



KAARINA
NIKUNEN

ENEMMÄN VÄHEMMÄLLÄ

Laman ja teknologisen murroksen vaikutukset
suomalaisissa toimituksissa 2009–2010

Kaarina Nikunen

Enemmän vähemmällä

Laman ja teknologisen murroksen
vaikutukset suomalaisissa toimituksissa
2009–2010

Tutkimuksen tekoon on osallistunut Susanna Vehmas



Tampereen yliopisto
Viestinnän, median ja teatterin yksikkö

Myynti:

Tiedekirjakauppa TAJU
PL 617
33014 Tampereen yliopisto

puh (03) 3551 6055
fax (03) 3551 7685

taju@uta.fi
<http://granum.uta.fi>
<http://www.uta.fi/taju>

Taitto ja ulkoasun suunnittelu:
Teemu Helenius

Kopio Niini
Tampere 2011

ISBN 978-951-44-8419-3 (PDF)

Tiivistelmä

Enemmän vähemmällä tarkastelee 2008–2009 talouslaman vaikutuksia journalismiin Suomessa. Tutkimuksen lähtökohtana ovat taantuma ja sen vaikutukset journalistisiin käytäntöihin. Taantuman rinnalla mediakentän muutoksiin vaikuttaa teknologinen kehitys ja erityisesti internetin ja sosiaalisen median suosion kasvu. Näin ollen tutkimus tarkastelee myös verkon vaikutusta toimituksellisiin käytäntöihin ja journalismin tulevaisuuteen. Tutkimuksen pääasiallisen aineiston muodostavat 20 toimittajahaastattelua, jotka tehtiin kuudessa toimituksessa eri puolilla Suomea. Tämän lisäksi haastateltiin neljä tiedottajaa. Haastattelussa pyrittiin selvittämään, kuinka toimittajat kokevat muutokset, millä tavoin muutokset vaikuttavat työkäytäntöihin ja millaisia tulevaisuuden näkymiä toimittajat itse hahmottavat media-alalla.

Vuonna 2009 suomalaisista toimituksista irtisanottiin yhteensä 189 journalistiliiton jäsentä ja reilut sata toimittajaa otti vastaan vapaaehtoisen eläkepaketin. Toimitukset pienenivät ja yksittäisten toimittajien työtaakka kasvoi. Taantuman aiheuttamista muutoksista pyrittiin selviytymään erilaisten organisaatiouudistusten avulla. Nämä uudistukset olivat melko maltillisia ja varovaisia tähdäten lähinnä kustannusten karsimiseen ja tehokkuuden lisäämiseen. Toimituksissa seurattiin pitkälti niitä trendejä, jotka ovat olleet voimistumassa 2000-luvulla uudistusten seurauksena: *lisääntyvä monitekeminen, voimistuva yleistoimittajuus* sekä *erikoistoimittajien karsiminen*.

Organisaatiouudistusten myötä toimituksista on tullut myös entistä päällikkövetoisempia. Tämä on johtanut siihen, että yksittäisen toimittajan *oman työn autonomia on kaventunut*. Nykyisessä konvergenssikulttuurissa toimittajan on tehtävä yhdestä uutisesta useita versioita saman yhtiön muille julkaisualustoille. Jatkuva versiointi tuottaa entistä enemmän *kiirettä* ja vähemmän aikaa perehtyä aiheeseen. Online-julkaiseminen on myös muuttanut uutistyön *aikakäsitystä*: deadline-kulttuuri on korvautunut online-kulttuurilla.

Muutokset ilmentävät konvergenssikulttuuria: se tuntuu toimittajan työssä lisääntyvänä monikanavajulkaisuna sekä erilaisten erikoistumiseen tähtäävien raja-aitojen purkamisena. Päämediaa ei enää ole, vaan on brändi, jonka uutisia tuotetaan samanaikaisesti useisiin eri välineisiin. Internet nähtiin selkeästi tulevaisuuden mediana, mutta paperilehden uskottiin myös säilyvän pitkään. Samaan aikaan toimituksissa kuitenkin vallitsi epätietoisuus siitä, miten verkkojulkaisuja tulisi kehittää. Verkkojulkaisujen ongelmana nähtiin toisteisuus ja kannibalismi: verkossa julkaistut uutiset syövätkin helposti lukijoilta mediayhtiön muilta välineiltä, esimerkiksi lehdeltä tai tv-uutisilta. Verkkojournalismin osallistavaa ulottuvuutta oli hyödynnetty toimituksissa myös varsin vähän. Vaikka

verkkoaineisto näkyy sivuilla entistä vahvemmin, uutistyon rakennetta se ei ole merkittävästi muuttanut.

Tutkimuksessa haastateltu toimittajakunta oli hyvin yksimielinen siitä, että laatujournalismia tarvitaan ja sen tuottamiseksi tarvitaan aikaa. Toimituksissa toteutettiin kuitenkin ratkaisuja, jotka näyttivät vievän päinvastaiseen suuntaan: kiire lisääntyy, uutistyo pirstaloituu, aika syventyä ja perehtyä käsillä oleviin aiheisiin vähenee. Keskeiseksi tulevaisuuden journalismin kannalta nähtiin pitkäjänteinen, ennakkoluuloton kehitystyö ja moninaisuuden tukeminen.

Tässä tutkimuksessa erityisesti ikä nousi määrittämään toimittajuutta ja journalismia. Eläkepakettien seurauksena iästä tuli ulottuvuus, jonka kautta entistä voimakkaammin jäsenettiin toimittajien ammattitaitoa ja kykyä. Iän kautta hahmotettiin toimittajasukupolvien välisiä eroja, ja nämä erot kytkettiin niihin toimituskäytäntöihin ja teknologioihin, joita eri sukupolvet ovat oppineet ja joiden kautta he ovat toimittajiksi tulleet. Sukupolviajattelu tuottaa helposti kaavamaista käsitystä toimittajien taidoista, mutta myös yleisöstä, joka niin ikään hahmotettiin iän kautta. Toimitusten suurena huolena näytti olevan nuoren yleisön tavoittaminen. Nuoret rinnastettiin verkkoon, sosiaaliseen mediaan ja teknologiseen osaamiseen ja keskeisenä keinona nuorten houkutteluun nähtiin juuri internet.

Vaikka konvergenssikulttuurin perusajatus on tiedon kumuloituminen, toimituksissa tällaista kokemusta ei tunnustettu, ainakaan tässä tutkimuksessa. Päinvastoin, uudistukset näyttävät vievän pois asiantuntijuudesta ja vaikuttaa siltä, ettei toimituksessa olevia resursseja, ainakaan toistaiseksi, ole saatu onnistuneesti käyttöön.

Kentän sisällä näyttää olevan edelleen vahva luottamus riippumattomuuteen ja kykyyn kamppailla talouden ja politiikan vaikutuspyrkimyksiä vastaan. Journalistiselle kentälle on nousemassa alakulttuurinen pääoma, joka liittyy verkko-kulttuurin ja osallistuvan kulttuurin vaikutukseen hämärtäen rajaa professionaalisen ja amatöörivoimin tuotetun journalismin välillä. Julkisuuden sirpaloituessa toimittajien haasteena on tunnistaa ne julkisuuden paikat, joissa merkittävät yhteiskunnalliset keskustelut käydään.

Summary

More with Less examines the ways in which the latest recession (2008–2009) affected journalism in Finland. The research focuses on recession and its implications on journalistic work practices. Changes in journalism are closely related to the media technological development and emergence of the Internet and social media. Therefore the study examines also the ways in which new media shapes journalistic practices and understanding of the future of journalism. The research is based on 20 interviews with journalists from six different newsrooms as well as four public relations representatives from paper industry and public service offices. Interviews disclose the ways in which journalists experience the crisis and their future, and the ways in which the crisis shapes journalistic day-to-day practices.

In 2009 close to 200 journalists were laid off and over 100 were offered voluntary pension packages in Finland. Due to the cuts in workforce, newsrooms became smaller and the workload of individual journalist grew. Changes caused by the recession were met by various organizational reforms. These reforms were mostly modest and cautious focusing on cost-efficiency. Newsrooms followed the trends that have been developing during the 2000s throughout Europe: these include increase in multi-tasking and decrease in specializing. Organizational reforms have created leadership oriented newsrooms. This means that the autonomy of individual journalists is narrowing. Due to multiple platforms journalists make various versions of one news story. This versioning has created more rush and less time to orientate to individual stories. Online-publishing has shifted the timeframe in the newsrooms from deadline culture to online culture.

Changes illustrate convergence culture at work: it is experienced by increased multichannel publishing as well as by dissolution of boundaries of specialization.

One brand consists of various platforms of publishing. Online-publishing was seen problematic in terms of “cannibalism” and duplications: news published online seem to consume readers from the other platforms, namely the print media or the television news. The participatory dimension of online media was not particularly utilized in the newsrooms. Although online-participation, such as references to discussion forums, was more visible in the print media than before, participatory elements have not profoundly changed the structure or practices in the newsrooms.

In this research, age emerged as a crucial dimension that defined journalistic identity and skills. Due to the large amount of pension packages, age came to define the professional skills and capacities more than before. Differences

between journalist generations were connected with different practices and technologies that each generation adapted to and with which they acquired the profession. Generational thinking leads easily to stereotypical understanding of the skills and competencies of the individual journalists but it can also be applied to audiences. Most of the newsrooms were concerned over the loss of young audiences. The young were seen to predict the future of journalism and thus considered vital for the media. Young were equated with the Internet, social media and technological skills and therefore the online-publishing was seen as a key to reach the young.

In this way subcultural capital, connected to participatory and online cultures, seems to be emerging in the journalistic field, blurring the boundaries of professional and amateur production.

Journalists appeared rather unanimous of the need for quality journalism and that to produce quality means more time. The solutions realized in the newsrooms were however seen as taking the opposite direction: as news work becomes more fragmented, time to absorb oneself in the news topics decreases. Persistent and open-minded development, as well as public support of multiple journalisms was seen crucial for the future of quality journalism.

Although one of the main ideas of the convergence culture lies in cumulating knowledge, this was not identified in the newsrooms, at least not in this research. Instead, reforms seemed to move away from expertise and it seems that the multiple resources in newsrooms were not made of use, at least not yet.

The increased rush and fragmentation in the newsrooms also suggest that the prospects for critical, investigate journalism are weak. Moreover as the public sphere becomes increasingly fragmented, it is challenging to identify those public spaces where the decisive social and political debates take place.

Sisällys

Saatteeksi	10
1. Journalismi, lama ja murros	11
1.1. Tutkimuksen tausta	11
1.2. Aineisto	12
1.3. Tutkimuksen viitekehys: kenttä kohti konvergenssia	16
1.3.1. Journalismi kenttänä	16
1.3.2. Konvergenssikulttuuri	18
1.3.3. Uudistamisen kulttuuri	20
2. Taantuma suomalaisissa mediataloissa	23
2.1. Mediamainonta kutistuu	25
2.2. Levikit laskevat	26
2.3. Internetin kasvava suosio	27
2.4. Tulokset voitollisia	28
2.5. Lähes 200 irtisanotaan	30
3. Toimitukset pienenevät	31
3.1. Ratkaisut ja niiden kyseenalaistaminen	31
3.2. Eläkepakettien aika	35
3.2.1. Ikä määrittää osaamista	40
3.3. Organisaatiot uudistuvat – jälleen	43
3.3.1. Yhdistelyä ja yhteistyötä	43
3.3.2. Yleistoisimittajuus ja monitekeminen nousussa	47
3.3.3. Aikakäsitys muuttuu	50
3.3.4. Kapeneva autonomia	52
3.4. Yhteenveto	56
4. Verkkojournalismin paikannusta	58
4.1. Nopeaa ja kevyttä	58
4.1.1. Samankaltaistuminen ja kannibalisointi	62
4.1.2. Vuorovaikutusta vailla	64
4.2. Osallistavan median mahdollisuudet	66
4.2.1. Crowdsourcing, blogit ja paikallisuus	67
4.2.2. Hankalat keskustelupalstat	71

4.2.3. Hyödyllinen Facebook	74
4.2.4. Toimittajan rooli sosiaalisessa mediassa	75
4.3. Huoli nuoresta yleisöstä	78
4.4. Yhteenveto	81
5. Lähteillä	83
5.1. Keskittyvä, versioitu uutisointi	83
5.2. Kiire nakertaa lähdekritiikkiä	87
5.2.1. Tiedottajat: asiantuntemus hiipuu	89
5.3. Laadun kaipuu	92
5.4. Etäännyvät lähteet: verkosta suoraan kuluttajalle	94
5.5. Yhteenveto	96
6. Journalismin tulevaisuus	97
6.1. Kaikki tai ei mitään	97
6.1.1. Toimittajien visiot: paperi pysyy, verkko nousee	100
6.1.2. Erikoistuminen ja yhteistyö	100
6.1.3. Verkkokokkarot	101
6.1.4. Formaattit muuttuvat ja liikkuvat	104
6.1.5. Räätylöödyt uutiset	105
6.2. Tulevaisuuspujan satoa: julkista tukea ja monimuotoisuutta	105
6.3. Yhteenveto	110
7. Mureneva kenttä?	111
7.1. Konvergenssi töissä	113
Lähteet	115

Liite 1: Sähköpostikysely toimituksille

Liite 2: Susanna Vehmas: Median tulevaisuusseminaari

Saatteeksi

Tämä tutkimus on tehty Journalismin tutkimusyksikössä Tampereen yliopistossa Helsingin Sanomain Säätiön rahoituksella. Tutkimuksen tilastoista, haastatteluaineiston koodauksesta ja tulevaisuusseminaarista vastasi Susanna Vehmas, joka myös toteutti osan haastatteluista. Kiitän Susannaa hyvästä työtoveruudesta sekä arvokkaista kommenteista hankkeen aikana. Tätä raporttia ovat Susanna Vehmoksen lisäksi kommentoineet Katja Valaskivi, Laura Ahva, Heikki Heikkilä, Esa Reunanen, Jyrki Jyrkiäinen ja Pentti Raittila. Kiitän kollegoitani arvokkaista kommenteista ja lukuisista hyvistä lähdevinkeistä. Merkittävä kiitos kuuluu myös tulevaisuusseminariin osallistuneille asiantuntijoille ja media-alan ammattilaisille. Erityisesti kiitän kaikkia niitä toimittajia ja tiedottajia, jotka uhrasivat aikaansa osallistumalla tutkimukseen ja jakoivat ajatuksiaan alan tulevaisuudesta. Tutkimus on käynyt lävitse Tampereen yliopiston Viestinnän, median ja teatterin yksikön vertaisarviointiprosessin ja saanut yksikön julkaisuluvan.

1. Journalismi, lama ja murros

On maaliskuu vuonna 2010. Maakuntalehden kahvilassa käy hilpeä puheensorina. Tunnelmasta ei heti huomaa, että toimitus elää vaikeita aikoja: takana ovat kahdet YT-neuvottelut, jotka johtivat irtisanomisiin. Vanhimmat toimittajat lähtivät vapaaehtoisten eläkepakettien saattelemana pois. Väen vähentyessä toimitusorganisaatioita uudistettiin: raja-aitoja purettiin ja monitekemistä lisättiin. Nuoria toimittajia nostettiin esimiestehtäviin, mutta suuri joukko nuoria toimittajia on jäänyt myös toimituksen oven ulkopuolelle. Tulevaisuus näyttää tämänkin maakuntalehden maailmassa ensi kertaa näin epävarmalta. Nelikymppiset toimittajat kertovat olevansa huolissaan ja pälyilevänsä sivuille, josko jotain muuta löytyisi ennen kuin on liian myöhäistä – ennen kuin eläkepaketti ilmestyy omalle pöydälle. Kahvilan kevyen puheensorinan alla jäytää huoli tulevasta. Epävarmuus on rantautunut toimituksiin.

1.1. Tutkimuksen tausta

Journalismin tutkimusyksikön tutkimushanke Mitä lama tekee journalismille? tarkastelee 2008–2009 talouslaman vaikutuksia journalismiin Suomessa. Vaikka tutkimuksen lähtökohtana ovat taantuma ja sen vaikutukset journalistisiin käytäntöihin, on selvää, että mediakentässä tapahtuneet teknologiset muutokset ovat tutkimuksessa keskeisiä. Taantuma ja ns. journalismin kriisi kytkeytyvät yhteen internetin ja sosiaalisen median kasvavan suosion kanssa ja näin ollen myös se, kuinka internetiin suhtaudutaan, kuinka sitä hyödynnetään tai kuinka esimerkiksi printin ja verkkomedian suhteet ratkaistaan, ovat keskeinen osa tutkimusta.

Tutkimuksen kontekstina on siis journalismin murros, joka on ravistanut voimakkaasti alaa erityisesti Yhdysvalloissa. Sanomalehtien levikkien ja mai-

nostulojen hiipuminen on johtanut toimitusten kutistumiseen. Suomessa sanomalehtien tilanne on parempi. Vahva lukemiskulttuuri, korkea tilaajakanta, hyvä jakelujärjestelmä ja uutisten kulutus pitävät sanomalehdet edelleen elinvoimaisina. Yhdysvaltojen tilanne heijastuu Suomeen tulevaisuudenvisiona, johon media-yhtiöt varautuivat vuonna 2009 irtisanomisin ja eläkepaketein.

Teknologinen murros vaikuttaa taantuman rinnalla suomalaiseseen media-maisemaan. Perinteiset sanomalehdet ovat panostaneet entistä enemmän omiin verkkojulkaisuihinsa ja pyrkineet rakentamaan niiden profiilia.

Ilmaiset verkkouutiset ovat kuitenkin nousseet kilpailemaan kalliin printti-uutisoinnin kanssa. Nuoria on entistä vaikeampi saada sanomalehtien äärelle. Irtisanottujen toimittajien tulevaisuus näyttää haastavalta: voiko journalismi työllistää toimittajia enää samassa mittakaavassa kuin ennen? Monen ratkaisuna on siirtyminen tiedottajan tehtäviin. Vaihtoehtona on myös oman yrityksen perustaminen. Tulevaisuuden sisällöt näyttävät kulkeutuvan verkkoon, mutta verkkojournalismin kannattavuus on epävarmaa. Ja ennen kaikkea, millä tavalla ns. laatu-journalismi selviää murroksesta? Nämä ovat kysymyksiä, joita alalla on viime vuosina pohdittu kuumeisesti.

Nykyinen kriisi voidaan nähdä osana laajempaa taloudellista murrosta, niin sanottua kolmannen vaiheen teollista vallankumousta (Castells 2002), tai ”sivilisaationaaltoa” (Toffler 1980), jossa työ määrittyy uudelleen. Tämä kolmas vaihe kytkeytyy mikroprosessorin ja tietoverkkojen syntyyn. Näillä innovaatioilla on ollut mittava merkitys työn ja tuotannon uudelleen rakentumisessa. Muutokset voivat olla laajamittaisia, sillä edellä viitattujen yhteiskuntateoreettisten näkemysten mukaan yhteiskunnan perusasetukset, sen rationaliteetti ja toiminnan rakenteet muuttuvat, kun joko teknologiset tai sosiaaliset muutokset tai molemmat yhdessä ovat kyllin syviä.

Toimituksissa nämä haasteet ovat merkinneet voimakasta uudelleen organisoitua, uusia työkäytäntöjä ja kasvavaa kilpailua verkkomedian kanssa.

Tavallaan lama tarjosi syyn toteuttaa ne muutokset toimituksissa, joita oli jo pitkään mietitty. Mutta mitä toimituksissa tehtiin? Kuinka lamaan reagoitiin ja millaiseen suuntaan se vie suomalaista uutisjournalismia?

1.2. Aineisto

Tutkimus rakentui kolmesta osasta. Tutkimuksen ensimmäisessä vaiheessa kerättiin määrällistä tietoa konkreettisista muutoksista niin kansallisella kuin kansainväliselläkin tasolla. Muutoksia tarkasteltiin neljän tekijän kautta. Ensinnäkin tilastojen avulla tarkasteltiin levikkien ja katsojalukujen kehitystä, medianmainonnan määrää ja suuntausta, media-yhtiöiden tulosta sekä toimittajien työllis-

tymistä ja irtisanomisia. Suomen lukuja tarkasteltiin suhteessa kansainvälisiin, erityisesti Ruotsin ja Britannian vastaaviin lukuihin ja kehityssuuntauksiin.

Tutkimuksen toisessa vaiheessa toteutettiin yhteensä 24 haastattelua toimituksissa eri puolilla Suomea (myös neljä tiedottajahaastattelua). Tämä haastattelumateriaali muodostaa tutkimuksen keskeisimmän aineiston. Sen tavoitteena oli tarkastella muutoksia toimittajien näkökulmasta. Haastatteluissa pyrittiin selvittämään, kuinka toimittajat kokevat muutokset, millä tavoin muutokset vaikuttavat työkäytäntöihin ja millaisia tulevaisuuden näkymiä toimittajat itse hahmottavat media-alalla.

Ennen haastatteluja toimituksiin lähetettiin alustava sähköpostikysely (liite 1), jossa kartoitettiin toimittajien näkemyksiä. Kyselyn perustella tutkimukseen valikoitiin kustakin välineestä kolme tai neljä henkilöä (kaksi toimittajaa + uutispäällikkö tai toimituspäällikkö) tarkempaan haastatteluun. Tavoitteena oli saada haastateltavaksi erilaisissa asemissa ja uravaiheessa olevia toimittajia, jotta ilmiötä ja kokemuksia saataisiin valotettua mahdollisimman monesta suunnasta. Aina tämä ei kuitenkaan onnistunut, sillä osasta mediataloja vastauksia tuli liian vähän (kaikkiaan 24 vastausta) ja tutkijan oli aktiivisesti pyydettävä haastateltavia sähköpostikyselyn ulkopuolelta. Näissä tapauksissa haastateltavat valittiin lähinnä tehtävien mukaan.

Tutkimukseen osallistui kuusi toimitusta: kolme valtakunnallista uutistoimitusta television ja printtimedian alalta, kaksi maakuntalehteä ja yksi itsenäinen verkkojulkaisu. Haastatteluihin valikoitui kustakin toimituksesta 3–4 henkilöä. Pyrimme siihen, että haastateltavat edustaisivat työuran eri vaiheita. Alle kymmenen vuoden työkokemus määriteltiin uran alkuvaiheeksi, 10–20 vuoden kokemus keskivaiheeksi ja alle kymmenen vuotta eläkkeeseen uran loppuvaiheeksi. Lisäksi pyrimme saamaan haastateltavaksi henkilöitä, jotka olivat eri asemissa, joten kustakin mediasta haastattelimme usein kaksi toimittajaa sekä yhden uutispäällikön tai toimituspäällikön.

Haastateltavista toimittajista miehiä oli 12 ja naisia 8. Haastatteluaineistossa naiset ja miehet puhuivat varsin samansuuntaisesti kokemuksistaan työelämässä. Käytännön kokemukset, haasteet ja tulevaisuudenvisiot olivat hyvin samankaltaisia, mikä voidaan tulkita siten, että toimituksissa toteutetaan kulttuurista itseymmärrystä luonnollistuneesta sukupuolijärjestyksestä, jolloin sukupuolen kautta rakentuneita eroja ei nähdä tai huomioida (vrt. Torkkola & Ruoho 2010). Haastatteluaineisto kertoo myös siitä, etteivät taantuman vaikutukset olleet ilmeisen sukupuolittavia vaan pikemminkin ikä oli tekijä, joka nousi aineistossa merkittäväksi.

Haastattelut toteutettiin pääosin toimituksissa. Osa haastateltavista halusi tavata toimituksen ulkopuolella. Kaikki eivät haastateltaviksi suostuneet: osa

kieltäytyi kiireiden vuoksi mutta myös siksi, että koki aiheen liian raskaaksi ja ahdistavaksi. Haastattelut kestivät keskimäärin tunnista puoleentoista. Osassa toimituksista YT-neuvottelut olivat vielä tuoreessa muistissa haastatteluja tehdessä, mikä myös vaikutti haastatteluiden tunnelmaan. Toimittajien näkökulmaa hallitsi hyvin pessimistinen vire, mikä kuuluu läpi tutkimuksen. Vaikka joissakin toimituksissa taloudellinen tilanne vaikutti valoisalta, toimittajien puhe oli näissäkin tapauksissa varsin pessimististä erityisesti silloin, kun käsiteltiin organisaatiouudistuksia. On vaikea sanoa, kuinka paljon pessimistinen puhe leimasi juuri tätä tiettyä ajankohtaa, ja kuinka erilaista puhetta samasta aiheesta tuotettaisiin jos haastattelut toteutettaisiin keväällä 2011, jolloin taloustilanne näytti paremmalta. Haastatteluista on kuitenkin pääteltävissä, että nimenomaan organisaatiouudistukset ja ylhäältä tai ulkopuolelta tulleet muutokset koetaan negatiivisiksi ja omaa työtä rajoittaviksi. Ne näyttävät vievän toimittajilta pois tunnetta siitä, että he voisivat määritellä oman työnsä sisältöä ja suuntaa. Haastattelupuhetta määrittää aina se, millaisesta asemasta käsin haastateltavat puhuvat. Näin ollen esimerkiksi toimittajat ja esimiehet puhuvat uudistuksista juuri omasta näkökulmastaan ilmentäen omaa paikkaansa ja vastuitaan organisaatiossa. Näin ollen haastattelut kertovat myös valtasuhteista tai niiden kokemuksesta toimituksissa.

Haastatteluaineistosta¹ on hahmotettu toimittajien omaa kokemusta alan murroksesta sekä arvioita sen tulevaisuudesta. Aineistoa on käsitelty sekä faktuaalisena tiedonlähteenä toimituksissa tapahtuneista muutoksista että toimittajien itsereflektiona kuvaamassa niitä kokemuksia, joita nämä muutokset ovat tuottaneet (vrt. Ahva 2010, 144; Jyrkiäinen 2008). Haastatteluaineisto tuottaa erityisesti työkäytäntöjen muutoksiin liittyvää tietoa. Näin toimittajien työkäytäntöjä koskeva puhe kuvaa myös ammattikulttuuriin liittyviä arvoja (Ruusunoksa & Kunelius 2008).

Aineistoa suhteutetaan muuhun toimitusmurrosta koskevaan tietoon. Näin laman vaikutukset piirtyvät tutkimuksessa esiin rakenteellisten muutosten ja henkilökohtaisten kokemusten jännitteinä.

Toimittajahaastatteluja täydentävät tiedottajien haastattelut. Näiden tavoitteena oli hahmottaa laman ja teknologisten muutosten vaikutuksia tiedottajien nä-

¹ Haastatteluaineiston sitaatteja on muokattu siten, että ne olisivat luettavampia. Samalla on pyritty häivyttämään tunnistettavuutta haastateltavan identiteetin suojaamiseksi. Valtaosa haastateltavista myös halusi puhua nimettömänä, koska koki aiheen erityisen arkaluontoiseksi. Haastattelut on litteroitu ja analysoitu Atlas.ti ohjelman avulla. Haastatteluaineisto on jaoteltu 32 pääkoodin mukaan. Koodauksessa keskityimme hahmottamaan laman vaikutuksia organisaation tasolla (toimitusuudistukset, teknologiset uudistukset), henkilökohtaisella tasolla (oman työn muutokset, tulevaisuus) sekä journalistisen työn tasolla (työkäytännöt, lähteet, aiheet, sisältö).

kökulmasta: millaisena muutokset näyttäytyvät alalla, joka on hyvin läheisessä suhteessa uutistyyliin. Haastattelujen tarkoituksena oli siis valottaa journalistista prosessia ikään kuin toisesta suunnasta ja selvittää, välittyvätkö laman vaikutukset lobbauspuolelle.

Tiedottajat valikoitiin keskenään erilaisilta aloilta: haastateltavat edustivat kunta-alaa, kansalaisjärjestöä, paperiteollisuutta ja terveydenhuoltoalaa. Tiedottajien haastatteluissa painotettiin lähteiden käyttöä ja lähdekritiikin näkökulmia. Nämä kysymykset ovat nousseet esiin erityisesti brittiläisissä journalismin muutoksia koskevissa tutkimuksissa, ja halusimme tarkastella vastaavia kysymyksiä myös Suomessa.

Tämän lisäksi tutkimuksessa kartoitettiin lyhyesti, millaisia muutoksia uutis-sivuilla on laman aikana hahmotettavissa. Tutkimuksessa tarkasteltiin kolmen sanomalehden uutissivuja marraskuun kahden ensimmäisen viikon ajalta vuosina 2008, 2009 ja 2010. Tavoitteena oli selvittää, millä tavalla toimituksellisten käytäntöjen muutos näkyy (vai näkyykö) uutis-sivuilla. Koska alan muutokset ovat yhteydessä teknologian kehitykseen ja internetin kasvavaan suosioon, tarkastelimme myös sitä, kuinka lukijoiden tuottama verkkoinfo tulee osaksi journalistisia juttuja, kuinka verkkolehti profiloituu printtilehdessä ja kuinka verkkoa hyödynnetään lukijasuhteessa.

Tutkimus järjesti Median tulevaisuusseminaarin joulukuussa 2010 valikoidulle asiantuntijajoukolle (ks.liite 2). Seminaariin osallistuneiden joukossa oli media-alan, antropologian, teknologian ja tulevaisuuden tutkijoita, toimittajia, esimiehiä ja bloggaajia. Seminaarin tavoitteena oli työpajatyöskentelyn avulla hahmottaa median tulevaisuuden trendejä, uutisjournalismin tulevaisuutta, toimittajan työn tulevaisuutta sekä online-journalismin suuntaa. Toimittajan työtä hallitseva kiireen tuntu vaikutti myös tulevaisuusseminaarin järjestelyihin: kun seminaarin aika koitti, osa alun perin innokkaasti mukaan lähteneistä toimittajista ja esimiehistä perui osallistumisensa. Kiire toimitusten sisällä, käynnissä olevat uudistukset näyttävät hallitsevan journalistista arkea siinä määrin, että aikaa miettiä oman alan tulevaisuutta on vain rajatusti. Erityisen vaikeaa on siirtyä toimituksen ulkopuolelle, luomaan ns. vieraan katse oman toimituksen arkeen. Tällainen antropologinen katse olisi kuitenkin tärkeä silloin kun yritetään löytää uusia näkökulmia olemassa oleviin käytäntöihin. Tulevaisuusseminaarissa puhunut professori Risto Kunelius totesi, että tieto, jota journalismin selviytymiseen tarvitaan, ei ehkä löydy toimitusten sisältä.

Toisaalta osa toimittajista varmasti uskoo, ettei tätä tietoa löydy myöskään yhteisellä keskustelulla eri alan asiantuntijoiden kesken. Tätä voi tulkita Bourdieun kenttäteorian kautta, jonka mukaan journalismi on oma kenttensä, eräänlainen näkymätön rakenne, jolla on omat säännöt ja ymmärrys siitä, miten kenttä toimii. Journalistisessa ajattelussa ymmärrys kentästä on ollut vahva, mutta nyt se on enemmän tai vähemmän murroksessa. Viime vuosien muutokset ovat koettelleet journalistisen kentän autonomiaa ja pakottaneet miettimään journalismin rajoja – keitä tai mitä kenttään kuuluu ja mitkä tahot sitä lopulta määrittävät?

Tässä tutkimuksessa journalismin murrosta lähestytään kolmen viitekehyksen kautta. Nämä ovat Pierre Bourdieun kenttäteoria, Henry Jenkinsin konvergenssikulttuuri ja Aeron Davisin pohdiskelma uudistusten kulttuuri.

1.3. Tutkimuksen viitekehys: kenttä kohti konvergenssia

1.3.1. *Journalismi kenttänä*

Bourdieun kenttäteoriaa on käytetty useissa journalismia käsittelevissä tutkimuksissa kuvaamaan sitä, kuinka toimittajien toiminta, arvot ja tuotanto ovat suhteessa koko journalismin kentällä vallitseviin rakenteisiin (Benson & Neveu 2005; Rahkonen 2006). Kenttäteoria rakentuu ajatukselle suhteista: kenttä on erilaisten asemien välinen verkosto tai rakennelma, jossa jokaisen toimintaa määrittävät suhteet muihin. Kenttää voidaan ajatella omalakisena yksikkönä, jonka toimintaa on mahdoton ymmärtää, jos ei ymmärrä kentän sisäisiä sääntöjä. (Bourdieu 1984; Benson & Neveu 2005).

Bourdieu erottelee kolme pääoman muotoa, joita ovat taloudellinen, kulttuurinen ja sosiaalinen pääoma. Voidaan ajatella, että journalistista kenttää määrittävä taloudellinen pääoma liittyy ilmoitusmarkkinoihin, levikkiin ja yleisömääriin. Kulttuurinen pääoma puolestaan liittyy journalismin arvoihin, uutiskriteereihin ja uutiskäytäntöihin; koko journalistiseen kulttuuriin, jossa pääomaa usein kartuttavat erityisesti asiantunteva ja tutkiva raportointi. Sosiaalinen pääoma rakentuu kestävästä suhteista, jotka ovat seurausta erilaisista verkostoista ja ryhmistä. Sosiaalisen pääoman merkittäviä ulottuvuuksia ovat luottamus ja solidaarisuus. Journalismin kentällä sosiaalinen pääoma kytkeytyy verkottumiseen ja epävirallisiin suhteisiin työyhteisöjen sisällä ja niiden välillä. Ne voivat hyödyttää esimerkiksi tiedonhankinnassa tai muissa työtehtävissä. Sosiaalisen toiminnan kentät ovat sopimuksenvaraisia ja muuttuvia. Kentän sisällä syntyy käsitys siitä, mikä on tavoittelemisen arvoista ja millaisen pääoman kasaaminen kannattaa.

Kenttää muokkaavat sekä ulkopuoliset vaikutukset että kentän sisäinen autonomia. Journalistinen autonomia merkitsee riippumatonta, alan sisäistä

määrittelyä siitä, mitä journalismi on ja millaiset tekijät kasvattavat pääomaa tällä kentällä. Autonomia rakentuu erityisesti poliittisia (valtion) ja taloudellisia intressejä vastaan, jotta ne eivät pääsisi liikaa määrittämään uutisarvoa ja journalistista sisältöä (Schudson 2005).

Erityisesti mediatalouden on nähty rajoittavan journalistista autonomiaa. Journalistista kenttää on pidetty taloudelliselle pääomalle alisteisena, sillä journalismia koskevat samat taloudelliset tuotantopaineet kuin muutakin teollisuutta (Rahkonen 2006, 33–35). Yleisradio on tästä oiva esimerkki: vaikka kyse on julkisen palvelun mediasta, sen talous pyrkii toimimaan markkinalogiikalla (Clark 2002).

Kentän autonomian heikentyessä ratkaisuja tehdään yhä useammin suhteessa kilpailijoihin, mikä ei suinkaan näytä erottavan kamppailijoita toisistaan vaan tuottavan samantyyppisiä ratkaisuja halki kentän. Uudistusprosessit eri toimituksissa muistuttavatkin kiinnostavalla tavalla toisiaan: yleistoimittajuus on korostunut toimituksissa eri puolilla Suomea mutta myös Suomen ulkopuolella lukuisissa Euroopan maissa (Örnebring 2009).

Taloudellisen ja kulttuurisen pääoman lisäksi tässä tutkimuksessa nostetaan esiin vielä yksi journalistiseen kenttään liittyvä pääoman muoto: alakulttuurinen pääoma (Thornton 1996; 1997)². Keskeistä alakulttuurisen pääoman käsitteessä on se, ettei se ole opittavissa virallisissa koulutusohjelmissa vaan se omaksutaan esimerkiksi nuorisokulttuurin ja erilaisten alakulttuuristen viiteryhmiensä kautta. Alakulttuurisen pääoman kautta tehdään eroa muihin ja vahvistetaan omaa identiteettiä. Näin ollen alakulttuurisen pääoman kartuttamisessa sosiaaliset suhteet ja ryhmäytyminen ovat merkittäviä, mutta myös se kuinka näitä suhteita esitetään tyylin kautta. ”Alakulttuurinen ideologia on nuorten tapa kuvitella omaa ja muita sosiaalisia ryhmiä, voimistaa niiden erityisiä piirteitä ja pitää huolta siitä, etteivät he ole jäsentymättömän massan anonyymejä jäseniä” (Thornton 1997, 201). Media on keskeinen alakulttuurisen pääoman kannalta. Media ei ole vain yksi eron merkkiajajana vaan keskeinen verkosto, joka määrittää ja levittää kulttuurista tietoa.

Alakulttuurisen pääoman ottaminen mukaan tähän tarkasteluun liittyy yleisökäytäntöjen muutokseen, yleisöjen fragmentoitumiseen ja nousevaan osallistuvaan kulttuuriin, jossa alakulttuurinen pääoma korostuu. Jatkuva huoli nuorten katoamisesta sanomalehtien ja perinteisen uutismedian ääreltä ja sosiaalisen median kasvava käyttö tuottaa pyrkimystä jäljitellä ja löytää niitä muotoja, jotka

2 Thornton on soveltanut Bourdieun erottautumisen teoriaa tarkastelemalla alakulttuuria yhtenä pääomana. Thornton näkee, että media on keskeinen alakulttuurisen pääoman kierrättäjä, mutta tätä Bourdieu ei Thorntonin mukaan käsittele tarpeeksi. ”Väitän, että on mahdotonta ymmärtää nuorisokulttuurin distinktioita ilman, että tutkii heidän mediakultustaan” (Thornton 1996, 13).

ovat nuorille ja nuorisokulttuurille keskeisiä. Tästä ovat esimerkkeinä suurten mediayhtiöiden läsnäolo internet-palveluissa, YouTubessa ja Facebookissa. Näin alakulttuurinen pääoma nousee yhdeksi ulottuvuudeksi journalismin kentällä, jonka tunteminen on toimituksissa entistä tärkeämpää tai ainakin sitä pyritään hahmottamaan. Toimittajille alakulttuurisen pääoman tunnistamista voidaan pitää tekijänä joka kartuttaa heidän sosiaalista ja kulttuurista pääomaansa. Eri-laiset amatöörivoimin tuotetut online-julkaisut ja verkkofoorumit voivat nousta merkittävään asemaan julkisessa keskustelussa alakulttuurisen pääoman kautta ja tällä tavalla haastaa journalismin roolia keskustelun luojana.

Tässä tutkimuksessa ikä nousi merkittäväksi tekijäksi toimittajaidentiteetissä. Iän katsottiin määrittävän taitoja ja kykyä omaksua esimerkiksi uutta teknologiaa. Sukupolviajattelu näytti korostuvan toimituksissa jakaen toimittajia nälkäisiin ja leipääntyneihin. Tämän ajattelun mukaan nuorilla toimittajilla oletetaan myös olevan automaattinen pääsy osallistuvan verkkokulttuurin äärelle sekä ymmärrys teknologiasta ja alakulttuureista.

Tutkimuksessa on tärkeää tunnistaa, millä tavalla erilaiset pääoman muodot vaikuttavat kentällä. Pääomalla on merkitystä, koska sen avulla kentällä liikkuvat voivat muuttaa asemaansa ja nousta esimerkiksi sosiaalisella tai ammatillisella asteikolla ylöspäin. Pääoman jakautuminen muovaa kenttää monin tavoin ja esimerkiksi tässä tutkimuksessa taloudellisen pääoman merkitys näyttää korostuvan suhteessa kulttuuriseen. Konvergenssikulttuurin vahvistuessa ja tehokkuusvaatimusten lisääntyessä kulttuurinen pääoma kapenee ja toimittajan työhön liittyvä asiantuntijuuden ja taustatiedon kartuttaminen näyttää jäävän uudistusvauhdin puristuksiin. Taloudellisen pääoman vahvistuminen kytkeytyy näin konvergenssikulttuuriin ja tehokkuutta ja muutosta tavoittelevaan uudistuskulttuuriin. Yksittäisen toimittajan eteneminen on kiinni siitä, kuinka journalisti vastaa kentän asettamiin odotuksiin: kohtaavatko taidot ja olemus kentän oletuksia.

1.3.2. Konvergenssikulttuuri

Internetin ja sosiaalisen median kasvava rooli ihmisten arjessa on yksi keskeinen tekijä journalismin murroksessa. Se näkyy yleisöjen muuttuneessa roolisissa katsojista/lukijoista tekijöiksi ja tuottajiksi, ja hämärtää rajaa ammatillisesti ja amatöörivoimin tuotetun sisällön välillä. Henry Jenkins (1998; 2004; 2006) kytkee kehityksen yhteen teknologisten innovaatioiden ja konvergenssikehityksen kanssa. Jenkins on tarkastellut mediateollisuuden ja -käytäntöjen muutosta konvergenssikulttuurin käsitteellä. Jenkins tarkastelee konvergenssiä neljällä eri tasolla. Nämä ovat teknologinen, taloudellinen, kulttuurinen ja sosiaalinen

konvergenssi. Teknologisella konvergenssilla Jenkins viittaa mediasisältöjen digitalisoitumiseen. Taloudellinen konvergenssi viittaa puolestaan mediayhtiöiden fuusioihin, pyrkimykseen yhdistää yhteen konserniin spektri mediatuotantoa televisiosta kustannustoimintaan. Kyse on horisontaalisesta keskittymisestä, jossa eri mediatuotannon alat ovat yhden yrityksen hallinnassa. Esimerkiksi Viacom ja Warners Communication ovat ulottaneet toimintansa elokuvan, kaapeli-tv:n, television, lehtien, kirjojen, videon, kustannustoiminnan ja digitaalisen median aloille. Tavoitteena on kehittää sisältöjä ja jakelua siten, että se lisää synergiaa yhden yrityksen hallussa olevien erilaisten osa-alueiden välillä. Mikä tahansa väline, vaikka televisiosarja voi käynnistää prosessin, jossa tuote kanavoidaan halki mediakentän. Jotta tämä synergiasysteemi onnistuisi, mediayleisöjen on luotava suhde kokonaiseen eri muodoissa esitettävään narratiiviseen universumiin kuten *Star Warsiin*. Konvergenssi on siis sisällön virtaa halki moninaisten julkaisukanavien.

Tässä tapauksessa on kyse tietoisesta vuorovaikutuksesta medioiden välillä. Tietoisella viitataan tahallisesti tuotettuun yhteyteen. (Bolter & Grusin 1999, 45). Voidaan myös puhua medioiden rinnakkaisuudesta, jolloin yhteyttä esimerkiksi tietyn kirjan ja siitä tehdyn elokuvaversioon välillä ei erityisemmin vahvisteta tai vaalita, mutta yleisöt voivat tämän yhteyden ja vuorovaikutuksen itse tuottaa.

Kulttuurinen konvergenssi on taloudellisen konvergenssin vastapari ja siihen tiiviisti kietoutunut. Se kuvaa uudenlaista luovuutta ja toimintaa yleisöjen taholla. Yleisöillä on nyt entistä paremmat mahdollisuudet osallistua ja itse tuottaa kulttuuria. Yksittäiset ihmiset tuottavat uutisia omasta arjestaan päivittäisissä blogeissaan; muotiblogit, ruokareseptit ja käsityöt keräävät lukijakuntaa aikakauslehtien tavoin tehden kirjoittajista kuuluisuuksia omalla alueellaan. Varsin samantyyppisiä hahmotelmia on esittänyt Dan Gillmor (2004) nimenomaan uutisjournalismin kontekstissa kiinnittäen huomiota siihen, kuinka yksittäiset kansalaiset ja toimittajat voivat itse tuottaa uutisia ja haastaa suuren median valtaa.

Kulttuurinen konvergenssi kuvaa sitä, kuinka yleisöt kommentoivat, kierrättävät ja kokoavat yhteen erilaisia mediatekstejä. Tämä yleisöjen toimintaa Jenkins on kuvannut myös osallistuvan kulttuurin käsitteellä. Osallistuvasta kulttuurista on puhuttu populaarikulttuurin alalla, erityisesti fanikulttuurin yhteydessä (ks. Nikunen 2005, Laukkanen 2004), mutta sitä käytetään nykyään monenlaisen tuotannon, niin journalistisen kuin aktivisminkin yhteydessä.

Sosiaalinen konvergenssi viittaa lisääntyvään sosiaaliseen vuorovaikutukseen ihmisten välillä. Vuorovaikutus tapahtuu halki yhteiskunnan eri alueiden, edellä kuvattujen muutosten seurauksena. Keskeisenä Jenkinsin ajattelussa on jännite

näiden eri konvergenssin alueiden välillä: yhtäällä on teknologinen ja taloudellinen konvergenssi, jota mediayhtiöt hyödyntävät. Toisaalta on osallistuva kulttuuri, valmiina muokkaamaan, työstämään ja kierrättämään mediateollisuuden tuotantoa erityisesti verkon tarjoamien palveluiden kautta. Konvergenssikulttuurin ytimenä on siis median ja yleisön välisen suhteen uudelleenmuotoutuminen, jota sosiaalinen konvergenssi edesauttaa.

Henry Jenkins (2004) näkee yleisöjen rakentumisen ja teknologian kehityksen välisen suhteen dynaamisena kamppailuna. Konvergenssikulttuuri merkitsee erilaisten erikoistumista vaativien tai oletettujen raja-aitojen murtamista: media-tuotantoon voi ryhtyä kuka tahansa ja tuottaa mitä tahansa. Tästä syntyy myös Jenkinsin ajatus kollektiivisesta älystä, jossa ihmiset tuovat taitonsa yhteen ja tuottavat yhdessä, uudella tavalla avoimuudella ja yhdistelmällä tietoa. Jokaisen erityisalan on liikuttava ja luotava yhteys toiseen, jolloin aiemmat erilliset tiedontuotannon alueet yhdistyvät ja muuttuvat. Konvergenssikulttuuri merkitsee ennen kaikkea raja-aitojen, kenttien ja erityisalojen hämärtymistä.

Uutisjournalismissa konvergenssikulttuuri on merkinnyt kasvavaa monikanavajulkaisemista: samat uutiset tuotetaan eri kanavien kautta yleisölle. Näin pyritään tavoittamaan erilaisia yleisöjä, mutta myös ohjaamaan yleisöä eri kanavien kautta oman päätuotteen äärelle. Tavoitteena on sitouttaa yleisöt tietyn brändin äärelle.

Konvergenssikulttuuri vaikuttaa myös uutisten seurantaan. Teknologisen ja kulttuurisen konvergenssin vaikutuksesta uutisia voidaan kierrättää, muokata ja kommentoida erilaisissa verkkoyhteisöissä. Ihmiset voivat myös entistä useammin itse osallistua uutisten tuotantoon ja luoda uutisia omasta arjestaan (uutistuminen). Kulttuurinen konvergenssi vaikuttaa näin paitsi uusien ilmaisukeinojen muotoutumiseen, myös tekstien tulkintaan, tuotantoon ja levitykseen. Konvergenssikulttuuri onkin muokkaamassa journalismin kenttää hämärtämällä ammatillisesti ja amatöörivoimin tuotetun journalismin rajaa. Tässä mielessä kentän autonomia horjuu, ei ainoastaan taloudellisen pääoman vaikutuksesta vaan ns. alakulttuurisen pääoman voimasta.

1.3.3. Uudistamisen kulttuuri

Kolmantena näkökulmana journalismin murrokseen tutkimus nostaa uudistuskulttuurin, joka kytkeytyy edellä kuvattuun taloudelliseen ja teknologiseen konvergenssiin. Aeron Davis (2010) on tarkastellut toimituksia osana uuden kapitalismin kulttuuria, jonka keskeinen ominaisuus on jatkuva uudistuminen tehokkuuden nimissä. Uutistoimituksia trimmataan yhä tehokkaimmiksi koneistoiksi. Uudistukset palvelevat ennen kaikkea tuotannollisuutta, ja niitä to-

teutetaan tästä näkökulmasta. Näin ollen erilaisilla yhteistyön ja yhdistelmien muodoilla haetaan synergiaa, joka mahdollistaisi enemmän vähemmällä. Tämä johtaa siihen, että rationalisointi, tehokkuuden lisääminen ja tuottavuuden parantaminen ovat toimitusten arkea, osa jatkuvaa uudistusten kierrettä.

Modernin aikakauden ammatit ovat voimakkaan rationalisoinnin ja lisääntyvän byrokratian kohteena. Rationalisointi korostaa hierarkioita, työvoiman kontrollointia, määrittämistä, ennustettavuutta, tehokkuutta ja tuottavuutta. Työtä määrittävät globalisaation, post-fordismin ja kulutuksen aikakauden uudet piirteet. Transnationaalit yhtiöt kasvavat ja fragmentoituvat. Työntekijöiden on opittava yhä enemmän ja yhä useammin uusia taitoja pystyäkseen toimimaan tehokkuusvaatimusten edellyttämässä tahdissa. Tässä työkuulttuurissa käsityöläisyys ja mahdollisuudet kehittää omaa kokemusta ja taitoja vähenevät (Davis 2010). Tällaisessa kulttuurissa intensiivinen oppiminen muodostuu vaikeaksi, sillä paineet tuottaa tuloksia nopeasti ovat niin suuret, että työntekijät kiirehtivät eteenpäin pikemminkin kuin pysähtyvät pohtimaan asioita.

Uuden kapitalismin kulttuurin painopiste on muutoksessa, uutuudessa, nopeudessa, kuluttajassa ja tuloksissa. Nämä ominaisuudet kytkeytyvät myös toiseen käsitteeseen, auditoinnin (tarkastuksen tai arvioinnin) yhteiskuntaan.

Edellä kuvattu uudistuskulttuuri on tunnistettavissa niin mediayhtiöissä kuin niiden ulkopuolellakin. Jatkuva uudistusten virta ja tarve rationalisoida toimintaa on muodostunut uutistoimitusten arkipäiväksi 2000-luvulla. Tähän liittyy myös konsernikulttuurin vieminen läpi uutistyyöhön: se merkitsee työtehtävien uudelleen järjestelyä sekä ennen kaikkea jatkuvia arviointeja ja uusien toimintamallien kehittämistä.

Tehokkuusvaatimukset ovat osa siirtymää uutistyyön teollistumiseen (Aslama & Kivikuru 2001), jossa korostetaan nopeutta pikemminkin kuin laatua (Jyrkiäinen 2008, 84).

Uudistusten kulttuuri ja mediakonvergenssi kulkevat osin samaan suuntaan: taloudellinen konvergenssi pyrkii lisäämään synergiaa tuotannon eri osa-alueiden välillä ja näin tehostamaan toimintaa ja lisäämään tuottoa. Uusien toimintamallien kehittämisessä haetaan usein juuri konvergenssikulttuurin piirteitä: yhdistelyä ja synergiaa. Uutistoimituksissa tämä on tarkoittanut monitekemisen lisäämistä ja asiantuntijuustehtävien purkamista. Kaikki eivät kiittele uudistuskulttuuria tai näe toiminnan tehostamisen tuloksia positiivisina. Aeron Davisin mukaan samalla kun uutistuotanto tehostuu, siitä tulee myös ohuempaa ja luonteeltaan symbolisempaa. Uutisia tuotetaan nopeammin, pienemmillä resursseilla ja heikommissa työoloissa kuin ennen. Tästä uutistuotannosta käytetään nimityksiä NewsZak (musakki-sanan mukaelma), infotainment, roskaruokajournalismi ja churnalism (kierrätys-journalismia).

Tässä tutkimuksessa pohditaan sitä, millä tavalla edellä kuvatut ilmiöt muovaavat suomalaisia toimituksia? Millä tavalla journalismin kenttä muuttuu konvergenssikehityksen ja uudistumiskulttuurin myötä?

Kansainvälisessä tutkimuksessa on kasvava huoli siitä, ettei journalismi nykyisen kriisin keskellä enää kykene tuottamaan perusteellisia ja asiantuntevia uutisia ajankohtaisista, yhteiskunnallisista kysymyksistä. Julkisuuden sirpaloitumista ja uutistuotannon rapautumista pidetään huolestuttavana demokratian kannalta. Suomessa nämä huolet saattavat tuntua ylimitoitetuilta. Ei kuitenkaan ole syytä unohtaa, että ala käy läpi merkittävää murrosta, jonka vaikutuksia on hyvin vaikea ennustaa. Tämän raportin tavoitteena on hahmottaa niitä kokemuksia, joita muutokset ovat tuoneet toimittajien arkeen ja työkäytäntöihin. Näistä kokemuksista piiryy toimittajien tulkintayhteisö (Zelizer 1997; Heikkilä 2001), jossa tuotetaan kollektiivista ymmärrystä toimintaympäristöstä ja siinä tapahtuvista muutoksista.

Raportti hahmottaa niitä visioita, joita journalismista on esitetty, niin alan sisällä kuin ulkopuolellakin. Nämä visiot voivat antaa viitteitä siitä, millaiseksi journalismi on muuttumassa, ja ehkä jopa joitakin uusia ajatuksia siitä, mitä se voisi olla.

2. Taantuma suomalaisissa mediataloissa

Suomalaisia mediamarkkinoille on ominaista muutaman suuren mediayhtiön hallinta, kielialueen suojaama rajattu markkina-alue sekä vaatimaton mutta kiihtyvä kilpailu. Vahva lukemisen kulttuuri on pitänyt lehdet ja kirjat tärkeässä asemassa suomalaisten arjessa. Yli 45-vuotiaista 80 prosenttia lukee sanomalehtiä päivittäin. Alle 24-vuotiaista 56 prosenttia lukee sanomalehtiä joka päivä (Sauri 2010). Suomen mediamarkkinoilla graafinen ala onkin hallitseva: se osuus markkinoista on lähes 70 prosenttia. Sähköisellä viestinnällä on toiseksi suurin osuus (28%) ja kolmantena tulee tallenneviestintä seitsemällä prosentilla (emt.).

Alalla suurin kasvu viimeisen kymmenen vuoden aikana on tapahtunut sähköisen viestinnän alueella. Sen osuus mediamarkkinoista kasvoi kahdeksan prosenttia vuodesta 1998 vuoteen 2008. 2000-luvulla kasvua on vauhdittanut television digitalisointi, mikä on vahvistanut erityisesti kaupallista televisiotoimintaa.

Media-alan suurimmat toimijat Suomessa tällä hetkellä ovat Sanoma, ruotsalainen Bonnier, julkisen palvelun Yleisradio sekä Almamedia. Suurimpana yhtiönä Sanoma hallitsee mediamarkkinoita: toiminta ulottuu konvergenssikehityksen mukaisesti halki kentän sanomalehdistä aikakauslehtiin ja kustannustoimintaan sekä televisiosta radioon ja Internetiin.

Sanoman liikevaihto vuonna 2010 oli 2768 miljoonaa, YLE:n 394, MTV Median 193, Almamedian 308 ja TS-yhtymän 222 miljoonaa (ks. taulukko 2.6.).

Bonnierin omistuksessa on MTV Media sekä aikakauslehtiä (mm. Olivia). MTV Medialla on yhdeksän televisiokanavaa sekä pääosa valtakunnallisesta Radio Novasta. Almamedia omistaa maakuntalehtiä (*Aamulehti*, *Lapin Kansa*, *Iltalehti*, *Kauppallehti*) sekä Internet-palveluita (mm. etuovi.com). Neljänneksi

suurin on Turun seudulla vaikuttava TS-yhtymä (mm. *Turun Sanomat*, Turun kaapelitelevisio, paikallisradio). Perinteinen media on pitkään hallinnut uutisalaa Suomessa, mutta viime vuosina uusia pienempiä yrittäjiä on ilmaantunut verkkoon. Ensimmäisenä täysin verkossa julkaistavana uutislehtenä markkinoille nousi vuonna 2007 Niklas Herlinin omistama *Uusi Suomi*, jonka tulos tosin oli reilusti tappiollinen. Taloussanomat siirtyi täysin verkossa julkaistavaksi vuoden 2008 alussa.

Televisiomarkkinoita hallitsevat YLE, MTV3 sekä Nelonen. Jälkimmäinen on Sanoman omistuksessa ja edellinen ruotsalaisen Bonnierin omistuksessa. Television katseluosuuksissa YLE:llä oli vahvin asema 45 prosentilla vuonna 2010. MTV3:n katseluosuus oli 30 prosenttia ja Nelosen 15 prosenttia (Finnpanel 2010).

Helsingin Sanomilla on ylivoimainen asema sanomalehtimarkkinoilla. Lehden levikki vuonna 2010 oli 430 000. Myös maakuntalehdillä (*Aamulehti*, *Turun Sanomat*, *Kaleva* etc.) on suhteellisen vakaa asema omilla alueillaan. Suomalaiselle mediamaisemalle onkin tyypillistä alueellinen keskittyminen: Neljä suurinta sanomalehteä hallitsee 75 prosenttia markkinoista. Maakuntalehdet ovat oman alueensa ykköslehtiä ja hallitsevat paikallista uutisointia ja mediamarkkinoita. (ks. myös Ahva 2010; Jyrkiäinen & Sauri 2001). Maakuntalehdet ovat tiivistäneet yhteistyötä keskenään viimeisen vuosikymmenen aikana. *Etelä-Suomen Sanomat*, *Ilkka*, *Karjalainen*, *Keskisuomalainen*, *Pohjalainen* ja *Savon Sanomat* julkaisevat yhteistä sunnuntaisivustoaan, Sunnuntaissuomalaista. Yhteistyö sunnuntaisivustosta käynnistettiin vuonna 1998. Tämä yhteistyöverkosto, Väli-Suomen Media, tuottaa myös yhteisiä politiikan ja talouden uutisia Helsingin toimituksessa, johon ovat liittyneet *Kaleva* ja *Turun Sanomat*. Näillä lehdillä, Väli-Suomen Medialla, *Kalevalla* ja *Turun Sanomilla* on myös 2009 perustettu yhteinen ulkomaantoimitus, ulkomaansivujen pooli.

Voimakkainta kilpailua Suomessa käydään kahden iltapäivälehdten, *Ilta-Sanomien* ja *Iltalehden* välillä. Molempien iltapäivälehtien levikit ovat laskeneet taantuman aikana. Toisaalta *Iltalehdellä* on vahva asema verkossa. Se on Suomen luetuin verkkolehti, jonka sivuilla käy lähes kaksi miljoonaa lukijaa viikossa.

Joukkoviestintämarkkinoiden arvo pieneni vuonna 2009 seitsemän prosenttia edellisvuodesta, mikä on sodanjälkeisen ajan suurin vuosipudotus. Lasku kohdistui erityisesti graafiseen viestintään (kirjat, lehdet, hakemistot). Markkinat ovat kasvaneet tasaisesti 1990-luvulta lähtien mutta kasvu on hidastunut 2000-luvulla. Vuonna 2008 markkinoiden arvo oli noin 4,4 miljardia euroa ja vuonna 2009 4,1 miljardia euroa.

2.1. Mediamainonta kutistuu

Epävakautta mediamarkkinoilla ovat aiheuttaneet pääasiassa levikin ja mainosrahojen lasku (ks. taulukko 2.1). Vuodesta 2008 vuoteen 2009 median mainosmarkkinat heikkenivät 15,8 prosenttia. Ilmoitusmarkkinat kutistuivat sanomalehdissä 21,6 % ja televisiossa 11 % kun taas internetin mediamainonta kasvoi 6 %. Internetin mainosmarkkinoissa ongelmana on se, että ilmoittelu on kasvanut erityisesti hakukonemainonnassa (14,6%) kun taas perinteinen banneri ja luokiteltu verkkomainonta, jota journalistiset online-julkaisut hyödyntävät, laski 1,8 prosenttia (MNK 2010). Mediamainonnan kehitys on samantyyppistä muissa Pohjoismaissa: Ruotsissa mediamainonta laski 12 prosenttia, Norjassa ja Tanskassa 15 prosenttia. Päivälehtien mainostulot laskivat Ruotsissa 18 prosenttia 2008/2009 eli hiukan vähemmän kuin Suomessa.

Vuoteen 2010 tultaessa mainonta on kuitenkin kääntynyt Suomessa jo nousuun: Ilmoittelu sanomalehdissä kasvoi vuoden 2010 heinäkuussa 5,7 prosenttia ja televisiossa jopa 25 prosenttia.

TAULUKKO 2.1. Mediamainonta

	2008 Milj.	2009 Milj.	Muutos 08/09
Sanomalehdet	605	474	-21,6
Televisio	268	237	-11,6
Radio	51	50	-1,7
Elokuva	3,1	2,4	-20,6
Internet: Display ja luokiteltu verkkomainonta	78	77	-1,8
Internet: Hakemistot ja hakusanainonta	71	82	+14,6

Lähde: M&M

Myös edellisen laman aikana vuosina 1991–1993 mediamainonta laski erityisesti sanomalehdissä, jotka ovat tärkeitä vähittäiskaupalle, paikallisille kauppaketjuille sekä työpaikka- ja kiinteistökaupalle. Mediamainonnan lasku näkyi jo ennen bruttokansantuotteen laskua ja laman vaikutusta yhteiskuntaan laajemmin.

2.2. Levikit laskevat

Levikin lasku on suomalaismedian osalta jatkunut pitkään (ks. taulukko 2.2). Levikin lasku ei ole kuitenkaan ollut täysin tasaista 2000-luvulla vaan esimerkiksi *Aamulehden* levikki nousi etenkin vuosina 2005 ja 2006, mutta laski voimakkaasti 2009 kääntyen taas lievään nousuun vuonna 2010. *Kauppalehden* levikki nousi selvästi vuonna 2008 ja myös *Savon Sanomat* kasvatti levikkiään hieman vuonna 2008. Kuitenkin vuonna 2009 useiden sanomalehtien levikit laskivat. *Helsingin Sanomien* levikki laski 3 % 2009. Levikin laskusta kärsivät erityisesti iltapäivälehdet: *Ilta-Sanomien* levikki laski 6 % ja *Iltalehden* 8 %. Edellisen laman aikana 1990-luvun alussa levikit laskivat voimakkaasti, mutta vuosien 1997–1999 lehdet kykenivät jälleen kasvattamaan levikkiään.

TAULUKKO 2.2. Levikki

	2001	2005	2007	2009
Helsingin Sanomat	446 380	430 785	419 791	397 838
Ilta-Sanomat	218 829	195 673	176 531	152 948
Aamulehti	135 478	136 743	139 165	135 293
Iltalehti	134 777	130 290	131 150	112 778
Turun Sanomat	115 142	111 547	112 419	109 504
Kaleva	83 151	82 005	81 593	80 826
Keskisuomalainen	77 135	75 865	74 945	71 777
Savon Sanomat	67 219	65 053	64 789	64 113

Lähde: Levikintarkastus Oy

Myös ruotsalaismediassa tapahtui levikin laskua vuonna 2009: *Dagens Nyheterin* levikki laski 7 prosenttia, sen sijaan *Svenska Dagbladet* kasvatti levikkiään 2 prosenttia. Myös Ruotsissa iltapäivälehdet kärsivät levikinlaskusta eniten. *Aftonbladetin* levikki laski 9 prosenttia vuonna 2009.

Britanniassa valtakunnallisten päivälehtien levikit ovat laskeneet voimakkaasti: 22 prosenttia vuodesta 1995 vuoteen 2007. Sunnuntaimyynti on laskenut erityisesti iltapäivälehtien osalta, sen sijaan ns. laatulehdet ovat sinitelleet paremmin. Populaarilehdistö, iltapäivälehdet erityisesti, näyttää menettävän eniten myyntiä. Levikin laskun taustalla nähdään yleisöjen muuttuvat lukutottumukset. Yhä useammat lukevat uutisensa internetistä ja käyttävät nettiä erilaisen tiedonhankinnan ja viihteen lähteenä. Perinteisen median yleisö muodostuu pääosin keski-ikäisestä tai ikääntyvästä väestöosasta. Nuorten tavoittaminen koetaan erityisen haasteelliseksi. Sen yhtenä ratkaisuna nähdään internet.

2.3. Internetin kasvava suosio

Koska internetin yleistyminen on yksi merkittävä taustatekijä journalismin murroksessa, on syytä tarkastella lyhyesti sitä, kuinka laajalle internetin käyttö on Suomessa levinnyt. Tilastokeskuksen mukaan suomalaisista kotitalouksista 79 prosentilla oli kotitietokone ja näistä 72 prosentilla oli internetyhteys vuonna 2008. Ruotsissa vastaava lukema oli 84 ja Britanniassa 71. Internetin käyttö yleistyti Suomessa nopeasti 2000-luvulla mutta vuoteen 2010 mennessä kasvu on jo tasaantunut (Sauri 2010). Suomalaisista 66 prosenttia käytti internetiä päivittäin vuonna 2008 kun vielä 2003 vastaava luku oli 40 prosenttia.

Suomen suosituimmat internet-sivustot olivat helmikuussa 2011 hakukone Google Suomi sekä sosiaalisen median palvelut Facebook ja YouTube. Tästä on pääteltävissä, että sosiaalinen media, erityisesti Facebook on nopeasti yleistynyt ihmisten arkikäytössä.

Tilastokeskuksen mukaan internetiä käytetään eniten tiedonhakuun ja pankkiasioimiseen. Suomalaisia verkkolehtiä on tilastokeskuksen mukaan hieman yli 400, näistä päivälehtiä on 53. Mediasivustoista eniten kävijöitä oli lokakuussa 2009 *Iltalehden* sivustoilla, vajaat 2 miljoonaa viikossa. *Ilta-Sanomat* nousee miltei samoihin lukemiin (1 824 000). Kolmantena on MTV3 (1 723 000), neljäntenä YLE (1 245 000), viidentenä *Helsingin Sanomat* (1 236 000).

TAULUKKO 2.3. Kymmenen suosituinta verkkosivua Suomessa, Ruotsissa, Britanniassa helmikuussa 2011

Suomi	Ruotsi	Britannia
Google Suomi	Google.se	Google UK
Facebook	Google	Google
Google	Facebook	Facebook
YouTube	YouTube	YouTube
Iltalehti	Aftonbladet	BBC Online
Wikipedia	Windows Live	Yahoo
Ilta-Sanomat	Wikipedia	eBay UK
Windows Live	Bogger.com	Windows Live
YLE	Yahoo	Wikipedia
Blogger.com	Blocket	Amazon.co.uk

Kuten taulukosta 2.3. on nähtävissä, tiedonhakua ja sosiaalisen median palveluja tarjoavien yhtiöiden sivustot ovat internetissä suosituimpia niin Suomessa, Ruotsissa kuin Britanniassakin. Näistä esimerkiksi Google tarjoaa sivustollaan myös uutisia ja näin ollen kilpailee uutistarjonnassa perinteisen uutismedian kanssa.

Mediayhtiöt ovatkin siirtyneet monikanavajulkaisemiseen, jossa verkolla on merkittävä rooli. Printti- ja televisioutusten rinnalla tuotettu verkkosisältö on kuitenkin monella tavalla ongelmallisia mediayhtiöille: sisällön jakaminen ilmaiseksi verkossa voi syödä yleisöä toisaalta. Lisäksi toimivan ansaintamallin rakentaminen verkkolehdistä on edelleen ratkaisematta. Vaikka internet-mainonta on kasvussa, se ei auta journalistisia verkkolehtiä. Verkkomainonta nykyisessä muodossaan ei ole niin kannattavaa, että se pitäisi yllä suureten mediayhtiöiden kaltaisia toimijoita. Internetissä on myös runsaasti ilmaista uutistarjontaa, jonka kanssa on vaikea kilpailla esimerkiksi asettamalla omat uutissivustot maksullisiksi. Maksullisuuden on taattava sellaista omaperäistä sisältöä mitä muuten netistä ei ole saatavilla.

Kun katsotaan uutismedian menestystä internetissä, molemmat iltapäivälehdet sijoittuvat kymmenen suosituimman sivuston kärkeen. Tämä viittaisi siihen, että viihteellinen sisältö on se, mikä kiinnostaa. Toisaalta molemmilla lehdillä on hyvin suositut keskustelupalstat, jotka voivat vetää yleisöä sivustojen äärelle. Perinteinen media näyttää pitävän pintansa verkon uutismediatarjonnassa ja vaikuttaa siltä, että monimediaalisuus tukee suosiota verkossa. Yksinomaan verkossa ilmestyvät julkaisut ovat kaukana suurten mediayhtiöiden kävijämääristä. Pelkkä verkkojulkaiseminen ei vielä vedä suuria yleisöjä vaan tunnettuutta on luotava monella eri kentällä.

TAULUKKO 2.4. Suomen suosituimmat uutis mediasivut helmikuussa 2011

1.	Iltalehti
2.	Ilta-Sanomat
3.	YLE
4.	Helsingin Sanomat
5.	MTV3
6.	Kauppalehti
7.	Taloussanomat
8.	Uusi Suomi
9.	BBC Online
10.	Amparit.fi

2.4. Tulokset voitollisia

Huolimatta levikin laskusta ja mainosrahoituksen heikentymisestä suurimpien mediayhtiöiden tulos pysyi voitollisena vuonna 2009. Sanoman liiketulos vuonna 2009 oli lähes 200 miljoonaa voitollinen. Tappiota tekivät TS-yhtymä ja

YLE, jonka liiketappio oli -2,9. Taantuma ei näytä dramaattisesti heikentäneen suomalaisten mediayhtiöiden tulosta, vaikka ilmeisiä vaikeuksia alalla olikin nähtävissä. Nopea reagointi heikentyneeseen taloustilanteeseen kertoo ehkä siitä, että Suomessa reagoitiin nimenomaan Yhdysvalloissa tapahtuneisiin muutoksiin ja tavallaan ennakoitiin kriisiä. Vuoden 2010 ensimmäisen neljännes kertoo myös parantuneista tuloksista: Liikevoittoa kasvattivat mm. Sanoma, Alma, ja Keskisuomalainen. Näistä mm. Alman liikevaihto pieneni, mutta voitto kasvoi. Lamaan osattiin myös varautua paremmin kuin ennen. Edellisen laman katsottiin yllättäneen mediayhtiöiden johdon, mutta tällä kertaa lamaan oli varauduttu ja siihen reagoitiin nopeasti.

Ilmeisesti edellinen lama opetti mediayhtiöille tietynlaista varovaisuutta ja varautumista tuleviin laskukausiin (vrt. Löfman 1994).

TAULUKKO 2.5. Mediayhtiöiden liiketulos 2009

	milj.
Sanoma	161,4
Yleisradio	-2,9
Alma Media	40,8
TS-yhtymä	-9,6
MTV	12,4
Keskisuomalainen	15,5
Kaleva	5,9

Lähde: Yhtiöiden tilinpäätökset 2009

TAULUKKO 2.6. Liikevaihto (milj.)

Mediayhtiö	2008	2009	Muutos
Sanoma	3030	2768	-8,7
Yleisradio	381	394	3,6
Uusi Suomi	412	275	-34
Alma Media	341	308	-9,8
TS-yhtymä	306	222	-27,3
MTV Media	203	193	-5,2
Keskisuomalainen	105	98	-6,7
Kaleva	59	52	-11,5

Lähde: M&M

Näiden lukemien valossa taantuma näyttää varsin hetkelliseltä. 2010 luvut lupaavat jo parempia aikoja mediayhtiöille ja mainostulojen kasvua myös printtimedialle. Sanomalehtien levikit kuitenkin jatkavat laskuaan, joten internetin suosio näyttää nakertavan printtimedian tilaajakantaa. Toisaalta lehdillä voi olla lukijoita enemmän kuin koskaan, sillä printti ja verkko voivat yhdessä tavoittaa uusia lukijakuntia. *Helsingin Sanomien* printti- ja verkkoversion arvioidaan yhteensä tavoittavan noin 1,7 miljoonaa lukijaa.

2.5. Lähes 200 irtisanotaan

Heikentyviin talousnäkyymiin reagoitiin toimituksissa nopeasti. Vaikka tulokset pysyttelivät pääosin voitollisina, mediayhtiöt ryhtyivät toimiin kulujen karsimiseksi. Vuonna 2009 käytiin ennätysmäärä YT-neuvotteluja toimituksissa eri puolilla Suomea. Näiden tuloksena 189 journalistiliiton jäsentä irtisanottiin ja reilut sata otti vastaan ns. vapaaehtoisen eläkepaketin. Edellisen laman aikana toimittajia lomautettiin ja irtisanottiin, mutta tässä lamassa eläkepaketit nousivat merkittävään asemaan. *Etelä-Suomen Sanomissa* toimituksellisen henkilöstön vähennys oli 17, *Kauppalehdessä* 26, *Helsingin Sanomissa* 30, *Turun Sanomissa* 10 ja *Aamulehdessä* 9. Näiden irtisanomisten ja eläkepakettien vaikutuksia toimituksissa tarkastellaan seuraavassa luvussa.

3. Toimitukset pienenevät

Keväällä 2009 suomalaisissa toimituksissa elettiin apeita aikoja. YT-neuvotteluja käytiin miltei kaikissa toimituksissa. Neuvotteluiden seurauksena toimituksissa irtisanottiin kaikkiaan 189 journalistiliiton jäsentä. Lisäksi erilaisten vapaaehtoisten eläkepakettien turvin toimituksista lähti yli 100 toimittajaa. Näin ollen toimitukset pienivät, mutta samaan aikaan toimittajien työnkuva laajeni.

3.1. Ratkaisut ja niiden kyseenalaistaminen

Tähän tutkimukseen osallistuneissa toimituksissa kiristynyt tilanne näkyi monella tavalla. Toimitusilmapiiri oli painostava tai lamaantunut: toimituksissa YT-neuvotteluiden päämäärää, väen vähentämistä ei pidetty täysin oikeutettuna ja siinä nähtiin ikäsyrjinnän piirteitä. Näytti myös siltä, ettei toimituksiin aina välittynyt tietoa siitä, kuinka työt järjestettäisiin uudelleen ja millä perusteella irtisanomiset ja eläkepaketit toteutettiin. Toimittajat kuvailivat tilannetta usein sellaiseksi, että ratkaisut väen vähentämisestä tehtiin ensin ja tämän jälkeen ryhdyttiin miettimään sitä, miten työt tullaan järjestämään. Monien toimittajien mukaan muuttuneeseen taloustilanteeseen reagoitiin ehkä turhankin nopeasti, sillä vaikka mediatalojen tulos laski, se pysyi kaiken kaikkiaan voitollisena.

Tilannetta luonnehdittiin myös paniikinomaiseksi: toimittajille välittyi tunne siitä, ettei johdolla ollut välttämättä visiota siitä, miten heikentyneeseen taloustilanteeseen tulisi vastata. Toisaalta osa toimittajista koki, että tällä kertaa lamaan reagoitiin nopeasti ja ratkaisumallit tuntuivat olevan jo valmiina. Lama tarjoutui ikään kuin sopivaksi selitykseksi ratkaisuille, jotka olisi tehty joka tapauksessa alalla tapahtuneen, pitkälti mediateknologisen murroksen vuoksi. Ne toimittajat, jotka olivat kokeneet 1990-luvun laman samassa toimituksessa, näkivät selkeän eron näiden kahden talouslaman välillä. 1990-luvulla lamaan

reagoitiin säästöohjelmilla ja tiukentuneella kulukurilla. Erityisesti nuoret toimittajat, määräaikaiset toimittajat ja avustajat joutuivat 1990-luvulla ahtaalle, mutta tällä kertaa säästötoimenpiteet osuivat kokeneempaan ja iäkkäämpään toimittajakuntaan ja mediatalojen vakituiseseen väkeen, joita irtisanottiin ja joille tarjottiin eläkepaketteja.

Vuoden 2009 talouslaman seurauksena toimitukset siis pienenevät ja nuoreneivat. Pienentyneiden toimitusten oli jatkettava ja tehtävä samat työt kuin aiemmin isommalla porukalla. Tämä näkyi jatkuvana paineen ja kiireen tunteena.

Jäljelle jääneet toimittajat kuvailivat tunnelmia ahdistuneiksi ja surumielisiksi. Varsinkin maakuntalehdissä kriisi oli ensimmäinen laatuaan. Aiemmin turvattuina ja vakaana näyttäytynyt työpaikka muuttui epävarmaksi: koko toimittajuuden tulevaisuus alkoi näyttää hämärältä.

Se oli niin suuri järkytys väelle, että tämmönen talo, jolla taloudellisesti pyyhkii hyvin, jolla ei ole mitään tarvetta tehdä noin paniikinomaisia ratkaisuja, niin irtisanoo ihmisiä, jotka ovat olleet 20 tai 30 vuotta talossa. Kun asia oltais voitu hoitaa parin kolmen vuoden aikana pehmeämmin menetelmin. Mun mielestä tää ilmapiiri lehtialalla, mitä mä olen ollut, se ei oo koskaan ollu niin huono kun se on nyt, se on voimaton, pettynyt ja semmonen, että noihan voi tehdä mitä vaan. Hyvin alistunu.

MIES, TOIMITTAJA, URAN LOPPUVAIHE

Puheessa nousee esiin ratkaisujen kyseenalaistaminen: olisiko irtisanomisilta voitu välttyä, mikäli tilanteeseen ei olisi reagoitu niin nopeasti kuin nyt tehtiin? Tämä ratkaisuja kyseenalaistava sävy oli läsnä miltei kaikissa toimittajahaastatteluisa. Toimittajakunta koki, etteivät mediatalot olleet tulokseltaan niin vaikeassa tilanteessa kuin YT-neuvottelut antoivat ymmärtää. Epäily tehtyjen ratkaisujen välttämättömyydestä tuotti puheeseen kyynisyyttä koko alaa ja erityisesti mediatalojen omistajia kohtaan.

Myös toimitusjohto koki tilanteen vaikeaksi, ja ainakin haastatteluisa välittyi aito ahdistus siitä, millaiseen suuntaan työ on muuttunut ja kuinka epävarmalta tulevaisuus näyttää. Tämä korostui maakuntalehdissä. Valtakunnallisissa media-yhtiöissä tunteet eivät olleet yhtä pinnassa, osittain siksi, että niissä vaikeimmat ratkaisut oli myös tehty haastatteluajankohtaan nähden aiemmin. Maakuntalehdillä oli edessään vaikea tehtävä: samaan aikaan kun väkeä vähennettiin, lehtien oli löydettävä uutta energiaa ja näköaloja levikin laskua ja ilmoituskatoa vastaan.

Fiilinki ei oo hyvä ja, kun vielä sitten tämmösessä, tässä tiukassa tilanteessa jossa paitsi on taloudellisesti huono aika niin sitten myös tää sisältökilpailu, et kilpailu yleisön huomiosta on niin kova, niin kun siinä pitäis pystyä entistä tiukemmin lyömään sauvaa hankeen, niin..

MIES, ESIMIES, URAN LOPPUVAIHE

YT-neuvotteluiden läpivieminen koetteli tunteita niin rivitoimittajien kuin esimiestenkin keskuudessa.

Se oli noin yleisesti sanoen, se oli täysin uusi tilanne ja totta kai se, kun sitten jokainen kysyy ihan oikeutetusti että miten minun käy, ja se on sitten, silloin ollaan jo perimmäisten kysymysten äärellä. Kyllä siinä on monta tiukkaa ja itkuista keskustelua käyty, että se on semmosta vatsaa kurnivaa vaihetta. Että ei oo niitä uran tähtihetkiä.

MIES, ESIMIES, URAN LOPPUVAIHE

Esimiehillekään prosessi ei siis ollut helppo, mikä ilmentää tietynlaista ”pakotettua” asemaa tässä tilanteessa. Esimiehet eivät välttämättä olleet yhtä mieltä kaikista ratkaisuista, mutta toteuttivat valittua strategiaa asemansa mukaisesti. Esimiehet tunnistivat siis hyvin ne ongelmat ja törmäykset, joita uudistukset aiheuttivat mutta pyrkivät tarkastelemaan prosessia kuitenkin osana välineen tulevaisuutta ja prosessia kuvatessaan perustelivat näitä ratkaisuja.

Kun systeemejä lähdetään totuttamaan ja ihmisten mukavuusalueisiin ka-
jotaan ja hyvinkin vakiintuneita, tehtäväkuvia mietitään uusiksi ja, ihmisiä
muutellaan toimituksen sisällä paikasta toiseen niin aina tulee kitkaa ja, ki-
puilua siitä, että.. miksi näin, että oliko tämä välttämätöntä, kun ennen oli
kaikki hyvin, mutta..lopputulema on hyvin vahvasti plussan puolella [...] ehkä
yksittäisenä uudistuksena on varmaan tuo uutistoimituksen synnyttäminen,
jossa kaks hyvin perinteistä, isoa osastoa niin pistettiin yhteen, niin se on
varmaan ollu haastavin operaatio.

MIES, ESIMIES, URAN KESKIVAIHE

Puhe suuntautuikin niihin toimenpiteisiin, joita mediataloissa on tehty pa-
himman syöksykierteen estämiseksi. Näin YT-neuvottelut ja niitä seuranneet
organisaatiouudistukset näyttäytyivät pakollisina, mutta lopulta toimenpiteenä,
jonka avulla mediatalojen tulevaisuus pyrittiin turvaamaan. Yksikään esimies-
asemassa oleva haastateltava ei kyseenalaistanut taloissa tehtyjä ratkaisuja, ol-
koonkin, että ne saatettiin kokea raskaina ja epämiellyttävinä.

Sen sijaan toimittajatasolla YT-neuvottelut ja niitä seuranneet uudistukset saivat runsaasti kritiikkiä. Toimittajien puhe oli suorastaan inhorealista: juuri mitään ei ole tehty oikein ja koko ala on luisumassa väärään suuntaan. Sekä esimiesten että toimittajien puhe ilmentää sitä, kuinka oma asema organisaatiossa määrittää sitä, miltä kyseiset ratkaisut näyttävät. Esimiesten puheessa korostuvat organisaation näkökulmat ja alan tulevaisuus, kun taas toimittajien puheessa kuuluvat toimittajien asema ja työkäytäntöjen muutos. Samalla puhe ilmentää sitä, miten eri tavoin lamaa seuranneet ratkaisut ovat vaikuttaneet toimituksissa aivan käytännön tasolla. Vaikka siis puhe konstruoi tietynlaisia diskursiivisia asemia, nämä asemat kytkeytyvät todellisiin kokemuksiin ja ilmentävät määrittelyvaltaa tai sen puutetta määrättyssä tilanteessa.

Toimittajien puhe ei kuitenkaan ollut täysin yksiäänistä. Osa toimittajista koki uudistukset tärkeänä ja oli tyytyväinen siitä, että toimitus reagoi heikentyneeseen taloustilanteeseen.

Must on toisaalta ihan tosi kiva että me ei seistä tumput suorana ja katota ku levikki laskee ja ihmiset vaan halua saada sisällön ilmaseks netistä, vaan meillä oikeesti aktiivisesti mietitään, että miten me voidaan olla verkossa parempia.

NAINEN, TOIMITTAJA, URAN ALKUVAIHE

Irtisanottujen ja eläkeputkeen siirtyneiden lähtö herätti kuitenkin alakuloa myös niiden joukossa, jotka periaatteessa ymmärsivät toimituksen ratkaisut. Niin esimiesten kuin toimittajienkin haastatteluissa painottuivat epävarmuus tulevaisuudesta ja säästöjen läsnäolo arjessa. Tästä on pääteltävissä, että talouslama ja sitä seuranneet YT-neuvottelut toivat tullessaan vahvistuvan tietoisuuden alan epävarmuudesta ja heikentyneistä näkymistä toimitusten kaikilla tasoilla. Useissa haastatteluissa nousi esiin se, kuinka tietoisia toimittajat olivat juttuja tehdessään yhtäältä väen vähentymisestä ja toisaalta tarpeesta houkutella lisää yleisöä ja uusia lukijoita. Toisin sanoen kysymys mediatalojen tulevaisuudesta oli rantautunut toimituksiin ruohonjuuritasolle. Kuten yksi esimies kuvaa, talouslaman vaikutukset näkyivät ennen kaikkea mielialoissa:

Meillä oli eteenpäin katsova hanke käynnissä, joka helpotti sitä tilannetta, siitä huolimatta, kyllähän se luo aika synkkää kuvaa ja on ihmisiä, jotka pelkäs aidosti jopa vakituisten työpaikkojensa puolesta. Kyllähän se heijastu kaikkien ja oli ihmisiä joutu lomarahoja pitämään vapaalla, oli pitkiä aikoja.. vajaamiehityksellä, sen takia ihmiset oli aika tiukoilla, että mä luulen, että

se ei ihan, jos vakavimmat tai suurimmat vaikutukset etsitään, niin ne löytyy sieltä mielialatasolta.

MIES, ESIMIES, URAN KESKIVAIHE

Näin ollen heikentyneet talousnäkyvät eivät välttämättä merkinneet kasvavaa halua kehittää alaa ja kamppailla tulevaisuuden puolesta. Kysymys alan tulevaisuudesta näytti sen sijaan kääntyvän jokapäiväisen työn taustalla vaikuttavaksi huoleksi, paineeksi ja ahdistukseksi. Toimittajat eivät juuri pohtineet uusia mahdollisuuksia ja tapoja selvitä vaikeuksista. Miksi toimittajien puhe tulevaisuudesta oli niin alistunutta?

Alistunut asenne liittyy määrittelyvaltaan ja kykyyn vaikuttaa omaan työhön ja tätä kautta myös kykyyn vaikuttaa tulevaisuuteen ja siihen millaiseksi journalismi tulevaisuudessa muodostuu. Monelta osin haastateltavat kokivat, ettei tulevaisuudessa ole tilaa sellaiselle journalismille, jota he itse pitivät arvossa ja jollain tavalla tulevaisuuden journalismin sisältö oli poissa heidän käsistään. Sitä määrittelevät jotkut muut – erityisesti teknologia ja markkinat.

3.2. Eläkepakettien aika

Vuoden 2009 YT-neuvotteluiden erityispiirteenä oli eläkepakettien keskeisyys työmarkkinaratkaisuna. SJL:n mukaan vapaaehtoiset eläkepaketit esiteltiin nyt neuvotteluissa uudenaikaisella laajuudella eri puolilla Suomea, mikä on aiheuttanut keskustelua ikäsyrynnästä. SJL:n mukaan joitakin irtisanomisia on jopa riitautettu ikäsyrynnän perusteella. Journalistiliiton mukaan eläkepaketti termi on harhauttava, sillä kysymys on pikemminkin työttömyysputkesta kuin suoraan eläkkeelle siirtymisestä.

Eläkeratkaisut herättivät ristiriitaisia tunteita. Koska eläkepaketit ovat vapaaehtoisia, niiden vastaanottajat lähtivät toimittajan töistä omalla päätöksellä ja osa varmasti hyvin mielellään. Joillekin eläkepakettien tarjoaminen antoi ymmärtää, että yli 55-vuotiaat toimittajat ovat työnantajalle pikemminkin taakka kuin resurssi.

Ite kun on niin paljon nuorempi, niin ei ehkä osannu ymmärtää ihan sitä kaikkee tuskaa, mikä siihen luopumiseen liittyy. Mut kyl mä huomasin, että moni koki ittensä aika loukatuks kun tollasta pakettii tarjotaan. Kun koki, että työnantaja haluu heistä eroon että, niinhän se suomex olikin. Ja sitten se koettiin tosi loukkaavaks, että se, olikohan se nyt suurin piirtein niin, että sanottiin, että maaliskuun puoleenväliin mennessä pitää ilmoittaa, ottaako tän tarjouksen vastaan vai ei ja, sitten ku se maaliskuun puoliväli koitti niin

työnantaja sano, että no jatketaan tätä vielä puoleltoista kuukaudella. Ja silloin nekin jotka oli päättäny, että ei ne haluu sitä tarjousta ottaa, joko siks että niille tulis niin pieni eläke tai siks et niitä oikeesti vielä kiinnostaa työ. Niin ne koki ittensä tosi paineistetuks, että ajaa, että nyt työnantaja jatkaa tätä aikaa, niin kauan kunnes me sanotaan että joo, me ollaan valmiit lähtemään.

NAINEN, TOIMITTAJA, URAN ALKUVAIHE

Näin ollen osa työntekijöistä koki, että heidän työpanoksensa kyseenalaistettiin eikä heillä nähty olevan enää mitään annettavaa yhtiölle – ja tämä välittyi myös niille toimittajille, joita eläkepaketti ei koskenut.

Enpä haluais itse olla se riippakivi josta koko ajan puhutaan selän takana et ”voi vitsi ku noi nyt lähtis tosta”. Ennenhän se oli hienoo, kun ihminen lähti eläkkeelle, ja pidettiin juhlat ja kaikkee.. Nyt pidettiin yhteisjuhlat; tää oli joku joukkohautaus, että nimettömät eläkeläiset, kaikki porukkana lähtee. [...] Mutta varmaan monet siellä koki myöskin aikamoista painostusta, että pitää lähtee, kun ei enää haluta, että ollaan täällä – että on liian iso palkka ja liian vähän tulosta.

NAINEN, TOIMITTAJA, URAN KESKIVAIHE

Osalle vanhemman toimittajakunnan poistuminen on merkinnyt myös vuosien saatossa kartutetun hiljaisen tiedon katoamista: toimittajien kontaktit ja henkilökohtainen tieto ovat resurssi, jota harvassa tapauksessa siirrettiin edelleen – ainakaan tästä eivät tutkimukseen osallistuneet kertoneet. Erityisesti sosiaalialan kysymykset ja kunnallispolitiikka mainittiin sellaisiksi alueiksi, joissa kokeneempien toimittajien lähtö näkyi. Lähihistorian tuntemus yhteiskunnallisissa kysymyksissä sekä henkilösuhteet paikallisiin virkamiehiin ja poliitikkoihin koettiin tärkeäksi resurssiksi toimitukselle.

Toisenlaisiakin näkemyksiä esitettiin. Näiden näkemysten mukaan osa vanhemmasta väestä ei yksinkertaisesti enää selviä kiristyneestä työtahdistista ja hiljainen tietokin olisi paikattavissa.

Siis toimittajathan on semmosii ihmisii, että ne pystyy nopeesti ottaa asioist selvää, ja, nuorillakin ihmisillä on korkea tietämyksen taso. Että, tavallaan se, argumentti että menee liian paljon tietotaitoo, ulos talosta, niin se ei valitettavasti ehkä oo se. [...] Että kyllä se pystytään aika nopeesti paikkaamaan, jotenki. Eihän niistä monesta, rehellisesti sanottuna oikein pärjänny iltahommas enää, kun se on muuttunu niin nopeeks, ja, siinä on niin isoja kokonaisuuksia hallittavana yhdellä ihmisellä, ja, muuta. Mutta kun se on just sitä tavallaan

sitä semmosta paneutunutta kirjottamista ja sitä semmosta. Että, yksikin, mä muistan joka jäi eläkkeelle, niin kyllä sen uutisanalyysit oli aika rautaa.

NAINEN, TOIMITTAJA, URAN KESKIVAIHE

Toimitusten sisällä syntyi myös ilmeistä ristiriitaa juuri iäkkäämpien ja muiden toimittajien välille – ei niinkään sen vuoksi, etteivätkö nuoret arvostaisi vanhempia toimittajia vaan siksi, että vanhemmat toimittajat kokivat, ettei heitä ylipäättäen enää arvosteta. Vanhempien toimittajien suuttumus kohdistui näin koko organisaatioon. Tämä suuttumus ilmeni haastateltavien mukaan haluttomuutena auttaa muita ja jakaa tietoaan.

Kun tässä iäkkäämpää väkeä suututettiin, niin sitten se tietämys mikä tämömsillä on, jotka on yli 30 vuotta alalla ollu, niin nyt ollaan sitte hiljaa. Hoitakaa homma. Tehdään kyllä hommat mitä pitää, mutta ei sen enempää. Siinä on mun mielest suuri ongelma.

MIES, TOIMITTAJA, URAN LOPPUVAIHE

Kun vanhat toimittajat lähtee, niin ne saattaa jopa ihan suutuspäissään olla hiljaa. Niitä ketuttaa niin paljon lähtee, että ne ei sano mitään.

NAINEN, ESIMIES, URAN KESKIVAIHE

Samaan aikaan kun vanhemmasta päästä toimittajia pistettiin eläkeputkeen, toimitusten sisällä nostettiin nuoria toimittajia uusiin esimiestehtäviin. Tämä loi uusia hierarkioita toimitusten sisällä, eivätkä uudistukset aina sujuneet ilman kitkaa. Joissakin tapauksissa kokeneet toimittajat tunsivat, ettei heidän ammatitaitoaan arvostettu tarpeeksi.

Muulla maailman lehdistössähän on aina ollu se tapa, että pitää olla pitkään reportterina ennen kun saa oman bylinen esimerkiks, että joutuu tekemään vanhempien toimittajien juttuihin tämmöstä avustavaa työtä. Niin meillä ei hyväksytä sitä. Meillä tehdään nyt niin, et meillä nostetaan nuoret päälliköiksi, ja kaikki vanhat toimittajat pannaan näiksi reppareiksi, ikään kuin juoksenteleen kaupungille ympäriinsä, ja tottakai se jopa suorastaan vähän loukkaa. Että must on tosi jännä, että tällasista työpaikan tietynlaisista hierarkioista, jotka on semmosia luonnollisia, hierarkioita, niitä halutaan väkisin rikkoo, ja sitten jotenkin ajatellaan, ”täst syntyy jotain sellast uutta dynamiikkaa, että, kun kaikki tekee kaikkee.”

NAINEN, TOIMITTAJA, URAN KESKIVAIHE

Toimituksissa yritetään tavoitella uudenlaista toimintakulttuuria silloin, kun vanhoja malleja puretaan ja luodaan uudenlaisia yhdistelmiä. Uuden luominen ei kuitenkaan aina toteudu jos osapuolet kokevat, että heidän työpanostaan tai taitojaan vähätellään. Tällöin tilanne voi johtaa uuden asetelman kyseenalaistamiseen ja vastustamiseen

Siinä tulee semmonen pieni auktoriteettivaje, ehkä. Kaikki opettelee sitä, roolia, sitten meille sanottiin, että meidän pitää joustaa koska he opettelee. Mutta sittehan siinä tulee semmosia tilanteita, että sä puhut jollekin pomolle ja se ei edes tiedä mistä sä puhut kun sillä ei oo se sama yleissivistys tai kokemus. Ja sitten sä jankutat siinä, ja, sitten sä sanot ”okei tää pomo ei näköjään tajua tätä asiaa”, ja sitten sä meet jollekin seuraavalle pomolle selittää sitä samaa, ja se saattaa sanookin, että ”joo, toi on hyvä idea, et tehään siit juttu”. Niin tätä tällasta kaupankäyntiä pitää käydä näitten useampien erilaisten pomojen kanssa. Ja se on ihan hirveen rasittavaa!

NAINEN, TOIMITTAJA, URAN KESKIVAIHE

Useissa toimituksissa luotiin uusia päällikkötehtäviä ja vanhoja päällikkötehtäviä pistettiin uudelleen auki. Toimitusten sisällä uudistuksia tulkittiin pyrki-
myksenä alentaa iäkkäämpien työntekijöiden palkkausta:

No meillähän tehtiin iso organisaatiouudistus, joka nyt oli silmän lumetta, siinä ilmeisesti tarkoitus oli iäkkäämpien työntekijöiden palkkoja saada alennettua ja sitä kautta kustannuksia pienemmäksi, koska se oli tämmönen ikärasistinen rat-, [...] Haetaan siis halvempia tekijöitä esimiesportaaseen, halvempia tekijöitä. Ei sillä ole väliä, riittääkö heidän kokemus ja osaaminen, mutta kyllä ne, pannaan vitja riittävän kireelle, niin ne siellä välissä hoitaa tehtävänsä. Aika paljon tässä oli sitä silmän lumetta, että tehtiin tämmönen iso muutos että saatiin osa ihmisiä pois ja tosi asiassa hommat jatkuu muuten ennallaan. Saadaan sieltä vaan joittenki ihmisten palkkoja leikattua, joitakin eläkkeelle. Ja nehän tapahtuu kaikki sieltä iäkkäämmästä päästä, jossa on palkkaakin saattanu kertyä sitten joku euro enemmän kun tuolla alemmassa päässä.

MIES, ESIMIES/TOIMITTAJA, URAN LOPPUVAIHE

Tässä tapauksessa 57-vuotias esimiestehtävissä ollut toimittaja haki omaa tehtäväänsä uudelleen, mutta hänen sijastaan tilalle valittiin nuorempi toimittaja. Valintaa ei perusteltu huonosti hoidetuilla tehtävillä – päinvastoin. Toimittaja on saanut runsaasti kehujaa tavastaan hoitaa kyseistä tehtävää. Lopullinen perustelu

liittyi ”erilaisten palikoiden yhteensovittamiseen”. Toisin sanoen toimitukseen haettiin tietynlaista kokonaisuutta, johon 57-vuotias esimies ei enää istunut.

Päätoimittaja alotti niin että joo, että sä oot hoitanu hienosti hommasi, että teidän osasto tekee erinomaista jälkee. Kaikki on tyytyväisiä siihen mitä te teette ja sulla on hyvät suhteet siellä ihmisiin, teillä on hyvä henki siellä tehdä ja tämmösiä älyttömiä kehuja tuli iso kasa ja sitten, mutta mä nyt aattelin kuitenkin, että sä et enää jatkas enää tehtävässä. Mä kysyin, että no, siis sen takia ku tää homma on tehty näin hyvin niin senkö takia mut täytyy siirtää pois vai. No kun mä näitä mietin näitä palasia, miten nää tässä rakennetaan, tarkotti näitä esimiespalasia, sä olit kyllä siinä sitten mukana, mutta sitten kun mun täytyy tehdä tämmönen liike ja tämmönen liike niin sä sitten tipuit pois.[...] Se ei voinu mitään muuta selittää kun se taustalla oli tämmönen ikärasistinen ratkasu. Että yli viiskymppiset piti saada syrjään.

MIES, ESIMIES/TOIMITTAJA, URAN LOPPUVAIHE

Ristiriidoista ja uusista hierarkioista huolimatta toimittajakunta näytti tuntevan vahvaa keskinäistä solidaarisuutta, mikä on noussut esiin myös aiemmissa tutkimuksissa (Jyrkiäinen 2008). Toisaalta aiempi tutkimus on myös osoittanut, että vanhempi ikäpolvi kokee keskinäisen kilpailun suuremmaksi ongelmaksi kuin nuorempi polvi – ehkä siksi, että nuoret menestyvät kilpailussa keskimäärin paremmin (Jyrkiäinen 2008). Yllä kuvatussa tapauksessa iäkkäämpi esimiehen paikalta syrjään joutunut toimittaja ei kuitenkaan kantanut kaunaa nuoremmalle seuraajalleen vaan kritiikki kohdistui mediatalon johtoon. Tämä päti yleisemminkin YT-neuvotteluiden ja uudistusten suhteen. Toimittajat ilmaisivat pettymystään nimenomaan mediayhtiön johtoon ja erityisesti toimitusten ulkopuolisiin hallituksiin, joiden nähtiin esittävän vaatimuksia, jotka eivät olleet journalistisesti perusteltuja. Pääosin toimittajat tulkitsivat tilannetta siten, että markkina-ajattelu on ohittanut journalistisen ajattelun ratkaisuja tehtäessä.

Toimittajan ammatin tulevaisuus näytti haastattelupuheessa pahimmillaan osa-aikaiselta tuntityöläisyydeltä, jota toteuttamaan kelpaavat vain nuoret ja nopeat nettitoimittajat. Monet pohtivat vakavasti, kuinka he voivat tulevaisuudessa kilpailla nuorten, nopeiden ja edullisten toimittajien kanssa – jos kokemuksella ja asiantuntijuudella ei ole käyttöä tulevaisuuden journalistisissa tuotteissa. Mikä on se kokemus tai taito, joka kantaa vielä uran loppuvaiheessa? Nämä huolet kytkettyivät ensisijaisesti online-julkaisemiseen, jonka myös nähtiin valtaavaan alaa tulevaisuudessa.

Eläkepakettien tarjoaminen toimituksissa jätti jälkensä nuorempiin toimittajiin ja sai heidät pohtimaan omaa ammattikuvaansa. Monet puhuivat siitä, kuinka he kokivat ensi kertaa olevansa vanhoja ja mahdollisesti käyttökelttomia jo nelikymppisinä. Heille heräsi myös huoli siitä, mikä on vanhenevan toimittajan kohtalo – onko heillä lainkaan paikkaa tulevaisuuden toimituksissa?

Niin mulle itelle se oli sillai semmonen järkytys, että kun mä oon ite myöhään menny työmakkinoille, niin mä oon ajatellu, että mä teen sitten vanhemaksi töitä ja sitten oon ehkä kokenu itteni hyvin motivoituneeksikin [...]. Mä olin tosi pitkään jotenkin järkyttyny, että ei tässä oikeastaan mitkään sopimukset pidä, että jos ne haluaa kymmenen vuoden päästä päästä minusta eroon, niin nehän tekee niin kuin ne haluaa [...]se tuntu hyvin todennäköselä skenaariolta, että viimeistään silloin ollaan taas yt-neuvotteluissa ja ne tulee mullekin ehdottelemaan, että ”voisitko lähteä?”. Mä olin tosi kauhuissani siitä näkymästä.

NAINEN, TOIMITTAJA, URAN KESKIVAIHE

Näin ollen ammattikuvaan on tullut mukaan uudenlaista epävarmuutta, mikä kytkeytyy yhtäältä alan yleiseen epävarmuuteen ja toisaalta niihin keinoihin, joita vuoden 2009 aikana toimituksissa toteutettiin. Tämä kokemus ei rajoitu Suomen mediataloihin. Brittiläinen Peter Lee-Wright (2010) kuvaa kuinka 42-vuotias BBC:n toimittaja jätti työnsä, sillä hän koki uudistusten suosivan nuoria toimittajia. Teknologian keskeisyys uudistuksissa näyttää vaikuttavan siihen, että digitaalisen teknologian hallinta ja nopea omaksumiskyky asettuvat toimittajan työssä yhä keskeisemmälle sijalle.

Suomalaisissa toimituksissa ikäpolvien väliset erot työtyytyväisyydessä ovat olleet varsin pienet Jyrkiäisen (2008) mukaan. Jyrkiäisen tutkimus on toteutettu keväällä 2007 ennen taantumaa tuomia kiristystoimia. Tilanne on voinut muuttua, mihin tämä tutkimus antaa viitteitä. Jyrkiäisen tutkimuksessa työtyytyväisyys oli yleisesti ottaen korkealla tasolla. Vuonna 2010 toteutettu SJL:n kysely osoitti (Porttinen 2010) kuitenkin, että hälyttävän suuri osa nuorista toimittajista kärsii uupumuksesta.

3.2.1. Ikä määrittää osaamista

Vaikka tilanne näyttää synkeältä juuri vanhemman sukupolven osalta, on muistettava, että yli nelikymppisten toimittajien joukko on kuitenkin päässyt kiinni vakituisiin työpaikkoihin ja kyennyt tekemään uran toimittajana. Nuorten kohdalla tilanne ei ole ollenkaan yhtä hyvä. Vaikka nuoria palkataan johto-

tehtäviin, nuorten työhyvinvointi näyttää hälyttävän heikolta. Journalistiliiton teettämän tutkimuksen mukaan kolmekymppisten ikäpolvea rasittavat jatkuva epävarmuus ja ketjuuntuvat määräaikaaisuudet (Porttinen 2010). Epävarmuus aiheuttaa paineita osoittaa paikkansa työyhteisössä, minkä vuoksi määräaikaishallinnalla sopimuksilla työskentelevien on vaikea esittää vaatimuksia esimiehille tai kieltäytyä työtehtävistä.

Ikä näyttää olevan yksi keskeinen tapa hahmottaa toimitusilmapiiriä ja ammattikäytäntöjä. Iän kautta hahmotetaan toimittajasukupolvien välisiä eroja – ja nämä erot kytketään usein niihin toimituskäytäntöihin ja teknologioihin, joita eri sukupolvet ovat oppineet ja joiden kautta he ovat toimittajiksi tulleet. Sukupolvien välistä eroa määrittävät myös työelämän muuttuvat ehdot: onko tarjolla vakituista työpaikkaa, määräaikaaisuuksien ketju vai kenties tuntityöläisyttä? Suuret ikäpolvet vakituisine työpaikkoineen näyttävät nuorten toimittajien silmissä sekä etuoikeutetuilta että leipääntyneiltä. Osa nuorista toimittajista odottikin jo sukupolvenvaihdosta toimituksissa:

Joskus tota niin viimeistään kymmenen vuoden kuluttua, ehkä tässä jo reilun viiden vuoden sisään, kun meidän toimituksen korkeammassa operatiivisessa johdossa tapahtuu kerralla joku laajempi sukupolvenvaihdos, mikä on esimerkiksi Hesarissa tapahtunu jo monta vuotta sitte [...] Ja vaikka se nyt ei oo mitenkään mielettömästi nuorentanu sitä, mutta on sillä nyt silti merkitystä. Niin täällä tavallaan semmonen samanlainen kolmekymppisten, kolmevitosten, ei nyt vallankumous mutta vallanvaihto näissä selkeästi valtaapitävissä, niin se kyllä antaa odottaa tässä toimituksessa, ja sen kyllä huomaa.

MIES, TOIMITTAJA, URAN ALKUVAIHE

Toimitusten nuorentuminen merkitsisi nuorten näkökulmasta tietynlaista vapautumista ja särmikkyyttä uutististyössä. Nuorten puheessa, erityisesti sähköisissä viestimissä, pitkään toimittajan töitä tehneet piirtyivät helposti leipääntyneinä. Leipääntymiseen yhdistyivät vanhat piintyneet rutiinit, pahantuulusuus ja haluttomuus kokeilla uutta. Tämän vastakohdaksi piirtyivät innokkaat nuoret tekijät, mitä ilmentää seuraava kuvaus:

Meillä oli yhtäkkiä toimituksen keski-ikä varmaan kolmenkymppin paikkeilla. Se johtu kesätoimittajista, että oli tosi nuoria ihmisiä. Nyt se, siis näin talvisaikaan se tilanne ei oo se, mut sillon kesäaikaan se oli. [...] Että ei sillä, että ympärillä olevien ihmisten tarviis olla nuoria, mutta siis se, että ne on suht tommosia perus-, perus.. tota niin hyväntuulisia, jollain tavalla innostuneita. Eikä niin kun leipääntyneitä änkyroitä. Ja, ja en puhu pelkästään toimitta-

jista, vaan sitten kun tää nuorentuminen ja suorastaan huima tason nousu on tapahtunu kuvaajissa, leikkaajissa, siis nää lähimmät kenen kanssa ollaan tekemisissä. [...]Mutta muuten, että kun tekee siis.. hirveen sana, nälkäisten, mutta siis sillä tavalla, sopivalla tavalla nälkäisten, en nyt tarkota ees uutis-nälkäisten, tässä ollaan kuitenkin sillä tavalla luovassa työssä, että monihan saa kiksijä ihan silkasta muodosta. Niin tota, niin siis, se on, se on tällä hetkellä tosi innostavaa.

MIES, TOIMITTAJA, URAN ALKUVAIHE

Tämän tutkimuksen valossa voisi väittää, että ikä nousee esiin sellaisissa yhteyksissä kuin nopeus ja muutos. Nuori toimittaja nähdään lähtökohtaisesti muuntautumiskykyisenä ja nopeana kun taas ikääntyvä työntekijä hitaana ja joustamattomana. Olisikin tärkeää pohtia, millaista nopeutta toimittajan työssä arvostetaan: liittyykö nopeus teknologiseen omaksumiseen ja nopeaan kirjoittamiseen vai asioiden ymmärtämiseen, taustatietoon ja yhdistelyyn, missä esimerkiksi pitkä kokemus on hyödyksi. Nopeus on epäilemättä arvo, jota korostetaan ammattikunnan sisällä. Esimerkiksi toimittajien itsearvioinnissa nopeus nousi yhdeksi tärkeimmäksi taidoksi (Jyrkiäinen 2008; Juntunen 2009). Ikä ei jäsennä ainoastaan toimittajien ammatti-identiteettiä vaan se määrittää myös ymmärrystä yleisöistä. Yhtä lailla kuin nuoriin toimittajiin, myös nuoreen yleisöön liitetään käsityksiä mediankäytöstä ja teknologian merkityksestä tulevaisuuden mediassa. Huoli nuoren yleisön tavoittamisesta jaettiin kaikissa tutkimukseen osallistuneissa toimituksissa (ks. tarkemmin luku 4).

Toimittajien puheessa teknologia-aidot näyttivätkin syrjäyttävän perinteisemmän asiantuntijuuden. Talouden ja yhteiskunnan toimintamekanismien tuntemus ei näyttänyt yhtä merkittävänä työpaikan säilymisessä kuin uusimman teknologian nopea omaksuminen. Teknologia tuntui syrjäyttävän asiantuntijuuden myös toisessa mielessä. Nopeasti muuttuvassa, entistä teknologia-keskeisemmässä toimituksessa on omaksuttava jatkuvasti uusia taitoja, jolloin se, mitä jo osaa ja tuntee, jää taka-alalle. Näin teknologia-osaaminen asettuu muiden asiantuntijataitojen edelle ja tämä korostuu aina silloin, kun toimituksiin tuodaan uutta teknologiaa ja tietokoneohjelmia (vrt. Jyrkiäinen 2008, 133). Kunelius ja Ruusunoksa (2008) ovat todenneet, että teknologia toimii ikään kuin Troijan hevosena, jonka kautta uusia käytäntöjä ja vaatimuksia tuodaan toimituksiin. Samalla toimitukset ovat siirtyneet muotovetoiseen journalismiin, jossa suunnittelu vastaa tehokkuutta. Teknologian näkökulmasta ideaali journalismi näyttää välineneutraalina. Journalistiset taidot ovat universaaleja läpäisten erilaiset teknologiset käytännöt. Käytännön tasolla kuitenkin juuri ne,

joille uuden teknologian omaksuminen on helppoa, selviytyvät muutoksista muita paremmin.

3.3. Organisaatiot uudistuvat – jälleen

Britanniassa tehdyn tutkimuksen mukaan toimitukset ovat olleet varsin varovaisia uudistusten suhteen siksi, ettei kenelläkään ole selkeää visiota siitä, millaiset ratkaisut tuottavat kestävänn mallin tulevaisuuden uutistuotannolle. Des Freedman kuvaa toimitusten ratkaisuja kokeileviksi, puolustautuviksi ja kehittäviksi pikemminkin kuin vallankumouksellisiksi (Freedman 2010, 40). Käytännössä tämä on tarkoittanut kulujen karsimista ja toiminnan tehostamista. Tässä mielessä ratkaisut näyttävät varsin samankaltaisilta kuin suomalaisissa toimituksissa (ks. Jyrkiäinen 2008, 118).

Kaikissa tutkimukseen osallistuneissa toimituksissa oli tehty uudelleenorganisointia. Toimitusten ja työtehtävien uudelleen järjestely näyttääkin olevan keskeinen tapa reagoida taantumaan, levikin laskuun tai muihin vaikeuksiin mediataloissa. Tämä liittyy laajemminkin toimitusten projektikulttuuriin, jossa uusia teemoja, tapahtumia tai käytäntöjä varten käynnistetään projekteja (ks. Ahva 2010, 153–160). Laman seurauksena uudelleenorganisoinnista haettiin ennen kaikkea keinoja tehostaa toimintaa ja pienentää kuluja.

Täytyy tehdä vähemmällä enemmän. Se on paha yhtälö. Se on paha yhtälö, että ensinnäkin varmasti määrällisesti tekemistä tulee enemmän jo yksin siksi, että kun ei oo pelkkä lehti vaan on myös verkko niin sitä kautta, ja sitten varmasti, sitten kun nuppiluku vähenee niin kyllähän sen, ei se oo kauheen vaikeeta matematiikkaa ruveta että per nokka pitää tuottaa enemmän.

MIES, ESIMIES, URAN LOPPUVAIHE

3.3.1. Yhdistelyä ja yhteistyötä

Uudelleenorganisointi merkitsee usein erilaisten toimintojen yhdistämistä, yhteistyötä ja työtehtävien jakamista. Toimintoja yhdistettiin muun muassa osastojen sisällä, osastojen kesken, mutta myös eri välineiden kesken. Yhteistyön tehostaminen oli myös keskeinen keino maakuntalehdissä selvitä edellisestä lamasta 1990-luvun alussa (Torvinen 1994).

Vuoden 2009 laman kynnyksellä *Helsingin Sanomat* yhdisti kotimaan ja kaupunkitoimituksen. Online-toimitus tuotiin uutistoimituksen yhteyteen. *Kalevassa* toteutettiin uudistus siten, että osastorajoja purettiin ja luovuttiin joistakin erikoistoimittajista. Yleisradio yhdisti televisio- ja radioutiset yhdeksi toimituk-

seksi. Maakuntalehdissä on myös pitkään tehostettu toimintaa lehtien keskinäisellä yhteistyöllä, ns. poolilla. Kahdeksan maakuntalehden poolin muodostavat *Kaleva*, *Turun Sanomat*, *Etelä-Suomen Sanomat* sekä Väli-Suomen Median *Savon Sanomat*, *Karjalainen Keskisuomalainen*, *Ilkka* ja *Pohjalainen*.

Tuoreimpana pooli-uudistuksena lanseerattiin syksyllä 2009 maakuntalehtien ulkomaansivujen yhteinen pooli sekä yhteinen Helsingin-toimitus. Ulkomaantoimitusten pooli toimii siten, että lehdet tuottavat yhteisen ulkomaansivun, jolloin sivun tuottamiseen saadaan enemmän resursseja.

Kokemukset ulkomaansivujen yhteisestä poolista olivat ensikädeltä varsin positiivisia. Pooli mahdollistaa irrottautumisen uutistoimistojen agendasta ja antaa tilaa tuottaa suuria kokonaisuuksia, esimerkiksi juttumatkan tai laajan poliittisen analyysin, mitä yksittäisen maakuntalehden resurssit eivät aiemmin mahdollistaneet.

Esimerkiksi tammikuussa 2010 poolissa toteutettiin juttumatka Haitiin maanjärstysalueelle, jolloin *Savon Sanomien* toimittaja Juha Mikkonen ja kuvaaja Antti Raatikainen kirjoittivat Haitin maanjärstyksestä yhteisille ulkomaansivuille.

Toimintojen yhdistämisellä voidaan saavuttaa syvällisempää ja omaperäisempää sisältöä kuin aiemmin, jolloin sisältö on ollut vahvasti uutistoimistojen varassa. Samalla pooli myös levittää yksittäisen toimittajan juttua omaa lehteä laajemmalle lukijakunnalle, mikä voi lisätä työn motivaatiota.

Toki samaan aikaan ulkomaansivut maakuntalehdissä harmonisoituvat kuten on jo käynyt esimerkiksi kulttuuriarvosteluille sekä kuuden³ maakuntalehden sunnuntaisivuille (Sunnuntaisuomalainen).

Kokemukset vuonna 2009 luodusta yhteisestä Helsingin-toimituksesta eivät olleet yhtä positiivisia kuin ulkomaansivuista. Tässä mielenkiintoiseksi nousee se, että edellisessä tapauksessa toimitus luotiin yhdistämällä eri lehtitalojen Helsingin-toimitukset, sen sijaan ulkomaantoimitusten yhteistyö toimii olemassa olevien toimitusten puitteissa eri puolilla Suomea.

Sisällön jakaminen on kontekstisidonnaista: se näyttäisi toimivan erityisesti vaativien ja prosessinomaisen uutistuotannon alueella, mutta ei palvele erityisesti paikallisenäkökulmaa tai nopeaa uutistuotantoa.

Uudistusten myötä toimitukset ovat myös tiivistyneet: aluetoimituksia on karsittu ja lehdissä keskitytään entistä vahvemmin omille paikallisalueille. *Helsingin Sanomissa* pääkaupunkiseudun uutisointi on vahvistunut, myös *Savon*

3 Savon Sanomat, Karjalainen, Keskisuomalainen, Ilkka, Pohjalainen ja Etelä-Suomen Sanomat

Sanomien ja *Kalevan* kaltaiset maakuntalehdet keskittyvät entistä vahvemmin oman alueensa keskuksiin, jolloin ns. levikkiuutisten osuus on vähentynyt.

Vuonna 2010 myös Pohjois-Suomen lehdistön *Pohjolan Sanomat*, *Kainuun Sanomat* ja *Lapin Kansa* muodostivat yhteisen deskin Rovaniemelle.

Paikallisuus on selkeästi vahvistuva ulottuvuus myös online-tuotannossa ja tätä ulottuvuutta maakuntalehdet voivat parhaiten hyödyntää – vaikkakin ne samaan aikaan purkavat paikallisuutta lehtien välisellä yhteistyöllä ja sivuvaihdolla. Samalla on todettava, että sosiaalisen median hyödyntäminen paikallisesti on vielä varsin vähäistä sanomalehdissä (vrt. Timonen 2004; ks. myös luku 4).

Tässä suhteessa maakuntalehdet toteuttavat varsin ristiriitaista paikallisuutta. Ajanvieteliitteissä ilmiöitä ei paikanneta enää oman paikkakunnan kautta vaan vaihtosivut tuovat asiat milloin mistäkin päin Suomea. Tässä mielessä maakuntalehtien yhteistyö ilmentää deterritorialisaatiota eli irrottautumista paikan kehiksestä (Tomlinson 1999). Toisaalta paikallisuutta korostetaan tiivistämällä vuorovaikutusta lukijoihin verkossa ja keskittymällä entistä vahvemmin omaan ydinalueeseen. Paikallisuuden korostuminen ei kuitenkaan merkitse sitä, että uutisointi olisi moninaistumassa. Pikemminkin se tarkoittaa sitä, että uutisointi tietyistä alueellisista pisteistä tai tihentymistä on entistä monipuolisempaa kun taas suuret alueet jäävät varsin vähälle huomiolle.

Toimittajien näkökulmasta uudelleenorganisointi voi olla raskasta, varsinkin silloin kun itse ei koe uudistusten edistävän tai parantavan omaa työpanosta/työolosuhteita.

Mutta erityisesti se on tullu, erityisesti se on vaikuttanu siihen työn suunnitteluun, se on paljon huonommin organisoitu ja ihmiset kokee valtavasti enemmän stressiä kun aikasemmin.

NAINEN, TOIMITTAJA, URAN ALKUVAIHE

Näkemyks työn suunnittelun ongelmista oli varsin yleinen toimittajien haastatteluisissa. Uudistuksissa purettiin aiempia käytäntöjä, mitkä vaikuttivat erityisesti ideointiin ja ajankäyttöön. Toimittajat kokivat, että kiire on lisääntynyt uudistusten myötä. Väki on vähentynyt, mutta työtä on tullut lisää.

Kuten aina, uudistukset tuottavat muutoksia työhön, eivätkä ne miellytä kaikkia. Kokemukset toimitusuudistuksista suomalaisissa toimituksissa olivatkin polarisoituneita. Toimitusjohto näki uudistukset pääasiassa onnistuneina tai ainakin välttämättöminä. Esimiehet tarkastelivatkin asiaa ennen kaikkea tehokkuuden lisäämisen näkökulmasta:

Täällä on pantu toimitukset yhteen ja väkimäärä muutenkin on tietysti kasvanu, mut sehän on fiksu veto, että siellä on nyt käytännöllisesti katsoen enempi tekijöitä, kun siihen aikaan kun vielä kilpailtiin tietyllä tavalla ja oikeestikin keskenään.

MIES, UUTISPÄÄLLIKKÖ, URAN KESKIVAIHE

Sen sijaan toimittajat valittivat uudistusten tuottamasta tehottomuudesta ja päällekkäisyyksistä.

Mikähän tässä nyt sitten on säästöä, koska kyllähän silloin kun tommonen iso organisaatio kun se yhdistyy, niin monesti pieni organisaatio on hirveen ketterä, mutta sitten kun on tommonen vähän isompi, niin sitten sinne tulee niin hirveesti niitä ihmisiä kelle pitää tiedottaa se asia. Hirveesti meidän työajasta menee nykyään mun mielestä siihen, että mä kerron jollekin ihmiselle, että mitä mä oon nyt tehny tai kelle mä oon soittanu ja mitä se sano.

NAINEN, TOIMITTAJA, URAN ALKUVAIHE

Että nyt mitä uudistuksia vaan tulee, niin mä huomaan että sitä enemmän suhtaudun niihin silleen, että ai jaa, että taas tulee vaan joku uus duuni. Enkä enää silleen et jee, että saan laajentaa osaamistani että. Että en, mä valitettavasti en nää mitään innostavia asioita meidän tulevaisuudessa töissä.

NAINEN, TOIMITTAJA, URAN KESKIVAIHE

Uudistusten ongelmina nähtiin nimenomaan tehottomuus ja päällekkäisyys: johtoporras, uutispäälliköiden määrä, näytti lisääntyvän ja tätä kautta yksittäisestä jutusta piti keskustella useamman esimiehen kanssa. Samaan aikaan juttujen näkökulmia hiottiin tarkemmin kuin aiemmin, jolloin yksittäisen toimittajan autonomia näyttäisi kaventuneen. Tämä vaikuttaa myös työmotivaatioon: kun mahdollisuus itse määritellä oman työn sisältöä heikkenee, myös sitoutuminen työhön ohenee.

Etenkin kokeneemmat toimittajat potivat jonkinlaista uudistusväsymystä, eivätkä nähneet uudistuksissa kovin paljon hyvää. Kritiikki kohdistui nimenomaan päivittäistyön organisointiin, ei niinkään teknologisiin uudistuksiin. Vastaavia tuloksia on saatu aiemmissa toimitustyötä käsittävissä tutkimuksissa (Jyrkiäinen 2008; Ahva 2010). Jo edellisen laman aikana toimitukset alkoivat siirtyä entistä tehostetumpaan toimitusorganisaatioon, joustoihin sekä jatkuvien uudistusten aikaan (Löfman 1994).

Kun haastateltavilta kysyttiin, kuinka uudistukset perusteltiin toimituksissa, vastaukset noudattelivat samoja linjoja: muutokset tuotiin toimituksiin ylhäältä

käsin ja ne esiteltiin valmiiksi mietittyinä kokonaisuuksina, joihin yksittäiset toimittajat eivät juuri päässeet vaikuttamaan.

Koskaan ei kysytty meiltä mitään, että miten me haluttas niitä järjestää. Kaikki tuli ylhäältä, että ”nyt on näin päätetty”. Ja sitten, jos jostain kysy, niin sanottiin, että ”joo, mut näin on nyt päätetty. Ettei tässä ei oo teille ikään ku puhevaltaa. Me kyllä kuunnellaan, jos teillä on jotain valitettavaa, mutta me ei silti oteta huomioon mitä te sanotte, koska me ei voida, koska meillä on tää raami, tää talousraami täältä ylhäältä, ja se on meille annettu, ja tää tehtävä on meille annettu, ja teidän täytyy nyt toteuttaa, ja meidän täytyy nyt yhdessä toteuttaa se.” Että se muuttu kaikki siis semmoseks tosi ylhäältä johdetuks.

NAINEN, TOIMITTAJA, URAN KESKIVAIHE

Päätökset perusteltiin pitkälti journalismin murroksen ja heikentyneen taloustilanteen näkökulmasta. Tämä oli myös perustelu jonka toimittajat pitkälti hyväksyivät ja ymmärsivät. Haastateltavat eivät siis kyseenalaistaneet sitä, että tilanteeseen reagoitiin, mutta he kiinnittivät huomiota siihen, kuinka päätöksenteko tavallaan häivytetään uudistusten lanseerauksessa.

Meille kerrotaan niistä muutoksista enemmän silleen passiivimuodossa, että ”meidän täytyy”. Häivytetään se, että kuka tän nyt on ideoinu, että se on enemmän sellasta, että ”meidän täytyy vastata tulevaisuuden haasteisiin nyt tällä ja tällä keinolla”.

NAINEN, TOIMITTAJA URAN ALKUVAIHE

Näin ollen uudistusten taustalla ei ole varsinaisesti kukaan, vaan niitä toteutetaan koska näin on pakko toimia. Toimintaa näyttäivät ohjaavan talouden lainalaisuudet ja vielä määrittämätön tulevaisuus. Kaikissa toimituksissa tilanetta ei hallinnut tulevaisuuden uhkakuvat, vaan uudistuksiin oli ryhdytty jo ennen pahinta taantumaa: Tästä huolimatta myös näissä tapauksissa uudistukset perusteltiin taloudellisen ajattelun kehityksessä säästöjä painottaen.

3.3.2. Yleistoimittajuus ja monitekeminen nousussa

Muutos yleistoimittajuuden suuntaan on ollut vahvistuva trendi toimituksissa jo vuosia, mutta toimitukselliset uudistukset ja uudistetut työ sopimukset ovat käytännössä entistä vahvemmin toteuttaneet tätä linjaa. Toimituksissa purettiin erilaisia erikoistoimittajuuden alueita ja pyrittiin luomaan toimenkuvista laaja-alaisia. Näin ollen monet kokivat myös, ettei heidän erikoisosaamiselleen

ollut enää sijaa. Sen sijaan teknistä osaamista nostettiin. Siinä missä aiemmin online-toimitukset olivat erillään muusta toimituksista, nyt suuntauksena on online-tuotannon sulauttaminen osaksi muuta toimitustyötä. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että toimittajat tekevät televisio, radio ja lehtijuttujen ohella aina online-version uutisista. Näin ollen toimittajan työnkuva on laajentunut monitekemiseksi (ks. Jyrkiäinen 2008).

Niitä (uudistuksia) tehtiin sillä tavalla, että osastorajoja purettiin. Meillä oli ennen hyvin tyypilliset osastorajat oli taloustoimitus, kulttuuritoimitus, urheilutoimitus ja niin edelleen. Ja nyt sitten näitä raja-aitoja haluttiin poistaa, eli esimerkiksi meillä ei taloustoimitusta enää ole. Meillä on, mikähän sen nimi nyt on, uutislinja tai uutisprosessi, ja pyritään joustavampaan työvoiman käyttöön, mikä tietysti on ymmärrettävää kun väki vähenee, eli talous, on henkilöitä, jotka kirjoittaa pääasiallisesti talousaiheista, mutta tarpeen vaatiessa heidät voidaan määrätä kirjoittamaan myös muista aiheista. Ihan samalla tavalla kun minut voidaan tarpeen vaatiessa määrätä kirjoittamaan vaikka siitä talousaiheesta, jos siellä vastaavaa henkilöä ei ole. Mutta että näitä raja-aitoja purettiin ja siinä yksittäisten toimittajien työnkuvaa lavennettiin.

MIES, TOIMITTAJA, URAN KESKIVAIHE

Työnantajan näkökulmasta yleistoimittajuus antaa mahdollisuuden joustavuuteen, mutta kaikki toimittajat eivät muutokseen suhtautuneet positiivisesti. Lähes kaikki haastateltavat nimittäin jakoivat tulevaisuudenvisiona toiveen saada erikoistua tietylle alueelle, jota voisi työssään seurata ja johon voisi kunnolla syventyä.

Ne päivävuorot on niin sirpaleisia, että moni on lopettanu uutistenhankinnan, koska siihen ei oo mahdollisuutta, vaan työvuoroihin tullaan silleen että no, mä teen mitä mulle annetaan. Ja se on musta journalismin kannalta tosi vaarallinen suunta koska sillon ne ideat, tulee pitkälti siitä uutisdeskistä, jota pyörittää meidän uutispäälliköt, joiden työ on myös erittäin hektistä, niillä ei oo aikaa syventyy ja perehtyy kauheesti mihinkään. Niillä ei oo myöskään aikaa siis tavata ihmisiä, ei niillä oo oikeastaan mitään lähteitä, ne ei silleen oo verkostoitunu. Ne pyörittää sitä deskiä ja ideoi niitä juttui siinä deskissä. Musta se on vähän väärä paikka, mietti, että mistä niitä uutisii tulee. Ei ne musta siinä synny vaan ne syntyvät sellasen, mä kannatan tällasta vanhanaikasta journalismia, että toimittajat on asiantuntijoita ja sieltä tulee niitä uutisii.

NAINEN, TOIMITTAJA, URAN ALKUVAIHE

Muutoksen seurauksena toimittajan päivään mahtuu entistä enemmän deadlineja, entistä useammassa välineessä, mutta tämä ei näy palkoissa. Britannian journalistiliiton teettämän tutkimuksen mukaan toimittajista 75 prosenttia koki monitekemisen lisäävän heidän työtaakkaansa kun taas 37 prosenttia sanoi tekevänsä entistä pidempää päivää (NUJ 2007). Tämä kuului myös suomalaisten toimittajien kokemuksissa.

Se johtaa siihen, että mulla on sitten tietysti pikkusen enemmän ylitöitä siellä illassa, ja se juttu on aika nopeesti tehty ja aika kovalla tahdilla et se syke kun sä istut siihen sun työpisteelle, on tahti kasvanu ihan erilaiseks ku se oli aikasemmin, että ennen pystyi hengittelemään välissä, nyt on vaan pintahengitys. Niin siis kun lähtee kotiin niin sitten mulla on monta kertaa sellanen olo, usein se on tarpeeton, mut ei aina, että onkohan sinne jääny joku virhe, onkohan sinne jääny joku, ihan lapsellinen virhe, tai siten joku ihan sellanen perustavaa laatuu oleva virhe, että mä oon ymmärtäny jonkun asian väärin.

NAINEN, TOIMITTAJA, URAN ALKUVAIHE

Kiireen lisääntyminen vaikuttaa toimittajan kykyyn paneutua tehtäviinsä ja pysähtyä miettimään tekeillä olevien juttujen näkökulmia tarkemmin. Koska työtehtävistä on selvittävä nopeasti, aika ei yksinkertaisesti riitä pohdiskeluun.

Me jämähdetään kaikki tähän samaan laariin. Ja sitten se tekee sen, että sitte taas talouspuolella ylipäänsä, niin se menee eteenpäin, se menee junan lailla eteenpäin, ja se maailma komplisoituu hurjaa vauhtia, mutta me ei komplisoiduta, me ei pysytä välttämättä siinä perässä. Yks syy on se, että me tavallaan tullaan sieltä, tavallaan kovan talouden ytimestä koko ajan pois, ja sitte myöskin se, että kun ei meillä oo aikaa perehtyä asioihin, niin sitten se jää semmoseks, että otetaan vaan ne helpot asiat ja otetaan vaan tällaiset yksinkertaisuudet sinne, mitkä nyt on helposti, yksinkertaisesti tehtävissä.

NAINEN, TOIMITTAJA, URAN KESKIVAIHE

Sitaatin mukaan nopeassa työtahdissa vahvoista taustatiedoista ja asiantuntemuksesta on hyötyä: taitava toimittaja kykenee selviämään haastavistakin tehtävistä kohtalaisen nopeasti ja tuottamaan omaperäisen ja laadukkaan jutun, mikäli hän omaa hyvät taustatiedot ja hahmottaa ne kokonaisuudet, joihin yksittäinen juttu liittyy. Tällaisessa tapauksessa lyhytkin aika voi riittää hyvän uutisjutun tekemiseen, mutta aikaa tarvitaan päivittäistyössä siihen, että asiantuntijuutta ja taustatietoja ylipäätään kertyy toimittajille. Pitkällä aikavälillä kart-

tuneet tiedot ja asiantuntemus mahdollistavat nopeuden ja laadun yhdistämisen päivittäistyössä.

Aikaa itsensä kehittämiseen kiihtyvässä työrytmissä on yhä vaikeampi löytää – joidenkin toimittajien mukaan perehtymistä ei enää edes vaadita. Tämä synnyttää välinpitämättömyyttä: jos toimittajan asiantuntemuksella ei ole merkitystä, miksi hän yrittäisi työssään sitä edes tavoitella.

Kun tavallaan kukaan ylempi ei ota siihen kiinni, ja sitten toisaalta se, että kun ei ole sitä aikaa seurata, ei ole aikaa perehtyä, niin tottakai meistä jokainen tekee sen työnsä, menee sieltä mistä aita on matalin, koska se vaan yksinkertaisesti on helpompaa. [...] Mä en pysty antamaan siihen juttuun hirveesti omaa näkemystä, kriittistä panosta sen takii, että ei mulla ole aikaa lähteä kaivamaan sitä tietoa. Eikä ole aikaa soitella toisille tai muuta. Koska sitten tää tilanne, tämmönen tilanne, että kun sitä aikapainetta tulee, niin sitte pitäis olla niitä kokeneita ihmisiä, jotka todella osaa. Ne pystyy siihen, kun ne tietää sen oman alueensa ja tuntee sen.

NAINEN, TOIMITTAJA, URAN KESKIVAIHE

Toimittajat ovat myös huolissaan siitä, että asiantuntijuus luisuu pois heidän käsistään, jolloin heillä on entistä vähemmän välineitä kriittisesti arvioida toimitukseen tulevaa tietoa tai haastateltavien lausuntoja.

Sinänsä tän talouden seuranta, tällä hetkellä mun mielestä ylipäänsä Suomessa on menny hyvinkin hepposeen suuntaan. Tavallaan se semmonen todella kovan talouden ymmärtäminen, niin se luisuu käsistä ihan sen takia, että toimitukset pienenee, ja nopeusvaatimukset kasvaa niin paljon, ettei oo yksinkertaisesti mahdollisuus enää tehdä analyttistä, pohtivampaa juttua. Vaikka siis, mä oon ihan saletti, että jos sä kysyisit tätä minkä tahansa toimituksen johdolta, niin sä saisit just tasan tarkkaan päinvastasen vastauksen. En mä tällä hetkellä nää yksinkertaisesti että se on millään tavalla mahdollista, yksinkertaisesti siitä syystä että meitä on niin vähän, ja meillä ne työmuodot on sentyyppisiä.

NAINEN, TOIMITTAJA, URAN KESKIVAIHE

3.3.3. Aikakäsitys muuttuu

Kaikilla tutkimukseen osallistuneilla toimituksilla oli online-julkaisu, jota tehtiin uutistoimituksessa. Varsin tyypillinen kehityskulku toimituksissa näyttää olleen se, että aiemmin erilliset online-toimitukset ovat siirtyneet uutistoimitusten

yhteyteen. Enää online-toimitus ei ole erillinen saarekkeensa vaan integroitunut osaksi muuta uutistoimintaa. Siirtyminen online-aikaan on muuttanut toimintustyötä monella tavalla. Toimittajan työssä online-tuotanto näkyy ensinnäkin lisääntyneenä kiireenä, sillä online-uutiset ovat osa uutistoimittajan perustyötä – ilmentäen myös työn yhä kasvavaa monitekemisen ulottuvuutta. Siitä huolimatta, että online-uutisia tulisi ajatella itsestään selvänä osa uutistystä, usein ne mielletään lisukkeiksi, jotka on työstettävä muun työn ohessa. Toisin sanoen online-uutiset eivät asetu arvoasteikon kärkeen: ne tehdään nopeasti, pyrkimättä välttämättä erityiseen online-ilmaisuun.

Jokaisest jutusta pitäis tehdä periaatteessa verkkoversio, paitsi ei kuitenkaan jokaisesta, koska ei haluta että verkko on lehden kopio. Ja sitte siitä syyllistetään jos ei oo tehny sitä verkkoversiota, mutta sitten kun tekee, niin sitten ne ei välttämättä kuitenkaan julkase sitä, jos se ei satu sopimaan heidän julkasulinjaan ja -politiikkaan. Että siinä tulee kans semmosta ylimäärästä stressiä, että, ”no mites sitte se verkkoversio?”

NAINEN, TOIMITTAJA, URAN ALKUVAIHE

Käytännön uutistystyössä toimituksissa käydään kilpailua verkon kanssa, mikä on tehnyt uutispäivästä iltapäinöteisen. Varsinkin lehtitaloissa uutisista on tehtävä kestäviä. Printt uutisten on kamppailtava jatkuvasti päivittyvän nettiajan kanssa, mikä merkitsee siirtymistä jatkuvan deadlineen (Kuusisto & Sirkunen 1999, 92) aikakäsitykseen myös lehtitaloissa. Toimittajien haastatteluissa nousi esiin turhautuminen siitä, kuinka juttujen näkökulmia vaihdeltiin pitkin päivää, jotta uutinen säilyisi tuoreena vielä aamullakin. Tämä vaikutti päivän työskentelyrytmiin, kuten eräs haastateltava toteaa:

Tulee näkökulmanmuutoksia, ja sitte että pitää yrittää tavoittaa vielä joitakin uusia henkilöitä. Tossa onki vitsailtu joskus, että ei kannattais alottaakaan duunii ennen kun vasta iltapäivällä, että ei tuu tehtyy turhaa työtä. Sitten saadaan jo lopullinen näkemys, että mitä halutaan. [naurua]

MIES, TOIMITTAJA, URAN LOPPUVAIHE

Näin ollen myös työtaakka yksittäistä juttua kohden näytti kasvaneen (Juntunen 2009).

Jos sä oot tällanen vanha toimittaja, joka on tottunu tekemään omista ideoista rauhassa juttuja, ja sitten sä tuut yhtäkkiä kello kolme sellaseen repparivuoroon että sä et tavallaan tajua yhtään, että mistä on edes kysymys, vaan meet

äkkiä hakeen jostain vanhustenhuolto paikasta jonku vanhus-kuvan, koska nyt on tällanen, juttu menos huomiseen lehteen. Teet siihen kenties jotakin kainaloon, mutta ei oo varma edes mahtuuks se lehteen, mutta katotaan. Ja kaikki on menny semmoseks, että suunnitelmat voi muuttuu ihan lennosta. [...] Että koska pomot sählää, eikä tiedä mitä ne haluu, ja koska tilanteet muuttuu.. Muuttuuks se maailma tosiaanki vai onks tullu sellanen harha tavallaan tänne sisälle tai sellanen hype, että kun, onlinea pitää koko ajan päivittää, niin ikään kuin meidänki pitää lehteen koko ajan päivittää sitä tietoo, että se on varmasti riittävän tuoretta sitten aamulla.

NAINEN, TOIMITTAJA, URAN KESKIVAIHE

Brittitutkimuksessa on havaittu, että paine tuottaa juttu mahdollisimman nopeasti on johtanut siihen, että jutut kirjoitetaan puoliksi valmiiksi ennen uutistapahtumaa (Davis 2010). Näin näkökulmat mietitään ennakolta jo toimituksessa, riippumatta siitä, mitkä seikat painottuvat itse uutistapahtumassa.

Myös ruotsalaistutkimus (Nord 2009) on osoittanut, että jatkuvan julkaisemisen mahdollisuus internetissä on vaikuttanut uutisarvoihin ja valintaprosesseihin sanomalehdessä, radiossa ja televisiossa. Koska internet kertoo siitä mitä on juuri tapahtunut, muu media pyrkii lähestymään aihetta uudesta näkökulmasta ja viemään uutista eteenpäin. Samalla perinteinen media on oivaltanut eksklusiivisten uutisten merkityksen. Eksklusiivisilla uutisilla ruotsalaistutkija Lars Nord ei tarkoita omaperäisyyteen tai ainutkertaisuuteen nojaavia skuppeja, tutkivaa journalismia tai poliittisia skandaaleja vaan rutiininomaisten uutiskäytäntöjen tuottamia uutisia aiheista, joita kukaan muu ei raportoi.

3.3.4. Kapeneva autonomia

Yleistoimittajuuden myötä myös toimittajien autonomia näyttäisi kaventuneen. Haastatteluissa nousi esiin esimiesten kasvava valta juttuaiheisiin ja ideointiin.

Edellisten pomojen aikana jotenkin se meni.. se oli enemmän toimittajan omassa käsissä se, että mitä hän ehtii tekee ja tekee päivän aikana. Se on tullu enemmän ylhäältä ohjatuks nykyisin.

MIES, TOIMITTAJA, URAN LOPPUVAIHE

Autonomian kaventuminen näkyi kahdella tavalla. Ensinnäkin juttuja tehdään toimittajien mukaan entistä enemmän listan mukaan. Päivän lista on uutispäälliköiden laatima ja määrittää pitkälti sen, mistä aiheista toimittajat jutut tekevät.

Suurin osa listan aiheista on päiväkohtaisia tapahtumia, mutta osa aiheista on ns. omia, toimituksissa mietittyjä aiheita. Yksi haastateltavista esimiehistä arveli että noin 20 prosenttia listan aiheista on omia ideoita, 80 prosenttia päiväkohtaisia tapahtumia ja tiedotustilaisuuksia. Toimittajien omat aiheet ovat toimittajien kokemuksen mukaan myös vähentyneet. Tähän on vaikuttanut jatkuva kiire, mikä vaikeuttaa omien aiheiden ideointia.

Kyllä se koneiston mukaan enimmäkseen tulee. Että se on rutiininomaista uutistystä, että harvemmin tulee sillei.. no siin varmaan palataan tähän ajan-käyttökysymykseen, mutta siitä se varmaan suurimmaks osaks johtuu, että ei semmisiin omiin projekteihin nyt oikeestaan kuitenkaan paljon ryhdy, vaikka aina puhutaan, että niit pitäis olla.

MIES, TOIMITTAJA, URAN LOPPUVAIHE

Siis huomattava pääosa tulee suoraan uutispäälliköltä. Mä jopa joudun välillä sanomaan, että tai siis sanonkin näin, että meillä jopa ei niin kauheesti enää suosita sitä omaa ajattelua. Se on hyvin hyvin uutispäällikkövetosta.. Se on hyvin, siis just tämmöstä enemmän käännös- ja referaattityyliseen työhön perustuvaa juttujen kirjottamista kuin että tehtäis todella omaa uutishankintaa tai oman ajattelutyön perusteella, juttuja.

NAINEN, TOIMITTAJA, URAN KESKIVAIHE

Myös aiemmassa tutkimuksessa on tullut esiin työn ennakointi: suurin osa päivän juttuaiheista on etukäteen tiedossa, mutta silti aiheita ei juuri etukäteen valmistella, mikä osaltaan tuottaa toimittajan työlle ominaista kiirettä. Omia ideoita voidaan kyllä esittää, mutta usein niille ei ole tilaa tai aikaa. Päiväkohtaiset aiheet ajavat omien ideoiden ohi.

Esimiehet määräävät entistä useammin myös sen, millaisesta näkökulmasta juttu tulisi kirjoittaa.

Aamulla periaatteessa lyödään lukkoon jo se, että mitä, minkälaisia, minkälaisilla pääjutuilla esimerkiks ne sivut täytetään. Sitten ne saatetaan iltapäivän palaverissa kääntää ylösalasin ja sitte iltatoimittaja, uutistoimittaja, saatetaan antaa mahtikäsky, että pitää ruveta soittelemaan, esimerkiks vaikka jostakin, vaikka jonku tutkimuksen tulokset on tullu ja se pannaan soittelemaan iltasella virka-ajan päätyttyä tutkijoille himaan, jotka on ihan käpynä sitte, että helvettiäkö tänne soitteletta tähän aikaan päivästä, koko päivä ois ollu aikaa.

MIES, TOIMITTAJA, URAN LOPPUVAIHE

Edelleenki lähetään tekemään sitä aamulla, mutta sitten kelkkaa käännetään kello 14, koska siihen on tullu uus uutispalaveri, pomojen oma palaveri kello 14. Ollaan huomattu, et kelkkaa ei voi enään kääntää kello 17 johonki uuteen suuntaan, niin yritetään nyt kello 14 jo vääntää se kelkka siihen suuntaan missä sen pitäa aamulla olla. Mut sitä voidaan viel moneen kertaan vääntää illan mittaan. Ja kaikki tää, aiheuttaa semmosta, että sitten kun sä tuut sielt keikalta, niin sulta odotetaankin erilaista juttuu kun sillon kun sä oot lähteny sinne, mut kukaan ei oo välttämättä muistanu sulle edes kertoo sitä.

NAINEN, TOIMITTAJA, URAN KESKIVAIHE

Näkökulmiin vaikuttaminen korostui erityisesti organisaatiouudistusten alkuvaiheessa kun uudet esimiehet aloittivat tehtävissään. Toimittajat kokivat uudistusten alkuvaiheet, esimerkiksi toimitusten yhdistämiset, raskaiksi. Työtä oli tehtävä entistä enemmän, mutta toisinaan myös turhaan. Toimittajien näkemyksissä tämä liittyi erityisesti uusien esimiesten paineeseen osoittaa paikkansa.

Kyllä kun uudet pomot tulee, niin sehän pyrkii aina näkymään olipa missä talossa hyvänsä, että täytyy ottaa se oma linja ja puumerkki. Kyllä se meillä oli aikamoinen hässäkkä siinä alussa. Että se ei ollu ihan kontrollissa se, että teetettiin aika paljon ylimäärästäkin työtä. Mutta se on vähän tasottunu kyllä nyt. Että siinä oli sellanen pieni paniikkinappula jonkin aikaa.

Siinä painettiin täydellä höyryllä. Koko ajan pyrittiin jatkamaan sitä eilisen päivän työtä jostakin uudesta näkökulmasta. Meillä oli aivan helvetisti kaikilla töitä. Ja työporukassa vähän se herätti sellasta ihmetystä, että onks tää nyt sen väärtti kun päivävuoro tekee kamalasti juttui ja iltavuoro yhtä hullunlailla lyhentelee niitä [naurua].

MIES, TOIMITTAJA, URAN LOPPUVAIHE

Angela Phillipsin ja kumppaneiden (2010) mukaan nuoret reportterit ovat deskin määräysvallan alaisia ja vaikka he omaavat kulttuurista pääomaa kirjoittamalla ja hankkimalla omat juttuaiheensa, heidän ensisijainen lojaaliutensa kuuluu deskillle. Toisin sanoen toimittajien on asetettava etusijalle ne aiheet, joita uutisdeskistä ehdotetaan. Toisinaan tämä tarkoittaa myös sitä, että juttujen näkökulmat on mietitty etukäteen. Phillips ja kumppanit kuvaavat useita tapauksia, joissa toimittajia on vaadittu tekemään juttu näkökulmasta, jota toimittaja itse ei pidä oikeudenmukaisena. Eräässä tapauksessa brittitoimittajat nousivat vastustamaan uutistoimituksen pyrkimystä tuottaa romaneja leimaavia juttu-

ja. Phillips ja kumppanit toteavat kuitenkin, että yksittäisten toimittajien valta näyttäisi näissä tilanteissa olevan hyvin pieni.

Phillips (2010) kuvaa tilannetta näin: ”Yksittäinen toimittaja kamppailee erottautuakseen ja työskentelee moninaistuvalla kentällä. Hänen toimintaansa määrittävät yleisölukujen hallitsema kaupallinen ulottuvuus, levikkitaistelut ja mainonnan kasvava merkitys. Tällä kentällä kaupallinen menestys ei ole kuitenkaan se, mitä tavoitellaan ja ihaillaan vaan omaperäisyys ja autonomia.”

Omaperäisyys ja autonomia ovat elementtejä, joiden myötävaikutuksella myös skuupit syntyvät. Näin ollen ne kytkeytyvät idealisoituun käsitykseen yhteiskunnallisesti merkittäviä paljastuksia tekevästä sankaritoimittajasta. Toimittajien halu erottautua on siis keskeinen osa toimittajuutta, kuten Bourdieu toteaa. Se on myös merkittävä ulottuvuus ja vastapaino kasvavalle kaupallistumiselle ja yhdenmukaistumiselle (Bourdieu 2005; Phillips 2010, 91) ja siksi varteenotettava tekijä journalismin tulevaisuutta ajatellen.

Suomalaissa toimituksissa harva joutui tekemään juttuja vastoin omaa näkemystään. Esimiehet kyllä tarjoavat näkökulmia juttuihin, mutta toimittajat eivät kertoneet tapauksista, joissa nämä näkökulmat olisivat täydessä ristiriidassa toimittajan oman uutisnäkemymyksen kanssa. Tapauksia, joissa näkökulmiin vaikutettiin, tuli haastatteluissa esiin silloin, kun kyse oli esimerkiksi maakunnan elinkeinoelämän kannalta merkittävästä päätöksestä. Monet kertoivat myös joutuneensa selittämään valitsemaansa näkökulmaa esimiehille ja esimerkiksi perustelemaan maahanmuuttoa myönteisestä näkökulmasta tarkastelevaa juttua tai toisin päin, hämmästelevänsä maahanmuuttomyönteistä asennetta toimituksessa.

Näissä tilanteissa osuvat yhteen myös toimittajien erilaiset arvot ja näkemykset siitä, millaista uutisjournalismia välineessä tavoitellaan. Brittitutkimuksessa toimittajat kokivat, että kaupalliset tekijät asettuivat muiden tavoitteiden edelle ja esimiehet vaativat jutuilta entistä vahvempaa myyvyyttä. Suomalaisissa toimituksissa taistelu mainostajista ja levikistä näkyi myös pyrkimyksenä tuottaa uudenlaista journalismia – tämä tulkittiin toimittajien keskuudessa pyrkimyksenä tuottaa entistä kevyempää sisältöä, kuten katugallupeja ja erilaisia henkilöjuttuja (ks. luku 5). Nämä toiveet tulivat toimittajien mukaan nimenomaan ylemmältä tasolta.

Siinä lähdetään aamulla aika ripeesti syöksymään jonkun asian kimppuun sillä tavalla, et siihen ei ehdi perehtyä. Tekemään haastatteluja, soittelemaan ympäriinsä ja sitten jopa noita katu-gallupeja on ollu, nehän on uusi ilmiö kanssa. Ja sitten pitää heti tehdä onlineen versio. Että siinä on paljon vaiheita, järjestää kuvauksia ja sitten hoitaa se joku henkilö.. no, sen tekee usein joku

toinen koska usein pyritään saamaan että sitten ihmisen kautta lähestymään asiaa, etsimään joku ihminen jota tää asia nimenomaan koskee. Siinä on aika paljon kaikennäköistä sähläämistä, mutta ehkä toi verkkoliite on se, mikä siinä eniten rasittaa, että sinne pitää heti saada jotain. Ja aina vähän eri kärjellä kun lehteen, ja sitten vielä lehdessä illalla etusivulle eri kärjellä jotenkin kun sisäsivulla. Se on muodostunu semmoseks, että yhdestä jutusta täytyy tulla monta erilaista versiota.

MIES, TOIMITTAJA, URAN LOPPUVAIHE

3.4. Yhteenveto

Heikentyneisiin talousnäkyymiin reagoitiin toimituksissa nopeasti. Toimituksista irtisanottiin yhteensä 189 journalistiliiton jäsentä ja reilut sata toimittajaa otti vastaan vapaaehtoisen eläkepaketin. Toimitusten oli selviydyttävä haastavasta ajasta entistä pienemmällä työvoimalla. Uuteen tilanteeseen haettiin ratkaisuja pääasiassa uudistamalla toimitusorganisaatioita. Keskeisiä keinoja olivat yhteistyön tiivistäminen muiden lehtien kanssa sekä toimitusten yhdistäminen. Raja-aitojen purkaminen ja tehtäväkenttien sekoittaminen on yksi keskeinen ulottuvuus konvergenssikulttuurissa, jossa pyritään yhdistelemään erillisiä tiedontuotannon alueita. Toimittajien kokemuksessa yhdistely ja yhteistyö ovat kuitenkin tuottaneet paljon päällekkäistä työtä, turhautumista ja tehottomuutta. Työnkuvassa muutokset ovat vieneet suuntaan, joka toimituksissa on jo aiemmin tunnustettu kuten *lisääntyvä monitekeminen, yleistoimittajuus* sekä *heikentyvä asiantuntijuus*. Organisaatiouudistusten myötä toimituksista on tullut myös entistä päällikkövetoisempia. Tämä on johtanut siihen, että yksittäisen toimittajan *oman työn autonomia on kaventunut*.

Nykyisessä konvergenssikulttuurissa toimittajan on tehtävä yhdestä uutisesta useita versioita saman yhtiön muille julkaisualustoille. Jatkuva versiointi tuottaa entistä enemmän *kiirettä* ja vähemmän aikaa perehtyä aiheeseen. Toimitustyössä korostuvatkin nopeus, tehokkuus ja teknologinen osaaminen. Työtä jäsennetään myös voimakkaasti iän kautta, jolloin tehokkuus ja nopeus liitetään nuoreen ja leipääntyminen vanhempaan toimittajasukupolveen. Online-julkaiseminen on myös muuttanut uutistyön *aikakäsitystä*: päivälehden uutisia työstetään pitkälle iltaan, jotta uutiset olisivat mahdollisimman tuoreita vielä aamulla.

Nämä edellä kuvatut muutokset ovat tunnistettavissa myös laajemmissa kansainvälisissä tutkimuksissa (Örnebring 2009), mikä osoittaa, että suomalaiset toimitukset eivät toimi yksin ja eristäytyneinä vaan osana kansainvälistä kulttuuria, seuraten alan painopisteitä ja suuntauksia. Laman vaikutus suomalaisissa

toimituksissa näkyy erityisesti ammattikuvan uudessa epävarmuudessa – mutta tämäkään ei ole suomalainen ilmiö, vaan se heijastelee kansainvälistä, erityisesti amerikkalaista kehitystä. Nopea reagointi taantuman merkkeihin kertoo myös siitä, kuinka vahvasti taloudellinen pääoma määrittää journalismin kenttää. Ratkaisut tehtiin nimenomaan taloudellisesta näkökulmasta ja niitä perusteltiin vedoten taloudellisiin raameihin, ei niinkään journalistisiin tavoitteisiin.

4. Verkkojournalismin paikannusta

Journalismin murros kytkeytyy internetiin, jota pidetään tulevaisuuden medianä. Internet on erityisesti nuorten suosima media, joka on mahdollistanut uudenlaisia osallistumisen muotoja. Virtuaaliyhteisöt, keskusteluryhmät ja bloggaaminen ovat tuoneet uusia tapoja osallistua julkiseen keskusteluun ja käsitellä uutisia (Jenkins 2007; Heinonen 2008; Lietsala & Sirkkunen 2008, 153). Taloudellinen lama heikensi perinteisen median mainostuloja, mutta internetissä mainonta kasvoi. Mainonnan kasvu ei kuitenkaan hyödyttänyt journalistisia verkkojulkaisuja siinä määrin kuin on toivottu. Internet nähdään kuitenkin tulevaisuuden julkaisualustana, ja hyvin paljon se, miten lamaan reagoitiin, liittyi myös verkon rooliin suhteessa perinteiseen mediaan: Millaiseksi verkkojournalismi muotoutuu, kuinka sitä tuotetaan perinteisen median rinnalla? Kuinka verkon erilaisia mahdollisuuksia, kuten sosiaalista mediaa, hyödynnetään journalismissa?

4.1. Nopeaa ja kevyttä

Internetin yleistymisen on vaikuttanut uutistoimituksiin monin tavoin. Ensinnäkin internetistä on tullut keskeinen tiedonhaun väline toimitustyössä (Franklin 2008), mutta myös merkittävä julkaisualusta, niin perinteisille kuin uusille mediayrityksille. Toimituksissa verkko näyttäytyi kuitenkin yhtenä lehtien ja tv-toimitusten ulokkeena, jonne tuotetaan pitkälti samanlaista materiaalia, hie-man erilaisin painotuksin, kuin ”päävälineeseen”. Toimittajien näkemys online-uutisten luonteesta oli melko kapea. Online-uutiseen liitettiin sähkömisiä ominaisuuksia, sillä sitä kuvattiin lyhyeksi, nopeaksi ja pinnalliseksi.

Netissä varmaan lisääntyy vähän erilainen journalismi, että sinne menee nopeet uutiset, pikku uutiset, viihdettä ja erilaista draamaa kun sitten taas voidaan sitä pitää lehdessä yllä, taustoittavampana ja kokonaisvaltaisempana.

NAINEN, ESIMIES, URAN KESKIVAIHE

Tämä edellä kuvattu jaottelu saa tukea kansainvälisistä tutkimuksista. Yhdysvaltalaisten Greerin & Mensingin (2004) tutkimus osoitti, että verkkojulkaisut suosivat tapahtumauutisia sekä, onnettomuus-, rikos- ja ulkomaan uutisia. Sen sijaan printtilehdet painottivat analyttisiä uutisia politiikasta, terveydestä ja urheilusta. Jako printti- ja verkkomedian välillä kertoo siitä, ettei verkkomedian potentiaalia ja erityisluonnetta ole toimituksissa tunnistettu kunnolla. Kevin Barnhurstin (2009) mukaan yhdysvaltalaiset sanomalehdet perustivat aikanaan verkkolehdet nopeasti, mutta näiden multimediaominaisuuksia kehitettiin huomattavasti hitaammin (ks. myös Rosenberry 2005). Norjalaistutkija Martin Engebretsen (2006) toteaa puolestaan, että Ruotsin, Norjan ja Tanskan lehdistö ei ole hyödyntänyt verkkomedian koko potentiaalia. Se olisi voinut kehittää verkkolehtiin käyttäjälähtöistä, vuorovaikutteista journalismia, mutta ei tehnyt näin. Verkkoversiot olivat sisällöllisesti pinnallisempia kuin printtilehdet juttujen pituuden ja käytettyjen lähteiden perusteella. (Engebretsen 2006.)

Verkkolehden ongelmana on ollut myös oman profiilin puuttuminen. Sisältö on ollut pitkälti lyhenneltyjä versioita printtilehtien uutisista (Barnhurst 2002). Barnhurstin mukaan yhdysvaltalaiset sanomalehdet käyttivät aluksi verkkoversiota edullisena paikanvarauksena, joka vartioi heidän markkina-asemaansa paikallisten kuluttajien joukossa ja esti kilpailijoiden pääsyn alueelle. Kevin Barnhurstin tuorein tutkimus (2009) yhdysvaltalaisten lehtien verkkosivuista osoittaa myös, että verkkojournalismi tuottaa entistä lyhyempiä uutisia. Barnhurst ennustaa, että uutiskulttuuri on palaamassa aikaan, jolloin uutiset olivat ”lyhyitä, paikallisia ja pelkkää faktaa”. Toinen yli 20 yhdysvaltalaisesta lehteä käsittävä verkkouutisten sisällönanalyysi vuodesta 2004 vuoteen 2006 osoitti puolestaan, että paikallinen uutissisältö on nousussa (Tremayne, Weiss & Calmon Alves 2007).

Suomalaiset toimittajat suhtautuivat verkkojournalismiin kaksijakoisesti. Yhtäältä se nähtiin pinnallisena, kevyenä, nopeiden uutisten alueena. Toisaalta verkkojournalismissa nähtiin paljon potentiaalia, joka ei vain vielä ole toteutunut. Toimittajia askarrutti myös verkkojournalismin yhä ontuva ansaintalogiikka: ilmaisuutisten maailmassa verkkojournalismi ei mitenkään voisi elättää yhtä montaa toimittajaa kuin lehdet.

Verkkjournalismin mieltäminen nopeiden ja lyhyiden uutisten alueeksi selittyy osin sillä, että toimittajat itse toteuttavat nimenomaan tätä osa-alueetta omassa uutistyössään. Tehtyään ensin lehti- tai tv-uutisen he muokkaavat uutisesta verkkoversion. Verkkoversiota myös päivitetään, mikä osaltaan mahdollistaa nopean ensiversion, jota voi korjata ja tarkentaa myöhemmin.

Verkkjournalismiin liitettiin tietty keveys, mikä kytkeytyi nuoriin lukijoihin ja verkon luonteeseen nopeasti vaihtuvana alustana: juttujen on houkuteltava lukijoita ja oltava jollain tavalla helposti lähestyttäviä kun taas sanomalehdeltä voidaan vaatia vaikeampia juttuja ilman pelkoa siitä, että se karkottaa liikaa lukijoita – tässä yhdistyy oletus verkon lukijoista kärsimättöminä, kevyen uutisjournalismin kuluttajina ja lehden lukijoista ns. vakavan uutisjournalismin kuluttajina. Jaottelussa toistuu myös käsitys lehdestä hitaan ja pysyvän uutisen välineenä ja verkosta nopeana ja vaihtuvana uutisvälineenä.

Verkkjournalismin luonne nopeana ja kevyenä ei kuitenkaan rajoittunut vain lehti- radio- ja tv-toimittajien näkemyksiin. Verkkolehdeissä työskentelevät toimittajat näkivät yhtä lailla verkossa tietynlaista keveyden ja nopeuden vaatimusta, mikä oli heidän mukaansa omiaan heikentämään uutisjournalismin tasoa. Erityisesti sellaisilla alueilla kuten talousjournalismi, verkkolehti keskittyy helposti ns. oman talouden juttuihin laajempien taloudellisten prosessien tarkastelun tai yritystalouden tarkastelun sijaan. Oma talous kuten eläkesäästäminen ja omaisuudenhoito on kuluttajaa lähellä keräten lukijoita ja klikkauksia jutuille.

Tommonen verkkouutisointi, niin se on hyvin siis semmosta räväkkää. Otsikoita vähän viritetään, ja se ei voi olla semmosta, se ei oo hirveen hardcore-taloutta mitä sinne menee. Meillä selkeästi on näkyny se että tämmöseen omaan talouteen liittyvät aiheet, niin ne vetää. Siis tyyliin asuntolainakorot ja pankkitalletukset, ja ylipäänsä asuminen, autot, siis täntyyppiset asiat, niin ne kiinnostaa ihmisiä ja niitä luetaan.

NAINEN, TOIMITTAJA, URAN KESKIVAIHE

Verkkjournalismin yhtenä suurena ongelmana nähtiin nimenomaan klikkauskulttuuri: Klikkausten määrä alkaa helposti ohjata journalistista sisältöä. Toimituksissa seurataan tarkasti sitä, millaiset jutut saavat eniten klikkauksia ja vastaavia juttuja pyritään tekemään yhä enemmän. Näin ollen juttutyypit samankaltaistuvat eikä erilaisia tai omaperäisiä ideoita välttämättä haluta kokeilla. Klikkauskulttuurin uskotaan vahvistavan räväkkää otsikointia ja sensaatiohakuisuutta verkkjournalismissa. Klikkausten määrä ei kuitenkaan aina kerro siitä, onko uutinen koettu tärkeäksi tai onko sitä ylipäättään luettu (vrt. Heikkilä ym. 2011).

Tästä huolimatta uutisten tuotantoa määrää se, mitä klikataan; ei niinkään se, mitä pidetään yhteiskunnallisesti merkittävänä. Klikkausten seuraamisessa nähdään myös hyviä puolia. Esimerkiksi Jussi Niemeläinen (2009) uskoo, että klikkausvirta voi olla hyvä työväline, jonka avulla voidaan opetella kirjoittamaan kiinnostavampia artikkeleita ja otsikoita. Klikkausvirtaa ei Niemeläisen mukaan siis tarvitse ottaa suoraviivaisesti käyttöön julkaisupolitiikkaa muokkaamaan vaan välillisemmin kirjoitustyylin työkaluksi.

Haastatellut toimittajat kokivat kuitenkin, että sisällöt ovat verkkojournalismin myötä kaventuneet.

Mut sitte kun ruvetaan puhumaan jostakin, konepajateollisuudesta tai jostain tämmösestä, niin ne menee jo liian vaikeeks. Mut ehkä enemmän sitte puhutaan niistä aihealueista, jos ajatellaan jutun sinänsä sisältöä, että se ei ole ehkä enää ihan niin laaja kuin se oli aikaisemmin.

MIES, TOIMITTAJA, URAN KESKIVAIHE

Toisaalta toimittajat eivät täysin tyrmää tämän ns. kiinnostavuuden merkitystä (Heikkilä at al. 2010) nousevana uutiskriteerinä:

Eikä tommoset just omaan talouteen keskittyvät, aiheet, niin ei ne oo millään tavalla huonoja, päinvastoin ne on todella hyviä. [...] Että ei se millään tavalla huono oo, eikä verkko siis sinällään, mediana mikään huono ole. Päinvastoin, sehän on hirveen hyvä koska sä pystyt sitä päivittämään koko ajan, jos sinne tulee virhe sä pystyt sen korjaamaan. Sit kun tekniikka kehittyy, entistä enemmän, saadaan sellasia välineitä, tyyliin isompia kun kännykkä että sä pystyt yhtä helposti lukemaan kun sä pystyt lehteä lukemaan missä tahansa, joka on mukava käyttöliittymä, niin ei se yhtään huono väline ole. [...] Et siin on mun mielest ihan hyviäki juttuja. Se vaan et nyt se ei ehkä, tällä hetkellä se ei vaan tekijän kannalta näytä ihan ideaalilta mallilta.

NAINEN, TOIMITTAJA, URAN KESKIVAIHE

Yhtä lailla toimittajat näkivät ongelmana copy-paste -journalismin sekä lisääntyvät virheet uutisoinnissa. Brittitutkija Natalie Fenton (2010a) arvioi, että kasvava uutistuotanto internetissä korostaa uutistuotannon markkinointumista ja individualisoitumista. Yksilökeskeisen ja kuluttajälähtöisen uutisoinnin lisäksi verkon on nähty tuovan entistä enemmän virheitä uutisiin ja nimenomaan lisänneen virheiden sietoa toimituksissa. Verkkolehdestä työskentelevä toimittaja oli huolissaan muun muassa siitä kuinka uutisointi pinnallistuu, tietoja ei välttämättä tarkisteta ja editointikulttuuri kasvaa. Editointikulttuuri merkitsee

yksittäisen toimittajan vallan vähentymistä ja deskin kasvavaa merkitystä uutisten muokkaamisessa. Editointikulttuurilla pyritään vaikuttamaan juttujen laadun tasaisuuteen – mutta samanaikaisesti sillä voidaan muuttaa uutismuotoa sitten, että juttujen kärki ei ole enää toimittajan muotoilema, toimittajan nimi katoaa jutun yhteydestä ja jossain tapauksissa on nähty myös keskeisten lähteiden katoavan tekstistä luettavuuden kustannuksella.

Näkemykset verkkojournalismin riskeistä saavat vastakaikua kansainvälisistä tutkimuksista. Bob Franklinin (2008) mukaan online-journalismi ei ole yltänyt niihin odotuksiin, joita siihen on suunnattu. Online-tuotanto antoi aikanaan lupauksia syvenevästä vuorovaikutuksesta yleisön ja toimittajien välillä, kansalaisjournalismin uusista muodoista sekä enteitä uudentyypisistä uutiskerronnan muodoista.

Yhdysvaltalaisen tutkimuksen mukaan online-uutisointi on jäänyt pinnalliseksi. Se on toisteista ja lyhyttä; sitä vaivaa multimediasisällön ja vuorovaikutuksen puute (Franklin 2008).

Varsinkin brittitutkijat ovat esittäneet huolta lähteiden katoamisesta verkossa. Samankaltaisia tuloksia on saatu myös Etelä-Euroopasta (Berganza 2010). Suomessa vastaavaa ongelmaa ei ainakaan toistaiseksi ole havaittavissa lehtien verkkoversioissa. Niin *Helsingin Sanomien*, *Savon Sanomien* kuin *Kalevankin* verkkouutisissa on jutun kirjoittajan nimi, tai uutistoimisto, jonka uutinen on kyseessä. Jutuissa mainitaan myös uutisen lähteet ja haastateltavat, toisin kuin esimerkiksi Angela Phillipsin verkkojournalismia koskevassa tutkimuksessa Britanniassa.

Suomalaisissa verkkojulkaisuissa saatetaan jopa linkittää lähteet siten, että uutisesta pääsee suoraan alkuperäisen jutun, tiedotteen tai lakiesityksen sivuille. (Uusi Suomi 24.1.2011 ”Suomi antoi 10€ , vei 10 €: ”Tragikoomista”). Näissä tapauksissa tosin linkitystä ei tehdä kilpailevan uutismedian sivuille, vaan ainoastaan sellaisen, jonka kanssa on sovittu yhteistyöstä (mm. *Uusi Suomi* ja Yleisradio).

4.1.1. Samankaltaistuminen ja kannibalisointi

Sit tehtiin sellainen malli, että kaikkien uutistoimitusten ihmiset pyörii siinä, tekemässä sitä verkkovuoroa, ja mun kohdalla se osuu ehkä muutaman keran kuussa. Ja se on sitten pääasias sitä, että mä käsittelen, hyvin pääasiassa, 90-prosenttisesti, sitä et mä käsittelen STT-juttuja verkkoon.

NAINEN, TOIMITTAJA, URAN ALKUVAIHE

Kilpailu kulttuurisella kentällä tapaa yhdenmukaistaa pikemminkin kuin moninaistaa kulttuurintuotantoa (Bourdieu 2005). Näin näyttäisi käyneen myös

online-journalismille kansainvälisen tutkimuksen valossa: online-uutisia koskeva sisällönanalyysin mukaan suurten lehtitalojen online-sivustot käyttivät pitkälti samoja uutisia, samoin lähtein kuin printtiversioissaan. Fenton (2010a) muistuttaa kuitenkin, että online-tuotanto on merkinnyt huomattavaa kasvua uutisten määrässä. Uutisten ilmestyminen nettiin välittömästi kiristää kilpailua ja muiden uutistoimijoiden seuraamista, mikä edelleen tuottaa painetta julkaista kaikki se, mitä myös kilpailijoilla on sivuillaan. Brittitutkimus on todentanut, kuinka toimittajien on työstettävä juttuja muiden sivuilta, tarkistamatta välttämättä niiden todenperäisyyttä tai lähteitä, soittamatta yhtään puhelua. Tämä ei kuitenkaan koskenut kaikkia mediayhtiöitä. Ne, joilla oli enemmän autonomiaa kilpailusta, esimerkiksi julkinen tai säätiöity rahoitus, käyttivät edelleen aikaa faktojen tarkistamiseen ja lähteiden varmistamiseen. Tutkimus osoittaa kuitenkin, että toimittajat käyttävät entistä enemmän muuta media lähteenään sen sijaan, että ottaisivat itse yhteyttä jutussa esiintyviin toimijoihin (2010a; Phillips 2010).

Internetin uutissivustot eivät välttämättä tuota omaperäistä aineistoa ja nojautuvat vahvasti muutamiin tärkeimpiin uutistoimistoihin. Esimerkiksi Pater-sonin (2006) tutkimus osoitti, että suurimmat internetportaalit kuten Yahoo ja AOL nojautuvat lähes yksinomaan kahden uutistoimiston, AP:n ja Reutersin käyttöön uutisissaan.

Mediayhtiöiden sisällä on myös ristiriitaa uutiskäytännöissä vanhan ja uuden julkaisualustan välillä. Pohjoismaisia verkkolehtiä koskeva tutkimus havaitsi jatkuvia konflikteja perinteisen ja uuden median toimittajien välillä, sillä tiettyjä eksklusiivisia uutisia varattiin perinteiseen mediaan, esimerkiksi sanomalehteen ennen kuin ne julkaistiin online-sivuilla. Online-toimittajat halusivat julkaista myös näitä uutisia niin pian kuin mahdollista omilla sivuillaan pitääkseen sivustot uutiskilpailun kärjessä (Nord 2009).

Yksi keskeinen huomio tutkimuksessa liittyy online-tuotannon epäselvään paikkaan organisaatioissa. Päämedian ja online-tuotannon välinen ristiriita on erityisen vahva lehtitaloissa, joissa online-tuotanto nähdään yhtäältä tulevaisuutena ja toisaalta tulevaisuutta uhkaavana. Vaikutti siltä, ettei suomalaismediassa ollut selkeää näkemystä siitä, millaista online-tuotantoa halutaan tehdä tai mitä sillä tavoitellaan. Tämä ongelma ei tosin koske ainoastaan suomalaismediaa vaan on tunnistettavissa kansainvälisestikin.

Bob Franklin (2008) toteaa, että mediayhtiöiden online-ensin -ajattelu kannibalisoi muuta tuotantoa: kun uutiset tuodaan nettiin, ne syövät muuta tuotantoa. Uutisten kannibalismiin liittyy myös se, että verkkotuotanto syö toimittajien työpanosta: jatkuva versiointi vie aikaa ja vaikuttaa esimerkiksi printtiversioiden

työstämiseen. Toimittajat arvioivat, että online- uutisointi on kuitenkin tullut osaksi toimitusprosessia osana koko alan konvergenssikehitystä.

Kyllä toimittajat tekee verkkoon, joo, ja varmaan siltä tieltä ei ole siis paluuta, elikkä jos on uutistoimittaja ja tekee uutisen, niin se heittää siitä sen ensimmäisen uutisen nopeesti verkkoon. Ja sen jälkeen rupee askarteleen enää paperijutun kanssa. Ja sehän muuten on ihan periaatteessa hyvä systeemi, mut ongelmaks tulee ihan oikeesti se ajankäyttölinen kuvio, että jos nyt on puoli päivää jonkun asian kanssa liikenteessä jossakin ja tuut tänne ja teet verkkoon jutun, se täytyy miettiä se muoto, mikä on se, mikä on verkossa mielekästä, sehän on se nopean uutisen muoto. Sen jälkeen sitten hypätään vähän toiseen rooliin ja mietitään että mitäs tästä ois huomenna sanottavaa ihmisille. Mutta kyllä tää on tullut jäädäkseen tämä systeemi ja varmaan vaatimukset tässä kasvaa.

MIES, TOIMITTAJA, URAN LOPPUVAIHE

Uutisten kannibalisointi on oikeastaan koko konvergenssijatuksen ytimessä. Yhden mediayhtiön ilmaisjakelulehdet tai verkkosivut tarjoavat samoja uutisia ilmaiseksi yleisölle, jonka odotetaan maksavan niistä mediayhtiöiden muissa tuotteissa. Toteuttamalla konvergenssikulttuuria mediayhtiöt tavallaan vaikeuttavat omaa työtään ja ns. pääkanavien menestystä. Toisaalta uskotaan myös, että toiminta monella alueella tukee toinen toistaan ja tuo lopulta yleisöt hieman eri kanavia pitkin saman brändin äärelle.

4.1.2. Vuorovaikutusta vailla

Huomionarvoista on se, ettei sosiaalinen media ja vuorovaikutus yleisön kanssa noussut esiin juuri lainkaan verkkojournalismia määriteltäessä. Silti esimerkiksi mediayhtiöiden strategioissa ja päällikkötasolla verkkolehti nähdään merkittävänä yleisöjen osallistumisen väylänä (Heinonen 2008, 115). Tässä tutkimuksessa sosiaalinen media nousi esiin ainoastaan kun haastattelija kysyi aiheesta erikseen. Tämä nähdäkseni osoittaa, ettei sosiaalista mediaa vielä mielletty merkittäväksi tekijäksi suomalaisessa journalistisessa kulttuurissa. Toimittajat eivät myöskään korostaneet vuorovaikutteisuutta lukijoiden ja yleisön kanssa. Pikemminkin puhuttiin siitä, kuinka (nuorta) yleisöä saataisiin houkuteltua oman median äärelle, mutta ei siitä, kuinka yleisön kanssa päästäisiin vuorovaikutukseen tai kuinka yleisö saataisiin mukaan uutisprosessiin.

Verkkjournalismissa nähtiin myös mahdollisuuksia. Nämä mahdollisuudet kytkeytyivät usein teknologian kehitykseen. Verkkjournalismia tarkasteltiin usein juuri teknologian tai sen puutteiden kautta. Näissä näkökulmissa verkkjournalismi vertautui olemassa olevaan printti- tai televisiojournalismiin. Verkkjournalismia ei mielletty omanlaisena, erilaisia uusia elementtejä, kuten vuorovaikutteisuutta, sisältävänä uutismuotona. Ajateltiin pikemminkin niin, että uusien ja parempien sovellusten kautta verkko voisi toimia miltei yhtä hyvin kuin lehti tai televisio. Näin ollen verkon mahdollisuuksiin luettiin sanomalehden tai televisiuutisten tyypillisiä piirteitä: pitenevät jutut, parantuva grafiikka ja vaivattomampi videoiden katselu.

Ei mua se haittaa, jos mun lukijat, lukeeks ne sen sitten verkosta vai lukeeks ne sen lehdestä. Että jos mä pystyn tuottaa sen materiaalin fiksuna pakettina verkkoon, ja nykyään verkkojutut alkaa olee aika pitkiä, että sinne ei tartte tehdä pelkkää 30 rivii, että sinne voi tehdä ihan isoiki paketteja ja niissä kuvat toistuu hyvin ja grafiikkakin alkaa toimii hyvin verkossa, niin ei se sisällön kannalta oo niin ongelmallista.

NAINEN, TOIMITTAJA, URAN ALKUVAIHE

Toimittajat siis näkivät online-tuotannolla potentiaalin, mutta tämä potentiaali liittyi siihen kuinka verkkjournalismi voisi jatkaa olemassa olevaa, hyväksi koettua laatujournalismia – ei niinkään haastaa tai uudistaa sitä. Haastateltavat kokivat myös, ettei oma mediayhtiö panosta tarpeeksi internetiin. Tästä poikkeuksen teki YLE, jonka työntekijät olivat myös aidosti innostuneita Areenan ja Elävän arkiston mahdollisuuksista.

Yks mun mielestä hirveen suuri uudistus, joka piristi paria työpäivääni kovastikin, niin oli siis, kun tää Areenan teknologia parani, siis silleen kun sä klikkaat siitä, niin se lähtee saman tien pyörimän. Niin se oli jo hirveen hienoo.

MIES, TOIMITTAJA, URAN ALKUVAIHE

Toimittajien suhtautuminen verkkjournalismiin oli siis varsin ristiriitaista. Yhtäältä verkkjournalismi ja sen jatkuva versiointi koettiin ahdistavana. Toisaalta koettiin, ettei oma yhtiö panosta internetiin tarpeeksi. Ehkä ristiriita selittyy sillä, että päivittäistyössä verkkjournalismin tuotanto lisää kiirettä ja siitä syntyy sirpalemainen kuva: verkkjournalismia kehitetään ikään kuin juostessa, matkan aikana. Verkkouutisoinnin rooli ja muoto eivät ole kirkastuneet toimittajille. Samaan aikaan he tiedostavat, että juuri verkkoa pidetään tulevaisuuden journalismin alueena. Toisin sanoen tulevaisuus ei näytä kovin selkeältä.

4.2. Osallistavan median mahdollisuudet

Internet on muuttanut journalismin asemaa erityisellä tavalla suhteessa yleisöihin ja lukijoihin. Internet tarjoaa ihmisille mahdollisuuden osallistua entistä helpommin yhteiskunnalliseen keskusteluun. Ihmiset voivat halutessaan kommentoida uutisia ja tuoda omia näkökulmia esiin esimerkiksi blogeissa tai erilaisilla verkkofoorumeilla ja samalla saada mielipiteilleen laajan yleisön. Tätä ns. tavallisten ihmisten osallistumista on tarkastelu demokratisoitumisen näkökulmasta: yhä useammat voivat osallistua poliittiseen keskusteluun ja tuoda äänensä kuuluville. Näin erilaisten mielipiteiden kirjo kuuluu toimituksiinkin entistä helpommin – mikäli niitä haluaa kuulla. Internet välineenä rakentuu valikoinnille. Se ei tarjoile ennakolta valmiiseen tärkeysjärjestykseen aseteltuja uutisia ja puheenaiheita vaan nämä puheenaiheet on löydettävä itse. Tämä internetin ominaisuus on saanut tutkijoita pohtimaan välineen tuottamaa mahdollista julkisen keskustelun fragmentaatiota ja ghattoutumista (Fenton & Downing 2003; Papacharissi 2002), kun ihmiset hakeutuvat niiden aiheiden pariin, jotka heitä jo valmiiksi kiinnostavat. Internetin käyttö rakentuu erilaisista poluista, joita ihmiset seuraavat, kukin omalla logiikallaan. Näin ollen yhteisten puheenaiheiden alue kaventuu ja syntyy ns. rinnakkaisia julkisuuksia tai puheareenoita.

Toisaalta internet on tuottanut myös merkittäviä alueita, joilla uutiset kiertävät ihmiseltä toiselle: nämä sosiaalisen median alueet, kuten Facebook ja Twitter, rakentavat sosiaalisten suhteiden, ns. kaveruuden, kautta erilasta uutisseurantaa ja puheenaiheita: ne toimivat kuten työpaikkojen kahvihuoneet – vain laajemmassa, jopa globaalissa, mittakaavassa. Sosiaalinen media on onnistunut myös tuottamaan erilaisia aktivismin muotoja, ryhmytymistä tiettyjen mielipiteiden taakse, nopeaa mobilisointia reaktiona uutistapahtumiin sekä kriittistä keskustelua mediasta, ohjelmien taustoista ja näkökulmista, videoiden kierrättämistä ja parodioita (Baym 2009; Nikunen 2005; 2007a). Sosiaalinen media rakentaa uudenlaista yleisöyttä ja osallistumisen muotoja myös osana journalistisia käytäntöjä. Kuvankäsittelyohjelmat, videoeditointiohjelmat ja sosiaalisen median infrastruktuuri, joka kulkee nimellä Web 2.0, ovat vaikuttaneet siihen, että uutisjutut ovat yhä useammin materiaalia, jota muokataan, venytetään, kierrätetään ja kuvitetaan uudelleen internetin erilaisilla foorumeilla. Näin ollen ihmiset eivät enää ole valmiin ja suljetun uutisjutun passiivisia vastaanottajia vaan jatkuvassa vuorovaikutuksessa uutisiin – niitä muokaten ja kommentoiden (Baym 2009). Mediankäytön tutkimuksessa on tunnistettu yleisökäytäntöjen muutos, joka koskee erityisesti alkuperäisten tekstien arviointia ja uudelleenmuokkausta. Steve Baileyn (2002, 240, 252) mukaan verkossa mediatekstit joutuvat hyvin

intensiivisen tarkastelun kohteeksi. Tekstejä pilkotaan, jaotellaan, kritisoidaan ja kierrätetään.

Itse katsomisrituaalin ankkuroituminen tiettyyn aikaan, esimerkiksi uutiset puoli yhdeksään, on internet-katselun vuoksi murtunut, ja teksti asemoituu entistä joustavampaan kehykseen, joka voi käsittää joukon nettimateriaalia. Baileyn mukaan tämä johtaa siihen, että rajat alkuperäisen ja muokatun tekstin välillä ovat entistä häilyvämmät. Tämä kytkeytyy laajemminkin yleisöjen muutuneeseen rooliin katsojista/lukijoista tekijöiksi ja tuottajiksi, jota Henry Jenkins (2003; 2007) on kuvannut konvergenssin ja osallistuvan kulttuurin käsitteillä (ks. luku 1).

Tätä muutosta on kuvannut myös Dan Gillmor teoksessaan *We the Media* (2004), jossa hän hahmottaa riippumattomien toimittajien sekä kansalaisten mahdollisuuksia tuottaa journalistisia sisältöjä verkossa (ks. myös Lintulahti 2006). Osallistuvaa kulttuuria on tarkasteltu erityisesti populaarikulttuurin kontekstissa ja vaikuttaa siltä, etteivät nämä käytännöt aivan mutkattomasti siirry uutisjournalismin kontekstiin eikä osallistuva kulttuuri ole muuttamassa edellä kuvatulla vauhdilla journalistisia käytäntöjä. Se voi näkyä tietyillä rajatuilla alueilla (ks. alla), mutta ei välttämättä haasta perinteistä journalismia siinä määrin kuin ennustetaan (Heikkilä ym. 2011). Suomalaistoimittajien työkäytännöissä yleisöjen tuottamaa sisältöä merkittävimminä näyttäytyvät erilaisten yhdistysten, järjestöjen ja poliittisten puolueiden tai poliitikkojen omat sivut, joilta haetaan tietoa. Tässä suhteessa toimituksissa myötäillään pikemminkin perinteistä kuin uutta poliittista kulttuuria, tukeutumalla erilaisiin instituutioihin ja virallisiin järjestöihin mieluummin kuin yksittäisiin, spontaneihin ja epävirallisiin verkostoihin, vaikka verkkomedia tarjoaa jälkimmäiseen entistä paremmat mahdollisuudet (vrt. Papacharissi 2002).

4.2.1. Crowdsourcing, blogit ja paikallisuus

Yleisöjen tuottama sisältö ei ole uusi asia uutistoimituksissa. Teknologian kehityksessä esimerkiksi amatöörikuvien ja videoiden käyttö lisääntyi uutistoimituksissa (Cadwell 2002). Amatöörivideoiden käyttö on liittynyt usein poikkeuksellisiin tapahtumiin ja todistusaineistoihin Rodney Kingin pahoinpitelystä Aasian Tsunamiin (Pantti 2009; 2007b). Digitalisoitumisen seurauksena yleisöjen tuottamia videoita on yhä helpompi hyödyntää paitsi televisiuutisissa myös lehtien online-julkaisuissa. Internet on tehnyt myös kansalaisaktivismista entistä näkyvämpää ja luonut uusia, nopeampia mahdollisuuksia verkottua yli rajojen, mistä esimerkiksi mainittakoon globalisaation vastainen liike ja Seattlen mielenosoituksissa

1999 syntynyt Indymedia (Pickard 2006; Deuze 2006) sekä Iranin vihreä liike (Sreberny & Khiabani 2009).

Deuze näkee Indymedian journalistisena genrenä, joka toimii uutisten ja erilaisen tiedon tuotanto- ja jakelualueena. Indymedia ilmentää osallistuvaa käyttäjälähtöistä sisällöntuotantoa – jota myös ”me mediaksi” kutsutaan (Gillmor 2004). Kuka tahansa voi lähettää ja ladata sivuille uutisia ja videoita – ilman toimituksellista editointiprosessia. Edellä kuvatut sosiaalisen median muodot ovat myös läheistä sukua radikaali- tai vaihtoehtomedialle, jolla viitataan perinteisten tuottajien ja vastaanottajien välisen rajan murtumiseen. Vaihtoehtoisuus ei merkitse siis ainoastaan vaihtoehtoisia näkökulmia vaan tuotantotapoja jotka haastavat perinteisen mediatuotannon mallit. Chris Attonin (2002) hahmottelemassa vaihtoehtoisen ja radikaalin median typologiassa oleellista onkin tuotantoprosessin nojautuminen vapaaehtoiseen, laajalti verkostoituneeseen amatööriitoimintaan. Vaihtoehtoiselle tuotannolle on tyypillistä kollektiivinen organisaatio, yhteisö tai ryhmä, jossa lukija-kirjoittajan roolit yhdistyvät. Vaihtoehtoiselle medialle on ominaista myös se, että julkaisuja saa vapaasti lainata ja levittää (vrt. fanituotanto Nikunen 2005, 168–178).

Mark Deuze (2006) liittää nämä uudet mediamuodot laajempiin sosiaalisiin muutoksiin kuten individualismiin, postnationalismiin sekä globalisaatioon. Individualisoituminen näkyy esimerkiksi blogien lisääntymisenä – lukuisten yksittäisten äänien, tarinoiden ja näkökulmien runsautena verkossa.

Internetin vaikutus liittyy myös kansalaisjournalismiin: kansalaisjournalismin tavoitteena on luoda kansalaisille mahdollisuuksia ja tilaa osallistua julkiseen keskusteluun. Keskiössä on journalististen käytäntöjen ja kansalaisten välisen suhteen uudelleen ajattelu: pyrkimyksenä on luoda tila, jossa kansalaiset voivat keskustella ja ratkoa yhteiskunnallisia ongelmia julkisuudessa. Tavoitteena on vahvistaa ihmisten aktiivisuutta ja osallisuutta kansalaisyhteiskunnassa, sen sijaan että he vain seuraisivat sivusta yhteiskunnallista keskustelua.

Internetin ja sosiaalisen median palvelut antavat mahdollisuuksia paitsi yhteydenpitoon ja tiedonjakoon, myös erilaisiin tapoihin osallistaa yleisö ja yleisöjen tuottama sisältö (ugc) journalistiseen työhön erityisesti paikallisella tasolla. Esimerkkeinä yleisöjen panoksesta journalismissa usein mainitaan crowdsourcing (joukkoistaminen) (ks. myös Aitamurto 2009). Crowdsourcing on tuotekehittelyn alalta noussut käytäntö, jossa kuluttajia pyydetään avoimella kutsulla ideoimaan ja kehittämään tuotetta tai ratkaisemaan jokin tietty ongelma. Journalismissa crowdsourcing on lyönyt läpi nimenomaan verkon kautta: sitä käytetään tiedonhankinnassa ja erilaisten ongelmien ratkaisemisessa. Crowdsourcing, ollakseen toimivaa, vaatii verkkosovelluksen, jonka kautta tietoa on helppo kerätä

(mm. onnettomuuksien merkitseminen karttaan). Esimerkiksi jonkun alueen turvallisuutta voidaan kartoittaa yleisön kokemusten kautta (ks. OPB news). Crowdsourcing ei siis ole varsinaisesti mikään uusi ja mullistava idea journalismissa, sillä se nojautuu journalismin perusajatuksiin tiedonhankinnasta – tosin tietoa kerätään nimenomaan kansalaisilta, ei viranomaisilta. Verkon kautta tiedonhankinta voi kuitenkin olla parhaimmillaan nopeaa ja tehokasta.⁴

Siihen, miten crowdsourcingia käytetään, liittyy toinen nouseva trendi, hyperlokaali. Hyperlokaali uutistuotanto keskittyy tiettyyn paikallisyhteisöön ja tuottaa uutisia nimenomaan tätä paikallisyhteisöä varten. Paikallisyhteisön asukkaat myös osallistuvat itse aktiivisesti hyperlokaalien uutisten tuottamiseen.

Sanomalehtien verkkojulkaisujen vuorovaikutteisimmat elementit kytkeytyvät usein juuri paikallisuuteen: tietyn kaupunginosan tai kaupungin elämään, asukkaiden kokemuksiin ja muutosesityksiin. Näin paikallisuuden kautta luodaan vuorovaikutteista yhteisöä, jonka kokemukset ovat juttujen perustana.

Esimerkiksi Sanoman julkaisema nettilehti Vartti keskittyy pääkaupunkiseudun paikallisuutisiin ja hyödyntää runsaasti sekä lukijavinkkejä että lukijoiden kuvia. Lars Nordin (2009) mukaan uutisjournalismin sisällä yksittäisten uutisen visuaalinen arvo on kasvanut tarkoittaen sitä, että jos uutisella on visuaalisesti kiinnostavaa sisältöä, se nostaa kyseistä uutista asteikolla ylöspäin. Jos oletetaan että Nordin argumentti visuaalisen arvon korostumisesta, erilaisten amatöörikuvien merkitys lienee yhä nousussa. Tämä saattaa olla myös juuri se keskeisin elementti mitä lukijakunnalta journalismiin kaivataan.

Kansalaisjournalistisia kokeiluja on ollut käynnissä useissa suomalaisissa toimituksissa (ks. Heikkilä 2001; Heikkilä & Kunelius 2003; Ahva 2010) kuitenkin tätä tutkimusta tehtäessä yhdessäkään mukana olleessa toimituksessa ei ollut käynnissä kansalaisjournalistisia projekteja – eikä kansalaisjournalismi noussut esiin haastatteluissa.

Osallistavan journalismin heikko rooli suomalaistoimituksissa ei ole poikkeuksellista. Yhdeksää maata (Belgia, Britannia, Espanja, Kroatia, Ranska, Saksa, Slovenia, Suomi, Yhdysvallat) koskevan tutkimuksen mukaan internet ole muuttanut journalistista kulttuuria ja lisännyt merkittävästi sen osallistavaa ulottuvuutta (Domingo ym. 2007; ks. myös Heinonen 2008, 119).

Siinä missä journalismin tutkimus on ollut kiinnostunut kansalaisjournalismista (mm. Ahva 2010; Heikkilä 2001), toimituksissa kiinnostus kansalaisjournalismiin näyttää laimeammalta.

4 <http://www.ojr.org/ojr/stories/070731miles/>

Onkin ymmärrettävää, että tässä tuotetaan tietynlaista professionalismia rajaa. Kansalaiset ja lukijat ovat tulossa yhä lähemmäksi journalismia sisällöntuottajina ja tekijöinä, mihin ammattijournalistit voivat suhtautua ristiriitaisesti. Yhtäältä yleisöjen ja lukijoiden aktiivisuudessa on paljon potentiaalia journalismille, toisaalta sisältöjä tuottaminen ilmaiseksi ja amatöörivoimin uhkaa journalistien ammattitaitoa ja leipää.

Kansalaisten itse tuottamat sisällöt, blogit ja uutisten kierrätys, voivat näyttäytyä uhkana ammattijournalismille. Lukijoiden kasvava rooli voi olla hämmentävää toimittajille: kun kansalaiset kirjoittavat ja bloggaavat verkossa, raja ammatillisen ja amatöörivoimin tehdyn sisällön välillä entisestään hämärtyy tavalla, joka huolestuttaa toimittajia. Haastatteluissa toimittajat pohtivat sitä, mikä on heidät lopulta erottaa bloggaajista.

Ehkä se on sitten loppujen lopuksi siinä, että soittaa sen puhelun jollekin virkamiehelle ja tarkistaa asian, mutta ehkä se on vain siinä.

MIES, TOIMITTAJA, URAN KESKIVAIHE

Näitä pohdintoja esittivät lähinnä nuoremmat toimittajat. Uran loppuvaiheessa oleville toimittajille sosiaalinen media ei näyttäytynyt omalle työlle rinnasteisena vaan erillisenä ja usein etäisenä osallistumisen muotona. Samanlaista keskustelua blogien ja journalismin välisestä suhteesta on käyty journalismin tutkimuksen puolella. Blogit voidaan nähdä osana individualisoituvaa, tee-se-itse-journalismia, jossa perinteisten suurten mediatalojen rooli uutistentuottajina on hiipunut ja journalismia tuotetaan nyt alhaalta, ruohojuuritalosta ylöspäin. Toisaalta bloggaajat itse voivat ottaa etäisyyttä journalisteihin esimerkiksi siksi, että pitävät ammattijournalismia korruptoituneena tai stagnoituneena. Henkilökohtainen ote tuottaa blogeihin lisäarvoa verrattuna ammattijournalistien kirjoituksiin (Deuze 2006).

Näin ollen harrastuspohjalta toteutettu työ nakertaa journalistien ammatitilpeyttä jos ja kun samaan lopputulokseen päästään harrastuspohjalta. Ns. käyttäjien tuottama sisältö näyttäytyy uhkaavana myös talouden näkökulmasta kun se alkaa korvata toimittajien työpanosta. Toisaalta toimittajien omat blogit ovat lisääntyneet ja niistä on tullut myös vakiintunut uutismuoto erityisesti politiikan uutisoinnissa (Singer 2005).

Edellisen, 1990-luvun laman jälkeen toimituksissa syntyi kiinnostusta kansalaisjournalismiin ja toimituksissa toteutettiin useita kansalaisjournalistisia projekteja (ks. Heikkilä 2001; Ahva 2010). Kansalaisjournalismin kautta pyrittiin tavoittamaan ihmisten jokapäiväisessä todellisuudessa kohtaamia ongelmia, ja

tälle näkökulmalle oli myös tilaa toimitusten sisällä. Se tietyllä tavalla vastasi toimittajien sen hetken tulkintaa yhteiskunnan ja journalismin suhteesta. Se, että 2000-luvulla kansalaisjournalismi on näkymättömissä eikä sen elementtejä oikein tunnisteta toimituksissa, kertoo jonkinlaisesta siirtymästä kansalaisuuden, yhteiskunnan ja journalismin suhteissa. Tätä siirtymää voi tulkita professionalismin rajojen vaalimisen kautta, mitä epävarma tulevaisuus ruokkii. Toisaalta siirtymän voi nähdä osana laajempaa asiakaslähtöistä toimintaa. Asiakaslähtöisyys ja yleisön palvelu ovat muodostuneet keskeiseksi toimintamalliksi niin elinkeinoelämässä kuin julkisella sektorillakin. Journalismi myötäilee tässä yleistä trendiä rakentamalla yleisösuhdetta ilman erityistä kansalaisulottuvuutta.

4.2.2. Hankalat keskustelupalstat

Toimittajat käyttävät internetiä päivittäin nimenomaan tiedonhakuun (ks. myös Franklin 2008). Internetistä haetaan taustatietoja, tapahtumia ja yhteystietoja. Toisinaan sieltä myös löydetään uusia juttuaiheita.

Lähinnä siis juttuaiheitten seulomiseen ja sitte erilaisten näkökantojen huomioimiseen, että en minä sieltä mitään suorasanaisesti siteeraa, enkä käytä mitenkään kovin vakavasti otettavana lähteenä, mutta sieltä löytyy usein kaikenlaisia mielenkiintosa vivahteita ja vinkkejä ja sieltä saattaa löytyä sopivia henkilöitä haastateltaviksi ja esimerkiksi harrastepiireissä, niin sieltä löytyy linkkejä, hyviä linkkejä tutkimuksiin ja muuta. Suomessahan luontoharrastus ja luontotutkimus menee pitkästi limittäin ja lomittain, eli harrastaja voi olla oman alansa asiantuntija ja sieltä löytyy ihan siis asiantuntijoita haastateltavaksi saattaa löytyä. Ja sitte tosiaan tapahtumavinkit on yks semmonen, mitä löytää näiltä palstoilta hyvin.

MIES, TOIMITTAJA, URAN KESKIVAIHE

Suhde keskustelupalstoihin – ja nimenomaan oman välineen keskustelupalstoihin – näyttäytyi sen sijaan ristiriitaisena.

Joo, siis mä ite oon lopettanu keskustelupalstojen lukemisen. Aikasemmin mä seurasin niitä ja seurasin tiiviistikin, että mitä palautetta mun jutusta siellä oli ja muuta, mutta sitten mä lopetin sen ihan itsesuojellisesti. Mutta mä huomaan, että jotkut ihmiset käyttää meillä sitä edelleen, et ne seuraa keskustelua aiheesta ja ne aina sillon tällön, sieltä saadaan ihan hyvii vinkkejäkin. Mutta ei musta niitä kauhean laajasti käytetä.

Sellasta ehkä, seurataan ehkä niitä määriä, että jos joku aihe herättää hirveesti keskustelua niin sitten me mietitään että okei, että tää selkeesti nyt on osunu johonkin ihmisissä, että nyt tätä varmaan tätä aihetta pitää jatkaa kun tää on ihmisistä näin kiinnostava.

NAINEN, TOIMITTAJA, URAN ALKUVAIHE

Monet toimittajat viittasivat oman lehden tai uutistoimituksen keskustelupalstoihin puhuessaan internetin keskustelupalstoista. Näitä seurattiin muita palstoja tiiviimmin, mutta ne herättivät myös muita ristiriitaisempia tunteita. Keskustelupalstat näyttäytyivät ”roskana”, jossa puretaan pahaa mieltä ja lietsootaan riitoja. Tällaiset riitaisat ja muille alueille harhailevat keskustelut koettiin ongelmallisina oman uutistyön yhteydessä: ne ikään kuin laajensivat juttujen näkökulmaa ja ääniä suuntiin, jotka eivät välttämättä innostaneet toimittajia ja myös laskivat online-julkaisun arvovaltaa. Yhdessä toimituksessa toimittajat olivat myös ilmaisseet toivomuksensa siitä, ettei keskustelupalstaa liitettäisi juttujen yhteyteen. Nimettömänä esitetyt provosoivat mielipiteet koettiin ongelmallisena: ne eivät näyttäneet edistävän keskustelua vaan pikemminkin estävän aihepiirien perusteellisempaa pohdintaa.

Kun ihmiset on sitä mieltä, että sinne saa kirjoittaa mitä lystää, että se on vähän semmonen erilainen väline, ettei sitä tarvi ottaa niin vakavasti. Hitto vie. Koska suurin osahan siitä on ihan paskaa mitä siellä on, että mä ihmettelen mistä tää kauna tulee kaikki.

MIES, ESIMIES, URAN LOPPUVAIHE

Kokemukset riitaisasta keskustelukulttuurista ja vihaviesteistä näkyivät siinä, etteivät toimittajat olleet innokkaita seuraamaan keskustelupalstoja tai ottamaan niissä esitettyjä näkökulmia vakavasti. Keskustelijat näyttäytyivät huutelijoina ja häiriköinä, joilla ei ollut paljonkaan painavaa sanottavaa aiheesta. Osa arveli myös, että keskustelupalstojen kärjekäs kieli leviää muuhun mediaan; esimerkiksi toimittajien kolumneihin, joissa haetaan entistä purevampia ilmaisuja.

Ja tietysti kun siellä sitten nimettömänä saa puskaista ampua niin.. En tiää minäkäläinen prosentti tai että kuinka pieni porukka sitä myllyä pyörittää, että ei se välttämättä kauheen iso oo [...] Mutta ainakin kyllä meillä täällä toimituksessa ollaan, lähtökohta on se, että journalistisessa sisällössä ollaan välineneutraaleja, elikkä samat säännöt pätevät niin paperilla kun verkossakin. Meillähän keskustelupalstat moderoidaan, ennakkomoderoidaan, ei jälkimoderoida.

MIES, ESIMIES, URAN LOPPUVAIHE

Mediayhtiöt soveltavat erilaisia strategioita keskustelupalstoillaan. Osa lehdistä ennakkomoderoi keskusteluja ja pyrkii näin karsimaan asiattomiksi katsotut viestit keskustelusta – toisten strategiana on ollut keskustelun salliminen ilmentäen ajatusta keskustelun demokratisoivasta ulottuvuudesta: täällä kaikki saavat äänensä kuuluviin. Esimerkiksi David Domingon (2011) tutkimus osoitti, kuinka yhdysvaltalainen *USA Today* jälkimoderoi keskustelut juuri siksi, että keskustelujen uskottiin tuottavan toimittajille arvokkaita lähteitä ja ideoita. Sen sijaan espanjalainen *El País* ennakkomoderoi keskustelut, joiden nähtiin tarjoavan hyvin vähän journalistisesti kiinnostavaa sisältöä. Ennakkomoderoinnin uskottiin myös suojaavan lehden brändiä.

Keskustelupalstoja voikin ajatella eräänlaisina äänitorvina julkisuuteen. Näyttäisi siltä, että ne toimivat jonkinlaisena palautepalstana, jossa kansalaiset saavat purkaa tunteitaan – myös median vallasta. Toimitukselle ne ovat kuitenkin erillisiä alueita, joihin ei liiemmin kosketa. Vain silloin, kun jokin juttu on herättänyt kiivasta keskustelua, keskustelupalsta nostetaan päävälineeseen: se toimii oman jutun mainoksena ja usein myös jatkojutun aiheena. Tyypillisesti kiivas keskustelu sinänsä riittää juttuaiheeksi.

Aika monen sähkeen perään kirjottaa yleisö niitä kommentteja nykyään hyvin kärkevästi, niitä nostetaan sitten paperilehteen jutun kylkeen, mutta se on aika harvoin toimittajan työtä, se on sitten illalla taittaja tekee. [...] Niin tämä jää sitten iltavuoron toimittajan tai iltavuoron taittajan tehtäväksi poimia noita netistä sitten. Ne on usein juuri sen sähkeen perään kirjoitettuja kommentteja.

MIES, TOIMITTAJA, URAN KESKIVAIHE

Keskustelupalstat voivat myös vetää yleisöä verkkosivuille. Tällaisena toimii epäilemättä iltapäivälehtien keskustelut, joissa kiihkeät sananvaihdot ovat yleisiä. Yhdysvalloissa *The New York Times* sulki keskustelupalstan sen ala-arvoisen tason vuoksi vuonna 2006 (Robinson 2007). Keskustelupalstan painoarvoon voidaan vaikuttaa: esimerkiksi helmikuussa 2011 *Uusi Suomi* päätti luopua mielipidekirjoitusten nimettömyydestä. Muita keinoja keskustelun luonteen muuttamiseksi ovat erilaiset status-järjestelmät, joissa aktiivisuus tai muiden keskustelijoiden arviot nostavat yksittäisten keskustelijoiden statusta ja kannustavat näin perusteltuun ja kiinnostavaan argumentointiin (ks. Nikunen 2005, 132–134).

4.2.3. Hyödyllinen Facebook

Internet pitää sisällään varsin erilaisia kommunikaation ja yhteydenpidon muotoja. Näin ollen esimerkiksi keskustelupalstat eroavat sen suhteen, miten journalismi niitä hyödyntää ja millaisen paikan ne saavat journalistisessa kulttuurissa. Jos keskustelupalstat koettiin ongelmallisiksi tai turhiksi, niin Facebook puolestaan näyttäytyi hyödyllisenä erityisesti kontaktien luomisessa ja juttujen ideoinnissa. Toimittajat kertoivat luoneensa yhteyksiä Facebookin kautta esimerkiksi kunnan virkamiehiin ja poliitikoihin. Seuraamalla heidän statustaan ja keskusteluja toimittajat löysivät uusia juttuideoita ja pääsivät valmisteilla olevien asioiden äärelle.

Mitä tulee Facebookiin niin kyllä sitä on ruvennu toimittajtkin käyttää sellaisena verkostoitumiskanavana, että verkostoidutaan omien lähteitten kanssa. Erityisesti politiikan seuraajat meillä, erityisesti kuntapolitiikassa on helppoa, just mun yks työkaveri meni Facebookiin niin, että se avasi sen sivuston vaan sitä varten, että se saa sinne kaikki valtuutetut kavereiksi ja pyysi joka ikistä kaveriksi ja saikin melkein kaikki. Nyt sillä on aika helppo muoto ihmisten ilmeisesti ottaa yhteyttä, että se on ruvennu saamaan ihan, se saa muutenkin paljo vinkkejä, mutta se saa vielä enemmän vinkkei nyt sieltä. Ihmisten seinillä Facebookis käydään ihan mielenkiintosii keskusteluja ja valtuuston kokouksen aikaan voi seurata, sitä mitä ne on ennen ehkä kuiskinu tai läheltä kirjelapuul toisilleen, ne kirjottaa nykyään sinne Facebookin seinälle. Niin kyllähän sellasesta nyt on sitten apua. Ja joskus sielt saa vinkkejä myös siitä, että mitä asioita on valmistelussa.

NAINEN, TOIMITTAJA, URAN KESKIVAIHE

Erityisen hyödyllisenä palveluna mainittiin myös Twitter, jonka kautta toimittajat saavat uutisvinkkejä ja voivat seurata poliitikkojen ja päättäjien päiväohjelmaa, mietteitä ja avauksia.

Sosiaalista mediaa, Facebookia ja Twitteriä, ympäröi optimistinen puhe demokratioitumisesta, hierarkioiden poistumisesta, avoimuudesta ja ruohonjuuritason vaikuttamisesta. Sosiaalisen median ympärille rakentuneet yhteisöt voivat kuitenkin yhtä lailla ajaa tiettyä poliittista agenda ja jopa epädemokraattisia arvoja (Cammaerts 2009). Sosiaalisen median piirissä jaettava tieto ei myöskään aina pidä paikkaansa. Esimerkiksi useissa yhdysvaltalaisissa konservatiivien blogeissa julkaistiin kuva, jossa osoitettiin kahden miljoonan ihmisen osoittavan mieltä syyskuussa 2009 presidentti Obaman ”sosialistista politiikkaa” vastaan. Kuva oli tosiasiaa toisesta mielenosoituksesta pari vuotta aiemmin. Tähän

kyseiseen vuoden 2009 mielenosoitukseen osallistui huomattavasti vähemmän, 60 000–75 000 ihmistä, mutta kuvaa vaihtamalla lukema saatiin poliittisesti merkittävämmäksi. Vastaavia väärennöksiä ja tahallisen virheellisen tiedon kiertämistä verkossa voi tavata usein. Tässä kuitenkin vertaismoderointi toimii usein: muut verkon käyttäjät huomaavat väärennöksen ja paljastavat sen.

Nämä tapaukset muistuttavat, miksi journalistien juridinen vastuu sisällöstä, esimerkiksi faktojen oikeellisuudesta on tärkeä. Mahdolliset asiavirheet ja huhujen pohjalta tuotetut uutiset ovat ehkä juuri se syy, miksi suomalaistoimittajat eivät lämpene sosiaaliselle medialle ja luottavat yhä ammatillisesti tuotetun journalismin suosioon. Esimerkiksi suomalaisessa keskustelussa suurten mediatalojen johtajat eivät ole nähneet sosiaalisen median millään tavalla uhkaavan ammatillisesti tuotettua journalismia (Laatua journalismiin –seminaari 30.9.2010).

On muistettava, että yleisöjen mahdollisuudet mediakritiikkiin paranevat jatkuvasti, sillä he voivat tarkistaa uutisjutun lähteet, lukemalla esimerkiksi alkuperäisen tiedotteen sen takana olevan järjestön omilta verkkosivuilta. Rinakkaisten uutisten vertailu; uutisten jakaminen ja arvioiminen yhdessä muiden kanssa tapahtuu verkossa helposti. Se, kuinka moni lopulta toimii näin – arvioi ja vertaa uutisten alkuperää ja erilaisia versioita – on toki toinen kysymys.

Toimittajien puheessa tällainen kansalaisaktiivisuus ei juuri noussut esiin, vaikkakin lukijoista ja yleisöstä puhuttiin paljon. Yleisö oli toimittajien puheessa kuitenkin lähinnä abstrakti kohde, jota varten uutisia tehdään – ei niinkään tasavertainen tai aktiivinen keskustelukumppani (vrt. luku 5).

4.2.4. Toimittajan rooli sosiaalisessa mediassa

Toimitusten sosiaalisen median käytännöt myös vaihtelevat paljon. Esimerkiksi YLE:n edellinen pääjohtaja rohkaisi työntekijöitään olemaan aktiivisesti mukana sosiaalisessa mediassa kun taas useimmissa lehtitaloissa mitään tämän tyyppistä elettä ei ole tehty. *Helsingin Sanomat* sen sijaan on antanut ohjeet työntekijöilleen siitä, miten työasioita käsitellään sosiaalisessa mediassa ja miten sitä käytetään tiedonhankinnassa⁵. Yhdysvalloissa ohjeet yleistyivät vuonna 2009 ja ainakin *Wall Street Journal*, *The New York Times*, *Associated Press* ja *Roanoke Time* antoivat tolloin työntekijöilleen eettiset ohjeet sosiaalisen median käytöstä.

Helsingin Sanomien ohjeissa sosiaalinen media määritellään puolijulkiseksi tilaksi, jolloin toimittaja esiintyy siellä paitsi yksityishenkilönä, myös työpaikkansa edustajana. Ohjeet kiinnittävät huomiota mm. siihen millaisen kuvan toimittaja

5 <http://www.hs.fi/kulttuuri/artikkeli/HS-toimittajat+ja+sosiaalinen+media/1135261407567>

luo itsestään ja työyhteisöstään sosiaalisessa mediassa. Tähän liittyen työntekijää kehoitetaan pidättäytymään työnantajan ja kollegoiden arvostelusta sekä käyttämään harkintaa kaveripyynnöissä esimiesten ja alaisten välillä. Facebookin kaltainen tila hämärtää rajoja julkisen ja yksityisen välillä, jolloin osapuolet voivat saada toisistaan sellaista yksityistä tietoa, mikä vaikuttaa työsuhteeseen. Työntekijän toivotaan myös pidättäytyvän erilaisiin kannatusryhmiin (mm. ydinvoiman puolesta tai vastaan) liittymisestä. Tämän nähdään heikentävän toimittajan uskottavuutta objektiivisena raportoijana. Näin ollen ohjeet pitävät sisällään ajatuksen siitä, että mahdollisten poliittisten sitoumusten peittäminen palvelee objektiivisuutta paremmin kuin niiden esille tuominen. Toimittajilta kaivataan henkilökohtaisia näkemyksiä ja persoonallisuutta, joka nostaisi uutisten kiinnostavuutta ja toisi mediayhtiölle lisäarvoa. Samaan aikaan toimittajia ohjeistetaan pidättäytymään kannatusryhmistä ja muista poliittisista liikkeistä. Näin ollen toimittajilta kaivataan persoonallista otetta, mutta ei sitoumuksia. Tämä kertoo siirtymästä kohti individualismia ja individualisoitunutta tietoa ja on tavallaan vastakkainen paikantuneelle tiedolle (Haraway 1998), jossa tieto on aina tietystä kontekstista käsin rakentunut ja näin erilaisten valta-asetmien kautta muotoutunut. Sen sijaan individualisoitunut tieto on ikään kuin irrallista ja yksityistä eikä kytkeytynyt yhteiskunnallisiin valta-asetelmiin tai rakenteisiin tuottaen illuusion siitä, että se todellakin voisi olla näiden rakenteiden ulkopuolella. Individualistinen tieto soveltuu hyvin Davisin hahmottelemaan uuden kapitalismin kulttuuriin, jolle on ominaista jatkuva uudistuminen, muutos, nopeus ja kulutus. Käytännössä individualistinen tieto antaa kovin vähän lisätietoa yhteiskunnallisista prosesseista tai välineitä reflektoida tapahtumia muusta kuin yksityisestä positiosta käsin.

Suhtautuminen sosiaaliseen mediaan voi kuitenkin vaihdella eri mediayhtiöiden välillä. Esimerkiksi Yleisradio on jo varhain rohkaissut toimittajiaan osallistumaan sosiaaliseen mediaan ja olemaan verkossa aktiivinen. Yleisradion entinen pääjohtaja Mikael Junger näytti esimerkkiä itse julkaisemalla rakkausvideoita YouTubeissa – mikä herätti runsaasti keskustelua Jungerin arvostelukyvyistä tai sen puutteesta. Yleisradio loi sosiaalisen median ohjeet työntekijöilleen joulukuussa 2010. Ohjeet noudattelevat samaa henkeä kuin *Helsingin Sanomien* ohjeet, tosin Yleisradion ohjeissa painotetaan osallistumista ehkä jonkin verran enemmän ja todetaan myös, ettei toimittajien ole pakko olla mukana sosiaalisessa mediassa, jos ei halua. Yleisradion ohjeissa todetaan, että toimittaja voi ”tykätä, klikata, seurata, liittyä, jakaa tai muuten osallistua sosiaalisen median ilmiöihin”, kuitenkin harkintaa käyttäen erityisesti jos on uutis- ja ajankohtaistoimituksessa töissä, missä ”luotettavuus ja tasapuolisuus ovat keskeisimpiä arvoja”.

Kaikki toimittajat eivät kuitenkaan ole jakamassa tietojaan Facebookissa tai twiittamaassa tietojaa. Varsin monelle osallistuminen sosiaaliseen mediaan on vastahakoista tai jossain määrin pakotettua, jotta pysyisi mukana siinä, mistä puhutaan.

Huokaus. Mä oon siinä ite melko huono. Mä en oo esimerkiks halunnu, mulle on tullu pyyntöjä ja mä oon ollutkin siinä Facebookissa, mut mä lähin pois, koska mä en jaksanu, kun mä huomasin, että mä haluan pitää yksityisyyteni tietyllä tavalla itselläni, että en kokenu sitä tarpeelliseksi. Jotakin Twitteriä mä käytän aina silloin tällöin, että siellä mulla on oikein tilikin olemassa.

MIES, UUTISPÄÄLLIKKÖ, URAN KESKIVAIHE

Tässä tapauksessa yksityisyyden suojaaminen oli toimittajalle itselleen tärkeää – eikä siihen tarvittu edes työnantajan ohjeita. Sosiaalinen media näyttäytyykin alueena, jossa joutuu uudella tavalla tuomaan itseään esiin ja ikään kuin esittämään identiteettiään muille. Sosiaalinen media on myös jälleen uusi alue, jonka hallintaa toimittajilta vaaditaan. Osallistuminen sosiaaliseen mediaan näyttää teknologisille taidoille rinnasteisena taitoalueena, jonka opettelu nostaa toimittajan paikkaa ammatillisella kentällä. Tässä mielessä Yleisradion ohjeiden toteutus siitä, ettei sosiaalisessa mediassa ole pakko olla mukana, voi olla monelle toimittajalle helpotus.

Sosiaalisen median ohjeissa kiinnitetään huomiota myös mahdollisiin vuoroihin: sisäisiä asioita ei toivota esiteltävän sosiaalisessa mediassa eikä myöskään luottamuksellisia haastatteluita tai lähteiden kanssa käytäviä keskusteluita. On selvää, että sosiaalinen media hämärtää rajoja yksityisesti tuotetun ja ammatillisesti tuotetun tiedon välillä. Osallistuminen sosiaaliseen mediaan tuottaa jatkuvaa rajankäyntiä siitä, mikä julkista ja mikä yksityistä. Millaisista asioista voi jakaa tietoa muille; mitä toimittajan julkisuuskuva vaatii: kuinka paljon sitoumuksia, persoonallisuutta ja väriä se sietää? Esimerkiksi twiittaukseen on suhtauduttu ristiriitaisesti: Pamela Podgerin (2009) mukaan toimittajien, erityisesti nuorten ja vanhempien toimittajien, välillä on erilaisia näkemyksiä siitä, miten tietoa levitetään ja milloin on sopivaa twiitata.

Sosiaalisen median vaikutus näkyy monella tasolla. Ns. kommenttijournalismi lisääntyy ja verkkokeskustelut työntyvät uutisaiheiksi. Samaan aikaan uutisia välitetään monenlaisilla sosiaalisen median foorumeilla, monin tavoin, eikä valtamedia välttämättä nouse tiedonvälityksen kiinnostavimmaksi tai seura-tuimmaksi paikaksi. Kaikki tämä haastaa valtamedian käytäntöjä ja paikkaa tiedonvälityksessä. Ei siis ihme, että sosiaalisen median suosio on saanut media-yhtiöt entistä vahvemmin määrittämään sitä, mikä on ammatillisesti tuotettua

uutisjournalismia ja missä tämän rajat kulkevat. Sosiaalisen median säännöt toimittajille on yksi tällainen rajojen tuottamisen muoto. Myös se, millä tavalla yleisö otetaan mukaan journalistiseen prosessiin, kertoo professionalismmin rajoista: yleisöltä odotetaan ennen kaikkea reaktiota olemassa oleviin juttuihin ja erilaisia lisukkeita kuten kommentteja ja videoita. Journalistisen prosessin rakennetta ei kuitenkaan olla merkittävästi muuttamassa: yleisö on mukana seuraamassa ja täydentämässä sitä, mitä ammattijournalistit tuottavat.

4.3. Huoli nuoresta yleisöstä

Huoli nuoresta yleisöstä oli läsnä kaikissa tutkimukseen osallistuneissa toimituksissa ja kytkeytyi yhteen internetin kasvavan suosion kanssa. Sanomalehdissä kannettiin erityistä huolta nuorten muuttuvista lukutottumuksista ja haluttomuudesta lukea päivän uutisia paperilehdestä. Myös television puolella etsittiin keinoja puhutella erityisesti nuorta yleisöä.

Meillä on ainainen ongelma, että miten me tavoitetaan tällaiset nuoret aikuiset, että meillä on jotenkin vankka semmonen katsojakunta nimenomaan siellä vanhemmassa päässä. [...] Toki meillä pohditaan nimenomaan sitä että tämmöset kolmekymppiset, neli-, kolme-, neli-, tai parikymppiset, nelikymppiset, siltä väliltä, että miten ne sais kanaville. Kun meillä välillä on uutislähetysksiä, jossa on pelkästään tämmöstä taloutta ja politiikkaa ja työmarkkinoita ja työtaistelua, niin se voi olla tosi raskasta. Kun kattoo jotain ahtaajalakkoa ja sitten tulee työttömyyttä, ja sitten on jotakin vanhuksia jossakin vanhainhollossa. Kaikki on niinkun kauheen raskasta. Niin siihen ehkä, että jokaisessa lähetyksessä pitäis kuitenkin olla joku semmonen edes sellanen kevyempi aihe tai jotenkin elämänläheisempi aihe, jossa käsiteltäis jotenkin, mentäis lähelle ihmistä ja oltais siinä ihmisten arjessa mukana [...] että siellä ei todellakaan kaikissa niissä uutisissa ei olis miehiä ja neljä-, viiskymppisiä, kuuskymppisiä miehiä.

NAINEN, TOIMITTAJA, URAN KESKIVAIHE

Ratkaisuina nähtiin paitsi erityiset nuorten aiheet, myös uutisten keveys, galupit ja uutisgenren laventaminen. Yleisradion toimintalinjauksessa vuosille 2012–2014 nuorten tavoittaminen asetettiin jopa keskeiseksi haasteeksi⁶. Myös sellaisia keinoja kuten nuorisoraatia käytettiin selvittämään nuorten näkemyksiä

6 Yleisradion tiedote 16.3.2011. Saatavana verkossa http://avoinyyle.fi/www/fi/?we_objectID=339.

ja kiinnostuksen kohteita. Keskeisenä keinona toimittajat mainitsivat kuitenkin internetin: sen oletettiin ilman muuta tavoittavan nuoret ja tässä nähtiin yksi online-tuotannon keskeinen arvo (vrt. Heinonen 2008). Hyvin samantapaisia huomioita on tehnyt Peter Lee-Wright (2010) BBC:n pyrkimyksistä houkutella nuorta yleisöä BBC:n brändin äärelle. Nuoria tavoitellaan jakamalla sisältöä niissä palveluissa, joita nuoret suosivat kuten kännyköissä ja erilaisissa verkkopalveluissa YouTubesta Beboon. Tämä ilmentää alakulttuurisen pääoman uudenlaista merkitystä journalismin kentällä. Nuoret nähdään yleisöryhmänä, joka etäänny perinteisen median ääreltä ja suosii median käytössään internetiä ja sosiaalisen median eri muotoja. Facebookin, YouTuben ja Flickrin kaltaiset palvelut toimivat erilaisella logiikalla kuin perinteinen media. Näiden käytössä sosiaalisilla suhteilla ja alakulttuurisella pääomalla on suuri merkitys. Pystyäkseen houkuttelemaan nuorta yleisöä perinteisen median on ymmärrettävä näitä erilaisia mediamuotoja ja näin ollen myös tunnistettava, kuinka alakulttuurinen pääoma rakentuu ja vaikuttaa osallistuvan kulttuurin alueella.

Toimitukset etsivät siis keinoja houkutella nuorta yleisöä ja muokkaavat toimintaa sen mukaan. Jo vakiintuneen, vanhemman yleisön oletetaan pysyvän tyytyväisenä sisällön painopisteiden muutoksista huolimatta. Osa toimittajista pohti, menettääkö väline keskeisimmän yleisönsä, jos se pyrkii miellyttämään yhtä, vaikeasti tavoiteltavaa ryhmää (vrt. Niemeläinen 2009). Osa toimittajista oli myös sitä mieltä, etteivät nuoret aiemminkaan ole uutisten äärellä viihtyneet – eikä tämä aikakausi välttämättä ole tässä suhteessa erilainen. Toimittajien huolen aiheina olivat myös yleisemmin yhteiskunnassa kasvava sosiaalinen eriarvoisuus, ja tähän liittyvä lukutaidon ja lukemiskulttuurin heikentyminen.

Yleisön houkutteleminen on osa konvergenssikehitystä, jossa eri julkaisualustoja käytetään saman sisällön levittämiseksi ja samalla erilaisia yleisöjä yritetään puhutella hieman eri tavoin mediayhtiön tietyn sisällön äärelle. Konvergenssikehityksen liittyy pyrkimys puhutella yhtä aikaa erilaisia yleisöjä. Näin mediayhtiöt voivat kehittää esimerkiksi internet-sivuilleen erilaisia palveluja ja viihdettä, jonka kautta tietty, vaikeasti tavoitettu yleisö saadaan julkaisun piiriin, vaikka se ei ensisijaisesti uutisisältöä kuluttaisikaan. Ajatuksena on, kuten BBC:n tapaus edellä kuvasi, saada myös nuoret sitoutettua brändin piiriin ja pikkuhiljaa myös uutisisällön kuluttajiksi.

Mediayhtiöiden strategiat ja puhe uutistoimituksissa ilmentävät siirtymää tuotantoon, jossa yleisö on keskiössä. Toisin sanoen uutistuotanto on siirtynyt vallan vahtikoirana olemisesta yleisön palvelijaksi: entistä enemmän pohditaan sitä, mitä lukijat ja yleisö haluavat; millaiset uutisjutut palvelevat juuri heitä. Välttämättä tämä ei ole ristiriidassa vallan vahtikoira -näkökulman kanssa, mutta lähtökohtana on nyt yleisö. Tätä kautta mietitään myös kokonaisuuksia. Uutisten

tulee kattaa koko arjen kirjo. Uutiset ovatkin enenevässä määrin osa brändiä, joka tarjoaa viihdettä, ajanvietettä ja erilaisia palveluja.

Mediatilat käyttävät erilaisia strategioita houkutellakseen yleisöä. Yksi pyrkii kuuntelemaan lukijoiden kommentteja ja vinkkejä päästäkseen lähelle sitä, mistä lukijat ovat kiinnostuneita. Toinen tuo lehtien sivuille enemmän tavallisten ihmisten näkökulmia esimerkiksi katu-gallupein.

Mun mielestä just tämä toimituksen ihmiskeskeinen tai -lähtöinen lähestymistapa, ja katu-gallupit ja tällaiset niin sanotut kevyemmät jutut on lisääntyneet, niin mun mielestä se on sitä (pyrkimystä tavoittaa lisää lukijoita).

MIES, TOIMITTAJA, URAN LOPPUVAIHE

Yleisön palvelun nousu merkittäväksi ammatilliseksi arvoksi toimittajien keskuudessa kuului suomalaistoimittajien puheessa:

Lukijoillehan sitä lehtee tehdään. Että pakkohan sitä on vuorovaikutuksessa olla ja meillä on kampanjoita, että mennään jokaiseen maakuntaan tekemään ihan, juttuja siitä maakunnasta. Ja se on tämän vuoden projekti, että joka maakunnasta tehdän yksi aukeamallinen tai sivullinen juttu, aina maanantain lehteen ja, kyllä toki kuunnellaan sitä lukijaakin, että jos se haluaa, että se sudoku on oltava siinä lehdssä niin ei sitä silloin jätetä siitä pois [nauraen]. Lukijat on nyt jo oppinu siihen, että uskaltaa soittaa tänne ja laittaa sitä viestiä, että enempi vielä pitäis saada sitä. [...] Ei sitä, semmosta vuorovaikutusta oo liikaa missään nimessä.

NAINEN, ESIMIES, URAN KESKIVAIHE

Muutokset journalistisessa kulttuurissa näyttäytyvät osana laajempaa yhteiskunnallista muutosta: kuluttajien, kansalaisten, lukijoiden ja yleisöjen entistä voimakkaampaa osallistamista, joka tunnustetaan myös muualla yritysmaailmassa.

Mä liittäisin sen siihen sellaseen, josta puhutaan tuolla yrityksissäki näköjään siis tämmöisestä kuluttajalähtöisyydestä. Kuluttajan valta on nousu hirveesti ja kuluttaja on todella ratkaisevassa asemassa ja hirveen aktiivinen. Elikkä ihmisistä on ne nyt sitten kuntalaisia tai kuluttajia tai lukijoita tai mitä tahansa mutta se kohderyhmä, niin se on niinkun aktivoitunut hyvin paljo. Ei tietysti kaikki, mutta siellä on se aktiivisten joukko jotenki kasvanu aivan, melkeen räjähdysmäisesti voi sanoa.

Ja se näkyy, että ihmiset haluaa ottaa kantaa, ja sitten siihen annetaan mahdollisuutta. Nää toimijat, on se sitten kunta tai yritys tai mikä tahansa tämän organisaatio, niin ne joutuu ottamaan sen huomioon ihan eri tavalla. Että se kuluttajan valta on kasvanu aika lailla, ja samaan aikaan kun on tullu nää sähköiset mediat ja tää reaaliaikainen nopea tiedonvälitys ja tällöinen huhutalous, mitä pitää yllä sitten nää sosiaalisen median välineet herkästi.

KUNTA-ALAN TIEDOTTAJA

Myös yleisön kyky analysoida ja tulkita mediaa näyttää parantuneen.

Sanotaan että ihmisten koulutustaso on kuitenkin Suomessa tänä päivänä jo niin korkea, että on mahdollisuus ottaa osaa monen näköiseen keskusteluun ja intoo ja itsetuntoo ottaa osaa.

KUNTA-ALAN TIEDOTTAJA

Yleisön ja lukijan nousu toiminnan lähtökohdaksi on siis tunnistettavissa halki mediakentän ja myös sen ulkopuolella ns. asiakaskeskeisen lähestymistavan vahvistumisena. Paradoksaalisesti yleisön asettaminen toiminnan lähtökohdaksi ei kuitenkaan tuota kansalaisjournalistista sisältöä uutisiin tai lisää uutismedian osallistavaa ulottuvuutta.

Yleisöt ovat kiistatta tulleet entistä kriittisimmiksi ja vaativimmiksi median kuluttajiksi, mutta tämä ei tarkoita sitä, että kaikki olisivat halukkaita jatkuvasti osallistumaan ja tuottamaan itse uutisia vaan työnjako toimittajien ja yleisön välillä uutismediassa näyttää pysyvän kutakuinkin ennallaan. Muutoksia on toki havaittavissa yleisöjen uutisten kulutuskäytännöissä, mutta uutismedia ei ole voimakkaasti osallistamassa yleisöjä.

4.4. Yhteenveto

Tässä luvussa käsiteltiin verkkojournalismia ja osallistavan journalismin ulottuvuuksia.

Verkkojournalismi miellettiin toimituksissa usein kevyeksi ja nopeaksi uutistuotannoksi kun taas perinteisen median, erityisesti sanomalehtien tehtävänä nähtiin taustoittaminen ja uutisiin liittyvät pitempien prosessien kuvaus. Verkkojournalismin osallistavaa ulottuvuutta oli hyödynnetty toimituksissa varsin vähän eivätkä toimittajat juuri puhuneet verkkojournalismin yhteydessä lisääntyvistä vuorovaikutuksen mahdollisuuksista yleisön kanssa. Parhaimmillaan verkkojournalismi nähtiin silloin, kun se yltää lähes samaan kuin sanomalehti

tai tv-uutiset. Tällä viitattiin pidentyviin taustoittaviin juttuihin, monipuoliseen grafiikkaan ja sujuvaan audiovisuaaliseen aineistoon.

Verkko tarjoaa kasvavia mahdollisuuksia osallistavaan journalismiin kuten joukkoistamista, blogien hyödyntämistä tai ihmisten itse tuottamaa paikallisuutisointia. Näitä ei kuitenkaan juuri käytetty. Osallistuvan journalismin osuus näyttää varsin vaatimattomalta, mikä ilmentää toimittajien pyrkimystä pitää kiinni selkeästä rajasta yleisön ja uutismedian välillä. Esimerkiksi oman lehden verkkokeskusteluihin suhtauduttiin ristiriitaisesti. Ne näyttäytyivät monille jonkinlaisena välttämättömänä pahana, joilla ei ole juuri annattavaa uusien lähteiden tai uutisideoiden kannalta. Sen sijaan Facebook koettiin hyödyllisenä työvälineenä nimenomaan verkottumisessa.

Kansalaisjournalismin näkymättömyys toimituksissa ja toimittajien puheessa, kertoo jonkinlaisesta siirtymästä kansalaisuuden, yhteiskunnan ja journalismin suhteissa. Internetin ja sosiaalisen median lukuisat uudet keskusteluareenat ja nettiyhteisöt ovat tuottaneet moninaisia, rinnakkaisia ja keskenään linkittyviä osajulkisuuksia. Sirpaloituneen julkisuuden keskellä professionalismin rajan vaaliminen näyttää entistä tärkeämmältä.

Verkon kasvava suosio kytkeytyi huoleen nuoresta yleisöstä, jonka nähtiin liukuvan lehtien ja tv-uutisten ääreltä internetin keskustelupalstoille ja sosiaaliseen mediaan. Keskeisenä keinona nuorten houkutteluun takaisin nähtiin juuri internet. Uutisten julkaiseminen verkossa ei kuitenkaan uskottu pelkästään riittävän. Nuoria olisi puhuteltava myös heidän omalla kielellään eli tarjottava kevyempiä juttuja nuorten näkökulmasta, mutta myös omaksuttava uusia sosiaalisen median muotoja uutistuotannossa.

Vaikka toimittajien puheessa sosiaalinen media nähdään pienessä roolissa, ja usein jopa epärelevanttina journalismin näkökulmasta, sosiaalinen media vaikuttaa julkiseen keskusteluun, puheenaiheiden syntyyn ja poliittiseen liikehdintään. Uusien keskustelupaikkojen ja julkisuuden muotojen hahmottaminen on yhteydessä alakulttuuriseen pääomaan ja sen tunnistamiseen: sosiaalinen media muotoutuu erilaisten epävirallisten verkostojen ja merkitysjärjestelmien kautta, joita eivät välttämättä määritä perinteiset politiikan ja talouden järjestelmät.

Yleisöllä ja yleisön tavoittelulla on merkittävä vaikkakin varsin abstrakti (Ang 1991) rooli uutistuotannossa, mikä ilmentää laajempaakin siirtymää kuluttaja- tai asiakaslähtöiseen kulttuuriin.

5. Lähteillä

Tässä luvussa tarkastellaan toimittajien näkemyksiä lähdekritiikistä sekä tiedottajien näkemyksiä toimittajan työn muutoksista. Toimittajan työhön pyritään vaikuttamaan monin tavoin. Toimittajiin ovat yhteydessä erilaiset lobbausryhmät, poliittiset järjestöt ja elinkeinoelämän edustajat, jotka yrittävät tuoda oman näkökulmansa esiin uutisissa. Millä tavalla toimittajat käsittelevät näitä vaikutusyrkimyksiä, ja onko lama vaikuttanut toimittajien lähdekritiikkiin? Miltä toimittajan ammattitaito näyttää tiedottajien näkökulmasta?

Aivan aluksi tarkastellaan lyhyesti sitä, millaisia muutoksia lehtien sivuilla on taantumana aikana hahmotettavissa ja millaisia painopisteen muutoksia lehtien sivuilta on luettavissa.

5.1. Keskittyvä, versioitu uutisointi

Tätä tutkimusta varten kävimme läpi *Helsingin Sanomien*, *Savon Sanomien* ja *Kalevan* kotimaan uutissivut kahdelta viikolta (1.-16.11.) marraskuussa 2008, 2009 ja 2010. Tarkastelimme, millaisia muutoksia ja suuntauksia uutissivuilta on hahmotettavissa.

Uutissivujen ja yksittäisten uutisten määrät pysyivät ennallaan taantumasta huolimatta, mutta uutisoinnin painopiste näyttää muuttuneen. Uutiset ovat tiivistyneet lehtien ydinalueille. Esimerkiksi *Kalevassa* Pohjois-Suomen uutissivut poistuivat kokonaan ja uutisointi on tiivistynyt Oulu ja ympäristö – sivuston alle. Muutos liittyy siihen, että taantumana aikana aluetoimituksia karsittiin ja uutisointia on muutenkin keskitetty suuriin keskuksiin. Vaikuttaa siltä, ettei levikkiuutisilla nähdä enää yhtä suurta merkitystä kuin aiemmin vaan lehdet seuraavat muuttoliikkeen antamia signaaleja kasvavista keskuksista ja pyrkivät tavoittamaan ydinalueen mahdollisimman kattavasti.

Omien toimittajien nimissä tehtyjen juttujen määrä pysyi ennallaan lamasta huolimatta, mikä tarkoittaa sitä, että toimituksissa tehdään sama määrä juttuja

kuin ennen, nyt vaan pienemmällä joukolla. Puhtaan uutistoimistoaineiston, lähinnä siis *STT*:n nimissä julkaistujen uutisten osuus lehtien uutissivuilla pysyi myös kutakuinkin ennallaan.

Liitteiden ja erikoissivujen määrä väheni tarkastelujaksolla, mutta erilaista kevyempää aineistoa tuotiin uutissivuille. Kuvankäyttö lisääntyi, ja esimerkiksi avaussivuilla kuvat nousivat entistä selkeämpään asemaan. Lisääntyneen kuvankäytön ohella taittoa rytmittivät erilaiset sitaatit, vinjetit, gallupit ja linkit.

Verkkoaineistoa käytettiin nimenomaan keventämään taittoa ja tuottamaan lisää ulottuvuuksia sivulle. Verkkoaineiston osuus näyttikin hieman kasvaneen sekä *Kalevassa*, *Savon Sanomissa* että *Helsingin Sanomissa*: verkkoon viitattiin entistä useamman jutun yhteydessä ja esimerkiksi verkkolehden osoite oli entistä suuremmalla fontilla esillä etusivulla tai etusivun kulmassa.

Se, millä tavalla verkkolehti näkyy sanomalehtien printtilehdessä, kertoo paljon näiden kahden median suhteesta. Verkkoaineiston merkitys on hyvin rajattu ja ylhäältäpäin johdetun oloinen. Verkkoaineisto täydentää, mutta ei tuota uusia avauksia printtimediaan. Verkossa tarjotaan tyypillisesti lisätietoja ja erilaisia testejä. Esimerkiksi marraskuun alun verotietojen uutisoinnin yhteydessä kaikilla lehdistä oli tarkemmat ja alueelliset verotiedot netissä: ”Verkkokone kertoo hyvätuloisten ansiot 10 vuoden aikana” (HS 3.11.2009). Lukijoille esitetään myös täsmällisiä ”Päivän kysymyksiä”. Lisäksi tarjoillaan videoita ”katso video” -vinkeillä. Esimerkiksi 1.11. *Savon Sanomissa* uutisoitiin varhaisesta lumentulosta: Talvi tuli ainakin hetkeksi. Lukijoita kehoitetaan ”katsomaan kuvasarja netistä”. Näin ollen lukijan roolina on täydentää ja reagoida printtilehden aineistoon.

Mutta millaisiin aiheisiin lukijoiden oletetaan ottavan kantaa? Varsin usein kyse on moraalisisista kysymyksistä tai lähialueen asioista esimerkkinä nuorten päihteiden käyttö, transsukupuolisuus, Linkolan opit, uudet liikekeskukset tai puunkaadot. Vaikka siis verkkoaineisto näkyy entistä enemmän printtimedian sivuilla erilaisin vinkein ja kehoituksin, uutisen rakennetta tai uutistyylin prosessia se ei ole muuttanut. Lukijoiden rooli on täydentävä (Heinonen 2008). Lukijoilta ei odoteta omia avauksia uutistuotannossa vaan nimenomaan kommentointia ja reaktioita, joita sitten uutisoidaan ”kansan” (HS 11.11.2009) tai ”ja tunteiden kuumenemisena” (SS 13.11.2008).

Verkkoaineistolla näyttäisi olevan uutista kierrättävä rooli. Verkossa uutinen jatkuu reaktiokeskusteluina tai videoina, joita jälleen nostetaan seuraavan päivän paperilehteen.

Tämän kartoituksen perusteella voi hyvin todeta, että päällisin puolin muutos näkyy yllättävän vähän siihen nähden, kuinka uudistukset on koettu toimitusten sisällä: uutissivuja on sama määrä kuin ennen taantumaa ja toimituksen

omissa nimissä olevia uutisia on yhtä paljon kuin ennenkin. Tämä vahvistaa käsitystä siitä, että uudistukset ovat olleet lopulta pienimuotoisia journalistisessa rakenteessa, mutta merkittäviä yksittäisen toimittajan arjessa ja päivittäistyön kokemuksessa.

Ututissisällön tietynlaisen muuttumattomuuden voi nähdä yhtäältä onnistumisenä, sillä suurista mullistuksista huolimatta uutissisältö on onnistuttu pitämään entisen kaltaisena. Toisaalta muuttumattomuuden voi nähdä myös ongelmana: toimitusorganisaatioiden uudistuksista huolimatta mikään ei näytä muuttuneen. Kun toimituksissa on tehty lujasti töitä sen eteen, että saataisiin houkutelua uusia lukijoita ja kilpailukyky kasvaisi, on hämmentävää, ettei tämä työ välity sisältöihin.

Lehtien sivuilla rutiinit näyttävät hallitsevan ja journalistinen vuosikierto tekee tehtävänsä: erilaiset tapahtumat kuten verotietojen julkistaminen ottavat paikkansa lehtien sivuilla vuodesta toiseen.

Keskenään vertailtuna lehtien uutisaineisto oli kuitenkin suhteellisen heterogeenista. Tähän vaikutti erityisesti paikallisnäkökulma: maakuntalehtien ykkösuutiset kytkeytyivät usein oman alueen tapahtumiin ja aiheet nousivat paikallistason tapahtumista, elinkeinoelämästä tai politiikasta. Vaikka siis esimerkiksi valtakunnalliset verotiedot uutisoitiin jokaisessa lehdessä samaan aikaan näyttävästi, näkökulma ei ollut täysin sama. Sen sijaan esimerkiksi Reddenin & Witschgen (2010) toteuttama tutkimus Britannian verkkolehdistä osoittaa uutissisältöjen samankaltaistuvan siten, että jopa uutisten näkökulma on samanlainen useiden verkkolehden välillä. Varsinkin uutistoimistojen aineistoihin nojaavat jutut ovat sisällöltään samankaltaisia.

Lyhyt kartoitus ei kerro kuitenkaan sitä, millä tavalla muutos on vaikuttanut yksittäisten uutisten sisältöön ja *laatuun*. Tämä vaatisi tarkemman ja laajamittaisemman analyysin uutisten sisällöistä. Tämän tutkimuksen haastatteluaineisto antaa kuitenkin viitteitä siitä, että toimituksissa kiire on kasvanut. Toimittajilla ei ole oman kokemuksen mukaan tarpeeksi aikaa perehtyä uutisaiheisiin, miettiä vaihtoehtoisia näkökulmia tai ideoida omia aiheita. Monitekemisen myötä samasta uutisesta tehdään useita versioita sen sijaan että aikaa käytettäisiin yksittäisen uutisen perusteelliseen työstämiseen. Nämä tekijät ovat omiaan ohentamaan uutissisältöjä. Edellisen laman sisällöllisiä vaikutuksia selvittäneissä tutkielmissa todetaan, että kovien uutisten määrä kasvoi, mutta taustoittavien ja feature-juttujen määrä väheni laman aikana. Toimittajille jäi vähemmän aikaa tiedonhankintaan ja lähderiippuvuus kasvoi lähdekritiikin kustannuksella (Torvinen 1994; Löfman 1994).

Britanniassa tehdyn tutkimuksen mukaan journalismin murros on vaikuttanut erityisesti lähteiden käyttöön. Fentonin ja kumppaneiden tutkimus (2010b) kertoo kaupallisten paineiden vaikutuksesta: journalismi on entistä kevyempää, sensaatiohakisempaa ja viittaa entistä useammin vain muihin medioihin uutislähteinä. Justin Lewisin ja kumppaneiden (2008) tutkimuksen mukaan 41 prosenttia lehtiartikkeleista sisältää sellaista PR-materiaalia, joka määrittää jutun näkökulmaa tai muodostaa sen ytimen. Jos lukuun lisätään sellaiset jutut, joissa PR-aineisto on todennäköisesti vaikuttanut jutun lähtökohtiin, mutta tätä ei täysin pystytä verifioimaan lukema nousee 54 prosenttiin (Lewis ym. 2008, 20). PR-materiaalin käyttö lähteenä ei sinänsä ole ongelmallista. Erilaiset tiedotteet ja tiedotustilaisuudet ovat journalismin perusmateriaalia: oleellista on se, kuinka näitä aineistoja käytetään ja onko toimittajilla aikaa tai ammattitaitoa kriittisesti arvioida lähteitään.

Suomalaismediassakin tiedottajien tuottama materiaali muodostaa ison osan päivän uutisaineistoa. Lähteiden käytön osalta laajempi tutkimus on valmisteilla (Juntunen 2010), joka pystyy paremmin valottamaan tätä kuvaa Suomen mediakentässä tarkemmin.

Muutoksia on tapahtunut myös tiedonhankinnassa. Aeron Davisin (2010) tutkimus on osoittanut, että toimittajat liikkuvat, eli lähtevät työpöytänsä äärestä tapaamaan haastateltavia tai seuraamaan muita uutislähteitä, entistä harvemmin. Tämä muutos näkyy myös suomalaistoimituksissa, joissa verkko tarjoaa niin paljon tietoa, ettei työpisteen ääreltä aina tarvitse poistua. Tässä tutkimuksessa haastateltujen tiedottajien mukaan toimittajat osallistuvat tiedotustilaisuuksiin entistä harvemmin, koska tieto on saatavilla suoraan internetistä ja tiedottajien arveluiden mukaan entistä kovempi kiire toimitustyössä karsii osallistumista. Myös toimittajat itse totesivat, että verkko on tärkeä tietolähde, jonka kautta miltei juttu kuin juttu käynnistetään.

Toimittajat ei oikeen, lähde enää niihin että keritään huonosti, että ja varsinki jotenkin on havaittu, että tämmöset niin sanotut pehmeet aiheet niin ei sitte oikeen kiinnosta.

KUNTA-ALAN TIEDOTTAJA

Kuneliuksen ja kumppaneiden tutkimus toimittajien ja päättäjien vuorovaikutuksesta osoitti niin ikään, etteivät päätöksentekijät usko tiedotustilaisuuksien tehokkuuteen vaan panostavat enemmän henkilökohtaisiin kontakteihin ja epämuodolliseen viestintään (Kunelius ym. 2009, 311). Näin tiedotustilaisuuksien painoarvo näyttäisi olevan heikentymässä ja tiedottaminen rakentuu entistä enemmän kahdenvälisiin, henkilökohtaisiin suhteisiin.

5.2. Kiire nakertaa lähdekritiikkiä

Lähdekriittisyys oli yksi seikka, josta toimittajat puhuivat avoimesti ja tietyllä varmuudella. Vaikka mediakenttä on sirpaloitumassa ja kiire hallitsee toimittajan arkea, journalismin tasosta pyrittiin pitämään kiinni. Toimittajat pohtivat hyvin avoimesti sitä, missä määrin esimerkiksi erilaiset lobbausryhmät ja etujärjestöt pyrkivät heidän työhönsä vaikuttamaan. Monet totesivat, että yhteydenottoja tulee jatkuvasti ja tietyn erityisalan toimittajilla, esimerkiksi ympäristötoimittajilla tai asumisliitteen toimittajilla nähtiin olevan valtaa oman alueensa sisällä. Tilanteita, joissa toimittajiin yritettiin vaikuttaa, ei kuitenkaan koettu hankalina vaan niitä kuvattiin jokapäiväisiksi ja sellaisiksi, joista selviää toimittajan ammattitaidolla.

Hyvin usein huomaa, että yritetään saada se oma näkökanta esille [...] ihan tämmöstä kohdennettua täsmätiedotusta haetaan lehden kautta. Toimittajan työssä nyt kannattaa vaan muistaa se, että näkökulmia on enemmän kun se yksi ja kun sen pitää mielessä, niin kyllähän se sitten sujuu, se uutisointi. Mut että selvästi huomaa, että silloin tällöin yritetään hakea yksipuolinen juttu ja eihän sitä nyt tarvi sieltä suunnalta kysyä tällä kertaa mitään, eihän?

MIES, TOIMITTAJA, URAN KESKIVAIHE

Tässä nousee esiin se, kuinka toimituksiin yritetään vaikuttaa nimenomaan näkökulman tasolla. Tällöin pyritään saamaan läpi jokin tietty poliittinen tai yhteiskunnallinen näkemys, jota uutislähde pitää tärkeänä. Toimittajiin pyritään vaikuttamaan myös hankkimalla näkyvyyttä uutisjutun kautta.

Kun on noista liitteistä kysymys, niin kyllähän se taas, kun on tätä rakentamispuolta, niin kyllähän ne yrittäjät on tietyllä lailla myös erityisasiantuntijoita, että mä kernaasti otan, että anna tiedot ja sitten arvioin, että onks tää jotakin semmosta uutta, joka on kiinnostavaa ja olennaista. Ja sitten voin taas kysyä, just rakennuspuolelta, että mä sitte kysyn omilta tutuiltani tai muilta sitten mielipidettä tai että onko tässä jotakin erityistä uutta ja sillä lailla. Mutta nimenomaan liitteitten tekemisessä joutuu koko ajan, on siinä, just siinä rajapinnassa, vetämässä sitä rajaa sen puffauksen ja journalististen periaatteitten kanssa.

NAINEN, TOIMITTAJA, URAN KESKIVAIHE

Yllä oleva sitaatti kuvaa sitä, kuinka elinkeinoelämän edustajat pyrkivät saamaan oman yrityksensä esille uutisiin esimerkiksi kauppaa elvyttämään.

Suomalaistoimittajat vaikuttivat varsin varmoilta ammattitaidostaan ja kyvystään toimia objektiivisesti uutistilanteissa. Vastaava tulos nousi esiin myös toimitusten esimiehiä koskevassa tutkimuksessa (Karppinen ym. 2009).

Samaan aikaan kun toimittajat puhuvat lähdekriitikistä, he myös raportoivat kasvavasta kiireestä, jonka seurauksena ollaan entistä riippuvaisempia tiedotteista: omia näkökulmia ei ole aikaa miettiä. Tätä toimittajat pitivät myös laadun pahimpana uhkana.

Mä kyllä ehkä näen suurempana uhkana sen, että resurssit pienenee ja sen ajanpuutteen, että sitten tulee niin nopeeta, että ei vaan kerta kaikkiaan ole aikaa ja sitten sisällöstä tulee niin huonoa, ettei enää nekään jotka nyt tällä hetkellä on siitä kiinnostunu, ei oo siitä enää kiinnostuneita. Ehkä jossain määrin, ehkä jossain määrin voin ehkä olla pikkusen huolissani myös populismista mut, en mä nyt tiää, en mä nyt sitä oo kokenu niin kauheena et must on ihan hyväkin kehitys se että jos me vähän mietitään enemmän sitä että mitkä jutut ihmisiä oikeesti kiinnostaa, eikä vaan kirjoiteta niin kun välillä tuntuu et me kirjoitetaan vaan, poliitikoille ja virkamiehille niin.

NAINEN, TOIMITTAJA, URAN ALKUVAIHE

Tässä nimenomaan kiire näyttää vaikeuttavan mahdollisuuksia toteuttaa journalistisia tavoitteita: miettiä kriittisesti tarjottujen tiedotteiden näkökulmia ja ideoida omia aiheita. Yllä oleva sitaatti kertoo myös paineita tuottaa uutisia entistä enemmän yleisöä ajatellen.

Myös talon sisältä tuleva vaikuttaminen toimittajan työhön näyttää kasvaneen: toimittajan autonomia on kaventunut ja esimiehet määrittelevät entistä useammin uutisjuttujen näkökulmia (ks. luku 3). Joissakin tapauksissa toimittajat kertoivat saaneensa suoraa ohjausta siitä, miten jokin elinkeinoelämää tai alue-suunnittelua koskeva uutinen on pitänyt kirjoittaa: Näissä tapauksissa ohjeet ovat tulleet päätoimittajatasolta ja ne ovat koskeneet maakunnan elinkeinoelämää. Vaikka toimittajille nämä tilanteet ovat ristiriitaisia, he toisaalta ymmärtävät tilanteen nimenomaan maakuntalehden kontekstissa: maakuntalehden yhtenä tehtävänä on ajaa maakunnan etua, minkä useimmat haastatellut toimittajat ymmärsivät. Yhtä lailla *Helsingin Sanomat* osallistuu vahvasti pääkaupunkiseudun kehittämiseen järjestämällä tilaisuuksia ja esittelemällä erilaisia vaihtoehtoja esimerkiksi puistoalueiden tai rakennushankkeiden toteuttamiseksi. Lehtien erityinen rooli alueen puolestapuhujana voi olla toimittajien näkökulmasta ongelmallista silloin, kun etujen ajaminen merkitsee tiettyjen toimijoiden räikeää tukemista ilman vaihtoehtoja tai monipuolisia näkökulmia siihen, mitä maakunnan etu kulloinkin voisi olla.

Media ei ole suinkaan etääntymässä tästä roolistaan vaan näyttää siltä, että mediatalot, konvergenssikehityksen mukaan laajentavat toimialaansa siten, että julkisuudessa esiinnyttäen monilla areenoilla ja monessa roolissa. Mediatalot ovat yhä vahvemmin brändejä, joiden julkisuuskuva luodaan monella tasolla. Seminaarit, konsertit, näyttelyt, hyväntekeväisyystapahtumat ja keskustelutilaisuudet ovat osa brändin rakentamista. Tapahtumien kautta luodaan vuorovaikutteista yhteyttä yleisöön ja tällaiset tapahtumat on nähty myös kansalaisjournalismin muotona (Ahva 2010, 170).

Vaikka toimittajat tunnistivat tiettyjä ongelmia uutistuotannossa, he eivät uskoneet, että kiire ja muutokset toimituksen sisällä olisivat heikentäneet juuri heidän omaa ammattitaitoaan. Toisin sanoen uhkakuvat liittyivät journalismiin yleensä, mutta oma ammattitaito pysyi korkealla tasolla. Ammattitaidon kyseenalaistaminen on tietenkin arka asia, eikä omaa työtä ole aina helppo kriittisesti tarkastella. Lähdekriittisyys on yksi toimittajan työn kulmakivi, minkä kyseenalaistaminen murentaisi helposti koko ammattitaidon. Lähdekriittisyys on myös journalistien kulttuurisen pääoman ydintä. Puhe lähdekriittisyydestä korostaa ammatillista osaamista ja autonomiaa suhteessa juuri talouden ja politiikan vaikuttajiin. Vahvistamalla kulttuurista pääomaa toimittajat myös vahvistavat autonomian tunnetta, jota talouden realiteetit näyttävät uudistusten pyörteissä monin tavoin nakertavan.

Tilannetta voidaan valottaa hiukan toisesta näkökulmasta: kysimme tiedottajilta, millä tavalla toimittajan työ näyttää muuttuneen heidän näkökulmastaan. Koska tiedottajat ovat usein yhteydessä toimittajiin, he voivat myös tarkastella toimittajan työtä ikään kuin ulkopuolelta.

5.2.1. Tiedottajat: asiantuntemus hiipuu

Tiedottajat tunnistivat kiireen kasvaneen, mutta toimittajan ammattitaidosta näkemykset olivat ristiriitaisia. Osa koki, että asiantuntijuus ja kriittinen ote ovat heikentyneet. Osa haastatelluista kuitenkin piti toimittajien tasoa pääosin hyvänä. Nämä tiedottajat työskentelivät aktiivisesti oman erikoisalaa seuraavien toimittajien kanssa. Sen sijaan ns. rivitoimittajien mutta myös taloustoimittajien asiantuntemusta pidettiin heikkona. Vastaava näkemys nousi esiin Kuneliuksen ja kumppaneiden (2009, 327–331) tutkimuksessa, jonka mukaan päättäjät arvostivat erikoistoimittajia, joilla on vahva oman alueen tuntemus, mutta myös valtaa vaikuttaa uutisoinnin painopisteisiin. Näiden toimittajien kanssa käytiin luottamuksellisia ja epävirallisia taustakeskusteluja. Sen sijaan rivitoimittajiin kohdistettiin runsaasti kritiikkiä (Kunelius ym. 2009). Ongelmana nähtiin se, etteivät toimittajat

kyseenalaista annettua tietoa tai etsi vaihtoehtoisia näkökulmia. Tämä nousi esiin niin talouselämän kuin ns. humanitaarisen järjestötyön yhteydessä:

Kun joku kirjottaa jotain, niin kaikki toimittajat seuraa sitä samaa juttua, että hirveen sellasta uutta näkökulmaa en oo kyllä oikein havainnu että toimittajat ja mä puhun nyt lähinnä tästä talous- ja yleislehdistöstä, niin ei kyllä hirveen hyvin tee niitä kotitöitensä, että ne kirjottaa tällasia että [meillä] on surkeat vanhat koneet kaikki Suomessa, mikä on tietysti totta että koneet on Suomessa mutta, siis mehän ollaan nyt sentään uusittu niitä 2000-luvulla aika suurilla, useammalla sadalla miljoonalla eurolla, että tavallaan ihan sellaset perusjututkin on jääny huomaamatta. Tai tiäkkö että se pari klikkausta netistä voisi käydä tarkistamassa. Että kyllä mun mielestä Suomessa toimittajat, ne menee, yks menee tänne niin ne menee kaikki sinne.

TEOLLISUUSALAN TIEDOTTAJA

Toimittajien nähtiin myös liian helposti ottavan vastaan viranomaistietoa sellaisenaan:

Ja miten sais toimittajat jotenkin kyseenalaistamaan enemmän.. siis suomalaiset toimittajat hirveen kiltisti esimes viranomaistiedotteet julkasee suurin piirtein sellasenaan, ne ei hae niihin hirveesti kritiikkiä tai ne ei kyseenalaista niitä käsitteitä. Jos viranomainen puhuu vaikka laittomista maahanmuuttajista, niin ei toimittaja kauheesti kyseenalaista että mitä se tarkoittaa ja ketä tässä tarkotetaan ja onks tää käsite yksiselitteinen. Että se on enemmänkin se, mihin mä koen, että meidän ois tärkeätä yrittää vaikuttaa siihen asialistaan, että mistä näkökulmista niit juttuja tehdään, ja ketä haastatellaan.

KANSALAI SJÄRJESTÖN TIEDOTTAJA

Asiantuntijuuden ja taustoittamisen puutetta voidaan selittää kiireen lisääntymisellä, mikä näyttäisi olevan yhteydessä siihen, että tutkivan journalismin osuuden koettiin vähentyneen:

Tuo tutkiva journalismi on muutenkin aiheena niin, niin ehkä vähemmän on ollu nyt semmosta, että aikasemmin mun mielestä niitä yhteydenottoja oli enemmän ja, tietopyyntöjä tai, saatettiin tulla jotain, kattomaan ja tekemään joku kriittinen ohjelma jostain, että nyt on ollu vähemmän.

TERVEYSALAN TIEDOTTAJA

Tutkivan journalismin heikentyminen liittyyne myös siihen, kuinka vaikeaa toimittajia on saada tuottamaan taustoittavaa, prosessinomaista tietoa verrattuna esimerkiksi yksinkertaisiin lukuihin ja numeraaliseen tietoon. Utismedian tapa suosia lyhyitä ja selkeitä lukuihin perustuvia uutisia ei sinänsä ole uutta. Haastatteluiden mukaan tämä tendenssi olisi kuitenkin voimistunut journalismin murroksen myötä. Tämä näkökulma saa tukea myös toimittajien keskuudessa tehdyissä haastatteluissa. Työaikataulujen kiristyminen tunnistettiin myös Kuneliuksen ja kumppaneiden (2009, 312) tutkimuksessa, jossa päätöksentekijät arvioivat, ettei toimittajilla ole aikaa perehtyä suuriin asiakokonaisuuksiin tai edes tarkistaa juttujen faktoja.

Utismediassa on ihan hirvee fiksaatio kaikkiin näihin määriin, siis turvapaikanhakijoiden määrät ja ns. laittomien maahantulijoiden määrät ja tämmöset, mistä saa helposti otsikkoon meneekö käyrä näin vai näin. Mutta sitten ne taustat että miks Suomeen tulee toisista EU-maista turvapaikanhakijoita, niin siellähän on ihan siis aivan järkyttävä tilanne tuolla Etelä-Euroopan maissa. Siis sehän on se syy minkä takia toisista EU-maista tulee tänne alaikäisiä yksin, mut siitä on ollu hirveen vaikee saada tiedotusvälineitä kiinnostumaan, että sitä ei jotenki sitä EU:n roolia ei nähdä sellasena.

KANSALAI SJÄRJESTÖN TIEDOTTAJA

Tiedottajien näkökulmasta toimittajat tarttuvat helposti sulateltavaan tietoon pikemminkin kuin pitkällisiin ja taustoitusta vaativiin prosesseihin. Tiedottajat myös epäilivät, etteivät toimittajien aika ja asiantuntemus näytä riittävän näiden prosessien kuvaamiseen. Toisaalta myös yleisön houkuttelun paine arveltiin syyksi siihen, ettei vaikeisiin aiheisiin ja taustoituksiin helposti ryhdytä. Tässä tulee esiin myös se, kuinka tiedottajat toivovat voivansa vaikuttaa toimittajien näkemyksiin erilaisen kontekstoivan tausta-aineiston ja keskustelujen kautta. Tiedottajien ja toimittajien välisiin suhteisiin vaikuttaa myös tietynlainen professionalismin nousu, jolloin ideologiset erimielisyydet jäävät taustalle ja asioita käsitellään puolin ja toisin kiihkottomasti, kummankin osapuolen hyötyä ajatellen. Tällainen professionalismin nousu on nähtävissä toimittajan ammattikuvan muutoksessa. Ammatillisissa arvoissa yhteiskunnan epäkohtien paljastaminen tai valtaapitävien vahtiminen eivät välttämättä asetu kärkipäähän vaan asiakaslähtöinen yleisön palvelu korostuu (Kunelius ym. 2009, 335).

5.3. Laadun kaipuu

Vaikka toimittajien haastattelut sisälsivät varsin ristiriitaisia näkemyksiä esimerkiksi toimituksissa toteutettujen uudistusten hyödyllisyydestä, yhdestä asiasta kaikki tuntuivat olevan samaa mieltä: journalismin tulevaisuus on laadussa. Ymmärrys siitä, mitä laatu lopulta on, saattoi tosin vaihdella, mutta yleensä laatu yhdistettiin asiantunteviin, perusteellisiin ja yhteiskunnallisesti merkittäviin juttuihin. Laatu miellettiin kykynä selittää ilmiöitä ja niiden yhteyksiä yhä monimutkaistuvassa, globalisoituvassa maailmassa. Myös ilmaisen tiedon tulvan keskellä luotettava uutinen nähtiin tärkeäksi laadun kriteeriksi ja uutismedian tulevaisuuden turvaksi.

Laadusta kiinnipitäminen nähtiin keskeisenä keinoa selvitä talouslamasta ja luoda omaa profiilia uskottavana uutismediana.

Journalistiperiaatteista ei oo tingitty tippaakaan, pikemminkin päin vastoin. Tämmönen aika vaan pakottaa ja rohkasee entistä enemmän pitämään tiukasti kiinni siitä, journalistisista periaatteista. Niin kun on ollu ja, eikä se siitä, ihan ei vielä kyllä miksikään muutu, koska ne uskottavuudet voi myydä vaan kerran, että sen voi menettää yhdessä yössä ja sen saavuttaminen sitten on tosi vaikeeta.

MIES, ESIMIES, URAN LOPPUVAIHE

Niin esimiehet kuin toimittajatkin näkivät laadun elementtinä, johon liittyy olennaisena osana uutisten luotettavuus. Laatujournalismia ei kytketty mihinkään tiettyyn välineeseen vaan konvergenssiajatuksen mukaisesti se nähtiin ominaisuutena, joka läpäisee mediatalon kaikki tuotteet:

Eli kyllä sen on oltava, jos jotain tehdään verkossa tai kännykässä tai muualla ni sen on oltava ihan kunnon tavaraa. Ei ihmisiä pysty fuskaamaan.

MIES, TOIMITTAJA, URAN LOPPUVAIHE

Laadun ei kuitenkaan nähty syntyvän nopeasti ja tyhjästä vaan siihen liittyi ajatus pitkän aikavälin työstä ja kehityksestä:

Kyllä se mun mielestä semmonen laatujournalismi on isoin haaste, miten se säilytetään tässä kilpajuoksussa jossa näitä teknisiä vimpaimia keksitään koko ajan uusia.[...] Ja kyllä toi kapitalistinen ahneus niin se voi kyllä pilata aika paljon tätä hommaa. Elikkä mitataan, kaikki mitataan rahassa, ulosmitataan maksimaaliset hyödyt, maksimaaliset voitot tässä ja nyt. Niin se voi olla, että

sillä pilataan paljon. Koska kyllä se, tää vaatii paitsi tämän päivän tuotteen laatua niin se vaatii sitä tuotteen kehittämistä ja se kehittäminen on aina kallista, sinne tarvis jonku laittaa roposia eikä odottaa, et joku muu tekee sen kehitystyön, myös meidän täytyy isojen talojen itse kyetä tekemään sitä kehittelytyötä.

MIES, TOIMITTAJA, URAN LOPPUVAIHE

Tällaisten juttujen toteuttaminen vaatii haastateltavien mukaan aikaa ja perehtyneisyyttä, mutta myös paikan uutisvirrassa. Tässä mielessä haastattelut tukivat brittitutkija Des Freedmanin (2010, 50) näkemystä, jonka mukaan journalismin uhka on ennen kaikkea riittämätön panostus ja tämä pätee kaikilla tasoilla. ”Ei ole oikotietä: uutisten tulevaisuus riippuu mielikuvituksesta ja riippumattomuudesta, mutta ennen kaikkea panostuksesta teknologiaan, resursseihin ja erityisesti toimittajiin itseensä.”

Haastateltavat kokivat selkeän ristiriidan työn tavoitteiden ja käytännön ratkaisujen välillä: ne keinot, jolla talouslamaan pyrittiin vastaamaan, nakersivat toimittajien mukaan mahdollisuuksia tuottaa laadukasta journalismia. Kiire, lisääntyneet deadlinet ja päällekkäinen työ eivät anna tarpeeksi aikaa näkökulmien pohtimiseen ja aiheiden syventämiseen. Syventäville jutuille ei myöskään nähty olevan tilaa uutisvirrassa sirpalemaisen gallup-uutisoinnin ja kevyiden juttuaiheiden keskellä.

”Tää on se totuus mist me lähdetään, että nää on ne mejän raamit, ja näissä puitteissa me mennään”. Sen jälkeen puhutaan vast siitä, että mitä me, laadullisesti halutaan, tai, näin. Että ois mahdoton kuvitella melkein sellasta tilannetta, että, sanottas että ”tää on se mitä me laadullisesti halutaan, ja miten me pystytään myöski turvaamaan sitte se talous joka..” Tai jotenki, että lähtis siitä liikkeelle, että mitä lehti haluaa.

NAINEN, TOIMITTAJA, URAN KESKIVAIHE

Tämä sitaatti ilmentää hyvin taloudellisen ja kulttuurisen pääoman ristipainetta journalismin kentällä. Taloudelliset kriteerit asettuvat itsestään selvästi etusijalle. Jopa niin, että on vaikea kuvitella, että uudistuksia ja muita toimenpiteitä toimituksissa perusteltaisiin journalistisilla kriteereillä.

5.4. Etääntyvät lähteet: verkosta suoraan kuluttajalle

Entistä monipuolisemmat tiedonhakutaidot, lisääntyneet tietolähteet ja kasvava mediakritiikki vaikuttavat siihen, kuinka esimerkiksi juuri tiedottajat tulevaisuudessa työskentelevät suhteessa uutistoimituksiin ja yleisöihin. Eräiden näkemysten mukaan suhde yleisöön tiivistyy ja entistä enemmän on seurattava sitä, mitä verkossa keskustellaan.

Tiedottajien näkökulmasta nimenomaan internetin yleistymisen on tuonut muutoksia toimittajien ja tiedottajien väliseen yhteydenpitoon. Tiedottajien tehtävänä on saada oman organisaationsa uutinen läpi uutismediaan sekä antaa toimittajille heidän tarvitsemaansa tietoa. Tiedottajien näkökulmasta valtamedia ei enää ole yhtä merkittävä väylä tiedonvälittämisessä kuin ennen. Yritysten ja organisaatioiden omat kotisivut, verkkojulkaisut ja sosiaalinen media ovat haastamassa valtamedian asemaa. Nyt tieto voidaan välittää suoraan kuluttajille ja kansalaisille.

Niin kyllähän se on siis muuttunu hirveesti koska me päästään, niinku toimittajien ohi ihan eri tavalla näillä omilla nettisivuilla niin.. Niin kyllä se on muuttanut todella paljon. Nythän sä voit ilmasta sen asian suoraan ilman, että kukaan sorvaa sitä mihinkään suuntaan enää siitä niin, nettisivuilla. Tietyst siel on hirveesti tavaraa siellä meidänki nettisivuilla et ei sitä välttämättä, sieltä niin helposti löydy.

KUNTA-ALAN TIEDOTTAJA

Omien nettisivujen kautta voidaan tarjota tietoa entistä enemmän, mutta tiedottajien näkökulmasta uutismediaa tarvitaan auttamaan tiedon löytymisessä. Näin ollen uutismediaa tarvitaan jäsentämään yhä kasvavaa tiedonmäärää myös internetissä. Tässä korostuu intermediaalisuus: netti yksin ei riitä vaan tarvitaan toinen media, joka kohdistaa huomion tietyille sivustoille ja ikään kuin auttaa ihmisiä navigoimaan tiedon keskellä.

Omien verkkosivujen kautta tiedottajat voivat olla suoraan yhteydessä kansalaisiin, mutta verkkokulttuuri on myös mutkistanut suhdetta uutismediaan. Verkkokeskustelut toimivat uutisaiheina ja eräänlaisena kansan äänenä, jota toimituksissa kuunnellaan. Verkkokeskustelujen taso voi kuitenkin vaihdella ja keskustelut voivat sisältää paljon väärää tietoa ja huhuja. Verkkojulkisuus on aiheuttanut tiedottajille lisää työtä nimenomaan erilaisen väärän tiedon ja huhujen oikomisessa. ”Kansan” mielipiteenä näyttäytyvä keskustelu voi myös muodostua vain muutamasta aktiivisesta osallistujasta.

No kyl se vähän mietityttää, että kuinka paljon tää tämmönen esimes verkkokeskustelut vaikuttaa niitten toimittajien aihevalintoihin ja näkökulmiin, että kyllä mä [...], kun nää kuitenkin nää tämmöset vaikka Hesarin verkkokeskustelut, ne on aika.. ne on kuitenkin ihan merkittävä yhteiskunnallinen ilmiö. Sille ei voi mitään, vaikka ne on anonyymejä ja usein taso on mitä on, mut kuitenkin se on olemassa oleva ilmiö, niin tavallaan siihen on tullu semmonen uus ulottuvuus siihen. [...] Siitä muodostuu semmonen kansalaismielipide tai joku.

KANSALAI SJÄRJESTÖN TIEDOTTAJA

Edellisissä luvuissa on tullut esiin se, että myös toimittajat suhtautuvat risiriitaisesti verkkokeskusteluihin. Toisaalta kiivaat keskustelut huomioidaan ja nostetaan itsessään uutisaiheiksi. Niiden aihepiiriä saatetaan seurata tarkasti, koska sen uskotaan kiinnostavan yleisöjä erityisesti. Tämä ei kuitenkaan takaa sitä, että esimerkiksi enemmistö suomalaisista osallistuisi näihin keskusteluihin tai jakaisi niissä esitetyjä mielipiteitä. Julkinen mielipide ei merkitse samaa kuin yleinen mielipide.

Julkisen hallinnon viestintästrategioita tutkineet Iivonen ja Åberg (2009) toteavat, että viestinnän merkitys johtamisessa on kasvanut merkittävästi. Viestintä on oleellinen osa ja sisään rakennettuna johtamisessa ja organisaatioissa. Päättöksentekijät käyttävät entistä enemmän aikaan toimittajayhteistyöhön. Tätä on tulkittu internetin mukanaan tuomana reaaliaikaisuuden vaatimuksena.

Tiedottamisen piirissä on tapahtumassa kahtalainen kehityskulku: suurten yhtiöiden julkisuuskuva vaalitaan yhä tarkemmin, jolloin tiedottajien rooli kasvaa myös eräänlaisina portinvartijoina. Esimerkiksi kevään 2009 ”Audi-mies” tapaus osoitti, kuinka merkittävä asia julkisuuskuva ja sen säröt ovat kansainvälisille yrityksille. Tässä tapauksessa mainonnan ammattilaisille tarkoitetun erikoisjulkaisun uutisoiminen *Helsingin Sanomissa* ja *Iltalehdessä* synnytti kiivaan internet-keskustelun, joka puolestaan piti aihetta otsikoissa.

Toisaalta tietoa annetaan entistä enemmän suoraan yritysten ja organisaatioiden asiantuntijoilta blogeina ja tiedotteina maailmalle, ilman uutismedian välikäsiä. Osa haastatelluista tiedottajista näkikin, että tulevaisuudessa tiedottajien rooli pienenee ja tietoa jaetaan suoraan yritysten vastaavilta työntekijöiltä. Tämä visio ei kuitenkaan saanut vastakaikua toimittajilta, jotka kokivat, että tiedottajien valta ja määrä yritysmaailmassa on vain kasvanut. Esimerkiksi Nokia mainittiin yrityksenä, jonka työntekijöiltä ja asiantuntijoilta on hyvin vaikea saada suoraan tietoa vaan kaikki yhteydenotot ohjataan tiedottajille. Toimittaja tehtävät näyttävätkin vaikeutuvan: vastassa on vahvasti kontrolloitu tiedottajien

joukko sekä entistä mediakriittisempi yleisö, joka pääsee suurin piirtein samoille lähteille kuin toimittajat.

5.5. Yhteenveto

Laman aikana tehdyt muutokset näkyvät vain vähän lehtien uutisisällöissä. Uutissivustot ovat pysyneet hämmästyttävän samankaltaisina vuosien 2008–2010 aikana lukuun ottamatta joitakin ulkoasu-uudistuksia. Verkkoaineisto näkyy sivuilla entistä vahvemmin, mutta uutistyön rakennetta verkkoaineisto ei ole merkittävästi muuttanut: verkkoaineiston ja yleisön osuus uutisiin on täydentävä. Toimittajien työkäytännöissä lisääntynyt kiire on heikentänyt lähdekritiikkiä kun näkökulmia ei ehditä miettiä tarpeeksi. Tämän tunnistavat myös tiedottajat, joiden mukaan toimittajat kyseenalaistavat harvoin heille tarjottuja näkökulmia. Myös perehtyneisyys on tiedottajien mukaan juuri kiireen vuoksi heikkoa. Toimittajan valitsemiin näkökulmiin vaikutetaan myös talon sisältä, päälliköiden taholta, mikä kertoo toimittajan autonomian kaventumisesta.

Lähdekritiikki, uutisarvot ja journalismin laatu ovat sellaista kulttuurisen pääoman aluetta, jota toimittajat selkeästi haluavat vaalia. Lähdekritiikki on myös alue, jolla toimittajat voivat edelleen kokea autonomiaa ja määrittelyvaltaa omaan työhön. Tämä on erityisen tärkeää silloin kun taloudellisen pääoman merkitys toimituksissa näyttää korostuvan.

6. Journalismin tulevaisuus

Tässä luvussa luodaan katsaus journalismin tulevaisuuteen toimittajien ja tutkijoiden visioiden pohjalta. Luvun alkuosa käsittelee haastatteluissa nousseita näkemyksiä alan tulevaisuudesta. Luvun loppuosassa tulevaisuuden visioita esitellään tutkimushankkeeseen liittyneen tulevaisuuspujan tulosten kautta. Aivan aluksi käsittelem lyhyesti journalismin kriisin kirvoittamia ennusteita alan tutkimuskirjallisuudesta.

6.1. Kaikki tai ei mitään

Bob Franklin (2008) näkee ennusteiden jakautuneen kahtia pessimistiseen ja optimistiseen: pessimistinen näkemys ennustaa sanomalehtien kuolemaa kun taas optimistinen näkökulma visioi tulevaisuuden journalismia, joka nojautuu uuden median virittämään kansalaisjournalismiin. Optimistinen näkemys uskoo myös jonkinlaiseen mediaevoluutioon, jonka mukaan journalismi selviytyy mukautumalla uusiin olosuhteisiin.

Kaikille journalismin muutos ei ole kuitenkaan ongelma, päinvastoin. Suurten mediayhtiöiden hallitsemaa uutisjournalismia on kritisoitu elitistiseksi ja jäykäksi. Sen nähdään ajavan ensisijaisesti elinkeinoelämän vaikuttajien asiaa, myötäilevän valtapoliitikkoja sekä toistavan viranomaisnäkökulmia. Perinteinen journalismi ei näiden näkemysten mukaan tue kansalaisuutta ja demokratiaa vaan vahvistaa omia kaupallisia etujaan. Näin ollen journalismin tuho ei myöskään näyttäyty katastrofina – pikemminkin se voi tarjota uuden alun entistä avoimmemmalle, kriittisemmälle ja demokraattisemmalle tiedonvälitykselle.

Kun vanhan journalismin perustukset horjuvat, tilalle voi syntyä uusi journalismi, joka perustuu vanhan ja uuden synergialle: siinä yhdistyvät perinteinen ammatillinen journalismi ja amatöörivoimin toteutettu osallistuva journalismi

synnyttäen verkostojournalismia, jonka sisältöä tuottavat kansalaiset. Näin journalismin sijaan syntyy *journalistista toimintaa*, joka on luonteeltaan avointa, inklusiivista, vuorovaikutteista ja yhteistoiminnallista (Curran 2010). Ylhäältä alaspäin johdettu korporaatiojournalismi joutuu väistymään uudenlaisen ruohonjuuritason journalismin tieltä.

Niin Bob Franklin kuin James Currankin näkevät tässä visiossa ongelmia: toistaiseksi uudenlaisen journalistisen toiminnan tulokset ovat jääneet vaisuiksi. Ne eivät ole saavuttaneet suurta yleisöä eivätkä myöskään taloudellista pohjaa. Kansalaisjournalistiset julkaisut ovat yksittäisiä ja heikosti menestyneitä. James Curran (2010) toteaa, että menestyneimmät julkaisut kuten *Huffington Post*, *Politico* ja *Read Clean Politics* ovat saavuttaneet parhaimmillaan seitsemäsosan niistä kävijämääristä, mitä suosituimmat uutissivustot keräävät vuonna 2008. Kuitenkin syksyllä 2009 *Huffington Post*⁷ ohitti *Washington Postin* keräten 9,6 miljoonaa kävijää. Yahoo News saavutti 43 miljoonaa ja toiseksi sijoittunut CNN 38 miljoonaa kävijää⁸.

Valtaosa uuden journalismin toimijoista on harrastajia, jotka eivät voi työskennellä täysipäiväisesti journalismin parissa. Tämä asettaa ongelmia journalismin laadun suhteen: jos ajatellaan, että journalismin tehtävänä on selvittää yhteiskunnan toimintaa ja vahtia vallanpitäjiä, se vaatii aikaa, säännöllistä seuranta ja tiedonhankintaa eli paljon työtä. Kuinka hyvin tällaisia journalistisia tavoitteita voidaan toteuttaa, jos töitä on tehtävä osa-aikaisesti ja samalla jatkuvasti kamppailtava toimeentulosta? Toisena ongelmana tässä visiossa nähdään se, ettei osallistava ulottuvuus näytä kasvaneen merkittävästi uutisjournalismissa, joka edelleen rakentuu varsin perinteisen mallin mukaan. Toisin sanoen perinteinen journalismi ja yleisökäytännöt näyttävät muuttuvan hitaasti. Multimediakisällöt ovat edelleen vähäisiä. Vuorovaikutteisuus ja osallistavat elementit ovat pikemminkin täydentäviä kuin uutta luovia. Verkkojournalismin laatu näyttää heikolta. Sisällön samankaltaistuminen, lähteiden puuttuminen ja uutisten kierätys mediasta toiseen sekä kasvava kiire uutistyössä eivät vakuuta siitä, että verkkojournalismi tuottaisi uudenlaista, entistä parempaa journalismia.

Optimistisen näkemyksen ongelmana Franklinin mukaan on se, ettei verkkojournalismi ole yksinkertaisesti kyennyt lunastamaan siihen kohdistettuja odotuksia: vallankumousta ei tullut eivätkä merkit viittaa siihen, että verkko pelastaisi laatujournalismin.

7 Internetyhtiö AOL osti *Huffington Postin* helmikuussa 2011. Tavoitteena on rakentaa uudesta yhteenliittymästä kansainvälinen mediayhtiö. Kaupan tuloksena syntyneen *Huffington Media Groupin* alle siirtyi AOL:n sivustoja. Toimitusjohtajana ja päätoimittajana on Arianna Huffington.

8 <http://www.marketingvox.com/wsj-overtakes-usa-today-as-1-us-paper-045261/>.

Jos optimistinen tulevaisuudenkuva herättää epäilyksiä, niin kovin paljon vakuuttavampi ei ole pessimistinen visio sanomalehtien kuolemasta. Pessimistinen näkemys nojaa vahvasti yhdysvaltalaiseen kontekstiin eikä ota huomioon median merkitystä ja perinnettä eri puolilla maailmaa. Trendit eivät ole yhdensuuntaisia kaikkialla maailmassa, sillä niihin vaikuttavat yhteiskunnan sosio-ekonominen kehitys, esimerkiksi työn ja työajan organisoituminen ja kaupungistuminen. Levikki on laskenut tasaisesti Britanniassa 1960-luvulta lähtien, mutta samalla pitkällä aikajaksolla levikki on voimakkaasti noussut Suomessa ja Japanissa. Vuosien 2000–2006 välillä levikki taas nousi erityisesti Itä-Euroopassa ja kehittyvissä maissa, Pohjoismaissa se pysyi kutakuinkin ennallaan, mutta laski Yhdysvalloissa ja Britanniassa (Benson 2010).

Tämä on erityisen tärkeä huomio suomalaismediaa ajatellen. Suomessa lehdistöllä on varsin vahva tilaajakanta, uutiskulttuuri ja lukemisen traditio. Näin ollen Yhdysvalloissa tapahtunut journalismin kriisi (ks. Aitamurto 2009) ei välttämättä toistu samankaltaisena Suomessa, jossa olosuhteet ovat hyvin toisentyypiset. Esimerkiksi Suomessa (myös muissa Pohjoismaissa ja Japanissa) sanomalehtien jakelujärjestelmä voi olla yksi syy, miksi tilauskanta on pysynyt suhteellisen hyvänä verrattuna esimerkiksi Britanniaan ja Yhdysvaltoihin. Muutkaan uhkakuvat eivät välttämättä toteudu sillä vauhdilla kuin on kuviteltu. Internet ei ole uhanut esimerkiksi television keskeisyyttä ihmisten arjessa samassa mittakaavassa kuin on oletettu. Franklin (2008) muistuttaa, että maailmanlaajuisesti tarkasteltuna sanomalehtien myynti on kasvussa: Vuonna 2007 myynnissä tapahtui ennätyksellinen 17 prosentin kasvu. Päivälehtien levikit kasvoivat niin ikään 8,7 prosenttia.

Toisaalta, vaikka levikit laskevat, se ei aina tarkoita sitä, että uutisia luettaisiin entistä vähemmän. Rodney Benson muistuttaa, että *The New York Timesin* verkkolehdeillä on 13 miljoonaa lukijaa, kun printtilehdellä lukijoita on 4,7 miljoonaa. *The New York Times* saavuttaa nyt enemmän lukijoita kuin ennen – vaikkakin verkkolehden lukijat eivät käytä lehden lukemiseen yhtä paljon aikaa kuin printtilehden lukijat.

Perinteisen mallin säilyttämistä ei myöskään kannata pitää itsestään selvästi hyvänä seikkana. Rodney Bensonin mukaan kulutusorientoitunut näkökulma yleisöön ja miltei olematon yritysmaailman kritiikki uutismediassa kielii siitä, ettei perinteinen journalistinen malli välttämättä tuota parasta tulosta, vaikka sen perään toimittajakunnassa nostalgisesti haikaillaankin. Paras journalismi ei välttämättä tuota eniten rahaa ja päinvastoin. On siis syytä miettiä, missä määrin perinteinen mainosrahoitteinen malli edelleen toimii ja löytyisikö sille vaihtoehtoa, joka myös toisi journalismiin lisää särmää.

6.1.1. Toimittajien visiot: paperi pysyy, verkko nousee

Mutta millaisia vaihtoehtoja tulevaisuuden journalismille nähdään? Suomalais-toimittajien näkemykset journalismin tulevaisuudesta olivat melko yhtenevät. Konvergenssikehitystä pidettiin väistämättömänä osa tulevaisuutta. Toisin sanoen enää ei ole yhtä päämediaa vaan uutisia tuotetaan samanaikaisesti useisiin eri välineisiin tietyn brändin kautta. Tämä voi tarkoittaa uutiskerronnan monipuolistumista ja uudentyypistä osallistavaa journalismia, mutta yhtä lailla se voi merkitä samankaltaistumista ja entistä toisteisempaa, lyhyttä uutista useasta eri lähteestä. Toimittajien puheessa internet nousi keskeiseksi tulevaisuuden välineeksi, muttei kiistattomasti. Varsinkin sanomalehdissä työskentelevät toimittajat uskoivat paperilehden säilyvän osana suomalaista mediamaisemaa vielä vuosikymmeniä. Näissä puheenvuoroissa nähtiin paperilehden tarjoavan syventävää, analysoivaa taustatietoa nopealle uutisvirralle – jonka paikka on netissä tai televisiossa.

Uusia näköaloja avaavalla journalismilla on hirveen tärkeä tehtävä, kun pahimman tän nettihypetyksen aika, jolloin puheet sanomalehden kuolemasta oli kovimmillaan niin tavallaan se unohtui välillä, et kuinka paljon töitä joutuu tekemään hyvän sisällön eteen, niin tavallaan on vastatrendi olemassa, että semmosta halua laajempiin ja analyttisempiin, tavallaan hitaampaankin kirjoittamiseen, että nopeat uutis-flashit ei olekaan tavallaan tyydyttäneet, ainakaan tietyn osan, yleisön tarpeita ja halutaan jotain parempaa ja laadukkaampaa ja meidän pitäs tavallaan oma paikkamme siinä sitten löytää.

MIES, ESIMIES, URAN KESKIVAIHE

Paperilehdellä todettiin olevan hyvä käytettävyys, mutta lehti vanhenee nopeasti. Lehti ei yksinkertaisesti pysty kilpailemaan verkon kanssa tuoreimmista uutisista. Näin ollen printtilehtien olisi muokattava uutiskriteerejään ja panostettava sellaiseen sisältöön, joka kestää. Esimerkiksi ruotsalainen Lars Nord (2009) on havainnut niin sanottujen eksklusiivisten uutisten printtimedian vahvuudeksi: ne ovat uutisia, joita muualla ei julkaista.

6.1.2. Erikoistuminen ja yhteistyö

Yksi tulevaisuudennäkymä on median pientyminen ja erikoistuminen: journalismi ei voi enää elättää yhtä suurta toimittajakuntaa kuin tähän mennessä. Koska uutislähteet moninaistuvat, lukijakunta pienenee ja tätä kautta myös rahoitus. Ratkaisuna on keskittyminen tietyille erityisaloille (vrt. Aitamurto 2009).

Mammuttiorganisaatioita ei voi olla enään, se ei kerta kaikkiaan, se ei se verkko elätä niin suurta määrää ihmisiä. Et, ja sit tavallaan sekään että, tietenkään ei voi olla myöskään niin et meil on ihan hirveen paljon koko talouteen keskittyviä verkkosaitteja esimerkiksi, vaan että, sit sinne varmasti lähtee semmosia, johonkin asiaan erikoistuneita saitteja, jotka sitten, myy tosissaan sitä tietoaan sitten, niille jotka sitä haluaa lukea.

NAINEN, TOIMITTAJA, URAN KESKIVAIHE

Niin, et jos mä aattelen sitä että meillä, tällä hetkellä on 600 000 kävijää per viikko ja jopa, viime viikolla oli 700 000, niin se on niin suuri määrä jo, tämmösellä kielialueella, että siitä ei paljoo voi talouteen keskittyvä uutissaitti kerta kaikkiaan enää hankkia. Ja jos me ei tällä määrällä, pystytäkään hankkimaan niistä mainoksista rahaa, että sitä ei pystytäkään myymään todella kovalla hinnalla, niin ei sitä pystytäkään tekemään koskaan tulevaisuudessakaan.

NAINEN, TOIMITTAJA, URAN KESKIVAIHE

Toisaalta erikoistumista hankaloittaa se, että Suomi pienenä markkina-alueena ei välttämättä pysty takaamaan elinvoimaisia erikoistuvia markkinoita: suomalaislehdet pyrkivät tarjoamaan sisältöä laajalle yleisölle pikemminkin kuin tietylle yleisösegmentille. (ks. Niemeläinen 2009). Myös yhteistyön uskottiin tiivistyvän entisestään maakuntalehtien välillä. Yhteistyön arveltiin laajentuvan nimenomaan taustoittavan ja aikaa vaativan uutistytön alueille kuten tutkivaan journalismiin, jota pidettiin tällä hetkellä liian heikkona alueena suomalaismediassa.

Kun meil on se yhteinen ulkomaantoimitus niin miksei meillä vois olla semmonen yhteinen syväjournalismin toimituskin tai tutkivan journalismin. Että tällä hetkellähän Sunnuntaisuomalainen yrittää sitä, pestiä vähän pitää yllä, mutta ei se nyt niin kauheen tutkivaa aina heilläkään oo, että viimeks oli joku puumanaisista juttu, joka ei todellakaan oo mikkään syvää ja tutkivaa journalismia [nauraen], niin niin, mut et siellä on semmonen pelastuksen tynkä, joka ois kerran viikossa edes lukijalle.

NAINEN, ESIMIES, URAN KESKIVAIHE

6.1.3. Verkkokukkarot

Vaikka journalismin tulevaisuus nähdään verkossa, ansaintamalleja etsitään yhä. Yhtenä varteenotettavana ratkaisuna on nähty verkkojulkaisun maksullisuus, erilaiset paywall-ratkaisut eli verkkokukkarot, joita esimerkiksi sanomalehti

Keskisuomalainen on toteuttanut. *Keskisuomalainen* tarjoaa verkkolehdeksään 30 sentillä luku-oikeutta yksittäisistä jutuista ilmaisten perusuutisten joukossa. Monet ulkomaiset lehdet tarjoavat osan halutuimmasta aineistostaan maksullisena (esim. Lähi-idän kirjeenvaihtajan Robert Fiskin featuret *Independentissa*). Brittiläinen *The Times* siirtyi heinäkuussa verkossa maksulliseksi veloittaen punnan päivämaksun lehden lukemisesta. Lukijamäärät laskivat odotetusti 20 miljoonasta – *The Timesilla* on nyt arviolta 100 000 yksinomaan verkkolehdestä maksavaa lukijaa. Maksullisuus vaikuttaa väistämättä verkkomainonnan määrään, mutta saattaa tuottaa pitemmällä aikavälillä lisää lukijoita, jolloin ilmoitusmarkkinat voivat elpyä.

Kyllä mä uskon että verkko, jollain tavalla varmasti pystyy elättämään, ja sen on pakkokin elättää koska, se on selkeesti malli joka on tulevaisuuden malli. Ei voi mitään, että toi paperilehti kuihtuu. Se, tavallaan sen, reaaliaikaisuus ja sen se käytettävyyys on mitä mainioin, paperilehden, mut se on vaan auttamattomasti vanha ku se on tossa, kun sä ostat sen tuolta kaupasta. Ei, sille ei maheta mitään. Ja varsinki tämmösessä taloudessa, niin, se kun me eletään joka tapauksessa hirvittävän nopeessa ja hektises maailmassa, niin se on, se että se on tuommosella paperilehdellä niin se on vaan auttamattomasti myöhässä. Ja sen takia, mä nään että, mut ainoit vaihtoehtoja on se että siitä jotakin siitä informaatiosta mitä sinne syötetään on maksullista, asiakkaille. On se sitten tyyliin, niin kun täs on nyt maailmalla tapahtunukin että siitä, se muutetaan, ainakin osa siitä menee maksulliseksi, ja se on mun mielest, mä nään että se on se ainoa tie.

NAINEN, TOIMITTAJA, URAN KESKIVAIHE

Tilausmaksujen rinnalla on esitelty mallia, jossa kustannukset katetaan useista eri lähteistä kuten ilmoitusmaksuilla, lahjoituksilla, ad hoc -myynnillä ja julkisella tuella. Varsinkin Yhdysvalloissa tällaisia malleja on käytössä, mutta esimerkiksi Suomessa vielä varsin vähän. Lahjoitusvaroin ja pienillä ilmoituksilla katettavat julkaisut ovat yleensä viihteellisiä (mm. muotiblogit) ja sekä sisällöltään että rakenteeltaan varsin kaukana uutisjournalismia tuottavista julkaisuista.

Verkkouutisten maksullisuuden yksi suuri ongelma on profiloituminen, sillä uutisaineistoa saa verkosta ilmaiseksi. Millaisella sisällöllä verkkojulkaisun maksaminen muuttuu kannattavaksi? Ratkaisua haetaan konvergenssikehityksestä ja erilaisten viihteellisten palveluiden kytkemisestä osaksi uutistoimintaa, jolloin ne houkuttelevat yleisöä sivustoille ja uutisten äärelle.

Kaupalliset mediayhtiöt ovat myös hermostuneet yleisradioyhtiöiden omaksumasta konvergenssistrategiasta, yleisön osallistamispolitiikasta ja vahvasta

panoksesta internetissä. Suomessa Lintilän työryhmän ehdotus kotitalouskohtaisesta YLE-maksusta kirvoitti kiihkeän keskustelun Yleisradion roolista keväällä 2009, mikä johti lopulta siihen, että päätöstä maksusta lykättiin yli seuraavien vaalien vuoteen 2011. Keskustelua kiihdytti YLE:n ratkaisu aloittaa uutisisällön jakaminen ilmaiseksi mobiili- ja mediatyhtiöiden kanssa sekä yhteistyö kaupallisen verkkolehden, Uuden Suomen kanssa (Nieminen 2009; Nikunen 2010). Kiihtynyt keskustelu YLE-maksusta on selkeä merkki kilpailun kiristymisestä alalla ja verkkojulkisuuden tuottamista paineista sanomalehdistössä. Vastaavia esimerkkejä löytyy muualta Euroopasta (Enli 2008) ja esimerkiksi James Murdochin kritiikki BBC:tä kohtaan syksyllä 2009 on yhtenevä Mikael Pentikäisen antamien YLE-kriittisten lausuntojen kanssa. Kaupallinen media on huolissaan omasta tulevaisuudestaan ja kritisoi voimakkaasti Yleisradion toimintaa, jonka se tulkitsee rajoittavan kaupallisen median elintilaa (Kallionpää 2009). Ongelmana nähdään nimenomaan verkkosisältö, jonka katsotaan syövän asiakkaita kaupallisen median puolelta. Yleisradiossa verkkosisältö nähdään puolestaan oleellisena osana julkisen palvelun tehtävää, koska se tavoittaa myös ne kansalaiset, jotka eivät enää katso televisiota, tai seuraavat sitä verkon kautta ja käyttävät sosiaalista mediaa aktiivisesti.

YLE-debatti tuntui myös Yleisradion toimittajien arjessa. Monet pohtivat nyt ensimmäistä kertaa vakavasti sitä vaihtoehtoa, että Yleisradion rahoitus ajautuu umpikujaan ja toiminta täytyy lopettaa. Uutistoimituksessa tosin oltiin luotavaisia sen suhteen, että juuri uutistyö on julkisen palvelun ydintä ja se tulee säilymään vaikka muu osa Yleisradion toimintaa ulkoistettaisiin.

Mun veikkauksen mukaan, se mikä on esimerkiksi nyt vaikkapa 10–15 vuoden päästä vähintään pystyssä, on Ison Pajan tornissa. Siellä on sellainen porukka, joita mä kutsun brändin vaalijoiks. Ne pitää siellä yllä käsitystä siitä, että on edelleen tämmönen YLE, ja se YLE näkyy siinä, että on pari tv-kanavaa, joiden kautta tulee YLE:n nimissä ohjelmaa, ja on ehkä jotain radiokanaviakin tottakai olemassa. Ja saattaa olla, että se kaikki ohjelmapuoli on ostettu ulkoa siis, indieyhtiöltä, mistä ikinä, riistopalkoilla. Ja koko YLE:n julkisuuskuva pitää yllä nää siellä tornissa olevat brändin vaalijat. Ja se, mikä YLE:n ainoana osaamiskeskuksena on edelleen pystyssä, on uutis- ja ajankohtaistoiminta. Ja sitä kautta mulla on töitä tulevaisuudessakin.

MIES, TOIMITTAJA, URAN ALKUVAIHE

Brittitutkijat ovat erityisesti peräänkuuluttaneet uutisjournalismin tukemista julkisin varoin tai esimerkiksi säätiöiden kautta, sillä tutkimus siellä on osoittanut, että lähdekriittisintä ja perusteellisinta journalismia toteutetaan mediayh-

tiöissä, joilla on bourdieulaisittain autonominen asema (Phillips 2010). Autonominen asema tarkoittaa tässä uutistoimituksen riippumattomuutta suhteessa taloudelliseen ja poliittiseen valtaan. Suomalaistoimittajien puheessakin omistuspohja nousi usein selittämään toiminnan tehostamista. Pörssiyhtiöitä määrittävän kvartaalitalouden nähtiin tuottavan alalle lyhytnäköisyyttä ja ahneutta, halua nopeisiin tuloksiin.

Brittitutkimus toteaa myös, että demokratian toteutumisessa professionalistisen uutisjournalismin säilyttäminen on tärkeää. Demokratia on liian arvokas asia, jotta sen tulevaisuus voitaisiin jättää passiivisen hämmästelyn varaan eli muutoksiin ei reagoitaisi millään tavalla.

Tutkijat esittävät erilaisia tukimuotoja kuten paikallisjournalismia, julkista palvelua ja uutta verkkojournalismia tukevia erilaisia säätiöitä tai organisaatioita (Curran 2010). Vastaavat näkökulmat ovat voimistumassa myös Yhdysvalloissa, missä etsitään tukea kaatuville lehtitaloille (Benson 2010).

6.1.4. Formaattit muuttuvat ja liikkuvat

Myös formaattien muutos on keskeinen tulevaisuuden visio. Yhtäältä uskotaan tabloidien valtaavan alaa: maailmalla 28 sanomalehteä vaihtoi broadsheetistä tabloid-kokoon vuonna 2005. Suomessa tabloid-formaattiin ovat siirtymässä *Pohjolan Sanomat*, *Kainuun Sanomat* ja *Lapin Kansa*. Tabloid-koko tavallaan ennakoii myös toista siirtymää eli erilaisia lukulaitteita – tabletteja – joilta sanomalehtiä tulevaisuudessa luetaan. *Helsingin Sanomat* lanseerasi iPad-versionsa 4.12. 2010. Myös iPhoneen ladattavia uutissivustoja on väläytelty esimerkiksi Espanjan mediamarkkinoilla (Alves & Canavilhas 2010).

Uudet formaattit korostavat liikkuvuutta: media kulkee mukana ja vie entistä vähemmän tilaa. Liikkuvuus on pitkään jo ollut tuotekehittämissä tärkeä ulottuvuus ja ilmentää julkisen ja yksityisen tilan limittymistä. Toisaalta on hyvä muistaa, että vanhat mediamuodot ovat olleet yhtä lailla mobiileja – vaikei niitä näin ole markkinoitukaan. Paperilehti kulkee helposti mukana ja sitä luetaan ahkerasti muun muassa työmatkalla. Lukulaitteet, kännykät ja kannettavat tietokoneet tuottavat privatisoitua mobiiliutua (Peteri 2006, 236–237; vrt. Williams 1974, 26). Tällainen mobiilimedia korostaa median käyttäjän liikkuvuutta: hän ei ole sohvaperuna vaan liikkeessä oleva kaupunkilainen. Mobiilimedia luo myös mielikuvaa toiminnasta ja toimijuudesta, mikä osuu yksin osallistuvan kulttuurin käsitysten kanssa.

Formaattien muutoksilla on epäilemättä vaikutuksia myös sisältöihin. Tällä hetkellä näyttää siltä, että uudistuksissa painottuvat kasvava kuvankäyttö, mielipiteellistyminen (kolumnit, blogit) ja erilaisen ajanviete- ja elämäntapa-

aineiston kasvu erityisesti nettijulkaisuissa. Uudet alustat tuovat yhteen erilaisia mediatuotannon alueita uutisista viihteeseen, ilmentäen puolestaan osallistuvan kulttuurin vastaparia, mediakonvergenssia.

6.1.5. Räätelöidyt uutiset

Yhtenä tulevaisuudenvisiona on nähty uutisten personoiminen. Nyt kun erilaiset jäljittävät teknologiat kehittyvät tuotantoyhtiöt seuraavat kuluttajien makutottumuksia ja kiinnostuksen kohteita entistä tarkemmin. Televisiokatselun muutoksia hahmottaessaan William Uricchio on tunnistanut samanlaisen siirtymän kohti räätälöityä ohjelmistoa. Tämä rakentuu katsojan valintoja ja makua hyödyntävistä jäljittelevistä teknologioista. Jotta katsojat pysyisivät markkinoiden ulottuvilla, uudet teknologiat pyrkivät entistä tarkemmin jäljittämään katsojien mieltymyksiä ja tarjoamaan yksittäin räätälöityjä, katsojan makua ennakoivia ohjelmistoja (Uricchio 2004, 177–179).

Näin ollen uuden teknologian avulla voidaan myös laatia yleisöille omakohtaisia uutisivustoja, joille voidaan tilata ja koota yhteen uutisia itseä kiinnostavilta elämänalueilta. Personoidut uutiset myös linkittäisivät uutisiin tärkeimmät keskustelualueet ja muut sivustot joita tilaaja haluaa seurata.

Räätälöidyn uutistarjonnan ongelmana voi nähdä julkisen keskustelun pirstaloitumisen: ihmiset hakeutuvat sellaisen tiedon äärelle, joka heitä jo valmiiksi kiinnostaa, ja kohtaavat uusia tai yllättäviä uutisia entistä vähemmän.

6.2. Tulevaisuuspajan satoa: julkista tukea ja monimuotoisuutta

Tutkimuksessa kartoitettiin myös media-alan asiantuntijoiden näkemyksiä journalismin murroksesta Median tulevaisuuspajassa (ks. liite 2). Tulevaisuuspajan ennalta määrätyt aiheet olivat toimittajuus tulevaisuudessa, uutisjournalismin tulevaisuus sekä online-journalismi, sosiaalinen media ja tulevaisuuden uudet lukemisyhteisöt. Työryhmät hahmottelivat kolme tulevaisuuskuvaa, jotka olivat todennäköinen, toivottava ja uhkaava. Todennäköisiä malleja sävytti tietynlainen pessimismi ja suurten pörssiyrityöiden valta. Tästä näkökulmasta journalismi näytti olevan hyvin vahvasti taloudellisen pääoman määrittämä.

Näissä todennäköisissä tulevaisuusmalleissa mediatalojen keskittyminen ja konvergenssi jatkuu, toimittajien kiire lisääntyy ja YLE:n asema kaventuu. Mediajärjestelmät segmentoituvat ja median käyttö fragmentoituu entisestään. Globaalien pörssiyritysten uskotaan viestivän suoraan kuluttajille ja olevan elimellinen osa ihmisten välistä kommunikaatiota. Luovan tuhon nähdään lisäävän

yhteiskunnallista eriarvoisuutta, toimittajuus politisoituu ja jakautuu laatujournalismiin ja massoille suunnattuun näytökselliseen journalismiin.

Tulevaisuuspajassa mielenkiintoisiksi nousivat toivottavat tulevaisuudenkuvat, jotka painottivat yhteiskunnallista tasa-arvoa sekä uudentyypisiä hyvinvointia ja laatua tukevia liiketoimintamalleja. Näille malleille oli tyypillistä julkinen tai säätiöity tuki, brittitutkijoiden visioiden tapaan, sekä monia lähteitä yhdistelevät talousmallit. Tulevaisuuspajassa nousivat vahvasti esiin ennakkoluuloton kehitystyö sekä aktiivinen, osaava ja mediakriittinen kansalaisuus.

Toimittajuus tulevaisuudessa –aiheen työryhmä lähestyi tulevaisuuskuvia ja kehityspolkuja laatimalla seuraavan taulukon, jonka päätevuodeksi määrittyi vuosi 2020.

TAULUKKO 6.1. Toimittajuus tulevaisuudessa -ryhmän tulevaisuustaulukko

2020	Toivottava	Todennäköinen	Uhka
Yhteiskunta	<ul style="list-style-type: none"> • Tasa-arvoinen • Hyvinvointi säilyy 	<ul style="list-style-type: none"> • Luova tuho lisää yht.k. eriarvoisuutta 	<ul style="list-style-type: none"> • Yhteiskunta romahtaa
Mediajärjestelmä	<ul style="list-style-type: none"> • Kaikille väestökerroksille leviävät samat välineet tai aiheet/sisällöt 	<ul style="list-style-type: none"> • Eriytyvä/Niche • Segmentoituva 	
Toimittajuus	<ul style="list-style-type: none"> • Aikaa • Laadukasta (ja sivistynyttä) vuorovaikutusta • Kansalaiset osallistuvat • Yksityiset ja julkiset tiedontarpeet + viihde 	<ul style="list-style-type: none"> • Laatu (aikaa tehdä kunnolla)/massa (näytöksellisyys) • Politisoituminen 	<ul style="list-style-type: none"> • Toisenlaiset viestintäkanavat
← KILPAILU →			

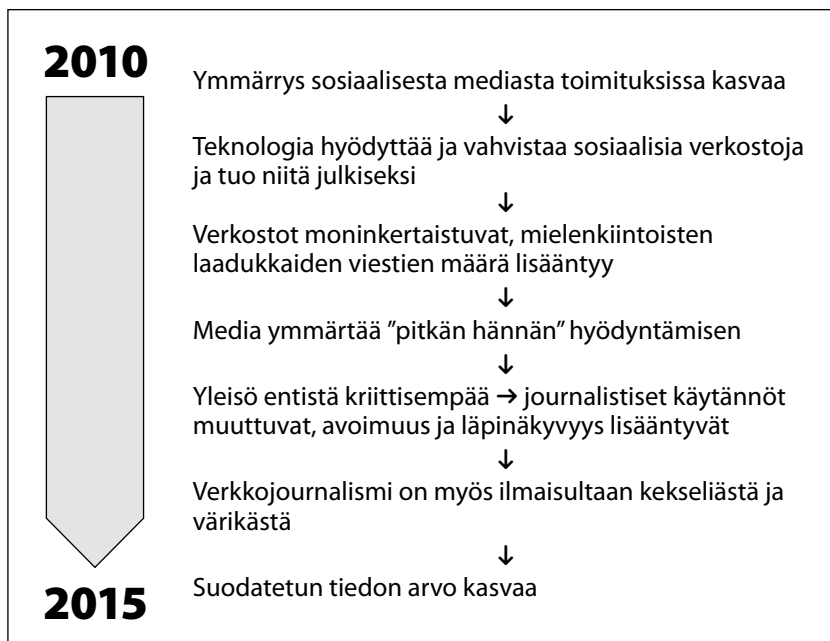
Uutisjournalismin toivottavaa tulevaisuutta hahmottaneessa mallissa lokaalit tai globaalit yhteiskunnalliset yritykset palauttaisivat tuoton tekemiseen ja kehitystyöhön, eikä niillä olisi kovia tuotto-odotuksia. (ks. taulukko 6.2.) Lisäksi yksityiset säätiöt tukisivat laatua ja vapaata tutkimusta ja julkiset rahoittajat tukisivat myös laatua. Mediatilat puolestaan investoisivat toimialaan, tukisivat toimittajaa, olisivat rohkeita suhteissa lukijoihin ja löytäisivät rakentavat tavat pro-am –yhteistyöhön (professionaali-amatööri). Toimittajat saisivat tällöin keskittyä substanssiin suhteellisuudentajunsa säilyttäen. Kansalaiset olisivat tässä toivetilassa sivistyneitä, suvaitsevaisia ja kiinnostuneita.

TAULUKKO 6.2. Uutisjournalismin tulevaisuus -työryhmän tulevaisuustaulukko

2030	Todennäköinen	Uhka	Toive
Yleisluonnehdinta	<ul style="list-style-type: none"> • Markkinavetoinen, samaa puuroa kuin tähänkin asti, teknologian rooli vahvistuu -> muutoksiin teknologia edellä 	<ul style="list-style-type: none"> • Teknologiafetisismi, mafijournalismi, riskijournalismi, pelkojournalismi, yksilöllistäminen 	<ul style="list-style-type: none"> • Hyvinvointi, laatua tukevat liiketoimintamallit, voimaannuttava journalismi, yhteiskunnallinen journalismi, erilaisia journalismeja (hauskaakin), -> moniarvoisuus
Globaalit pörssiyritykset	<ul style="list-style-type: none"> • Viestivät suoraan kuluttajalle • Osa ihmisten välistä kommunikaatiota 	<ul style="list-style-type: none"> • Tuottavat markkinointiviestintää (PR) uutisjournalismina • Kieltäytyvät kertomasta 	
Lokaalit/globaalit yhteiskunnalliset yritykset			<ul style="list-style-type: none"> • Palauttavat tuoton tekemiseen, kehitykseen • Ei kovia tuotto-odotuksia
Yksityiset säätiöt			<ul style="list-style-type: none"> • Tukevat laatua ja • vapaata tutkimusta
Mediatalat	<ul style="list-style-type: none"> • Keskittyminen jatkuu • Konvergenssilogiikat • Menettää valta-asemiaan • Amatööriyövoiman käyttö toimittajien rinnalla 	<ul style="list-style-type: none"> • Lyhytjänteinen: ei (tuote) kehitystä • Ei synny laatua tukevia liiketoimintamalleja • Liian lähellä eliittiä/rahaa • "Riistää" amatöörituottajia 	<ul style="list-style-type: none"> • Investoivat toimialaan • Toimittajaa tukeva • Rohkeita suhteissa lukijoihin (ei Pihtiputaan mummulle) • Löytää rakentavat tavat pro-am -yhteistyöhön
Toimittajat	<ul style="list-style-type: none"> • Kiire lisääntyy • Kahtiajako • Ammattikuvat muuttuvat, työtilanne heikkenee 		<ul style="list-style-type: none"> • Saa keskittyä • Aikaa substanssiin • Juontajajournalismi on kadonnut • Jalkautuu • Suhteellisuudentajuinen
Julkinen rahoitus, julkiset toimijat	<ul style="list-style-type: none"> • Asema kaventuu (YLE) • Rahoittaa yksityisiä toimijoita 	<ul style="list-style-type: none"> • Vetäytyneet • YLE pörssissä • Julkisen rahan siirto yksityisille toimijoille 	<ul style="list-style-type: none"> • Rahoittaa laatua • Luopunut teknologiafetisismistä
Kansalaiset, kuluttajat	<ul style="list-style-type: none"> • Segmentoituminen • Kuluttavat mediaa omiin tarpeisiinsa • Eivät tunnista (aina) markkinointiviestintää • Osallistuvat/eivät osallistu • Seuraa englanninkielistä mediaa 	<ul style="list-style-type: none"> • Ei kysyntää laadulle • Lyhytjänteisyys • "Lukutaidottomuus" • Klikkausdemokratia 	<ul style="list-style-type: none"> • Sivistynyt • Suvaitsevainen • Kiinnostunut
Arvot	<ul style="list-style-type: none"> • Luotettavuus, relevanttius, riippumattomuus, solidaarisuus 		<ul style="list-style-type: none"> • + optimismi

Painopiste tässä visiossa olisi voimaannuttavassa, yhteiskunnallisessa, haus-
kassa ja esimerkiksi moniarvoisessa journalismissa. Myös online-journalismin
(kuvio 6.1.) osalta toivottavassa tulevaisuudessa korostuivat moninaisuus, avoi-
muus sekä sosiaaliset verkostot.

KUVIO 6.1. Online-journalismi, sosiaalinen media ja tulevaisuuden uudet lukemis-
yhteisöt –työryhmän skenaario toivottavasta tulevaisuustilasta



Sosiaalisen median oletettiin olevan tulevaisuudessa vahvemmin läsnä journalismissa konteksteissa siten, että sen julkinen potentiaali tunnistettaisiin. Tämän vision mukaan ymmärrys sosiaalisesta mediasta kasvaa toimituksissa ja teknologia vahvistaa sosiaalisia verkostoja sekä tekee niistä julkisia. Tällöin verkostojen määrä moninkertaistuu ja mielenkiintoisten laadukkaiden viestien määrä lisääntyy. Samaan aikaan kuitenkin suodatetun tiedon merkitys kasvaa, jolloin journalistista ammattitaitoa tarvitaan kontekstoimaan ja paikantamaan moninaista tietoa (ks. kuvio 6.1.). Tulevaisuuden visioissa oli jonkin verran ris-
tivetoa sen suhteen, missä määrin tarvitaan yhtenäistä julkisuuden aluetta, jol-
loin kaikille väestökerroksille leviävät samat välineet tai aiheet ja sisällöt. Tämä
nähtiin tärkeäksi yhteiskunnallisen koheesion näkökulmasta. Toisaalta kaivattiin
moninaisuutta ja eroja sietävää julkisuutta, jolloin kaikkien ei tarvitse elää saman
aika-tilakäsityksen mukaan.

Globaalin mediakulttuurin ja käyttäjälähtöisen osallistuvan kulttuurin vaikutukset uutismediaan on laajemminkin nähty ristiriitaisena: yhtäältä muutokset nähdään mahdollisuutena, toisaalta uhkana. Varsinkin käyttäjälähtöisen mediakulttuurin nähdään muuttavan julkisen keskustelun rakennetta merkittävästi. Näitä muutoksia käsitellään julkisuusteoreettisissa pohdintoissa, joissa arvioidaan julkisuuden individualisoituvan (Youngs 2009), fragmentoituvan (Downey & Fenton 2003), muuttuvan kansallisesta transnationaaliksi (Fraser 2007), sekä pluralisoituvan (Fraser 1992, Gitlin 1998). Julkisuuden individualisoituminen kytkeytyy yksityisten näkökulmien kasvavaan merkitykseen julkisuudessa, mikä vuoksi myös perinteistä habermasilaista julkisuuden käsitettä on arvioitu uudelleen, sillä se nojautuu vahvasti maantieteellisesti ja kansallisesti rajattuun entiteettiin, mikä ei välttämättä enää nykyisessä transnationaalissa ja moniäänisessä kommunikaatioympäristössä ole pätevä (Fraser 2007; Youngs 2009).

Toisaalta ongelmaksi nähdään juuri julkisuuden pirstaloituminen lukuisiksi erillisjulkisuuksiksi. Vaarana nähdään yhteisöjen ghettoutuminen ja sulkeutuminen oman piirin sisälle, keskittyminen yksilötason mieltymyksiin ja kokemuksiin. Nämä ovat usein samanmielisten yhteisöjä, jotka toimivat mielipidettä vahvistaen eivätkä aidosti pohtien tai kiistellen. Tällöin yhteisön mahdolliset tavoitteet ja näkökulmat eivät saavuta laajempaa yleisöä (Duncombe 1997, 153–155; ks. Atton 2002, 33–35; Downey & Fenton 2003). Tällainen fragmentoitunut julkisuus tarjoaa vähän kokoavaa, yhteistä keskustelupintaa ja saattaa syventää sosiaalista eriytyneisyyttä (Downey & Fenton 2003).

Tulevaisuustyöpajassa uutisjournalismia pohtinut työryhmä ei nähnyt tulevaisuudessa uhkana julkisuuden fragmentoitumista vaan teknologiafetisistisen yhteiskunnan, missä vallitsee mafia-, riski- ja pelkojournalismit sekä yksilöllistäminen. Mafiajournalismilla viitataan elinkeinoelämän ja pörssiyrityiden valtaan vaikuttaa journalistisiin sisältöihin. Riskijournalismilla skandaalinhakuisuuteen ja pelkojournalismilla muutoksen vastaisuuteen ja sisäänpäin käpertyneisyyteen, jolloin toiminta perustuu puolustautumiseen. Uhkakuvissa globaalit pörssiyritykset tuottavat markkinointiviestintää uutisjournalismina ja kieltäytyvät kertomasta asioista. Mediatalojen toiminta puolestaan on lyhytjänteistä, eikä siinä synny laatua tukevia liiketoimintamalleja. Julkisen rahoituksen toimijat ovat vetäytyneet ja YLE on listattu pörssiin. Uhkaavassa tulevaisuustilassa vuonna 2030 kansalaiset ovat ”lukutaidottomia” ja lyhytjänteisiä, eikä kysyntää laadulle ole.

6.3. Yhteenveto

Suomalaistoimittajien näkemyksissä konvergenssikehitystä pidettiin väistämättömänä osa tulevaisuutta. Päämediaa ei enää ole, vaan on brändi, jonka uutisia tuotetaan samanaikaisesti useisiin eri välineisiin. Internet nähtiin selkeästi tulevaisuuden mediana, mutta paperilehden uskottiin myös säilyvän pitkään.

Tulevaisuuden journalismi oli toimittajien visioissa nykyistä pienimuotoisempaa ja erikoistunutta. Verkkojournalismi tulee maksulliseksi ja tuloja saadaan kerätä useasta eri lähteestä. Formaattit muuttuvat korostaen liikkuvuutta ja yksilöllisyyttä. Uutisia räätälöidään henkilökohtaisten mieltymysten mukaan, mikä sirpaloittaa myös julkista keskustelua. Asiantuntijavisioissa nousi vahvasti esiin riippumattoman journalismin turvaaminen tulevaisuudessa julkisen rahoituksen ja esimerkiksi säätiöpohjaisen rahoituksen turvin. Näillä voitaisiin tukea erilaisia journalismin muotoja itsenäisistä verkkojournalisteista paikallismediaan. Keskeiseksi tulevaisuuden journalismissa nähtiin pitkäjänteinen, ennakkoluuloton kehitystyö ja moninaisuuden tukeminen. Näissä visioissa kohtasivat yhtäältä monipuolinen journalismi ja aktiivinen, mediakriittinen yleisö, jolla on mahdollisuus osallistua ja olla mukana uutistuotannossa. Merkittävänä pidettiin sitä, että sosiaalisen median potentiaali osattaisiin hyödyntää toimituksissa. Tulevaisuuden julkisuus rakentuu erilaisista, kansallisen kehyyksen läpäisevistä, transnationaaleista ja lokaaleista alueista, jolloin valtamedialle ominainen kansallinen puhuttelu ei välttämättä tavoita moninaista yleisöä. Tulevaisuuden uhkana ei pidetty niinkään julkisuuden sirpaloitumista vaan teknologista determinismää sekä pörssiyhtiöiden valtaa ohi median, jolloin kaupalliset yhtiöt informoivat kuluttajia suoraan ohi journalistien, heikentäen uutismedian merkittävyyttä.

7. Mureneva kenttä?

Journalismin tulevaisuuden kannalta keskeiseksi kysymykseksi nousee se, mihin merkittävät keskustelut tulevat sijoittumaan. Mitkä ovat ne julkisuuden paikat, joissa jaettu ja puitu tieto vaikuttaa yhteiskunnan toimintaan, ihmisten arkeen ja elämäntilanteisiin? Nämä paikat ovat perinteisesti rakentuneet kansallisen järjestyksen mukaan. Yhteisistä asioista on puhuttu valtakunnallisen median rakentaman agendan mukaisesti – vaikka aina se ei ole tavoittanut niitä kysymyksiä, jotka ihmisiä erityisesti askarruttavat. Tällaiset kohtaamisen ja keskustelun paikat ovat enenevässä määrin lokaaleja tai transnationaaleja (Fraser 2007). Ne rakentuvat sosiaalisten suhteiden esimerkiksi Facebookin kaveripiirien tai harrastusten mukaan. Näin ollen kansallisen kehyksen vaikutus kansalaisuuteen on muuttumassa: median käyttö on lokaalia ja verkostoitunutta, mutta samaan aikaan globaaliin mediakulttuuriin kytkeytyntä.

Mediayhtiöt pyrkivätkin haravoimaan sitä, missä yleisöt liikkuvat. Osa seuraa yleisöä eli menee sinne, missä ihmisetkin ovat. Tästä esimerkkinä ovat muun muassa BBC:n ja Yleisradion voimakas läsnäolo internetissä ja esimerkiksi YouTubessa. Osa houkuttelee yleisöä oman median ääreen omaksumalla niitä keinoja, jotka näyttävät liikuttavan yleisöjä kokoamalla erilaisia keskusteluyhteisöjä omille sivuilleen ja profiloitumalla tätä kautta. Esimerkkinä tällaisesta strategiasta on *Demi*-lehden verkkosivut ”demittajineen”.

Tämä tutkimus lähti selvittämään laman vaikutuksia suomalaiseen journalismiin ja journalistisiin käytäntöihin. Vaikka laman vaikutus on ilmeinen erilaisina säästöinä, on yhtä ilmeistä, ettei lama ole se suurin muutostekijä journalismin alalla.

Sen sijaan lama näyttäisi olevan sopiva syy tai selitysmalli niille toimenpiteille, joita toimituksissa tehtiin. On hyvin mahdollista, että vastaavat toimenpiteet olisi toteutettu joka tapauksessa, mutta ilman laman tarjoamaa kehystystä. Pe-

rinteistä uutismediaa ei ole haastanut niinkään lama vaan teknologinen kehitys ja internetin suosio.

Tämän tutkimuksen perusteella näyttää siltä, että suomalaisissa toimituksissa muutoksiin suhtaudutaan varovaisesti. Muutoksia vastaan kamppaillaan tehos- tamalla toimintaa ja seuraamalla niitä trendejä, jotka ovat olleet voimistumassa 2000-luvulla: näitä ovat erityisesti monitekeminen ja yleistoitittajuus, jotka myös palvelevat median konvergenssikehitystä. Yleisöjen rooli on kasvamassa suunnittelun tasolla ja abstraktion: toisin sanoen toimituksissa mietitään entistä kuumeisemmin, mitä yleisö haluaa, mikä yleisöä kiinnostaa. Tämä on osa yleisö- ja asiakaskeskeistä trendiä, joka on tunnistettavissa myös muilla aloilla. Yleisön ja median välistä rajaa ei haluta liikaa hämärtää vaan molemmilla on oma rajattu paikkansa.

Sosiaalisen median myötä nämä rajat ovat hämärtymässä, mutta uutistoimi- tuksissa sosiaalisen median vaikutus on vähäinen eikä sitä ole hyödynnetty siinä määrin kuin olisi mahdollista. Vastassa on myös entistä mediakriittisempi yleisö, joka tuo oman haasteensa uutistoimituksiin. Suomessa lukemisen kulttuuri ja uutisten kulutus on edelleen vahvaa, mitä myös sosiaalisen median käyttö tukee: se ei ole mediakriittisen ja korkeatasoisen uutiskulttuurin vastavoima vaan sen voi nähdä myös tätä tukevaksi kulttuurin muodoksi.

Toimet, joilla journalismia yritetään pelastaa, vaikuttavat kovin konservatiivisilta. Lisäksi ne ovat samankaltaisia halki Euroopan. Toimitukset näyttävät jakavan samankaltaisen uudistuskulttuurin, joka lienee yksi globalisoituvan kon- sultointikulttuurin hedelmiä: samat yritysratkaisut toteutetaan alalla kuin alalla, kyseenalaistamatta sitä, kuinka ratkaisut sopivat juuri tiettyyn nimenomaiseen toimitukseen.

Vanhemman toimittajakunnan irtisanomiset ja vapaaehtoiset eläkepaketit ovat myös nostaneet iän entistä voimakkaammin osaksi toimittajaidentiteettiä. Ikä näyttää määrittävän toimittajien kykyjä siten, että osaamista, esimerkiksi kykyä toimia verkkokulttuurissa ja uuden teknologian äärellä, tulkitaan iän mukaan.

Näyttää siltä, ettei toimituksissa tehokkuusajattelun keskellä ole aikaa pysähtyä miettimään uudenlaisia ja omaperäisiä ratkaisuja tulevaisuuden varalle. Päivit- täistyö syö kaiken ajan ja toimittajia on vaikea saada irtautumaan työn äärestä miettimään ja refleктоimaan omaa työtään ja sen tulevaisuutta.

Samalla toimittajakunta on hyvin yksimielinen siitä, että laatujournalismia tarvitaan ja sen tuottamiseksi tarvitaan aikaa. Toimituksissa toteutetaan kuiten- kin ratkaisuja, jotka näyttävät vievän päinvastaiseen suuntaan: kiire lisääntyy, uu- tistyo pirstaloituu, aika syventyä ja perehtyä käsillä oleviin aiheisiin vähenee.

Muutoksen suunta ei tunnu miellyttävän toimittajia. Näkymät ovat synkät enteillen pienempiä työmarkkinoita ja lisää kiirettä. Toisaalta toimittajien tu-

levaisuudenkuivissa innostavinta oli itse ala: uutistyö. Uutistyön antoisimpia elementtejä ovat yllätyksellisyys ja mahdollisuus olla maailman tapahtumien keskellä sekä tilaisuus luoda puheenaiheita, herättää yhteiskunnallista keskustelua.

7.1. Konvergenssi töissä

On helppo tunnistaa kuinka konvergenssi tekee työtään toimituksissa. Ensimmäkin mediayhtiöiden pyrkimys laajentaa tuotantoaan eri aloille kieli taloudellisesta konvergenssista: sanomalehti on vain yksi jakelukanava. Sen rinnalle on tullut verkkojulkaisu, paikallisradio ja kenties televisio – ehkä myös muuta kustannustoimintaa. Verkkojulkaisu tarjoaa lisäksi erilaisia palveluja musiikista matkailuun.

Konvergenssikulttuuri tuntuu toimittajan työssä lisääntyvänä monikanavajulkaisuna sekä erilaisten erikoistumiseen tähtäävien raja-aitojen purkamisena. Konvergenssikulttuurin logiikan mukaisesti toimituksen tiedot ja taidot pyritään saamaan yhteen murtamalla rajoja eri alojen asiantuntemuksen välillä. Kulttuurinen konvergenssi sekin kuuluu ja näkyy toimituksissa osallistuvana yleisönä: yleisö on entistä vahvemmin mukana puheessa ja toiminnan suunnittelussa. Osallistuvalla yleisöllä luodaan paikkoja, joissa he voivat olla mukana: lähettää videoita ja keskustella kiihkeästi, mutta vain rajatusti. Konvergenssikulttuurista huolimatta yleisölle annettu tila on tarkasti toimitusten määrittelemä ja rajaama. Konvergenssikulttuurin hedelmiä ei ole toimituksissa otettu vastaan suurella innolla. Muutokset näyttävät vievän toimittajia entistä kiireisempään arkeen, jossa ei ole tilaa itsensä kehittämiseksi. Vaikka konvergenssikulttuurin perusajatus on tiedon kumuloituminen, toimituksissa tällaista kokemusta ei tunnustettu, ainakaan tässä tutkimuksessa. Päinvastoin, uudistukset näyttävät vievän pois asiantuntijuudesta ja vaikuttaa siltä, ettei toimituksessa olevia resursseja, ainakaan toistaiseksi, ole saatu onnistuneesti käyttöön.

Tämän tutkimuksen valossa on ilmeistä, että taloudellinen pääoma määrittää vahvasti journalistista kenttää, mikä näkyy pyrkimyksenä entistä tehokkaampaan työtahtiin ja taloudellisiin voittoihin myös vaikeina aikoina. Kenttää määrittävät myös muut pääomat, joista kulttuurinen pääoma liittyy journalistien asiantuntijuuteen ja uutisarvoihin. Kentän sisällä näyttää olevan edelleen vahva luottamus riippumattomuuteen ja kykyyn kamppailla talouden ja politiikan vaikutuspyrkimyksiä vastaan. Journalistiselle kentälle on nousemassa myös alakulttuurinen pääoma, joka liittyy erilaisten epävirallisten ja populaarikulttuuristen verkostojen ja ryhmien toimintaan. Osallistuva verkkokulttuuri on hämärtämässä

rajaa professionaalisen ja amatöörivoimin tuotetun journalismin välillä. Myös sosiaalisen pääoman merkitys näyttäisi kasvavan uuden median ja verkostoyhteiskunnan aikakautena. Tässä tilanteessa toimittajien näyttää olevan vaikea hahmottaa, mikä on se pääoman muoto, jota kartuttamalla kentällä pärjää. Epävarmuutta lisäävät tulevaisuuden kuvat, joiden mukaan toimittajuus elättää entistä pienempää joukkoa. Tilanteessa, jossa osallistuva kulttuuri nakertaa kentän rajoja yhtäältä ja taloudelliset tehokkuusvaatimukset kaventavat journalistista autonomiaa toisaalta, syntyy myös halu pitää kiinni ammattikuvan rajoista, ja hämärtämisen sijaan jopa vahvistaa rajaa yleisön ja median välillä. Muutoksen keskellä monen toimittajan on kuitenkin myös vaikea paikantaa kenttää ja sen oletuksia: journalismi on muuttunut, mutta sen suunta on yhä avoin.

Lähteet

- AHVA, LAURA (2010) *Making News with Citizens: Public Journalism and Professional Reflexivity in Finnish Newspapers*. Tampere: Tampere University Press.
- AITAMURTO, TANJA (2009) *Kymmenen väitettä journalismin tuhosta – ja miksi niistä ei kannata huolestua. Raportti journalismin trendeistä Yhdysvalloissa 2009*. Helsingin Sanomain Säätiön julkaisu.
- ALVES, ANABELA GRADIM & CANAVILHAS, JOÃO (2010) Cellphones: The new penny press. Conference paper at ECREA Hamburg 12.-15.10.2010
- ANG, IEN (1991) *Desperately Seeking for Audience*. London & New York: Routledge.
- ASLAMA, MINNA & KIVIKURU, ULLAMAIJA (2001) Tyyntä myrskyn edellä? Teoksessa Nordenstreng, Kaarle & Wiio, Osmo A. (toim.) *Suomen viestintämaiasema*. Helsinki: WSOY, 277–299.
- ATTON CHRIS (2002) *Alternative Media*. London: Sage.
- BAILEY STEVE (2002) Virtuality and the Television Audience: the Case of Futurama. *The Communication Review* 5:2002, 239–257.
- BARNHURST, KEVIN G. (2002) News Geography & Monopoly: The Form of Reports on U.S. Newspaper Internet Sites. *Journalism Studies* 3(4)(November): 477–489.
- (2009) The Internet and News: Changes in Content on Newspaper Websites. Paper presented in ICA Conference, May 2009. Saatavana verkossa: <http://www.icahdq.org/conferences/2009/> [Luettu 24.1.2011]
- BAYM, NANCY (2009) Networked News: Stewart, Colbert, and the New Public Sphere. Paper presented in ICA Conference, May 2009. Saatavana verkossa: <http://www.icahdq.org/conferences/2009/> [Luettu 24.1.2011]
- BENSON, RODNEY (2010) Futures of the News: International Considerations and Further Reflections. Teoksessa Fenton, Natalie (ed.) *New Media, Old News*. London: Sage, 187–200.

- BENSON, RODNEY & NEVEU, ERIK (2005) Introduction: Field Theory as a Work in Progress. Teoksessa Benson, Rodney & Neveu, Erik (ed.) *Bourdieu and the Journalistic Field*. Cambridge: Polity Press, 1–28.
- BERGANZA, ROSA (2010) Free dailies and quality standards: A comparative-exploratory analysis of journalistic excellence among five Spanish daily newspapers. Conference paper at ECREA, Hamburg 12.-15.10.2010.
- BOLTER, JAY DAVID & GRUSIN, RICHARD (1999) *Remediation: Understanding New Media*. Cambridge: MIT Press.
- BOURDIEU, PIERRE (2005) The Political Field, the Social Science Field and the Journalistic Field. Teoksessa Benson, Rodney & Neveu, Erik (eds.) *Bourdieu and the Journalistic Field*. Cambridge: Polity Press, 29–47.
- (1984) *Distinction: a social critic of the judgement of taste*. London: Routledge & Kegan Paul.
- CALDWELL, JOHN (2002) Prime-Time Fiction Theorizes the Docu-Real. Teoksessa Friedman, James (ed.) *Reality Squared: Televisual Discourse on the Real*. New Brunswick: Rutgers University Press, 259–292.
- CAMMAERTS, BART (2009). Radical pluralism and free speech in online public spaces The case of North Belgian extreme right discourses. *International Journal of Cultural Studies* 12:6, 555–575.
- CASTELLS, MANUEL (2002) *The Information Age: Economy, Society and Culture*. Oxford: Blackwell.
- CLARK, DAVID (2002) Neoliberalism and public service Reform: Canada in Comparative Perspective. *Canadian Journal of Political Science /Revue canadienne de science politique* 35(4) : 771–793.
- CURRAN, JAMES (2010) The Future of Journalism. *Journalism Studies* 11(4):464–476.
- DAVIS, AERON (2010) Politics, Journalism and New Media: Virtual Iron Cages in the New Culture of Capitalism. Teoksessa Fenton, Natalie (ed.) *New Media, Old News*. London: Sage, 121–137.
- DEUZE, MARK (2006) Participation, Remediation, Bricolage: Considering PRINCIPAL COMPONENTS OF A DIGITAL CULTURE. *THE INFORMATION SOCIETY* 22: 63–75.
- DOMINGO, DAVID (2011) Managing Audience Participation: Workflows, Strategies and Motivations. Teoksessa Singer, Jane B. ym. (2011) *Participatory Journalism in Online Newspapers: Guarding the Internet's Open Gates*. Chichester: Wiley-Blackwell, 94 –121.
- DOMINGO, DAVID, HEINONEN, ARI, PAULUSSEN, STEVE, QUANDT THORSTEN & VUJNOVIC MARINA (2007) Participatory Journalism Practices in the Media and Beyond: An international comparative study of initiatives in onli-

- ne newspapers. Paper presented at The Future of Newspapers Conference, Cardiff University 13–14 September 2007.
- DOWNEY, JOHN & FENTON, NATALIE (2003) New media, Counter Publicity and the public sphere. *New Media & Society*. 5(2):185–202.
- DUNCOMBE STEPHEN (1997) *Notes from Underground. Zines and the politics of Alternative Culture*. New York: Verso.
- ENGBRETSEN, MARTIN (2006) Shallow and Static or Deep and Dynamic? Studying the State of Online Journalism in Scandinavia. *Nordicom Review* 27(1):3–16.
- FENTON, NATALIE (2010a) Drowning or Waving? New Media, journalism and Democracy. Teoksessa Fenton, Natalie (ed.) *New Media, Old News*. London: Sage, 3–16.
- (2010b) (ed.) *New Media, Old News*. London: Sage.
- FINNPANEL (2010) Sähköinen dokumentti, saatavana verkossa: <http://www.finnpanel.fi/tulokset/tv/vuosi/share/2010/10plus.html> . [Luettu 7.2.2011.]
- FREEDMAN, DES (2010) The Political Economy of the ‘New’ News Environment. Teoksessa Fenton, Natalie (ed.) *New Media, Old News*. London: Sage, 35–50.
- FRANKLIN, BOB (2008) The Future of Newspapers. *Journalism Practice*. 2(3): 306–312.
- FRASER, NANCY (1992) Rethinking the Public Sphere: A Contribution to the Critique of Actually Existing Democracy. Teoksessa Calhoun, Graig (ed.) *Habermas and the Public Sphere*. Cambridge: MIT Press, 109–142.
- (2007) Transnationalizing the Public Sphere. On the Legitimacy and Efficacy of Public Opinion in a Post-Westphalian World. *Theory, Culture & Society* 24(4): 7–30.
- GILLMOR, DAN (2004) *We the Media: Grassroots journalism by the people, for the people*. Sebastopol: O’Reilly Media.
- GITLIN, TODD (1998) Public Sphere or Public Sphericules? Teoksessa Liebes, Tamara & Curran, James (eds.) *Media, Ritual and Identity*. London: Routledge, 175–202.
- GREER, JENNIFER & MENSING, DONICA (2004) U.S. News Web Sites Better, But Small Papers Still Lag. *Newspaper Research Journal* 25(2): 98–112.
- HARAWAY, DONNA (1998) *Situated Knowledges. The Science Question in Feminism and the Privilege of Partial Perspective*. *Feminist Studies*, 14(3):575–599.
- HEIKKILÄ, HEIKKI (2001) *Ohut ja vankka journalismi. Kansalaisuus suomalaisen uutisjournalismin käytännöissä 1990-luvulla*. Tampere: Tampere University Press.
- HEIKKILÄ, HEIKKI & KUNELIUS, RISTO (2003) Ajatuksia lainaamassa. Teoksessa Malmelin Nando (toim.) *Välittämisen tiede: Viestinnän näkökulmia*

- yhteiskuntaan, kulttuuriin ja kansalaisuuteen, professori Ullamaija Kivikurun juhlapkirja*. Helsinki: Viestinnän laitoksen julkaisuja 8,179–204.
- HEIKKILÄ, HEIKKI, KUNELIUS, RISTO & AHVA, LAURA (2010) From Credibility to Relevance. Towards a sociology of journalism's "added value". *Journalism Practice* iFirst Article, 1–11.
- HEIKKILÄ, HEIKKI, AHVA, LAURA, SILJAMÄKI, JAANA & VALTONEN, SANNA (2011) Syytä huoleen: Sosiaaliset verkostot median ja maailman tulkitsijoina. Teoksessa Kangaspunta, Seppo (toim.) *Yksilöllinen yhteisöllisyys*. Tampere: Tampere University Press.
- HEINONEN, ARI (2008) *Yleisön sanansijat sanomalehdessä*. Tampere: Journalismin tutkimusyksikkö.
- IIVONEN, JYRKI & ÅBERG, LEIF (2009) Viestinnästä julkisuuspolitiikkaan. Julkisen vallan viestintätoimintojen muutos Suomessa. *Hallinnon tutkimus* 2/2009, 3–25.
- JENKINS, HENRY (1998) The Poachers and the Stormtrooper: Popular Culture in the Digital Age, *Red Rock Eaters News*.
- (2004) The Cultural Logics of media Convergence. *International Journal of Cultural Studies* 7:1, 33–43.
- (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press
- JUNTUNEN, LAURA (2009) Journalistinen etiikka kriisissä: Kiireen ja kilpailun haasteet toimittajien ammatilliselle itsekurille. *Media & Viestintä. Kulttuurin ja yhteiskunnan tutkimuksen lehti* 32; 2, 31 – 47.
- (2010) Cut-and-paste journalism? A study on the sourcing practices in Finnish news media. Conference paper at ECREA Hamburg 12.-15.10.2010.
- JYRKIÄINEN, JYRKI (2008) *Journalistit muuttuvassa mediassa*. Tampereen yliopisto, tiedotusopin laitoksen julkaisuja B 50.
- JYRKIÄINEN, JYRKI & SAURI, TUOMO (2001) The Finnish Media Landscape. Structure, Economy and Consumption. Teoksessa Carlsson, Ulla & Harrie, Eva (eds.) *Media Trends 2001 in Denmark, Finland, Iceland, Norway and Sweden*. Göteborg: Nordicom, 219–228.
- KALLIONPÄÄ , KATRI (2009) Mika Lintilä paheksuu Ylen ilmaista sisältöjake-
lua. 13.2. 2009 HS.fi Available online: <http://www.hs.fi/talous/artikkeli/Mika+Lintil%C3%A4+paheksuu+Ylen+ilmaista+sis%C3%A4lt%C3%B6jake-lua/1135243489462> [accessed 6.8. 2010]
- KARPPINEN, KARI, NIEMINEN HANNU & MARKKANEN ANNA-LAURA (2010) Finland: High professional ethos in a small, concentrated media market. *MDM Country Report*.

- KUNELIUS, RISTO, NOPPARI, ELINA & REUNANEN, ESA (2009) *Media vallan verkoissa*. Tiedotusopin laitoksen julkaisuja A 112/2009. Tampere: Tampereen yliopisto.
- KUUSISTO, PÄIVI & SIRKKUNEN, ESA (1999) *Journalismi uuden kynnyksellä*. Tiedotusopin laitoksen julkaisuja C29/1999. Tampere: Tampereen yliopisto.
- LAUKKANEN TERO (2003) Fanituottajuuden kulta-aika. Digitaalinen mediateknologia ja osallistuva kulttuuri. *Lähikuva* 4/2003, 36–47.
- LEE-WRIGHT, PETER (2010) Culture Shock: New Media and Organizational Change in the BBC. Teoksessa Fenton, Natalie (ed.) *New Media, Old News*. London: Sage, 71–86.
- LEWIS, JUSTIN, WILLIAMS, ANDREW, FRANKLIN, BOB & THOMAS, JAMES (2008) *The quality and independence of British journalism*, Cardiff: Cardiff University.
- LIETSALA, KATRI & SIRKKUNEN, ESA (2008) Social Media: introduction to the tools and processes of participatory economy. Hypermedia Laboratory Net Series 17. Tampere: Tampereen yliopisto.
- LINTULAHTI, MATTI (2006) Tulevaisuuden journalismin jalanjäljillä. *Journalismikritiikin vuosikirja 2006*, 38–50.
- LÖFMAN, ANNA-LEENA (1994) Lama Etelä-Suomen Sanomissa, Demarissa ja Uusimaassa. Onko paluuta entiseen? Pro gradu –tutkielma, tiedotusopin laitos, Tampereen yliopisto.
- NATIONAL UNION OF JOURNALISTS (2007) Shaping the Future: Commission on multi-media working. Saatavilla osoitteessa: <http://www.nuj.org.uk/getfile.php?id=485> [Luettu 7.12. 2010.]
- NIEMELÄINEN, JUSSI (2009) How Quality Newspapers are Responding to Digital Transition in the Nordic Region. Reuters Institute Fellowship Paper. University of Oxford. Saatavana verkossa: http://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/fileadmin/documents/Publications/fellows_papers/2009-2010/How_Quality_Newspapers_are_responding_to_Digital_Transition.pdf [Luettu 21.3.2011.]
- NIKUNEN, KAARINA (2005) *Faniuden aika. Kolme tapausta tv-ohjelmien faniudesta vuosituhsitten taitteen Suomessa*. Tampere: Tampere University Press.
- (2007a) Intermedial Practices of Fandom. *Nordicom Review* 28(2):111–128.
- (2007b) Kompuroivat perheet hajoilevissa taloissaan eli tavallisuuden representaatiot Hauskoissa kotivideoissa. *Lähikuva* 20(2):27–45.
- (2010) More with Less. Recession experienced in the newsroom of the Finnish Public Service Broadcasting Company. Konferenssipaperi, RIPE-konferenssi, University of Westminster, Lontoo 8.-12.9. 2010.

- NORD, LARS W. (2009) From Breaking News to Making News – Challenges for Swedish Professional Journalism in New Media Environments. Paper presented in ICA Conference, May 2009. Saatavana verkossa: <http://www.icaheadq.org/conferences/2009/>
- PANTTI, MERVI (2009) Wave of Compassion: Nationalist Sentiments and Cosmopolitan Sensibilities in the Finnish Press Coverage of the Tsunami Disaster. Teoksessa Kivikuru, Ullamaija & Nordin, Lars (toim.). *After Tsunami*. Göteborg: Nordicom, 171–187.
- PAPACHARISSI, ZIZI (2002) The Virtual Sphere: Internet as public sphere. *New Media & Society* 4(1):9–27.
- PETERI, VIRVE (2006) Mediaksi kotiin. Tutkimus teknologioiden kotoutumisesta. Tampere: Tampere University Press.
- PHILLIPS, ANGELA (2010) Old Sources, New Bottles. Teoksessa Fenton, Natalie (ed.) *New Media, Old News*. London: Sage, 87–101.
- PHILLIPS, ANGELA, COULDRY, NICK, FREEDMAN, DES (2010) An Ethical Deficit? Accountability, Norms, and the Material Conditions of Contemporary Journalism. Teoksessa Fenton, Natalie (ed.) *New Media, Old News*. London: Sage, 51–68.
- PODGER, PAMELA (2009) The Limits of control/American Journalism Review Aug/Sept 2009.
- PORTTINEN, KATRI (2010) Uupunut sukupolvi. *Journalisti* 17/2010.
- RAHKONEN, JUHO (2006) Journalismi taistelukenttänä. Suomen Nato-jäsenyydestä käyty julkinen keskustelu 2003–2004. Tampere: Tampere University Press.
- REDDEN, JOANNA & WITSCHGE, TAMARA (2010) A New News Order? Online News Content Examined. Teoksessa Fenton, Natalie (ed.) *New Media, Old News*. London: Sage, 170–186.
- ROBINSON, SUSAN (2007) Someone's Gotta be in Control Here: The Institutionalization of online news and the creation of a shared journalistic authority. *Journalism Practice* 1(3): 305–321.
- ROSENBERRY, JACK (2005) Few Papers Use Online Techniques To Improve Public Communication. *Newspaper Research Journal* 26(4):61–73.
- RUUSUNOKSA, LAURA & KUNELIUS, RISTO (2008) Mapping Professional Imagination. *Journalism Studies* 9(5):662–678.
- SAURI, TUOMO (toim.) (2010) *Joukkoviestimet 2009*. Helsinki: Tilastokeskus.
- SCHUDSON, MICHAEL (2005) Autonomy from What? Teoksessa Benson, Rodney & Neveu, Erik (eds.) *Bourdieu and the Journalistic Field*. Cambridge: Polity Press, 214–223.

- SINGER, JANE (2005) The Political J-Blogger: "Normalizing" a New Media Form to Fit Old Norms and Practices. *Journalism* 6(2):173–198.
- SREBERNY, ANNABELLE & KHIABANI, GHOLAM (2009) The Iranian Story: What Citizens? What journalism? Teoksessa Allen, Stuart & Thorsen, Einar (eds.) *Citizen Journalism: Global Perspectives*. New York: Peter Lang, 121–132.
- THORNTON, SARAH (1996) *Club Cultures. Music, Media and Subcultural Capital*. University Press of New England.
- (1997) The Social Logic of Subcultural Capital. Teoksessa Thornton, Sarah (ed.) *The Subcultures Reader*. London: Routledge, 200–209.
- TIMONEN, JANI (2004) Mediakonvergensi maakuntalehdissä. Ajatuksia sanomalehden ja uuden median kohtaamisesta Aamulehdessä, Etelä-Suomen Sanomissa, Karjalaisessa, Keskisuomalaisessa, Pohjalaisessa, Satakunnan Kansassa, Savon Sanomissa ja Turun Sanomissa. Tiedotusopin pro gradu -tutkielma. Tampereen yliopisto.
- TOFFLER, ALVIN (1980) *The Third Wave*. New York: Bantam Books.
- TOMLINSON JOHN (1999) *Globalization and Culture*. Oxford: Polity Press.
- TORKKOLA, SINIKKA & RUOHO, IRIS (2010) *Journalismin Sukupuoli*. Tampere: Vastapaino.
- TORVINEN, SARI (1994) Kuinka Pohjois-Suomen maakuntalehdet ovat kohdanneet laman: Onko talouden alamäki köyhdyttänyt myös journalismin? Pro gradu -tutkielma, tiedotusopin laitos, Tampereen yliopisto.
- TREMAYNE, MARK, SCHMITZ WEISS, AMY & CALMON ALVES, ROSENAL (2007) From Product to Service: The diffusion of Dynamic Content in Online Newspapers. *Journalism & Mass Communication Quarterly* 84(4): 825–839.
- URICCHIO, WILLIAM (2004) Television's Next Generation: Technology/Interface Culture/Flow. Teoksessa Spigel, Lynn & Olsson, Jan (eds.) *Television after TV. Essays on Medium in Transition*. Durham & London: Duke University Press, 163–182.
- WILLIAMS, RAYMOND (1974) *Television: Technology and Cultural Form*. New York: Schocken Books.
- ZELIZER, BARBIE (1997) Journalists as Interpretative Communities. Teoksessa Berkowitz, Dan (ed.) *Social Meanings of News*. Thousand Oaks: Sage, 401–419.
- YOUNGS, GILLIAN (2009) 'Blogging and Globalization: The Blurring of the Public/Private Spheres', *Aslib Proceedings: New Information Perspectives* 61(2): 127–138.
- ÖRNEBRING, HENRIK (2009) European Journalists Survey Summary of Findings – October 2009. The Axess Programme on European Journalism. Oxford University.

LIITE 1

Sähköpostikysely toimituksille

Arvoisa vastaanottaja,

Pyydämme ystävällisesti, että täyttäisitte oheisen kyselyn osana Journalismin tutkimusyksikön tutkimushanketta: Mitä lama tekee journalismille? Kyselyn tarkoituksena on kerätä taustatietoa tutkimukseen, joka selvittää yhtäältä, millaisia muutoksia taantuma on tuonut toimituksiin (ks. <http://www.uta.fi/laitokset/tiedotus/jourttutkimus/tutkimus/lama.php>) ja toisaalta millaisia merkityksiä mediateknologisella kehityksellä on ollut toimituskäytäntöihin. Tutkimuksessa on mukana sekä valtakunnallisia että maakunnallisia uutistoimituksia niin printti- kuin verkkomediankin alalta.

Tutkimuksen ensimmäisessä vaiheessa on kerätty määrällistä tietoa konkreettisista muutoksista (mm. mainostulot, levikit, toimittajien määrät, irtisanomiset ym.). Tutkimuksen toisessa vaiheessa selvitetään journalistisessa työprosessissa tapahtuneita muutoksia haastatteleamalla toimittajia ja päälliköitä. Journalistisia tapausaineistoja analysoimalla selvitetään myös millaisia muutoksia on nähtävissä uutistuotannossa.

Tämä kysely kytkeytyy tähän tutkimuksen toiseen vaiheeseen.

Tutkimuksen on määrä valmistua vuoden loppuun mennessä.

Jotta tutkimustulokset olisivat mahdollisimman luotettavia toivomme, että mahdollisimman moni vastaisi kyselyyn. Tarvitsemme nimenne kyselyyn, koska valitsemme kyselyn pohjalta 2–3 vastaajaa tarkempaan haastatteluun. Tutkimusetiikan mukaisesti takaamme, että kaikki vastaukset käsitellään luotamuksellisesti ja anonymiteettiä suojellen. Vaikka siis nimenne on kyselyssä, vastauksenne pysyvät vain ja ainoastaan tutkijan tiedossa. Toivomme vastauksia 5.3. mennessä. Vastaukset voitte lähettää suoraan osoitteeseen: kaarina.nikunen@uta.fi

Vastaan mielelläni kaikkiin tutkimusta koskeviin kysymyksiin.

Nimi:

Kuvaile lyhyesti oma työnkuvasi

Onko omaan toimenkuvaan tullut viimeisen kahden vuoden aikana merkittäviä muutoksia? Jos on, niin millaisia?

Kuinka lama on mielestäsi näkynyt toimituksessa?

Miten luonnehtisit muutoksia, ovatko ne pääsääntöisesti:

- kielteisiä
- myönteisiä
- haastavia
- ahdistavia
- innostavia

Millaisena näet tulevaisuuden työsi kannalta?

Kiitos vastauksista!

Erikoistutkija Kaarina Nikunen
Journalismin tutkimusyksikkö
33014 Tampereen yliopisto
Puh: 03-35514091, sähköposti: kaarina.nikunen@uta.fi

LIITE 2

Susanna Vehmas: Median tulevaisuusseminaari

Tutkimuksen kolmannessa vaiheessa analysoitiin media-alan asiantuntijapaneelissa tutkimuksen aiemmissa vaiheissa saatuja tuloksia journalistisen alan kokemista konkreettisista muutoksista, uudelleenorganisoinneista, irtisanomisista, eläkepaketeista, teknologisista murroksista ja online-journalismin vaikutuksista sekä mietittiin vaihtoehtoisia media-alan tulevaisuuden kehityspolkuja tulevaisuustyöpajassa.

Asiantuntijapaneeliin haluttiin mukaan media-alan ammattilaisia printtimedian, television, online-journalismin, akateemisen maailman ja ammattiliittojen puolilta. Perinteisen printtimedian osalta kutsuttiin valtakunnallisen, maakunnallisen ja paikallisen tason sanomalehtien toimituspäälliköitä, uutispäälliköitä, uutistuottajia, kehityspäälliköitä, päätoimittajia, kulttuuritoimittajia, freelancereita ja yleistoimittajia. Televisioalan ammattilaisina mukaan kutsuttiin vastaavat päätoimittajat yhdeltä kaupalliselta kanavalta ja yhdeltä julkisrahoitteiselta kanavalta. Akateemisesta maailmasta mukaan pyydettiin journalistisen alan professoreita ja tutkijoita sekä tulevaisuudentutkimuksen alan tutkijoita. Journalistien omasta ammattiliitosta puolestaan kutsuttiin mukaan työehtoasiamiehiä tuomaan mukanaan näkemystä työolosuhteiden muutoksista journalistisella alalla viime laman aikana.

Ensimmäiset kutsut tähän osanottajiltaan rajattuun asiantuntijapaneeliin lähetettiin sähköpostitse jo kolme kuukautta ennen seminaaripäivää. Tästä huolimatta perinteisen printtimedian ja television piirissä oltiin monesti niin kiireisiä, ettei aikaa koettu riittävän yhteen media-alan tulevaisuuden näkymiä pohtivaan seminaariin, jossa tarjoutui mahdollisuus yhdessä saman alan kollegoiden kanssa miettiä keinoja selvittää alaa koettelevista muutoksista ja saada jo ennen tutkimustulosten virallista julkaisua tietää, miten lama on vaikuttanut journalistisen kentän toimijoihin Suomessa. Erikoista oli myös se, että moni seminaariin etukäteen ilmoittautunut asiantuntija peruutti aivan viime hetkellä osallistumisensa.

Asiantuntijapaneeli järjestettiin Helsingin ydinkeskustassa, hotelli Scandic Simonkentässä torstaina 16.12.2010 kello 9.30–16. Tähän Median tulevaisuusseminaariin osallistui 16 media-alan ammattilaista: journalismin tutkija Tanja Aitamurto, erikoistutkija Heikki Heikkilä, uutispäällikkö Erkki Hujanen, mediakonsultti Markku Hurmeranta, freetoi-mittaja Mari Koistinen, diplomityöntekijä Johannes Koponen, tulevaisuudentutkija Sofi Kurki, toimituspäällikkö Antero Mukka, journalismin tutkimusyksikön johtaja Pentti Raittila, antropologian tutkija Minna Ruckenstein, tiedotusopin professori Risto Kunelius tietotekniikan professori Marko Turpeinen, työehtoasiamiehet Tytti Oras ja Juha Rekola, tutkija Eliisa Vainikka ja erikoistutkija Katja Valaskivi. Mitä lama tekee journalismille -tutkimusprojektin alustavia tuloksia kommentoivat Tietotekniikan tutkimuslaitoksen professori Marko Turpeinen ja Tampereen yliopiston tiedotusopin laitoksen professori Risto Kunelius.

Professori Marko Turpeinen esitteli kommenttipuheenvuorossaan Tieto- ja viestintäteollisuuden tutkimus Tivit Oy:n koordinoimaa Next Media 2011 -tutkimusohjelmaa, joka tähtää ihmisten arkielämää helpottaviin uusiin teknologisiin innovaatioihin ja uusiin mediaelämyksiin. (Turpeinen 2010; Tieto- ja viestintäteollisuus Tivit Oy). Turpeinen (2010) esitteli myös vuonna 2002 laatimiaan väitteitä median tulevaisuudesta ja huomautti niiden olevan valideja vielä nykyäänkin.

Median tulevaisuusseminaarin toinen kommenttipuheenvuoronpitäjä, professori Risto Kunelius, totesi median reagoineen muutoksiin nopeasti tämän laman aikana toisin kuin edellislaman aikana 1990-luvun alussa. Hänen mielestään sanomalehtien menestystä on aiemmin turvannut demokraattinen yhteiskuntarakente ja teknologiset ratkaisut, eivät niinkään juttujen laatutekijät. Nykyään mediakentällä panostetaan juttujen sisältöön ja niiden yleisölle tuomaan lisäarvoon. Kunelius kuitenkin pohti, onko nyt keksitty mitään varsinaisesti uutta journalismin tulevaisuutta varten? Hän peräänkuulutti toimitusten mielikuvitusta uudistusten edessä sekä piti ongelmallisena kliseisten uhkakuvien ylikorostumista ja toimittajien erikoistumisen heikkoa hyötysuhdetta. (Kunelius 2010.)

Tulevaisuudentutkimuksen perusolettamukset

Median tulevaisuusseminaarissa median tulevaisuusvaihtoehtoja lähestyttiin tulevaisuudentutkimuksen näkökulmasta. Wendell Bellin (1997) mukaan tulevaisuus ei ole kokonaan ennalta määrätty, vaan se on mahdollisen rajoissa avoin ja siihen voidaan vaikuttaa yksilöiden ja yhteisöjen teoilla. Hänen mukaansa tulevaisuusajattelu on oleellista ihmisen toiminnalle, sillä tietoinen toiminta (ei rutiinit ja refleksit) edellyttää päätöksiä siitä, miten toimitaan ja on siten vahvasti tulevaisuussuuntautunutta. Tulevaisuuden mahdollisuuksista ja todennäköisyyksistä tietäminen myös lisää mahdollisuuksia toimia niin, että halutun kaltainen tulevaisuus mahdollistuu. Tulevaisuudentutkimuksessa ajan määritetään olevan jatkuva, lineaarinen, yksisuuntainen ja palautumaton. (Bell 1997, 140–157.)

Tulevaisuusvaihtoehtoista toiset ovat parempia kuin toiset sen perusteella, millaiset arvot niitä tavoittelevilla yksilöillä tai yhteisöillä on. Ilman arvoja toteutuvalla tulevaisuudella ei olisi mitään merkitystä ja toiminta olisi päämäärätöntä. Mahdollisten tulevaisuuksien miettimisessä onkin tärkeätä selvittää, millaisten arvojen perusteella kukin tulevaisuusvaihtoehto olisi tavoittelemisen arvoinen. (Kamppinen, Malaska ja Kuusi 2002, 38–40.)

Tulevaisuudentutkimuksessa tulevaisuuden kehityspolkuja ja tulevaisuuskuvia voidaan tutkia hyödyntäen laskennallisia menetelmiä (trendimenetelmät, ristivaikutusanalyysi, simulaatiot, mallinnukset) tai asiantuntijamenetelmiä (Delfoi, toimintaympäristön skannaus, skenaariomenetelmä, pehmeä systeemimetodologia, teknologiaennakointi). Jokaisen menetelmän avulla kuitenkin tavoitellaan skenaarioita vaihtoehtoisista tulevaisuustiloista ja määritetään kehityspolkujen toivottavuus arvojen suhteen. (Bell 1997, 239–317.)

Tulevaisuusskenaariot koostuvat nykytilan analyysistä ja loogisten tapahtumaketjujen kuvauksista, jotka johtavat vaiheittain nykyhetkestä mahdollisiin tulevaisuustiloihin. Hyvä skenaario on objektiivisesti ja psykologisesti mahdollinen, sosiaalisesti uskottava, selkeä, johdonmukainen ja kiinnostava sisältäen kuvaukset oleellisista toimijois-

ta ja valinnoista. Asioiden ja tapahtumien kehityskulkujen tulee myös olla uskottavia käytettävissä olevan tiedon pohjalta ja toimijoiden valintojen pitää olla psykologisesti ymmärrettäviä ja selitettävissä yleisten käyttäytymistä koskevien oletusten perusteella. (Ks. Asplund 1979, Mannermaan 1991, 23–24 mukaan.)

Median tulevaisuuspaja: toimittajuus tulevaisuudessa -työryhmä

Median tulevaisuusseminaarin tulevaisuuspajan ennalta määrätyt aiheet olivat toimittajuus tulevaisuudessa, uutisjournalismin tulevaisuus sekä online-journalismi, sosiaalinen media ja tulevaisuuden uudet lukemisyhteisöt. Näiden kolmen 4–5 hengen pienryhmän tarkoitus oli pohtia aiheensa mahdollisia toivottavia, uhkaavia ja todennäköisiä tulevaisuustiloja sekä kehityspolkuja, joita pitkin näihin tulevaisuuskuviin saatettaisiin päätyä. Lisäksi ryhmän piti määrittää arvot ja perususkomukset, joiden pohjalta erilaiset tulevaisuustilat arvoettiin. Työskentelyyn oli varattuna aikaa 1,5 tuntia, minkä jälkeen kukin ryhmä esitteli muille osanottajille omat skenaarionsa yhteistä keskustelua varten.

Toimittajuus tulevaisuudessa –aiheen työryhmä lähestyi tulevaisuuskuvia ja kehityspolkuja laatimalla seuraavan taulukon, jonka päätevuodeksi määrittäytyi vuosi 2020.

TAULUKKO 1. Toimittajuus tulevaisuudessa -ryhmän tulevaisuustaulukko

2020	Toivottava	Todennäköinen	Uhka
Yhteiskunta	<ul style="list-style-type: none"> Tasa-arvoinen Hyvinvointi säilyy 	<ul style="list-style-type: none"> Luova tuho lisää yht.k. eriarvoisuutta 	<ul style="list-style-type: none"> Yhteiskunta romahtaa
Mediajärjestelmä	<ul style="list-style-type: none"> Kaikille väestökerroksille leviävät samat välineet tai aiheet/sisällöt 	<ul style="list-style-type: none"> Eriytyvä/Niche Segmentoituvia 	
Toimittajuus	<ul style="list-style-type: none"> Aikaa Laadukasta (ja sivistynyttä) vuorovaikutusta Kansalaiset osallistuvat Yksityiset ja julkiset tiedontarpeet + viihde 	<ul style="list-style-type: none"> Laatu (aikaa tehdä kunnolla)/massa (näytöksellisyys) Politisoituminen 	<ul style="list-style-type: none"> Toisenlaiset viestintäkanavat
← KILPAILU →			

Toimittajuus tulevaisuudessa -aiheen työryhmä keskittyi pohtimaan toimittajuuden toivottavia, todennäköisiä ja uhkaavia tulevaisuustiloja, jotka mahdollisesti voisivat ilmetä kymmenen vuoden päässä vuonna 2020. Tämä ryhmä valitsi keskeisimmiksi muuttujiksi yhteiskunnan, mediajärjestelmän ja toimittajuuden. Toivottavassa tulevaisuustilassa yhteiskunta on tasa-arvoinen ja hyvinvointi säilyy. Mediajärjestelmässä kaikille väestökerroksille leviävät samat välineet tai aiheet ja sisällöt. Toivottavassa tulevaisuustilassa toimittajuuteen on aikaa, se on laadukasta vuorovaikutusta osallistuvien kansalaisten kanssa sekä yksityiset ja julkiset tiedontarpeet tunnustetaan.

Toimittajuus tulevaisuudessa –aiheen työryhmä piti todennäköisenä tulevaisuustilaa, jossa luova tuho lisää yhteiskunnallista eriarvoisuutta, mediajärjestelmät segmentoi-

tuvat ja eriytyvät sekä toimittajuus politisoituu ja jakautuu laatujournalismiin ja massoille suunnattuun näytökselliseen journalismiin. Uhkaavana tulevaisuustilana he pitivät yhteiskunnan romahtamista ja toisenlaisten viestintäkanavien kehittymistä. (Ks. taulukko 1.)

Tämä työryhmä ei kirjannut näkyviin työskentelyssään ryhmälle yhteisiä arvoja, jonka perusteella tulevaisuustilat määrittyivät toivottaviksi tai uhkaaviksi. Toimittajuus tulevaisuudessa esitettiin ainoastaan päätetulevaisuustiloina, jolloin yhteiskunnallisten toimijoiden ja asioiden kehityspotut jäivät kuvaamatta. Toivottavat ja todennäköiset tulevaisuustilat näyttävät objektiivisesti mahdollisilta, mutta uhkaavan tulevaisuustilan sisältämä oletama suomalaisen yhteiskunnan romahtamisesta kymmenen vuoden kuluttua ei välttämättä ole uskottava käytettävissä olevan nykytiedon pohjalta.

Median tulevaisuuspaaja: uutisjournalismin tulevaisuus -työryhmä

Median tulevaisuusseminaarin tulevaisuuspaajan seuraavan ryhmän aiheena oli uutisjournalismin tulevaisuus. He valitsivat työskentelyn aikajänteeksi 20 vuotta eli tulevaisuuskuviin päätetilaksi määrittyi vuosi 2030. Ryhmä pohti perusteellisesti ryhmälle yhteisiä arvoja, joiden pohjalta toiset mahdolliset tulevaisuustilat olivat tavoitellumpia kuin toiset kaikkien ryhmän jäsenten mielestä. Nämä ryhmän yhteiset arvot olivat luotettavuus, relevanttius, riippumattomuus ja solidaarisuus.

Seuraavassa taulukossa 2. on kuvattuna kolme mahdollista uutisjournalismin tulevaisuustilaa vuonna 2030. Muuttujilla ei ole arvoja joka sarakeessa sen takia, että näiden merkityksen painoarvot eivät ole samat joka tulevaisuustilassa. Todennäköinen tulevaisuustila perustuu markkinavetoiseen yhteiskuntaan, jossa mediatulojen keskittyminen ja konvergenssi jatkuu, toimittajien kiire lisääntyy, YLE:n asema kaventuu ja kuluttajat segmentoituvat käyttämään mediaa omiin tarpeisiinsa sekä globaalit pörssiyritykset viestivät suoraan kuluttajille ja ovat osa ihmisten välistä kommunikaatiota.

TAULUKKO 2. Uutisjournalismin tulevaisuus -työryhmän tulevaisuustaulukko

2030	Todennäköinen	Uhka	Toive
Yleisluonnehdinta	<ul style="list-style-type: none"> • Markkinavetoinen, samaa puuroa kuin tähänkin asti, teknologian rooli vahvistuu -> muutoksiin teknologia edellä 	<ul style="list-style-type: none"> • Teknologiafetisismi, mafijournalismi, riskijournalismi, pelkojournalismi, yksilöllistäminen 	<ul style="list-style-type: none"> • Hyvinvointi, laatua tukevat liiketoimintamallit, voimaannuttava journalismi, yhteiskunnallinen journalismi, erilaisia journalismeja (hauskakin), -> moniarvoisuus
Gloaalit pörssiyritykset	<ul style="list-style-type: none"> • Viestivät suoraan kuluttajalle • Osa ihmisten välistä kommunikaatiota 	<ul style="list-style-type: none"> • Tuottavat markkinointiviestintää (PR) uutisjournalismina • Kieläytyvät kertomasta 	
Lokaalit/gloaalit yhteiskunnalliset yritykset			<ul style="list-style-type: none"> • Palauttavat tuoton tekemiseen, kehitykseen • Ei kovia tuotto-odotuksia
Yksityiset säätöt			<ul style="list-style-type: none"> • Tukevat laatua ja • vapaata tutkimusta
Mediatalat	<ul style="list-style-type: none"> • Keskittyminen jatkuu • Konvergenssilogiikat • Menettää valta-asemiaan • Amatööriyövoiman käyttö toimittajien rinnalla 	<ul style="list-style-type: none"> • Lyhytjänteinen: ei (tuote) kehitystä • Ei synny laatua tukevia liiketoimintamalleja • Liian lähellä eliittiä/rahaa • "Riistää" amatööriruottajia 	<ul style="list-style-type: none"> • Investoivat toimialaan • Toimittajaa tukeva • Rohkeita suhteissa lukijoihin (ei Pihtiputaan mummulle) • Löytää rakentavat tavat pro-am -yhteistyöhön
Toimittajat	<ul style="list-style-type: none"> • Kiire lisääntyy • Kahtiajako • Ammattikuvat muuttuvat, työtilanne heikkenee 		<ul style="list-style-type: none"> • Saa keskittyä • Aikaa substanssiin • Juontajajournalismi on kadonnut • Jalkautuu • Suhteellisuudentajuinen
Julkinen rahoitus, julkiset toimijat	<ul style="list-style-type: none"> • Asema kaventuu (YLE) • Rahoittaa yksityisiä toimijoita 	<ul style="list-style-type: none"> • Vetäytyneet • YLE pörssissä • Julkisen rahan siirto yksityisille toimijoille 	<ul style="list-style-type: none"> • Rahoittaa laatua • Luopunut teknologiafetisismistä
Kansalaiset, kuluttajat	<ul style="list-style-type: none"> • Segmentoituminen • Kuluttavat mediaa omiin tarpeisiinsa • Eivät tunnista (aina) markkinointiviestintää • Osallistuvat/eivät osallistu • Seuraa englanninkielistä mediaa 	<ul style="list-style-type: none"> • Ei kysyntää laadulle • Lyhytjänteisyys • "Lukutaidottomuus" • Klikkausdemokratia 	<ul style="list-style-type: none"> • Sivistynyt • Suvaitsevainen • Kiinnostunut
Arvot	<ul style="list-style-type: none"> • Luotettavuus, relevanttius, riippumattomuus, solidaarisuus 		<ul style="list-style-type: none"> • + optimismi

Uhkaava tulevaisuustila pohjautuu teknologiafetisistiseen yhteiskuntaan, missä vallitsee mafia-, riski- ja pelkojournalismit sekä yksilöllistäminen. Tällöin globaalit pörssiyritykset tuottavat markkinointiviestintää uutisjournalismina ja kieltäytyvät kertomasta asioista. Mediatalojen toiminta puolestaan on lyhytjänteistä, eikä siinä synny laatua tukevia liiketoimintamalleja. Julkisen rahoituksen toimijat ovat vetäytyneet ja YLE on listattu pörssiin. Uhkaavassa tulevaisuustilassa vuonna 2030 kansalaiset ovat ”lukutaidottomia” ja lyhytjänteisiä, eikä kysyntää laadulle ole.

Uutisjournalismin tulevaisuustyöryhmän näkemys toivottavasta uutisjournalismin tulevaisuustilasta rakentui hyvinvointiin, laatua tukeviin liiketoimintamalleihin ja erilaisiin journalismeihin: voimaannuttavaan, yhteiskunnalliseen, hauskaan ja esimerkiksi moniarvoiseen journalismiin. Tällöin lokaalit tai globaalit yhteiskunnalliset yritykset palauttaisivat tuoton tekemiseen ja kehitystyöhön, eikä heillä olisi kovia tuotto-odotuksia. Lisäksi yksityiset säätiöt tukisivat laatua ja vapaata tutkimusta ja julkiset rahoittajat tukisivat myös laatua. Mediatalat puolestaan investoisivat toimialaan, tukisivat toimittajaa, olisivat rohkeita suhteessa lukijoihin ja löytäisivät rakentavat tavat pro-am-yhteistyöhön. Toimittajat saisivat tällöin keskittyä substanssiin suhteellisuudentajunsa säilyttäen. Kansalaiset olisivat tässä toivetilassa sivistyneitä, suvaitsevaisia ja kiinnostuneita. (Ks. taulukko 2.)

Uutisjournalismin tulevaisuustilat vaikuttavat objektiivisesti ja psykologisesti mahdollisilta sekä uskottavilta ja realistisilta. Ne ovat riittävän erilaisia versioita mahdollisista tulevaisuustiloista, eivätkä vain saman trendin muunnelmia. Myös oleelliset toimijat ovat muuttujina mukana. Sen sijaan niiden kehityspolkujen kuvaus, joita pitkin nykyhetkestä olisi mahdollista päästä näihin mahdollisiin tulevaisuustiloihin, puuttuu tästä uutisjournalismin tulevaisuustilojen esittelystä. Osaltaan tämä varmasti johtunee ajankäytöllisistä syistä, sillä oleellisten toimijoiden ja valintojen mahdollisten kehityspolkujen miettiminen on aikaa vievää toimintaa (työskentelyyn oli varattu aikaa alle kaksi tuntia).

Median tulevaisuuspaaja: online-journalismi, sosiaalinen media ja tulevaisuuden uudet lukemisyhteisöt -työryhmä

Median tulevaisuustyöpajan kolmannen ryhmän aihe oli muita ryhmiä laajempi sisältäen online-journalismin, sosiaalisen median ja tulevaisuuden uudet lukemisyhteisöt. Aiheen laajuus asetti tälle ryhmälle haasteita tarkentaa oman tulevaisuustyöskentelyn lähtöaihe ja pohtia koko ryhmälle yhteisiä arvoja, joiden perusteella jotain tulevaisuusskenaariota pidettäisiin toisia haluttavampana. Käytettävissä olevan ajan rajallisuuden vuoksi työpajan vetäjä kehotti tämän ryhmän jäseniä pohtimaan ainoastaan toivottavan tulevaisuuden skenaariota, mikä auttoi jäseniä työskentelyssään eteenpäin.

Tämä median tulevaisuusseminaarin työryhmä piti arvokkaana sosiaalisia verkostoja, moninaisuutta ja avoimuutta sekä toivoi sosiaalisen median olevan tulevaisuudessa vahvemmin läsnä journalistisissa konteksteissa siten, että sen julkinen potentiaali tunnistettaisiin. Ryhmä myös arveli Facebookin merkityksen vähenevän lähitulevaisuudessa. Työryhmän skenaariotyöskentelyn aikajanaksi määrittyi viisi vuotta, mikä selvästi auttoi rakentamaan skenaariosta realistinen, johdonmukainen ja selkeä – tosin skenaariossa voisi olla laajemmin tarkasteltuna oleellisiksi arvioitujen toimijoiden valinnat ja muut yhteiskunnalliset tekijät.

TAULUKKO 3. Online-journalismi, sosiaalinen media ja tulevaisuuden uudet lukemisyhteisöt -työryhmän skenaario toivottavasta tulevaisuustilasta



Sosiaalisen median toivottavan tulevaisuuden skenaariossa (ks. taulukko 3) ymmärrys sosiaalisesta mediasta kasvaa toimituksissa ja teknologia vahvistaa sosiaalisia verkostoja sekä tekee niistä julkisia. Tällöin verkostojen määrä moninkertaistuu ja mielenkiintoisten laadukkaiden viestien määrä lisääntyy. Verkkjournalismin kehittyminen johtaa siihen, että suodatetun tiedon arvo on kasvanut vuoteen 2015 suuremmaksi kuin mitä se on nykytilanteessa.

Median tulevaisuusseminaari päätettiin pienryhmien tulevaisuustyöskentelyiden esittelyyn sekä niiden pohjalta käytyyn laajan keskusteluun. Tulevaisuussuuntautunut media-ajattelu selvästi auttoi seminaariin osallistuneita media-alan ammattilaisia irrottautumaan nykyhetken media-alan käytännön haasteista sekä pohtimaan journalismin mahdollisia tulevaisuuden tiloja ja keinoja, miten toimimalla toivotun kaltaiset tulevaisuustilat mahdollistuisivat nykyistä kehitystä paremmilla valinnoilla.

Lähteet:

- ASPLUND, J. (1979) Teorier om framtiden. Liberförlag. Stockholm.
- BELL, W. (1997) Foundations of Futures Studies. Human Science for a New Era. Volume 1. History, Purposes, and Knowledge. Transaction Publishers. New Brunswick (USA) and London (UK).
- KAMPPINEN, M., MALASKA, P. & KUUSI, O. (2002) Tulevaisuudentutkimuksen peruskäsitteet. Teoksessa Kamppinen, M., Kuusi, O. & Söderlund, S. (toim.). Tulevaisuudentutkimus. Perusteet ja sovellukset. Suomalaisen Kirjallisuuden Seura. Helsinki: Tallprint.
- KUNELIUS, R. (2010) Kommenttipuheenvuoro Tampereen yliopiston Journalismin tutkimusyksikön järjestämässä Median tulevaisuusseminaarissa Helsingissä 16.12.2010.
- MANNERMAA, M. (1993) Tulevaisuudentutkimus tieteellisenä tutkimusalana. Teoksessa Vapaavuori, M. (toim.). Miten tutkimme tulevaisuutta. Acta Futura Fennica No 5. Tulevaisuuden tutkimuksen seura ry. Helsinki: Painatuskeskus Oy.
- TURPEINEN, M. (2010) Kommenttipuheenvuoro Tampereen yliopiston Journalismin tutkimusyksikön järjestämässä Median tulevaisuusseminaarissa Helsingissä 16.12.2010.
- Tieto- ja viestintäteollisuus Tivit Oy:n tutkimushanke Next Media 2011. Saatavilla <http://www.tivit.fi/fi/nextmedia>. 21.12.2010.