



Vierailijaprofessori Hannu Pulkkinen
Läksiäisluento 28.4.2011

Syventymisestä vilkuiluun – miten käy sanomalehden?

Hyvät kuulijat!

1900-luvulla syntyi moderni lehtityyppi, jonka ideaalina oli tarjota ammattijournalistien kokoamaa objektiivista tietoa ja opastusta rationaalisesti toimivalle kansalaiselle. Vuosisadan lopulla tämä lehtimuoto alkoi kuitenkin väistyä ja siirtyä jälkimoderniksi sanottuun aikaan, jossa konsernijournalismi, bisnesajattelu ja managereiden asema vahvistuivat - myös toimituksissa. Nyt painotetaan nopeutta, näkökulmia, subjektiivisuutta, kiinnostavuutta, viihtyvyyttä ja lukijalähtöisyyttä. Lukijan asema on tässä ristiriitainen. Yhtäältä puhutaan lukijoiden huomioimisesta, moniäänisyydestä, vapaasta tiedosta ja kansalaisjournalismista. Toisaalta on havaittu, että median käyttö fragmentoituu, jolloin yksittäinen lukija saattaa jäädä harhailemaan nettiavaruuteen.

Design sekä jäsentää että hajottaa

Design, ulkoasun suunnittelu ja käytettävyys ovat saaneet painoarvoa myös uutismediassa. Visualistit ovat saaneet ns. enemmän natsoja toimituksissa ja visuaalinen suunnittelu on tullut monissa lehdissä kiinteämmäksi osaksi lehden tuotantoprosessia. Visuaalinen näkökulma voi vaikuttaa jopa juttuaiheiden valintaan ja juttujen saamaan paikkaan lehtien sivuilla.

Ulkoasun perustehtävänä on tuoda lehteen selkeyttä ja luettavuutta, mutta myös näyttävyyttä, yllätyksiä ja huomiopisteitä. Lehdet ovat 1990-luvulta lähtien tulleet visuaalisemmiksi, samalla kun editoinnin ja ennakkosuunnittelun merkitys on kasvanut. Lisääntynyt suunnittelu on vahvistanut konseptointia ja mallinnusta, mikä tehostaa työskentelyä pienenevillä resursseilla ja antaa mahdollisuuden myös jakaa materiaalia lehtien kesken.

Esitystapojen yksityiskohdissa on nähtävissä myös perinteisten rakenteiden hajottamista, dekonstruktiota. Juttuja puretaan helpommin sulaviin osiin ja niihin tuotetaan lisäelementtejä. Nyt käytetään enemmän perinteisestä lineaarisesta uutiskerronnasta poikkeavia juttutyyppejä, joihin vaihtoehtoisia esitystapoja voidaan kehittää lähes loputtomasti. Ainakin *Poynter-instituutin* tutkimuksen mukaan näillä ratkaisuilla on positiivinen vaikutus lukemiseen: uudet, ns. ei-lineaarit juttutyypit ja lisäelementit lisäävät sisällön ymmärtämistä ja luettu myös muistetaan paremmin.

Esitysten monimuotoisuus saattaa tuoda myös ongelmia. Ulkoasun tekijät eivät ole koskaan voineet hallita lukijan etenemistä lehden aineistossa, mutta hajautetussa ja visuaalisesti monimuotoisessa esitystavassa se on erityisen vaikeasti ennustettavissa. Silmäilijä ehkä poimii asian sieltä, toisen täältä. Tällöin kokonaiskuva voi jäädä syntymättä ja jutun oleellinen sisältö tavoittamatta. Erityisen suuri vastuu on tässä esityksen rakentajalla. Jos sivuille esimerkiksi kootaan liikaa visuaalisia ärsykeitä, lukeminen saattaa häiriintyä.

On myös luonnollista, että hajautetut rakenteet vaikuttavat lukutapaan laajemminkin. Jos lehden lukeminen muuttuu vilkuiluksi ja sivujen nopeaksi selailuksi, se ei ole ainakaan laadukkaan uutisvälineen kannalta hyvä asia. Tilanteeseen vaikuttaa sekin, että aamukahvipöytään on tullut muitakin, kuten aamutelevisio, kännykkä ja jopa tietokone, jotka vaativat lukijan huomion. Tulosta voitte testata lounaskeskustelussa: mitkä jutut todella muistatte aamulla lukemastanne lehdestä?

Vastaanoton pätkittäisyys ja hajanaisuus on tyypillistä erityisesti internetille. Verkko on valtava elektroninen karkkikauppa, joka vetää eri suuntiin. Tunnemme tilanteen

omasta kokemuksestamme: kiinnostumme jostain artikkelista, mutta lukeminen keskeytyy, kun houkutteleva linkki, video tai vilkkuva mainos johtaa huomionne jonnekin aivan muualle.

Itse olen havainnut, että pidempien artikkeleiden lukeminen ruudulta ei suju. Lukeminen onnistuu, kun otan tulosteen ja luen paperiversion kaikessa rauhassa. Tätä voi pitää sukupolvipolvikysymyksenä ja olisikin kiinnostavaa tietää, miten paljon nettinatiivit lukevat laajempia artikkeleita netistä.

Poynterin Eyetrack 2007 -tutkimuksen mukaan luettavaksi valittuja pidempiä artikkeleita luetaan verkossa loppuun asti useammin kuin paperilehdessä. Eli jos aihe todella kiinnostaa, pidempikin teksti luetaan myös ruudulta. Ehkäpä verkko ei estä syventymistä, mutta ei se sitä palkitsekaan. Verkko kannustaa kursoriseen lukemiseen.

Uutiset siis tulevat eteemme entistä sirpaleisemmassa muodossa. Vastaanottajasta riippuu, kykeneekö hän yhdistämään tiedot aikaisempiin tapahtumiin ja taustoihin. Kuten New Yorkin Yliopiston journalistiikan professori **Jay Rosen** on todennut: uutisten käyttö jakautuu eri tasoryhmiin samaan tapaan elektronisten pelien maailma. Taustoja tuntematon, alemmalla tasolla pelaava uutisten kuluttaja päätyy todennäköisemmin välittömästi palkitseviin ja helppoihin aiheisiin.

Muotoilun pitkä historia

Helpoksi tekeminen ei ole nykyajan keksintö. Kun kansalle suunnattu kaupallinen lehdistö (ns. *penny papers*) syntyi lähes 200 vuotta sitten, oli lähtökohtana, että aineisto esitetään tiiviissä ja helposti käytettävässä muodossa ja noudattaen sellaista esitystapaa, jonka kadunmies tuntee omakseen. Lordi Northcliffe, angloamerikkalaisen populaarilehdistön perustaja, puhui säästäväistä lehdistä (*time saving papers*) ja kiireisten lehdistä (*busy man's papers*). Hän mm. vaati toimittajiltaan, että jutut ovat korkeintaan 250 sanan pituisia. Lordi oli oikeassa siinä, ettei sanojen eli siis datan määrä ei ole hyvän uutisen kriteeri. Tärkeintä on se, miten suuri määrä informaatiota otetaan vastaan ja ymmärretään.

Sanomalehti ei ole kirja; sen olemukseen kuuluu nopea rytmi, huomion herättäminen, joskus jopa huutaminen, vahvat kontrastit, vastaanoton helppous ja asioiden tiivistäminen, pelkistäminen ja popularisointi. Silmäily on aina ollut osa sanomalehden lukutapaa. Se ei sinällään ole huono asia. Silmäily ja nopea tiedon seulonta ovat yhtä tarpeellisia taitoja kuin on syventyvä lukeminen. Huolestuttavaa uutismedian kannalta kuitenkin on, jos vilkuilusta ja selailusta tulee pääasiallinen vastaanoton muoto.

Esitystapoihin liittyvää problematiikkaa ei pidä väistää. Toimittajana ja visualistina minun on kysyttävä, minkälaista esitystapaa haluan edistää. Esitystavat vaihtelevat tietenkin sen mukaan, minkälaisesta tiedotusvälineestä ja genrestä on kysymys. Myös silmänruokaa, rentouttavaa silmäilyä ja viihdettä tulee tarjota lehdissä. Silti tällainen esitystapoihin ja lukijasuhteeseen liittyvä pohdinta on tarpeen. En halua tehdä sivuja, jotka lukija sivuuttaa kiinnostumatta. En halua tehdä myöskään sivuja, joissa lukeminen tehdään vaikeaksi. Enkä halua tehdä sivuja, joissa sisältö hukkuu hälinään.

Perimmältään hyvässä typografiassa, graafisessa suunnittelussa ja visuaalisessa journalismissa on kysymys viestinnän edesauttamisesta ja siihen osallistumisesta. Maailma olisi aika toisen näköinen jos näin ei olisi. Tässä pari esimerkkiä aivan alkutaipaleelta.

Tuhatluvulle asti kirjoitettiin *scriptura continua*, jatkuvaa kirjoitusta. Teksti oli kirjaimia peräkkäin ilman sanavälejä ja tekstiä jäsentäviä lisämerkkejä. Tällaisen tekstin lukeminen vaati erityistä osaamista; se ei todellakaan ollut tarkoitettu kadunmiehelle. Nykyaikainen typografia kantaa mukanaan huomattavan paljon tekstin rytmiin ja tulkintaa liittyvää informaatiota. Olemme niin tottuneita nykyiseen typografiaan, että emme aina tule ajatelleeksi, että kysymys on pitkän kehityksen tuloksesta. On hyvä muistaa, että esimerkiksi *Helsingin Sanomia* painettiin vielä 1920-luvulla goottilaisilla eli fraktuurakirjaimilla. Nykyajan näkökulmasta tämä tuntuu tietysti kummalliselta.

Graafinen ilmaisu ja tekniikka ovat kehittyneet vuosisatoja ja lopulta olemme päätyneet sähköisiin sanomalehden sivuihin. Jos selailemme kotimaisten lehtien verkkosivuja, koemme ne houkuttelevina, haluamme viipyä niiden äärellä pidempäänkin? Onko otettu huomioon kaikki se tieto ja osaaminen minkä vuosisatojen kuluessa olemme saaneet typografiasta, havaintopsykologiasta, estetiikasta ja lukutavoista?

Lehtien verkkosivuja on tehty jo yli 15 vuotta, mutta vieläkin niiden käytettävyys ja ulkoasu eivät ole tyydyttäviä. Verkossa toimivilla sanomalehdillä ei ole varaa kehnoon esitystapaan: kyllästynyt käyttäjä karkaa hetkessä houkuttelevammille sivuille, joita verkosta löytyy yllin kyllin.

Lisää tietoa lukemisen psykofysiologiasta

Lehtien ja verkkosivujen suunnittelun pohjaksi on tarjolla jonkin verran tutkimustietoa, mutta vieläkin lukemisen ja kuvien vastaanoton psykofysiologiaa

tunnetaan vähän. Perustietoja antavat esimerkiksi silmänliiketutkimukset, joiden mukaan lukijat liikkuvat sivulla huomiopisteiden mukaan ja tulevat sivulle yleensä suurimman kuvan ja siihen liittyvän otsikon kautta. On havaittu, että visuaalisilla elementeillä, kuten kuvilla, faktalaatikoilla, grafiikalla ja typografisilla korostuksilla varustetut jutut saavat parhaiten lukijan huomion ja eniten lukuaikaa. Huomiopisteillä voidaan myös jonkin verran ohjata lukijan etenemistä sivulla. Olisi tärkeää, että ulkoasujen suunnittelussa voitaisiin nojautua enemmän tutkimusten tuomaan faktaan.

Suomalaiset sanomalehdet ovat koko kansan lehtiä. Tässä on niiden vahvuus ja myös vaikeus. Lehtien on palveltava hyvin erilaisia lukijaryhmiä, joihin kuuluvat sekä vilkuilijat että syventyjät. Myös sama henkilö voi eri tilanteissa olla joko silmäilevä tai paneutuva lukija.

Kysymys on usein balanssin löytämisestä ja sen huomioimisesta, että erilaiset aineistot ja osastot vaativat myös erilaisia esitystapoja. Myös lehdissä voi olla pitkiä juttuja, mutta pitkä teksti ei välttämättä edusta syvällisyyttä eikä hyvää tiedottamista. Usein pitkät tekstit ilmentävät paremminkin huonoa kirjoittamista ja yksinkertaisesti editoinnin puutetta.

Paperilehdet eivät voi estää lukijoiden valumista nettiin muuttumalla netin kaltaisiksi. Printin on löydettävä omat vahvuutensa, jotka ovat sekä sisällön että ulkoasun laadussa, luotettavuudessa ja kyvyssä luoda kokonaiskuvaa nopean uutisoinnin taustaksi. Meidän on kuitenkin hyväksyttävä se tosiasia, että lukijoiden ajankäyttö on muuttunut. Eräs yleisimmistä selityksistä tilauksen peruuttamiselle on se, ettei paksujen lehtien lukemiseen liikene kylliksi aikaa.

Keskustelu informaatiotulvasta on vähintäänkin yhtä aiheellista kuin 1980-luvulla kun **Saul Wurmanin** *Information Anxiety* –kirja ilmestyi. Ajankohtainen on myös Wurmanin perusteesi: informaation kasvava massatuotanto ja kehittynyt informaatioteknologia ovat aiheuttaneet tilanteen, jossa suuren datamäärän ja ihmisten tarvitseman informaation välillä on railo. Tieto ei ole hyödyksi, jos siitä puuttuu muoto, yleisölle mielekäs rakenne. Tieto tulee informaatioksi vasta kun se organisoidaan ja osoitetaan käyttäjän kannalta merkitykselliseksi. Tästä on perimmältään kysymys, kun puhumme lehtien suunnittelusta.

Täytyy myöntää, että visualistin työ median markkinoilla tuntuu välillä turhauttavalta. Näen mielessäni sohvaperunan, joka ei jaksaa lukea kirjaa eikä tuhatta merkkiä pidempää juttua. Asiat on siis tarjoiltava hänelle mahdollisimman hyvin sulavassa ja vetävässä muodossa ja silti on epävarmaa onko ponnisteluillamme mitään vaikutusta. Mieleen hiipii pelottava ajatus: mitä valmiimmaksi pureskeltuja esityksiä

teemme, sitä suuremmiksi vastaanottajien mukavuuden halu kasvaa ja sitä passiivisemmaksi he muuttuvat.

Vilkuilijat ja mukavuudenhaluiset on kuitenkin huomioitava. Sanomalehtien on pidettävä lukijoina myös ne, joille on tärkeää saada nopea yleiskuva päivän uutistarjonnasta. Jos päivälehteä tehdään vain syventyville, päädytään eliittilehteen, jolla ei Suomessa voi olla kovin laajaa lukijakuntaa. Onhan mahdollista, että kehitys lopulta johtaa tähän, jos kansa jakautuu entistä selvemmin myös median kuluttajina. A-ryhmällä on varaa maksaa siitä, että saa kainaloonsa tyylikkään, laadukkaan ja syvällisen paperilehden. B-ryhmä saa vähemmän laadukkaan uutispalvelun ilmaiseksi, sähköisesti ja helppossa muodossa. Tämä tarkoittaisi sitä, että paperinen sanomalehti ei kuole, mutta se saisi paikkansa alhaisemmalla levikin tasolla. On jopa esitetty ajatuksia, että audiovisuaalisen median jatkaessa voittokulkuaan lukeminen suurten kansanryhmien harrastuksena menee ohi ja palaamme siihen mistä lähdettiin; lukeminen palautuu eliitin harrastukseksi.

Journalismilla on tehtävä

Viime vuosina lehdissä on kiinnostuttu erilaisista kerronnan keinoista. Tarinajournalismi kuulostaa monien korvissa epäilyttävältä ja termi onkin aika huono. Tarkoitus on kuitenkin hyvä. Tieto ei riitä, vaan se on asetettava laajempiin yhteyksiin ja osaksi vastaanottajan arvomaailmaa. Emootiot vaikuttavat siihen miten journalistinen materiaali huomataan, muistetaan ja omaksutaan.

Journalisteilla on suuri vastuu. Näyttää siltä, että poliittiset instituutiot, armeijat, kirkot, markkinavoimat ja teknologiset rakennelmat eivät kykene luomaan uskoa tulevaisuuteen. Ihmisillä on se tunne, että pelottavat tapahtumat ja typeryys ovat lisääntymässä. Jotta voisimme ymmärtää ja pitää tämän maailman koossa, me tarvitsemme tietoa, joka yhdistyy sekä henkilökohtaiseen kokemukseemme että auttaa eläytymään toisten maailmaan. Tähän me tarvitsemme kertovaa journalismia samoin kuin me tarvitsemme taiteita ja kirjallisuutta.

Tällä hetkellä mainostajat ja pelien tekijät ovat parempia kertojia kuin journalistit. Tarvitsemme uusia taitoja monikanavaisuuteen, digitaaliseen uutisoiminnin ja multimedian hallintaan. Ennen kaikkea, olisi sitten kysymys kirjoittamisesta tai visuaalisesta esittämisestä, tarvitsemme journalisteja, jotka hallitsevan monipuolisesti kerronnan keinot ja osaavat jäsentää tietotulvan kiinnostavaan ja vastaanotettavaan muotoon.

Tämä on suuri haaste myös tutkimukselle. Itse ainakin haluaisin enemmän

tietoa esimerkiksi siitä, minkälaisen journalistisen tekstin tulee olla silloin kun se yhdistyy visuaalisiin esityksiin. Minkälainen esitystapa toimii parhaiten verkossa; miten esimerkiksi juttu olisi syytä kirjoittaa silloin kun se liitetään kuvasarjaan, ääniraitaan tai videoesitykseen? Mediakonvergenssi etenee ja median käyttö muuttuu, mutta meillä on liian vähän tietoa jaettavaksi tulevaisuuden toimittajille? Miten uusi teknologia ja erilaiset esitystavat vaikuttavat lukijoiden kokemukseen ja kognitiivisiin prosesseihin? Jonkin verran tutkittua tietoa tihkuu. Osa siitä on jopa huolestuttavaa.

Silmäilijät ovat usein monisuorittajia. He saattavat käyttää myös useampaa mediaa, kuten tietokonetta, mobiilia ja televisiota, yhtä aikaa. Tutkimukset ovat osoittaneet, että yritys tehdä useita asioita samanaikaisesti, eli ns. multitasking, ei tuo tehokkuutta eivätkä todellisuudessa säästä aikaa. Päätä se kyllä rasittaa, sillä jatkuva keskeyttäminen, huomion kohteen vaihtaminen ja uudelleen keskittyminen rasittavat aivoja ja lisäävät stressiä. Silloin luettua ei sisäistetä eikä se jää mieleen. Median monikäyttö on kuitenkin usein jotain muuta kuin uutisten tai tiedon vastaanottoa: tärkeintä on olla mukana ja varmistaa se, ettei sosiaalisten kontaktien ja muiden aktiviteettien parissa jää jotain huomaamatta. Monikäyttäjät ovat taitavia tiedon seulojia ja käsittelijöitä. He osaavat lukea ja tulkita myös visuaalista kuvien ja merkkien kieltä.

Uudenlainen mediankäyttö on vaikuttanut myös yliopistoihin. Luennoilla päivitetään Facebookia ja kirjoitetaan sähköposteja. Opettajat ovat paljolti muuttuneet monimediaesittäjiksi; saadakseen opiskelijoiden huomion, he näyttävät kuvia ja videoita (vähän niin kuin minä tässä nyt). He osoittavat nykyaikaisuuttaan käyttämällä opetuksessa internetiä ja olemalla mukana sosiaalisessa mediassa, twitterissä ja blogeissa. Seurauksena voi olla se, että opettajan rooli ja persoonallinen läsnäolo hämärtyvät. Opettajan tekee mieli kiljaista: hei, täällä puhuu ihminen ihan liveinä!

Pidän kiinnostavana amerikkalaisen **Nicholas Carrin** teosta *Pinnalliset – mitä internet tekee aivoillemme*. Terra Congnita julkaisi sen syksyllä Antti Pietiläisen käännöksenä. Carrin kirjan voi nähdä kärjistyksenä tai amerikkalaisten kohkaamisena, mutta kirjan ajatukset jäävät painamaan mieltä. Ne perustuvat uusimpaan tutkimustietoon ja myös kirjoittajan omaan kokemukseen Internetin kehittäjänä ja asiantuntijana.

Carrin perusajatus on, että Internetin käyttö ulkoistaa muistin ja vie kyvyn syventyvään lukemiseen ja ajatteluun. Miksi lukea kirjoja, miksi perehtyä, miksi ajatella itse, kun kaikki löytyy Googlestä hetkessä. Muutumme, kuten Carr sanoo, ”tiedon viljelijöistä elektronisen datametsän metsästäjä keräilijöiksi”. Väitteen

perustana on tuore tutkimustieto aivojen plastisuudesta. Saattaa nimittäin käydä niin, että uudenlainen median käyttö muuttaa aivojen toimintatavan, ihmisen käyttäytymisen ja lopulta koko kulttuurin. Carrin mukaan satojen vuosien pituinen kirjallinen ja syventyvään lukemiseen perustuva kulttuuri on väistymässä aivan samoin kuin suullinen kulttuuri aikoinaan väistyi kirjallisen kulttuurin tieltä. Aika moni meistä saattaa tuntea tämän muutoksen itsessämme: pitkäjänteiseen ja omaa ajatusten kehittelyä vaativaan työhön paneutuminen tuntuu entistä vaikeammalta ja se edellyttää usein yhteyksien katkaisemista kaikkiin median ja tietoverkkojen houkutuksiin.

Tietoa on tarjolla enemmän kuin koskaan, mutta sen hyödyntämiseen ja arviointiin on entistä vähemmän aikaa. Toivon, että yliopistot kuitenkin säilyisivät paikkoina, joissa pakkotahtisuudesta vapaa syventyminen, keskustelu ja tutkimus ovat edelleen mahdollisia.

Hyvät kuulijat!

Olen kiitollinen kuluneesta ajasta täällä yliopistolla ja iloinen kokemastani yhteistyöstä ja keskusteluista opiskelijoiden ja kollegojen kanssa. **Bertold Brechtiä** mukailen: lähden täältä median markkinoille ja asetun toivorikkaana myyjien joukkoon. Toivon, että tuotteistamme ovat kiinnostuneita niin syventyjät kuin vilkuilijatkin.

Toivon myös, että minulla edelleen olisi mahdollisuus katsoa alaani laajemmasta perspektiivistä ja nautiskella - edes aika-ajoin – myös mietiskelyn ihanasta päämäärättömyydestä.

Kiitos!