä useimmiten sitä, että jutuista tehdään lyhyet ingressijutut esimerkiksi julkaisun etusivulle. Jutun kuumista sanoista on hypertekstilinkit laajempaan juttukokonaisuuteen tai vaikkapa termin selitykseen. Esimerkiksi Valmentaja-lehdessä nämä kuumat sanat sijoitettiin otsikoihin ja tekstin sisään. Käyttäjälle ne näkyvät erivärisinä muusta tekstimassasta. Toinen vaihtoehto jutun hypertekstuaaliselle

syventämiselle on esimerkiksi erillinen 'lisää samasta aiheesta'-nappi, joka näkyy jokaisen sellaisen jutun alla, joka jatkuu syvällisempänä jossain muualla. Tässä kohdin WWW-julkaisun lukija on yksinkertaisessa valinta- ja vuorovaikutustilanteessa julkaisun kanssa. Metsämäki (1995, 63) tekee yhden tärkeimmistä havainnoista koskien hypermedian narratologiaa:

“Vuorovaikutteisuus ja tarinan kerronta ovat toisilleen vastakkaisia. Mitä vuorovaikutteisempi jokin sovellus on sitä vähemmän sen avulla voi kertoa ennalta suunniteltua tarinaa. Vuorovaikutteisessa ympäristössä käyttäjä on kuin satua kuunteleva lapsi, joka koko ajan kyselee tarinan ulkopuolella olevia asioita.”  
(Metsämäki, 1995, 63).

WWW-julkaisussa yhtenäisen tarinan kertominen voi olla vaikeampaa kuin esimerkiksi perinteisessä paperille painetussa lehdessä. Hypermedia-jutussa käyttäjälle tulee mieleen näitä “lapsellisia” kysymyksiä, joihin hän haluaa lisätietoa. Tällä hetkellä voi koko hypermediaalinen esitysmuoto tuntua käyttäjistä monesti hämmentävältä ja sekavalta. Näin ei kuitenkaan tarvitse olla enää seuraavien käyttäjäsukupolvien tullessa WWW-julkaisujen lukijoiksi. Tällöin asettuvat tietokoneen ja vuorovaikutteisen multimediajulkaisun eteen ne sukupolvet, jotka ovat syntyneet ja varttuneet musiikkivideoiden lyhyiden kuvaleikkausten ja kiivasrytmisten tietokonepelien maailmassa. Tällä ikäpolvella voi olla aivan erilainen medianlukutaito ja mediataju tähänastisiin sukupolviin verrattuna.

Perinteinen sähköinen joukkoviestintä, kuten radio ja TV, ovat totuttaneet nykyihmisen nopearytmiseen tiedonvälitykseen. Tämä nopeuden odotusarvo on siirtynyt myös uuteen mediaan. Metsämäen (1996, 81) mielestä nämä odotusarvot syntyvät lukijan aivoissa samankaltaisuuksien kautta. Jos hypermediajulkaisu on muotokieleltään television kaltainen, odotetaan sen muotokielen toimivan television lailla, eli nopeasti. Kuitenkin jos esimerkiksi WWW-julkaisu sisältää paljon tekstiä niin se rinnastetaan painotuoteeseen (em.). WWW-julkaisulta odotetaan nopeutta ja dynaamista muotokieltä senkin vuoksi, että siihen liitetään mielikuvia tietokoneista, nopeista digitaalisista tietoverkoista ja yhä nopeutuvasta tulevaisuuden tiedonvälityksen maailmasta.

#### 6.3.4. TULEVAISUUDEN ELEKTRONISEN JULKAISUN MUOTOKIELI

Valtaosa tällä hetkellä WWW:ssä sijaitsevista journalistisista julkaisuista sisältävät juttuja, jotka ovat muotokieleltään samantyyppisiä, joita olemme tottuneet näkemään sanoma- ja aikakauslehdissä. Myös online-Valmentajan sisältö on tekstiä, kuvia ja grafiikkaa, jotka joku on editoinut, taittanut ja laittanut WWW-palvelimelle ihmisten selattavaksi. Kuitenkin jo nyt WWW:ssä ilmestyy lehtiä, joiden sisällön suunnittelevat lukijat eivätkä toimittajat. Toimittajat osallistuvat vain yksittäisten juttujen tekoon. Esimerkkinä tällaisesta vähän toimittamista

tarvitsevasta elektronisesta julkaisusta toimii Pointcast-niminen elektroninen julkaisu, josta saa esimerkiksi pörssitietoja suoraan taloudellisilta tiedotustoimistoilta ja säätietoja suoraan maatakiertävistä satelliiteista.

Toinen vähän toimittamista vaativa ja muutokieleltään mielenkiintoinen moderni tiedonvälityksen muoto ovat WWW-kamerat. Eri puolilla maailmaa yhteisöt (monesti radio- tai TV-yhtiöt) tai yksityishenkilöt ovat kiinnittäneet videokameroita joihinkin toimintapaikkakunnalla sijaitseviin kiinnostaviin paikkoihin. Tällaisia kiinnostavia paikkoja voivat olla esimerkiksi suurkaupunkien suuret liikekeskukset, laskettelukeskukset ja rajanylityspaikat. Näiltä paikoilta palvelun tarjoavan yrityksen WWW-sivujen kautta käyttäjä saa tuoretta kuvainformaatiota siitä, kuinka ruuhkaista liikekeskuksessa on juuri nyt, millainen sää laskettelukeskuksessa vallitsee juuri nyt ja onko rajanylityspaikalla jonoja. Perinteisen median aikaan olisi toimittaja antanut rajanylityspaikan ruuhkista raportin. Ehkä tulevaisuudessa voimme esimerkiksi ennen automatkaa Keski-Eurooppaan katsella koko Via Baltica-maantiereitin rajanylityspaikkojen ruuhkaisuuden etukäteen välillä Helsinki-Berliini suoraan WWW:stä kotoamme ja suunnitella sen mukaan muuta matkaan liittyvää kuten esimerkiksi hotellimajoittumista. Edellisessä esimerkissä on kyse todellisesta WWW-etäläsnäolosta ja näköaistin laajenuksesta. Tällaiset WWW-kamerat ovat kuin ihmisen silmän jatkeita, jotka ovat aina "suorassa lähetyksessä". Tämä ei kuitenkaan enää ole tämän tutkimuksen määritelmän mukaan journalismia. Kukaan ei ole erottelemassa sitä mikä on olennaista ja mikä ei. Uusi media tuo journalismin rinnalle muita joukkoviestinnän muotoja, jotka eivät enää ole luokiteltavissa journalismiksi, mutta hoitavat samoja joukkotiedotustehtäviä, joita journalismi on aiemmin hoitanut. Tosin esimerkiksi Persian lahden sodan aikana kävi ilmi, että satelliittivälitteinen ja reaaliaikainen uutisjournalismi on lopullisesti muuttanut erityisesti sotien raportointia. Asioita tutkivan ja kommentoivan journalistin osuus oli vähentynyt, ja suoraan jossakin tapahtumapaikalla olevien kuvayhteyksien merkitys kasvanut. Esimerkiksi alan tutkija Elihu Katz puhuu tässä yhteydessä jopa "journalismin lopusta". (Varis, 1995, 38)

### 6.3.5. JUTUT JA MAINOKSET UUDEN MUOTOKIELEN OSANA

Rajanvedot journalistisen ja ilmoitusaineiston välille on asia, josta on kannettu huolta online-journalistisessa keskustelussa ja joka liittyy myös journalistiseen muutokieleen. WWW:ssä on helppoa linkittää toimituksellinen ja mainosmateriaali toisiinsa, jopa niin ettei lukija niitä enää toisistaan erota. Tampereen yliopiston 1995 tekemä Namaste-niminen hypermediajulkaisu käytti ilmoitus- ja toimituksellisen materiaalin erottamiseen välisivuja. Valmentaja-lehdessä käytettiin kuvalinkkiä. Kuva esittää yrityksen logoa ja ko. kuvaa hiirellä klikkaamalla pääsee varsinaiselle mainosivulle. Tässä tekotavassa oletettiin, että lukija tunnistaa kuvakkeen mainokseksi. Se kuitenkin muistuttaa paljolti painetuissa lehdissä olevia mainoksia. Lisäksi mainoskuvakkeet sijoitettiin omaksi ryhmäkseen WWW-Valmentajan

etusivun alalaitaan. Varsinaiset juttusivut eivät sisältäneet mainoksia. Tämä kuvalinkki-käytäntö erottaa mainoksen ja journalistisen materiaalin helposti toisistaan ainakin pienimuotoisessa WWW-julkaisussa, kuten Valmentaja-lehdessä. Pienet kuvakkeet ja niiden sisältämät mainoslinkit ovat vakiintumassa WWW-lehtien mainosten esittämisen tavaksi. Ilmoittelun suhteen tilanne sähköisessä lehdessä alkaa siis vähitellen hahmottua. Ilmoitustuotteet ovat Tiaisen (1995, 5) mukaan kuitenkin erilaisia kuin perinteisessä painetussa mediassa seuraavista seikoista johtuen:

1. Esityslaitteisto (monitori, nestekidenäyttö, videoprojektori) rajoittaa ilmoituksen ulkonäköä ja olemusta. Merkkituoteilmoittelu tuskin sopii sähköiseen julkaisuun.
2. Sähköisessä julkaisussa käyttäjä päättää itse, mitä hän näkee ja tekee.
3. Käyttäjä pystyy valitsemaan tuotteita suoraan ruudulta ja maksamaan ostokset luottokortilla.
4. Käyttäjistä kerättävien tietojen perusteella on mahdollista kohdentaa ja räätälöidä ilmoittelua juuri oikeille käyttäjäryhmille.

On totta, että esityslaitteisto rajoittaa ilmoituksen ulkonäköä, mutta niin tekevät kaikki muutkin ilmoitusmediat omalla tavallaan. Kun näyttöteknologia on kehittynyt, kyetään jo kotiloissa katselemaan tietokoneen kuvaruudulta kuvia ja mainoksia jotka sisältävät tuhannet värit (laatu ei ole paljoa täysvärikuvaa huonompi) ja resoluutioita, jotka liikkuvat 1280x1024 pikselin tarkkuudessa. Ensimmäisen kohdan väite merkkituotteiden sopimattomuudesta sähköisen julkaisun ilmoitteluun on aikansa elänyt. Maailmalla on jo tällä hetkellä monia merkkituoteyrityksiä, jotka mainostavat itseään niin omilla kuin elektronisten julkaisujenkin sivuilla.

Toisen ilmoittelua koskevan väitteen todenperäisyys on nähtävillä jo nykyään, mutta tärkeämpi kysymys on, missä rajoissa käyttäjä saa päätöksensä tehdä ja mistä mediasisällöstä hän saa valintansa tehdä. Esimerkkinä mainittakoon suosittu Yahoo-hakupalvelun rakentama lehti, jonka voi koota eri aihepiireistä itselleen sopivaksi paketiksi. Esimerkiksi urheiluosaston kohdalla lajeina ovat koripallo, baseball, jääkiekko, jalkapallo, tennis ja golf. Käyttäjän valittavana olevat lajit ovat elitistisiä ja USA-keskeisiä. Toinen versio samasta aiheesta on Pointcast- uutispalvelu, jossa käyttäjälle räätälöidään hänen valitsemistaan aihepiireistä henkilökohtainen lehti.

Tulevaisuudessa tullaan menemään todennäköisimmin elektronisen rahan käyttöön, jolloin luottokortteja ei välttämättä tarvita lainkaan. Jo tällä hetkellä on käytössä Eunetin markkinoima Ecash. Ecashissa käyttäjä ostaa pankista elektronista rahaa itselleen, joka on hänellä esimerkiksi oman koneen kovalevyllä. Pankki toimii myyjän ja ostajan välissä varmistajana. Kun myyjä näkee omalta palvelimeltaan, että maksu on suoritettu, myyjä voi

varmistaa summan saapuneen tililleen myös pankista. Ecashissa ostajan/ elektronisen rahan käyttäjän henkilöllisyys ei tule myyjän tietoon.

Viimeinen eli neljäs väite tulee mullistamaan mainostamisen ja ilmoittelun käytäntöjä paljon. Tulevaisuudessa jonkin tuotteen tai palvelun ostajasta, nettikuluttajasta, on periaatteessa mahdollista saada erittäin tarkat tiedot. Näiden tietojen keruuvaihe on jo tällä hetkellä menossa mm. WWW-palveluissa. Monet palvelut, mm. elektroniset lehdet eivät vielä maksa mitään, mutta päästäkseen käyttämään palvelua on ensin rekisteröidyttävä. Elektronisessa rekisteröintymislomakkeessa kysytään useimmiten sellaisia tietoja kuin nimi, sähköpostitunnus, login-tunnus ja sen salasana (jossa muuten monet käyttävät samaa salasanaa lähes joka palveluun), ammatti, ikä, kansalaisuus, perheen koko, tulotaso ja lempiharrastukset. Edellä mainituilla tiedoilla pystyy jo kohdentamaan mainoksia ja ilmoittelua lukijalle todella hyvin. Monet verkkolehdet ovat tällä hetkellä Suomessa vielä paperisen lehden mainoksia, jotka eivät tuota taloudellista tulosta itsenäisenä tuotteena. Tämä ajatus oli myös Valmentaja-projektin taustalla. Mainoslinkitysten rakentamisessa kaupallisissa WWW-julkaisussa on tällä hetkellä maailmalla tapahtumassa selvä muutos. Tämä muutos on WWW-siteryppäiden kokoaminen. Yksi käänös 'WWW-site':lle voisi olla WWW-palvelu. Linkityksiä tehdään näiden saman ylläpitäjän tai julkaisijan siteryppäiden välillä, ja hyvin vähän muiden site:en kanssa. WWW-mainokset ovat keskittymässä. Amerikkalaisen uuden median markkinatutkimusyhtiön Jupiter Communications:n (<http://www.jup.com>) mukaan 25 suosituinta www-sivua kerää 88 % tietoverkkojen mainosmyynnistä USA:ssa.

### 6.3.6. HYVÄN WWW-JUTUN PIIRTEITÄ

Millainen on sitten muodoltaan hyvä WWW-juttu ja hyvä WWW-julkaisu? Saari (1994, 95) päätyy seuraaviin havaintoihin hyvän hypermediajutun ominaispiirteistä:

1. Kuvaruudulle kirjoitettavan tekstin pitää olla lyhyttä ja ytimekästä.
2. Vuorovaikutteisuutta luotaessa pitää pystyä hahmottamaan etukäteen, mitä lukija voisi haluta tietää.
3. Kirjoittaminen on erimediaisten elementtien tuottamista ja niiden järjestelemistä.
4. Yksi tapa luoda hyperteksti-, multimedia-, tai hypermediajuttu on kirjoittaa ensin perusteksti, josta tietoa lähdetään laajentamaan eri tasoille.
5. Hypermuotoon kirjoittamisen perusareena on yksi ruudullinen.
6. Lukija haluaa tietää, missä kohtaa julkaisua hän kulloinkin liikkuu.

Valmentaja-projektin tuloksena päädyttiin samantyyppisiin linjauksiin hyvän WWW-jutun olemuksesta. Ensimmäinen vaatimus tekstin lyhydestä viittaa Valmentaja-projektissa päätökseen, jossa yhdelle WWW-sivulle liian laajat aikakauslehtijutut jaettiin pienemmiksi saman aihepiirin juttuperheiksi. Saaren esittämä kohta kaksi toteutui Valmentaja-projektissa



jo journalistisessa juttujen valinnoissa. WWW-Valmentajaan valittiin Atlanta-juttuja olettaen niiden kiinnostavan lukijoita lehden tekohetkellä. WWW-Valmentajaan ei rakennettu kovin paljoa vuorovaikutteisuutta. Kohta kolme viittaa edellä kuvattuun ehdotukseen, jossa multimediajutun rakentamista voitaisiin lähestyä niin, että kukin mediaelementti tuotetaan ensin itsenäisesti ja elementeistä rakennetaan toimiva synteesi, multimediajuttu. Kohta neljä viittaa edellä kuvattuun jutun tekotapaan, jossa ensin tehdään lyhyempi ingressijuttu, josta on linkki varsinaiseen kokonaiseen juttuun. Valmentaja-projektin käyttöliittymäsuunnittelussa hyödynnettiin 'yhden näytöllisen'-yksikköä, joka vastaa Saaren viidennen kohdan yhtä ruudullista. Myös Valmentaja-projektissa kiinnitettiin erityishuomiota julkaisussa navigointiin. Tämä liittyy Saaren viimeisen hyvän WWW-jutun ominaispiirteeseen, eli käyttäjällä on oltava koko ajan tiedossa, missä kohtaa julkaisua hän milloinkin on.

## 7. POHDINTAA

Tämän tutkimuksen päätavoite oli elektronisessa julkaisu-ympäristössä, Internetin WWW:ssä, julkaistun Valmentaja-lehden tuotantoprosessin kuvaaminen. Samalla päämääränä oli WWW-Valmentajan julkaisullisten, lähinnä työprosessiin ja muutokieleen liittyvien, erityispiirteiden selvitys. Toinen tavoite oli WWW-Valmentajan, alan kirjallisuuden ja muun aineiston avulla kuvata sitä uutta journalistista työympäristöä, jonka tietoverkot ja WWW-lehdet muodostavat. Uudesta journalistisesta työympäristöstä tutkittiin journalistisen työprosessin ja muutokielen muutoksia. Kaikkia näitä tutkimustavoitteita yhdistävänä tekijänä oli tutkimuksen päähypoteesin 'uusi media ei ole vanhojen medioiden fuusio' testaaminen. WWW-Valmentaja projektin aikana tuli esille selvästi kuinka uudenlaisen työympäristön WWW-lehdet journalistisessakin mielessä muodostavat. Tämä käy ilmi tutkimuksen tulososasta. Journalistinen työprosessi tulee tietoverkkojen myötä muuttumaan ja toimittajan työnkuva sen mukana. Myös journalistinen muutokieli saa uusia piirteitä WWW-lehtien myötä. Tämän tutkimuksen tulososa valaisee myös näitä työprosessin ja muutokielen muutoksia. Uusi media sekä tietoverkkoviestintä ja elektroninen julkaiseminen sen osina muodostavat kokonaisuudessaan joukkoviestintätutkimuksellisesti uuden ja suuren alueen. Tämän tutkimuksen aikana tutkimusalueen laajuus ja tutkimattomuus tulivat selkeästi ilmi.

Eräs perushavainto tätä tutkimusta tehtäessä oli, että kaikkea ei verkkolehteä tehdessä tarvitse keksiä uudelleen. Monet journalismin työprosessit ja muutokielen piirteet toimivat myös uudessa toimintaympäristössä. Näitä ovat journalistisessa työprosessissa aiheen valinta ja tiedonhankinta. Myös kriittisen tarkastelun journalistisiin perusteisiin ennen julkaisua väline ei juurikaan vaikuta. WWW-julkaisussa korostuu ryhmätyöskentelyn tärkeys. Jo perinteinen journalismi toimituksissa on ollut ryhmätyötä, mutta yllensä vain yhtä joukkoviestintävälinettä varten. Kun multimedialta tulee journalistisesti arkipäivää tuo tulevaisuus ehkä tullessaan "mediaguruja", jotka hallitsevat äänen, videon ja tekstin tuottamisen ja koostamisen tietokoneella yksin, mutta ainakin tällä hetkellä WWW-julkaisun tekeminen on vahvasti eri medioiden asiantuntijoiden yhteistyötä.

### 7.1. RAJOITUKSIA JA EDELLYTYKSIÄ

On syytä muistaa, että tässä tutkimuksessa tutkittiin vain yhtä elektronisen julkaisemisen erityistapausta, eli WWW:ssä tapahtuvaa elektronista julkaisemista. Edellytyksenä journalistisen työympäristön muutosten laajalle realisoitumiselle on tietoverkkojen käytön laajentuminen. Tietoverkkojen ja WWW:n käytön on kasvettava tieteen ja yrityselämän maailmasta 'koko kansan tietoverkoksi' ja käyttäjiksi on saatava yhä enemmän lehtiä lukevia ns. tavallisia kansalaisia. Tällöin voidaan ajatella, että myös WWW-lehdistä tulee radion, TV:n ja painettujen lehtien rinnalle merkittävä joukkoviestinnän muoto.

Tietoverkkojulkaiseminen ja WWW-lehdet tarvitsevat aina tietokoneita, joilla niitä esitetään. Yleistymiskehityksen yksi edellytyksistä on myös lukulaitteiden muuttuminen helpommiksi käyttää ja niiden koon pienentyminen. Lisäksi WWW-julkaisun lukemiseen tarkoitettujen laitteiden hinnan on laskettava, jotta useammat, muuten tietoverkoista piittaamattomat kansalaisetkin saataisiin WWW-lehtien ääreen. Koko laitetekniikan suuntautumisessa on tällä hetkellä nähtävissä yksi päälinja. Sitä voisi nimittää välineiden sekoittumiseksi. Erilaiset yksilöviestimet, pienjoukkoviestimet ja joukkoviestimet tulevat sekoittumaan keskenään. Jo tällä hetkellä on markkinoilla matkapuhelimia joilla voi lukea sähköpostia ja selailia WWW-sivuja, tietokonemonitoreita, joissa on sisäänrakennettu televisio sekä televisioiden lisälaitteita, joilla voidaan käyttää tietoverkkopalveluja. Tekniikan esitymisestä huolimatta kuitenkin vain riittävän kiinnostava sisältö voi houkutella suuret käyttäjämäärät uuden median pariin.

## 7.2. UUSI MEDIA EI OLE VANHOJEN FUUSIO

Tämän tutkimuksen päähypoteesi kuului 'uusi media ei ole vanhojen fuusio'. Tässä tutkimuksessa kävi ilmi, että perinteisiä medioita, painettua lehteä, radiota ja televisiota ei ole vain ahdettu samaan ja tuloksena on WWW-julkaisu. WWW-julkaisu on oma joukkoviestintävälineensä, joka kyllä käyttää tekstiä, ääntä ja kuvaa, mutta jolla on oma itsenäinen asemansa tulevaisuuden joukkoviestinnässä. WWW-Valmentaja projekti, muut WWW-julkaisut Internetissä, alan kirjallisuus ja muu tämän tutkimuksen lähdemateriaali tukivat siis päähypoteesia.

Koska uusi media ja sen erityistapaus WWW-julkaisu käyttää samoja joukkoviestinnällisiä peruskeinoja eli tekstiä, ääntä ja kuvaa, kuin perinteinenkin media, on sillä myös samankaltaisuuksia lehdistöön radioon ja televisioon. Perinteisistä medioista WWW-julkaisua lähinnä on teksti-TV. Äänen ja liikkuvan kuvan käyttöä WWW-lehdessä rajoittavat tekniset esteet, kuten tiedonsiirron hitaus. Laajempaa multimediaa ja näyttävyyttä on tulevaisuuden nopeammilla tietoverkkoyhteyksillä luvassa. Tästä tutkimuksesta saadut tulokset olivat yhdenmukaisia niiden muutamien aiemmin tehtyjen alan tutkimusten kanssa, joihin tutkimuksen aikana perehdyttiin. Tosin näitä tutkimuksia on tehty niin vähän ettei minkäänlaista traditiota voida katsoa vielä syntyneen.

Tutkimuksessa asetettuihin tutkimuskysymyksiin on onnistuttu vastaamaan tyydyttävästi. WWW-lehden käytäntöä koskevassa osuudessa on WWW-Valmentajan kautta kuvattu sitä, miten painettu lehti siirrettiin elektroniseen muotoon. Samalla kuvattiin WWW-lehden tuotantoprosessia. Uutta journalistista työprosessia ja muotokieltä kuvattiin omissa kappaleissa ja samalla valotettiin niitä lisäarvoja, joita WWW-lehti sisältää. Tutkimusmenetelmien yksi suurimmista rajoituksista oli käytännön tutkimuskohteen, eli WWW-Valmentajan, monimediaisuuden suppeus. Tämän tutkimuksen päähypoteesia 'uusi

ei ole vanhojen fuusio' ja WWW-julkaisun monimediaista olemusta ja olisi päästy paremmin käytännön tasolla testaamaan, jos käytännön tutkimuskohteena ollut WWW-julkaisu olisi sisältänyt kaikkia eri perinteisen median muotoja. WWW-Valmentajassa ei käytetty lainkaan ääntä eikä liikkuvaa kuvaa. Näiden mediaelementtien osalta kokemuksia kerättiin muista WWW:ssä olevista lehdistä. Muun vertailuaineiston tuominen tutkimukseen voisi tuoda lisää uuden median ominaispiirteitä esille. Esimerkiksi CD-ROM levyillä julkaistaan myös multimedialehtiä, joiden tutkiminen ja vertailu WWW-lehtiin saattaisi lisätä alueen tutkimustietoa. Tämäkin tutkimus on lisännyt uutta tietoa tutkittavalla alueella. Ennen muuta on selvitetty sitä, miten painettu lehti siirrettiin WWW:iin. Tämän tutkimuksen paras hyöty koituu WWW-lehtien tekijälle tai niiden tekemistä suunnittelevalle. Tästä tutkimuksesta saa johdatusta siihen kuinka WWW-lehtiä tulisi tehdä, millainen WWW-lehden tuotantoprosessi on, varsinkin jos kyseessä on tilanne, jossa jo painetussa muodossa julkaistavaa lehteä halutaan alkaa julkaista myös WWW:ssä.

### 7.3. JATKOTUTKIMUSIDEOITA

Journalistisen materiaalin julkaiseminen WWW:ssä näyttää laajenevan. WWW-julkaisemisen ja elektronisen julkaisemisen tutkimuksen merkitys journalisminkin tutkimuksessa tulee tulevaisuudessa vain kasvamaan. Lisätutkimukset ovat tarpeen sillä tämä tutkimus on osoittanut, että kyse ei ole vain vanhojen joukkoviestintävälineiden siirtämisestä uuteen teknisesti parempaan digitaaliseen ympäristöön vaan täysin uuden joukkoviestimen kehittämisestä. Tämä uusi verkkomedia on ennen muuta hypermediaalinen, vuorovaikutteinen ja reaaliaikainen.

WWW-Valmentaja projektin ja tutkimustyön kuluessa tuli esille monia jatkotutkimusideoita. Yksi lähes tutkimaton alue elektronisessa julkaisemisessa on vastaanottotutkimus. Olisi mielenkiintoista tietää kuinka käyttäjät kokevat multimedialisen ja verkottuneen joukkoviestinnän. Jos lukijamäärät eivät esimerkiksi tällä hetkellä toimivilla suomalaisilla WWW-julkaisuilla nykyisestään kasva, joutuvat monet media- ja lehtitalot miettimään lopettaako koko WWW-toiminta kannattamattomana. Toisaalta lehtitalot ovat tällä hetkellä ennen muuta hankkimassa tärkeää kokemusta uudesta mediasta, joten tappiollisen WWW-palvelun lakkauttamistakin mietitään varmaan pitkään.

Konkreettiset taloudelliset panostukset vaikuttavat ratkaisevasti moniin elektronisen julkaisemisen jatkohankkeisiin. Elektronisen julkaisemisen taloudellinen puoli on siksi yksi keskeisistä tutkimusalueista. WWW-lehden taloudellisessa tutkimuksessa on hyvä lähteä liikkelle peruskysymyksistä. Onko elektronisessa julkaisemisessa taloudellisessa mielessä mitään järkeä? Tämä peruskysymys poikii monia jatkokysymyksiä. Suostuvatko mainostajat lopulta tukemaan online-lehtiä taloudellisesti? Entä suostuvatko lukijat maksamaan online-lehdestään? Kuinka käy painetulle lehdelle jos sen online-painos menestyy? Elektronisen

julkaisemisen taloudellisia vaikutuksia on joukkoviestintätutkimuksessa tutkittu todella vähän. Tarve tällaiselle tutkimukselle olisi huutava. Tällä hetkellä valtaosa suomalaisista lehtitaloista on vieläkin odottavalla kannalla elektronisten julkaisujen suhteen. Palvelukokeiluita on tehty, mutta esimerkiksi taloudellisia testejä ja rankkaa sisältöanalyysiä ei ole näkynyt.

Käytännössä tarvitaan nyt rohkeita viestintäalan yrityksiä, jotka ovat valmiita keksimään tarpeeksi houkuttelevia maksullisia journalistisia tuotteita tietoverkkoon, jotta journalistisen elektronisen julkaisemisen taloudellista kannattavuutta päästäisiin mittaamaan. Perinteisen median alan toimijoilla (lehdistö, radio, TV) on hyvät edellytykset tehdä yleisöä houkuttelevia uusia elektronisia julkaisuja, koska heillä journalistinen sisältötuotanto on jo valmiiksi toiminnassa.

Entisen joukkoviestintätilanteen suurten radio- TV- ja lehtiyhtiöiden hallitseva asema on häviämässä. Digitaalinen tiedonvälitys sekä tietoverkot, WWW mukaanluettuna, nuosevat suurten rinnalle. WWW:ssä pienillä julkaisukustannuksilla on mahdollista saada maailmanlaajuinen yleisö. Uudessa viestintätilanteessa ylikansallisen pienjoukkoviestinnän rooli tulee tulevaisuudessa voimistumaan. Syntyykö tulevaisuudessa sitten myös yhä pienempien ryhmien totuuksia erilaisista yhteiskunnallisista ja ylikansallisistakin aiheista ja asiantiloista? Tämän seurauksena yhteisöllisesti sovitun todellisuuskertomuksen, journalistisen jutun yhteiskunnallinen painoarvo vähenee, koska sen sopimiseen osallistuu vähemmän kansalaisia. Tähän saakka perinteiset valtiolliset mediat ovat mahdollistaneet staattisen mediailmaston avulla sen, että journalistiset jutut, eli kertomukset todellisuudesta ovat olleet jokseenkin yhdenmukaisia. Tulevaisuudessa ihmiset elävät ehkä tilanteessa, jossa on useita totuuksia samoista asioista ja eri todellisuuksissa elävät ihmiset sopivat omat kertomuksensa todellisuudesta. Myös elektronisen julkaisemisen toimialan piirissä vallitsee yksimielisyys siitä, että ne julkaisut, jotka pystyvät vahvistamaan yhteisöhenkeä, menestyvät parhaiten (Steinbock, 1996, 70). Mediahistoriallisesti tilanne ei ole ainutlaatuinen. Joukkoviestinnän menneisyydessä on monia esimerkkejä siitä kuinka eri tavalla eri poliittista kantaa edustaneet lehdet kirjoittivat samoista yhteiskunnallisista tapahtumista täysin eri näkökulmasta. Uudessa mediassa viestinnän kanavia on enemmän ja median nopeus ja intensiteetti on suurempi. Virtuaali- eli keinotodellisuus, eli tieto tilana on hyvä esimerkki uuden median intensiivisestä ja uusia todellisuuksia tehokkaasti luovasta vaikutuksesta.

#### 7.4. MISTÄ MALLIA WWW-JULKAISULLE?

TV:tä ja multimediaa on usein verrattu toisiinsa. Televisiota on usein myös pidetty multimedian esi-isänä ja ensimmäisenä multimediana. TV-ohjelma on kuitenkin kiinni lähetysvirrassa. Yksittäinen ohjelma on lähetysvirran osa. Perinteiseen televisio-ohjelman lähetykseen liittyy aina sen useimmiten ainutkertainen lähetyssajankohta. Uusi media sen sijaan ei ole sidottu lähetysvirtaan ja esityssajankohtaan vaan sen esitystapa on nonlineaarinen. Toinen havaintoni TV:n ja uuden median välillä ovat erot väliin

intensiteetissä. TV:n aikaan sidottu lineaarinen kerrontapa on huomattavasti intensiivisempää kuin WWW:n käyttö. Televisio kertoo tarinoita. Myös WWW voi kertoa tarinoita, mutta se ei ole intensiteettistä aikaan sidotun narration keinoin, vaan enemmän suoraa vuorovaikutusta ohjelman kanssa. TV-ohjelman katsojan ajatuksellinen neuvottelu ohjelman sisällön merkityksistä on myös vuorovaikutusta ohjelman ja katsojan välillä, mutta sillä ei ole suoranaista vaikutusta sillä hetkellä esitetyn ohjelman kulkuun. Kun käyttäjän interaktiivisuus ja mahdollisuus vaikuttaa ohjelmaan vähenee niin ohjailun mahdollisuus kasvaa. Väitänkin, että ihmiset haluavat tulla ohjailuiksi tietyissä rajoissa ja että käyttäjät haluavat, että päätökset tehdään heidän puolestaan, tai ainakin niin, että päätöksien määrä on hyvin rajoitettu. Tämä on kerrontapainotteisten ohjelmien valtti myös tulevaisuudessa.

Myös se onko kyseessä vapaa-aikaan ja viiteeksi tarkoitettu ohjelma, vai hyöty- ja työkäyttöön tarkoitettu sovellus vaikuttaa siihen, mitä ihmiset uuden median sisältötuotteelta haluavat. Hyötykäytössä sovelluksen suuresta ohjattavuuden määrästä on varmasti hyötyä. Uusi media mahdollistaa esimerkiksi opetusohjelmassa paljon erilaisia lähestymistapoja opittavaan asiaan ja linkkien avulla paremman asiasuhteiden hahmottamisen. Uuden median opetusohjelmissa piilee kognitiivisen ylikuormittumisen vaara, mutta se vähenee, kun kustakin lähestymistavasta tehdään oma kokonaisuutensa.

Mistä sitten verkkolehden kannattaisi ottaa mallia kun sen taittoa ja ulkoasua suunnitellaan? Tällä hetkellä yleisin verkkolehden lukemisympäristö on 3:4 suhteinen kuvaruutu. Tämä samasuhteinen näyttöruutu on ollut käytössä televisiossa jo useita vuosikymmeniä. Verkkolehden ulkoasuun voi siis ammentaa tietoa mm. televisioista. Televisio on kuitenkin liikkuvan kuvan esittäjä. Verkkolehdet ovat esitystavaltaan staattisia. Jotkut WWW-lehden kuvakkeet saattavat olla animoituja mutta harvemmin verkkolehdissä liikkuvaa kuvaa näkee. Lisäksi tietokoneen monitori kykenee parempiin esitystarkkuuksiin kuin televisio. Tämän vuoksi tärkein verkkolehden ulkoasun ja taiton opastaja on lopulta graafisen käyttöliittymän suunnittelu ja tietokoneen oma visuaalinen maailma. Monia verkkolehtiä pyritäänkin tekemään jo niiden omilla ehdoilla, mikä on oikea kehityssuunta.

WWW-sivuntaitossa näyttää tällä hetkellä olevan muodostumassa kaksi koulukuntaa. Ensimmäisen koulukunnan mielestä sivuja pitää taittaa samoilla säännöillä, joilla paperilehteä taitetaan. Asettelu ja journalistinen painotus toteutetaan tekemällä WWW-sivuja, jotka pakotetaan johonkin tiettyyn WWW-selaimen ikkunan kokoon. Tämän koulukunnan paras puoli on, että sivulla olevat mediaelementit saadaan pysymään niillä paikoilla, joihin ne on ulkoasun suunnitteluvaiheessa tarkoitettu. Haittapuolena on se, että eri kokoisilta kuvaruuduilta katsottaessa nämä sivut näyttävät asettelultaan huonoilta. Tällä hetkellä näyttöjen koon vaihteluväli on n. kymmentuumaisista kannettavien mikrojen näytöistä aina 21-tuumaisiin taittotyöhön suunniteltuihin näyttöihin. Viestinnällisesti tämä ryhmä pitää luettavuutta ja sisällön painotusta typografisin keinoin tärkeimpänä. Nimitän tätä

koulukuntaa sisältökoulukunnaksi. Toisen koulukunnan mielestä sivuja on tehtävä välineen ehdoilla. WWW-julkaisun sivuista tehdään esimerkiksi HTML:n taulukkotoimintojen avulla skaalautuvia. Nämä näytön koon mukaan skaalautuvat sivut toimivat ulkoasullisesti hyvin lähes millä tahansa näyttökoolla ja monitorin resoluutiolla tai WWW-selainohjelman ikkunan koolla. Tämä ryhmä pitää viestinnällisesti tärkeimpänä visuaalisuutta. Julkaisun ulkoasun luominen on ensisijaista.

Valmentaja-lehteä lähdettiin tekemään WWW-julkaisuksi ulkoasukoulukunnan periaatteiden mukaisesti. Tästä jouduttiin hieman kuitenkin joustamaan, koska haluttiin sivujen näyttävän hyviltä myös vaatimattomimmissa laiteympäristöissä, jotka eivät välttämättä esimerkiksi tue taulukko- ominaisuuksia. Yleinen suuntaus näyttää olevan ulkoasukoulukunnan puolesta. Tätä kehitystä tukee omalta osaltaan mm. yhä erilaisemmat laiteympäristöt (esim. elektroniset muistilehtiöt). Ulkoasukoulukunta lähestyy ajatuksillaan sopeutuvien dokumenttien ideaa, jolloin dokumentti ei ole enää riippuvainen siitä mediasta, jossa se esitetään. Tämä oli alunperin myös WWW:n kehittämisen johtoajatuksena. Alkuperäisenä ideanahan oli se, että riippumatta siitä, millaiselta päätteeltä CERNin ydinfyysikot hyperdokumenteja eripuolilta maailmaa katselivat, voisivat he silti lukea dokumentin sisällön selaimessaan toimivana kokonaisuutena. Sisältö olisi olisi riippumaton muodosta. Sittemmin kun muu maailma kiinnostui WWW:stä siihen lisättiin ominaisuuksia, jotka liimaavat sisällön ja muodon tiiviimmin kiinni toisiinsa. Tämä tehtiin siksi, että näin WWW-julkaisuihin saatiin lisää näyttävyyttä, kuten kuvien, grafiikan ja tekstin keskinäistä jännitettä. Tällä hetkellä WWW-julkaisujen teko-ohjelmat muistuttavat yhä enemmän paperilehtien taitto-ohjelmia, mutta toisenlaista kehitystäkin on havaittavissa. Monet käyttäjä- ja julkaisijapiirit ovat jo taas palauttaneet mieleen WWW:n alkuperäisen idean, eli sisällön ja muodon riippumattomuuden toisistaan.

Tulevaisuuden elektroninen lehti on luonteeltaan ja toiminnoiltaan erilainen kuin nykyään. Se on todennäköisesti enemmän palvelu kuin varsinainen lehti. Lehden lukijasta tulee palvelun käyttäjä. Uudet elektroniset lehdet muuttavat lukijan roolin passiivisesta tiedon vastaanottajasta aktiiviseksi tiedon etsijäksi. Tulevaisuudessa käytännön etsintätyön hoitavat yhä useammin tietoverkoissa liikkuvat agenttiohjelmat, jotka on ohjelmoitu tekemään esimerkiksi sanahakuja ja varaamaan käyttäjälle liput uusimpaan elokuvaan.

## 7.5. LOPUKSI

Norbert Wiener (Keskinen et. al, 1995, 67) on todennut nykyisestä teknologisesta kehityksestä ja tietoverkoista puhuttaessa jo aikaa sitten, että know-howta meillä on maailmassa aivan riittävästi. Teknologia kykenee kehittämään kaikki tarvitsemamme koneet. Mutta onko meillä know-whyta? Tiedämmekö me mitä me haluamme kaikella uudella tekniikalla ja esimerkiksi uusilla tietoverkkopalveluillamme tehdä? Toivottavasti tämän

tutkimus on antanut yhden osavastauksen tähän elektronista julkaisemista koskevaan peruskysymykseen.

Tästäkin tutkimuksesta huolimatta kysymys siitä millaista sisältöä WWW-lehdessä tulisi tarjota ja kuinka se tulisi esittää on WWW-julkaisujen sisältötutkimuksen yksi tärkeimmistä jatkotutkimuskysymyksistä. Uuden median muotokielen tutkimus on tärkeää jo median perusluonteen selvittämiseksi. Lisäksi tutkimuksen tarpeellisuutta voidaan perustella myös journalismin sosiaalisella toimivuuden vaatimuksella. Varis (1995, 22) korostaa tulevaisuuden informaatio- ja medialukutaidon merkitystä. Näistä taidoista saattaa tulla yksi yhteiskuntaa jakava tekijä. Tulevaisuuden yhteiskunnassa menestyvillä nämä medialukutaidot ovat hallussa. Syrjäytyneillä näitä taitoja ei ole. Tulevaisuuden yhteiskunnan syrjäytyneiden luokka voi muodostua suhteessa heidän kykyynsä hankkia informaatiota, kyetä lukemaan sitä, ja erottamaan informaatiosta olennainen. Uuden median myötä viestinnän määrä tulee yhä kasvamaan. Samalla olennaisen tiedon löytämisestä tulee yhä tärkeämpi taito.



## LÄHDELUETTELO

## KIRJALLISUUS

Ahonen, Paavo: "WWW muuttuu virtuaalitodellisuudeksi". Internet-lehti 1/ 1995, s. 25.

Apple Computer Inc.: "Tulisiko meidän kommunikoida enemmän...vai paremmin". Apple Computerin mainosesitys 5/ 1996. 'Apple masters of media'- sarja, s. 2.

Auvinen, Juha: "Net profit is limitless". Euroreporter 1996 - Journalism in Europe. s. 64-65.

Auvinen, Juha – Lindgren, Marko: Sanomalehti siirtyy verkkoon - Ulkoasullisia ja toiminnallisia huomioita esimerkkilehtien valossa. Proseminarityö, Jyväskylän Yliopisto, Viestintätieteiden laitos, Journalistiikka, 1995.

Bruun, Mikko - Koskimies, Ilkka - Tervonen, Ilkka: Uutisoppikirja. 2. Painos. Helsinki: Tammi, 1989.

December, John: "Units of Analysis for Internet Communication". Journal of Communication. Winter 1996/ Vol. 46 No.1. s. 14-38.

Drosdowski, Günther (toim.): Duden - Deutsches Universalwörterbuch. 2. Auflage. Mannheim: Dudenverlag, 1989.

Ekholm, Kai - Haasio, Ari - Heinisuo, Rami (toim.): Tiedon valtatiet - ja kinttupolut. Jyväskylä: Suomen ATK-kustannus 1995.

Ekholm, Kai - Inkinen, Sam - Salmi, Markku (toim.): Tulevaisuuden esihistoria. Helsinki: Painatuskeskus, 1993.

Enlund, Nils: Elektroninen sanomalehti - ongelmat ja tutkimustarpeet. Helsinki: Teknillinen korkeakoulu, 1993.

Enlund, Nils: Elektroninen lehti mediakilpailussa. Helsinki, Sanomalehtien liitto, 1994. s. 84-87.

Gibson, William: Neurovelho. 2. Painos. Porvoo: WSOY, 1994.

Hemánus, Pertti: Journalistiikan perusteet-johdatus tiedotusoppiin 2. Helsinki, Yliopistopaino 1990.

Järvelin, Kalervo: "Katsaus elektronisen tiedonvälityksen teknologiaan". Tiedotustutkimus 3/ 1994, s. 45-56.

Järvinen, Petteri: Internet - verkkojen verkko. Juva: WSOY, 1995.

Järvinen, Petteri: Internet - muutostekijä. Juva: WSOY, 1996.

Keskinen, Auli (toim.): Teledemokratia - tietoverkot ja yhteiskunta. Helsinki: Painatuskeskus, 1995.

Kuronen, Timo: "Euroopan tie tietoyhteiskuntaan". Tiedotustutkimus 1/ 1995, s. 26-36.

Kuutti, Heikki: Journalistiikan sanasto, Jyväskylä, Gummerus, 1994.

Luostarinen, Heikki et al. (toim.): Sopulisilppuri. Jyväskylä: Gummerus 1996.

McQuail, Denis: Mass Communication Theory - An Introduction. Third Edition, London: Sage Publications 1994.

- Metsämäki, Markku: Elektronisen julkaisun suunnittelu. Helsinki: Edita, 1996.
- Miettinen, Jorma: Toimitustyö. Hämeenlinna: Karisto 1988.
- Moen, Daryl R.: Newspaper Layout and Design. Iowa: Iowa State University Press, 1986.
- Mäntylä, Jorma: "Journalistisia näkökulmia hypertekstiin". Tiedotustutkimus 3/ 1993. s. 66-72.
- Negroponte, Nicholas: Digitaalinen todellisuus. Keuruu: Otava 1996.
- Newhagen, John E. - Rafaeli, Sheizaf: "Why communication researchers should study the Internet: A dialogue". Journal of Communication. Winter 1996/ Vol. 46 No.1. s. 4-13.
- Paananen, Vesa-Matti - Lallukka, Leena: Multimedia - kohti hypermediaa. Jyväskylä: Gummerus 1994.
- Pohjanvalta, Terhi - Salo, Tiina - Toivanen, Irmeli: Elektroninen julkaisu - kolme tapausta ja muutama ulottuvuus. Helsinki, Teknillinen korkeakoulu, 1995.
- Ropponen, Jukka: Tietokone & valokuva. Vantaa: Pagina, 1994.
- Saari, Timo: Kuvaruutulehteä etsimässä - Kuvaruutulehden käsite sovellukset ja merkitys, (pro gradu-tutkielma) Tampere: Tampereen yliopisto, tiedotusopin laitos, 1994.
- Saari, Timo: "Elektroninen julkaiseminen hämmentää painoalaa myös Euroopassa" Suomen lehdistö 9/ 1994, s. 16-18.
- Sadeniemi, Matti (toim.): Nykysuomen sanakirja. 12. Painos, Porvoo: WSOY, 1990.
- Savolainen Veli-Antti, Himanen Pekka: Kohtaamisyhteiskunta. Helsinki: Edita, 1995.
- Simone, Luisa: "Internetin kuvapolitiikka", Tietokone 9/ 1996, s. 135-137.
- Sinclair, John (toim.): Collins cobuild dictionary english language. Cased edition. Glasgow: William Collins Sons & Co Ltd, Glasgow, 1987.
- Steinbock, Dan: "kohti internet-lehtiä", Tietokone 4B/ 1996, s. 69-72.
- Tarkka, Minna - Hintikka, Kari A. (toim.):Johdatus uuteen mediaan. Helsinki, Oy Edita Ab 1996.
- Tarkoma, Jarno - Kolari, Jukka: World Wide Web - Internetin tehokäyttö, Jyväskylä, Teknolit, 1995.
- Tiainen, Pirjo: Elektroninen julkaiseminen, mahdollisuus sanomalehdille. Helsinki, Sanomalehtien liitto, 1995.
- Varis, Tapio: Tiedon ajan media. Helsinki: Yliopistopaino 1995.

#### HAASTATTELUT

- Krause, Klaus: Rheinische Post-sanomalehden online-toimituksen päätoimittaja, 1.4. 1996  
Düsseldorf, Saksa.

## TV OHJELMAT

Mediauutiset 6.5.1995. MTV3. Toimittaja Rauli Virtanen.

## SÄHKÖPOSTIT

Mäkinen, Harri (harri@zone.great.fi): "Verkkolehden taitto". Journalismi:541-postituslista. Tampereen yliopisto. Tiedotusopin laitos. 27.9. 1996.

Numminen, Petteri (Petteri.Numminen@sanoma.fi): "Re:Verkkolehden taitto". Journalismi:541-postituslista. Tampereen yliopisto. Tiedotusopin laitos. 2.10. 1996.

## WWW-LÄHTEET

AJR  
<http://www.newslink.org/>

CNN  
<http://www.cnn.com/>

EDITA  
<http://www.edita.fi/>

JUPITER COMMUNICATIONS  
<http://www.jup.com/>

KARONEN, PASI - TÄRKEÄT ASIAT  
<http://www.uta.fi/~typakar/jr/tk.htm>

MY YAHOO!  
<http://www.my.yahoo.com/>

POINTCAST  
<http://www.pointcast.com/>

Suomi tietoyhteiskunnaksi - Kansalliset linjaukset, linjaus 4. Valtiovarainministeriö 1995,  
[http://www.painatuskeskus.fi/tuotteet/strategia/sta\\_sis.html](http://www.painatuskeskus.fi/tuotteet/strategia/sta_sis.html).

Netscape - [VALMENTAJA-lehti]

File Edit View Go Bookmarks Options Directory Window Help

Back Forward Home Edit Reload Images Open Print Find Stop

Go to file:///C:/WWW-Valmentaja 2-96/index.htm





What's New? What's Cool? Destinations Net Search People


# Valmentaja




2/ 1996

Tervetuloa ONLINE-Valmentajaan!

SISÄLTÖ:

 <u>Paakirjoitus</u>	 <u>Atlanta ja 10 mitalin tavoite</u>	 <u>Atlantassa kilpaillaan huonon saunan olosuhteissa</u>	 <u>Matti Närhi keihäseliittiin</u>
--	---	---	---

 Suomen Valmentajat ry tiedottaa

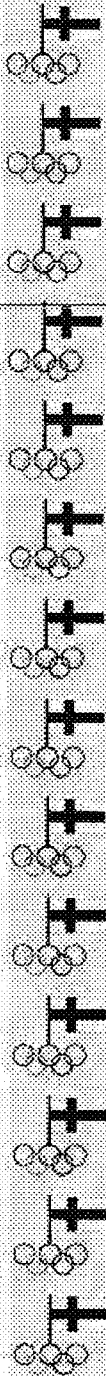

Document Done

**Netscape - [Atlantan olosuhteet]**

File Edit View Go Bookmarks Options Directory Window Help

Location: file:///C:/JUHAN PRO GRADU/WWW-Valmentaja.2-96/olosuhd.htm

What's New? What's Cool? Destinations Net Search People


**Atlantassa kilpaillaan huonon saunan olosuhteissa**

- **Atlantan erityisolot vaativat valmistautumista**
- **Atlanta on kuin huono sauna**
- **Jettag kiusana**
- **Matkustamiseen liittyvät tekijät**
- **Käytännön muistilista Atlantan urheilijoille**
  - [Taulukoita Adaptaatioaikataulusta](#)
  - ["Kuuma ryhmä"-ohjeet lajeille](#)

Teksti: Heikki Rusko ja Heikki Kantola

**Atlantan erityisolot vaativat valmistautumista**

Atlantaan valmistautuvien huippu-urheilijoiden on täytynyt huomioida monia suorituskyvyyden kannalta tärkeitä asioita. Heidän tulee ottaa huomioon ilmaston sopeutuminen, lämpötila ja kosteus sekä mahdollisesti ilmansaasteet, aikaeroon sopeutuminen, kestävyyslajeissa mahdollinen veren punasolujen määrän lisääminen vuoristoharjoittelulla tai alppimajaharjoittelulla sekä tietysti matkustamisen aiheuttamat riskit.



**Käytännön muistilista Atlantan urheilijoille**

Vältä kättelyä ja ihmistungoksia. Pese kädet usein, juo vain pullotettuja juomia, syö terveellisesti jne.

Aikaeroon sopeutumiseen voidaan vaikuttaa seuraavasti.

- huolehdi matkan aikana nestetasapainesta juomalla runsaasti vettä
- vältetään raskaita ja hyvin makeita ruokia, syödään keveitä kilohedkeitä.

**Atlanta on kuin huono sauna**

Kuumaan ja kosteaan sopeutuminen on

Document Done

Netscape - [Suomen Valmentajat ry]

File Edit View Go Bookmarks Options Directory Window Help

Back Forward Home Edit Reload Stop Open Print Find

Location: file:///C:/JUHAN PRO GRADU/WWW-Valmentaja 2-96/tiedotu.htm

What's New? What's Cool? Destinations Net Search People

---

**Suomen valmentajat ry**  
**TIEDOTTAA**

---

**1.7. 1996**

**HotSport on totta!**

Olet saanut jäsenkirjeen mukana Rästelin tarjouskirjeen. Tutustu siihen ja käytä tarjouksia hyväksesi.

Lue myös HotSport -juttu, se on yksi mahdollisuus nostaa seurojen omavarainhankintaa. Vaikka varojen kerääminen ei meille valmentajille kuulukaan, niin kannattaa muistuttaa seuran johtokuntaa varojen hankinta mahdollisuudesta. Keskittämällä majoitus ja muita ostoja uudelle HotSport -kortille seura voi samalla kerätä varoja vaikka valmennustoiminnan tueksi.

Suomen Valmentajat ry siis suosittelee jäseniään hankkimaan HOTSPORT-kortin, jolloin käyttäessäsi esitekiessä mainittuja 1500 ostopaikkaa keräät seurallesi HOTSPORT-bonusta. Muista, että yöpyessäsi Cumulus ja Rantasipihoteleissa, saat Suomen Valmentajat ry:n jäsenkortilla aina markkinoiden edullisimman huonehinnan ja samalla keräät HOTSPORT-bonusta seurallesi.

**Jäsenkortit ovat tulleet**

Jäsenmaksunsa maksaneet yhdistyksen jäsenet ovat jo päässeet nauttimaan jäseneduista mm. Edellä mainitusta majoitussopimuksesta. Muistutamme, että vanhalla kortilla ei enää saa etuja, joten hoitakaa jäsenmaksu kuntoon ensitilassa. Jäsenmaksu vuodelle 1996 on 250 markkaa ja uusien jäsenten liittymismaksu 250 markkaa. Mikäli olet kadottanut pankkisiirtolapun, niin tässä on tilinumero: Suomen Valmentajat ry 142650-58936.

Mikäli jäsenmaksusi maksaa esimerkiksi työnantaja, niin laittakaa pankkisiirtoon nimenne näkyviin. Ne henkilöt, joiden maksut on maksanut työnantaja ja korttia ei ole näkynyt, ottakaa yhteyttä Jorma Kallioon 912-388 165 tai 9400-473 340 kyse on kohdistamisvaikeudesta.

**Liikunta-alan tutkintotoimikunta asetettiin**

Opetusministeriö asetti liikunta-alan tutkintotoimikunnan. Toimikunnan toimialana on Valmentajien enkoisammattitutkinto ja toimialueena on koko maa.

Yhdistystämme pyydettiin nimeämään kaksi edustajaa toimikuntaan. Hallitus nimesi tehtävään Jukka Lahtisen (Pajulahden Valmennuskeskus) ja Leena Jaaskelainen (Lapin Urheilupuisto). Molemmat ovat yhdistyksen pitkäaikaisia jäseniä.

Muut toimikunnan jäsenet ovat: Marja Miettinen (Koripalloliitto) ja Heikki Kantola (Olympiakomitea), Timo Vuorimaa (Vierimäki) ja Mikko Levola (Kuortane).

Document Done