

TAMPEREEN YLIOPISTO

Ilona Koivisto

”LUOTETTAVUUS EI SYNNY PASKANTÄRKEYDESTÄ”

Eli klikkausjournalismi ja Yle matkalla kohti yleisön tarpeita

Journalistiikan pro gradu -tutkielma

Huhtikuu 2015

KOIVISTO, ILONA: ”Luotettavuus ei synny paskantärkeydestä” Eli klikkausjournalismi ja Yle matkalla kohti yleisön tarpeita.

Pro gradu -tutkielma, 74 s., 3 liites.

Journalistiikka

Huhtikuu 2015

---

Tämän pro gradu -tutkielman tarkoituksena on ottaa selvää klikkausjournalismiksi kutsutusta ilmiöstä ja toisaalta Ylen suhteesta tähän ilmiöön. Haluan selvittää, mitä klikkausjournalismilla lopulta oikein tarkoitetaan. Keskustelu ilmiöstä on kielteisen sävyistä ja viihteellistynyt, keventynyt, klikkausten perässä juokseva verkkojournalismi liitetään helposti vain iltapäivälehtien synniksi. Viime aikoina keskusteluun on kuitenkin noussut uudenlaisia sävyjä ja tasoja, eikä klikkausjournalismikeskustelulta välttyä enää muidenkaan medioiden sisältöjen kohdalla. Esille on noussut esimerkiksi Yleisradion aluetoimitusten verkkojutuissaan tekemiä ylilyöntejä. Juuri tämän, ja myös Ylen verorahoitteen toimintamallin vuoksi, halusin nostaa Yle Uutisten, ja erityisesti aluetoimitusten verkkojournalismin osaksi tätä tutkimusta.

Pyrin ottamaan selvää ilmiöstä ja sen liittymisestä Yleen paitsi kirjallisuuden, myös puolistrukturoitujen teemahaastattelujen ja Ylen aluetoimitusten verkkojuttujen pienimuotoisen laadullisen sisällönanalyysin avulla. Olen haastatellut tätä tutkimusta varten yhteensä kahdeksaa yläikäistä, kuutta aluetoimituksen edustajaa ja kahta pääkonttorin, Pasilan, esimieshenkilöä. Teoreettista viitekehystä olen luonut pitkälti klikkausjournalismin oman tulkintani mukaan liittyvien rinnakkais- ja taustailmiöiden esittelemisen, sekä aikalaiskeskustelun kautta. Rinnakkais- tai taustailmiöistä tärkeimpinä tässä tutkimuksessa pidän journalismin murrosta ja journalismin laadusta käytyä keskustelua. Aikalaiskeskustelua puolestaan esittelen esimerkiksi Journalisti-lehden juttujen kautta.

Klikkausjournalismi on häilyvä ja lopulta hyvin subjektiivisistakin lähtökohdista käsin määrittyvä ilmiö. Sille ei löydy selvää määritelmää aikaisemmasta tutkimuksesta, vaikkakin ilmiötä koskevaa tai sitä sivuavaa tutkimuskirjallisuutta on jo jonkin verran löydettävissä. Tämä asetti omanlaisiaan haasteita tutkimukseni teoreettisen viitekehyksen luomiselle ja toisaalta loogiselle päättelylle tutkimuksen varrella.

Näen klikkausjournalismin ikään kuin verkkojournalismin uutena muotona. Aika on muokannut verkkojournalismia nykyisen kaltaiseksi, eikä klikkausjournalismia voi näkemykseni mukaan määritellä irrallisena ilmiönä, vaan historiallista taustaansa vasten. Haastatteleman yläikäiset ulkoistivat ilmiötä melko paljon omasta tekemisestään, mutta toisaalta myönsivät ilmiöön miellettyjen ominaisuuksien näkyvän jokseenkin vahvasti myös Ylen sisällöissä. Tätä perusteltiin pitkälti yleisön tahtotilalla, josta klikkausmäärien katsottiin kertovan, ja toisaalta muuttuneilla olosuhteilla: uutisia tuotetaan lisääntyneen verkko- ja mobiilikäytön myötä aivan erilaisista lähtökohdista käsin ja uudenlaisella rytmillä kuin vaikkapa vielä kymmenen vuotta sitten.

Tutkimuksessani esiintyviä tärkeimpiä avainsanoja ovat: klikkausjournalismi, journalismin murros, uutinen, uutiskriteeri, verkkojournalismi, tabloidisaatio, laatu.

# Sisällysluettelo

1 Johdanto.....	1
1.1 Tärkeimmät käsitteet.....	6
1.2 Tutkielman rakenne.....	8
Klikkausjournalismi ilmiönä.....	9
2 Rajaton julkaisutila sekoittaa päät ja aiheuttaa yleisöpaineet.....	9
2.1 Historian lyhyt oppimäärä: verkkojournalismi ja klikkausjournalismi - kumpi ensin?.....	15
2.2 Taustalla myös journalismin murros.....	19
2.3 Muutos: uutiskriteerit uusiksi.....	22
2.4 Journalismin uudet vaatteet eli muutama sana verkon haasteista.....	25
2.5 Oho! Katosiko laatu vauhdissa?.....	26
Yleisradio uutisten välittäjänä.....	30
3 Soimattu, rakastettu Yleisradio.....	30
3.1 Oma suhteeni Yleen.....	34
Kohti analyysia eli aineistot ja metodit.....	35
4 Haastattelussa Ylen johtoa, keskijohtoa ja rivitoimittajia.....	35
4.1 Tarkastelussa Ylen nettijuttuja.....	36
4.2 Metodina laadullinen sisällönanalyysi ja puolistrukturoitu teemahaastattelu.....	37
Keissi: yleläisten mietteitä muutoksista.....	40
5 Yleisö haluaa sirkushuveja.....	40
5.1 Netti edellä ja eroon lakonisuudesta.....	47
5.2 Kiinnostavuudesta tärkein uutiskriteeri.....	51
5.3 Kilpailu kovenee, panokset kovenevat.....	55
6. Pieni yhteenveto yleläisten näkemyksistä.....	59
7 Tulokset ja yhteenveto.....	62
Lähteet.....	68
Liite 1.....	75

# 1 Johdanto

Keskusteluun journalismista kuuluu nykyään korostuneesti keskustelu laadusta ja erityisesti huolestuneet äänenpainot laadun katoamisesta. Tämän pelkotilan voi sanoa osaltaan aiheuttaneen verkkojournalismi, joka on tuonut suuria muutoksia journalismin tuottamisen tahtiin ja toisaalta myös journalistisiin sisältöihin. On alettu puhua klikkausjournalismista, jolla viitataan erityisesti viihteellisiin verkkojuttuihin, joiden äärelle yleisöä houkutellessa yhä moninaisimmin keinoin.

Pitkän Yle-uran tehnyt Ismo Silvo jakaa artikkelissaan journalismin kriisin odottajat kahteen ryhmittymään, sprengleriläisiin ennustajiin ja emansipoiijiin. Jälkimmäisiä hän kuvaa niiksi, jotka odottavat journalistisen vallan vähentymistä, jotta kansalaisten omaehtoinen ajattelu ja vaikuttaminen lisääntyisivät. Ennustajia hän kuvaa hyvin pessimistisesti länsimaisen lehdistön kuolemaa odottavaksi joukoksi. Hän jatkaa ennustajista: ”-- ennustajat ovat pessimistisiä: 'seuraako tästä mitään hyvää', 'laatu kuolee!', 'tieto on vain harvojen harrastus, eikä köyhillä ole varaa tai halua siitä maksaa.’” (Silvo 2010, 239.)

Parikymppisenä toimittajanalkuna ja monimediajournalismin ammattikorkeakouluopiskelijana vuonna 2011 taisin kuulua Silvon kuvailemien ennustajien joukkoon. Idealistisen puhdas käsitys journalismin perinteisistä arvoista ja etiikasta johdatti tekemään tuolloista opinnäytettä tabloidisaatiosta eli lyhyesti avattuna journalismin viihteellistymisestä, iltapäivälehtimäistymisestä ja pinnallistumisesta. Nyt kolme vuotta myöhemmin jatkan tutkimalla gradussani klikkausjournalismia, jonka käsittelyyn väistämättä kuuluu myös minulle ennalta tuttu käsite, tabloidisaatio.

Tutkijana, opiskelijana ja journalistina koen kuitenkin nyt olevani enemmän jotakin ennustajien ja emansipoiijien välimaastosta. Verkkouutisoinnissa näkyvään lisääntyneeseen raflaavuuteen ja jonkinasteiseen keventymiseen on osattava suhtautua kriittisesti, mutta kuitenkin suhteuttaen asiat ja niiden merkitykset oikeisiin mittasuhteisiinsa. Olisi epäkypsää ja tutkimuksen kannalta melko hedelmätöntäkin vain yksipuolisesti väittää, että journalismin laatu on kuolemassa eikä asiajournalismin käsitettä enää tunneta. Tähän kapeakatseisuuteen sorruin nuorempana.

Kriittiseen katsantokantaan on silti syytä. Uutisjournalismissa on tapahtunut suuria myllerryksiä viime vuosina, eikä voi sanoa, että kaikki tuo myllerrys olisi ollut pelkästään myönteistä. Verkon mukaantulo journalismin tuotantoon on aiheuttanut paljon keskustelua journalismin laadusta ja

kestävyydestä. Olen itsekin ammatiltani toimittaja ja ehtinyt tehdä töitä viimeisten 10 vuoden aikana niin lehtipuolella kuin sähköisessäkin mediassa. Oman ammattietiikan ja työtapojen pohdinta on tullut siis väistämättä eteeni. Miksi tutkin juuri klikkausjournalismia? Klikkausjournalismi on ilmiö, josta on jo hyvän aikaa puhuttu, ennenkaikkea alan sisällä. Keskustelu sisältää melko radikaalejakin väitteitä nykyisen uutistuotannon ja journalismin laadusta ylipäätään. Klikkausjournalismi nähdään aikalaiskeskustelussa usein laaduttomana, viihteellisenä ja kevyenä sisältönä, missä näyttävien otsikoiden avulla houkutellaan lukija klikkaamaan verkkojuttua. Yhtälailla sisällöntuottajat eli journalistit, kuin sisällön kuluttajat, eli yleisö, tuntuvat olevan huolestuneita journalismin tulevaisuudesta ja laadusta. Tässä tutkimuksessa haluan ottaa selvää siitä, mitä klikkausjournalismi oikeastaan on. Analyysiosiossa keskityn nimenomaan Yle Uutisten aluetoimitusten journalismissa klikkausjournalismin kautta mahdollisesti tapahtuneisiin muutoksiin.

Mutta onko klikkausjournalismi vain nimitys nykyiselle verkkojournalismille? Vai onko se verkkojournalismin alalaji? Mitä ominaisuuksia klikkausjournalismiin liitetään ja minkä takia? Näiden kysymysten lisäksi pyrkimykseni on myös selvittää, tuottaako Suomen Yleisradio klikkausjournalismia, ja jos, niin miksi? Yle on mielletty erityisen luotettavaksi ja niin sanotun laatujournalismin tuottajaksi, johtuen varmasti jo yhteiskunnallisesta asemastaan ja rahoitusmallistaan. Vuodesta 2013 Ylen toimintaa on rahoitettu Yle-verolla, sitä ennen tv-lupamaksun kautta. Siksi on kiinnostavaa tutkia, millä tavalla Ylen nettisisällöissä näkyvä vallalla oleva ilmiö, klikkausjournalismi. Täysin tyhjästä tämä näkökulma ei ole revitty: Helsingin Sanomat (Luukka 2014) kritisoi Yleä kyseenalaisista aluetoimitusten tekemistä nettijutuista kevättalvella 2014. Muutoinkin erityisesti aluetoimitusten nettijuttujen tyyli on herättänyt keskustelua viime aikoina. Helsingin Sanomien esille nostamiin tapauksiin pureudun tarkemmin tuonnempana gradussani.

Juurikin mainitun aluetoimitusten vastaanottaman kritiikin vuoksi päädyin analyysiosiotani varten haastattelemaan nimenomaan kahden Ylen aluetoimituksen väkeä, toimittajia ja uutispäälliköitä. Lisäksi haastattelin kahta Helsingin Pasilan konttorissa työskentelevää päällikköä saadakseni haastattelujen kautta esille myös laajempia näkemyksiä yhtiön toiminnasta ja tyylistä. Tein yhteensä kahdeksan teemahaastattelua, joissa ääneen pääsivät siis sekä toimittajat että johtoporras. Haastattelujen avulla pyrkimykseni oli selvittää yleläisten näkemyksiä ja ajatuksia klikkausjournalismista ilmiönä, mutta myös käsityksiä heidän omasta uutistuotannostaan, siitä mikä on muuttunut verkkojournalismissa ja netin uutistuotannossa. Haastattelujen avulla halusin siis

paitsi vahvistaa ja laajentaa teoriaosuudessa hahmottelemiani näkemyksiä klikkausjournalismista ilmiönä, myös saada mahdollisimman vahvan käsityksen siitä, miten yleläiset arvioivat omaa toimintaansa klikkausjournalismin näkökulmasta. Luonteeltaan haastattelut olivat puolistrukturoituja teemahaastatteluja, eli pyrin niissä keskustelunomaisuuteen. Avaan tätä metodivalintaa ja sen onnistumista tarkemmin analyysiosiossa tutkimukseni jälkipuoliskolla.

Haastattelujen lisäksi olen tätä gradua varten analysoinut hyvin vapaamuotoisella laadullisella sisällönanalyysillä 10 Ylen aluetoimitusten verkkojuttua vuoden 2014 loppupuolelta ja vuoden 2015 alusta. Verkkojuttujen määrä on rajattu varsin pieneksi, koska tarkoitukseni ei ollut analyysieni avulla tyhjentävästi todentaa mitään klikkausjournalismista Ylellä, vaan pikemminkin tuoda joitakin klikkausjournalismin piirteitä esille esimerkinomaisesti. Juuri tämän vuoksi myös analyysit ovat jopa liukuhihnamaisten napakoita, eivätkä mene kovinkaan syvälle juttujen merkityksiin. Siksi olenkin sijoittanut esimerkkijutut analyysiosioni joukkoon, sopiviin kohtiin palvelemaan kokonaisuutta ja täydentämään, osaltaan myös vahvistamaan haastateltavieni näkemyksiä ja niistä tekemiäni omia tulkintoja. Osasta analysoimiani nettijuttuja olen myös keskustellut kaikkien kahdeksan haastateltavani kanssa. Tämä mahdollisti myös omien ja haastateltavieni näkemyksien vertailemisen.

Tutkimukseni perimmäinen tarkoitus on ottaa osaa nykyjournalismista käytävään keskusteluun tämän yhden ajankohtaisen ilmiön, klikkausjournalismin, kautta. Pyrin gradussani muodostamaan yhden käsityksen siitä, mitä ilmiö oikein tarkoittaa ja miksi siitä puhutaan ja miten puhutaan. Käsittelen klikkausjournalismia ilmiönä siitä käydyn keskustelun, journalististen sisältöjen ja normien muuttumisen, journalismin murroksen ja journalismin laadun määrittämisen kautta. Perustelen tätä ratkaisua sillä, että klikkausjournalismin merkityksiin on helpointa päästä käsiksi juuri näiden teemojen välityksellä. Ilmiön ympärillä pyörivään keskusteluun kun liitetään nimenomaan kysymyksiä esimerkiksi journalismin laadusta, etiikasta ja journalismissa tapahtuneista muutoksista, toisinsanoen journalismin murroksesta. Klikkausjournalismi oli ilmiönä tarpeen määrittellä itse, sillä sille ei ole mitään kattavaa tieteellistä määritelmää. Tässä gradussa luon yhden sellaisen ja toivon osallistuvani keskusteluun paitsi jo mainitsemastani nykyjournalismin tilasta ja laadusta, myös Yleisradion asemasta tässä keskustelussa ja osana klikkausjournalismi-ilmiötä.

Tutkimuseettisistä syistä on jo tässä kohtaa työtäni tuotava esille se tosiasia, että olen itse työskennellyt Ylen palveluksessa freelancer-toimittajana yhteensä jo noin kolmen vuoden ajan.

Kokemukseni Ylellä painottuu Kymenlaakson aluetoimitukseen ja jonkin verran olen tuurannut myös Yle Tampereen toimituksessa. Kesällä 2015 jatkan freelancer-uraani Pasilan konttorissa. Suhteeni Yleen on siis jokseenkin pitkäaikainen ja vahva. Näin ollen minulla on jo paljon myös oman kokemukseni kautta tullutta tietoa siitä, miten verkkojuttuja Ylellä tehdään ja mitä niiltä vaaditaan. En näe tätä kuitenkaan missään tapauksessa rajoittavana tai tutkimusotettani jollain tapaa löysentävänä tekijänä, vaan päinvastoin myönteisenä seikkana. Esimerkiksi tekemissäni tutkimushaastatteluisa onnistuin mielestäni onkimaan yleläisiltä varsin olennaista tietoa juuri siksi, että osasin yhtiössä tekemässäni toimittajan työssä saamiani kokemuksia vasten asettaa kysymykset oikealla tavalla ja muotoilla ne tarkasti.

Klikkausjournalismia, tai pikemminkin sen lieveilmiöitä, on tutkittu Suomessa ja muualla maailmalla jo jonkin verran, mutta Suomen Yleisradioon liittyvää tutkimusta aiheen tiimoilta ei ole vielä tehty. Tutkimukseni on ajankohtainen, koska yleisradioyhtiöt eri puolilla maailmaa kamppailevat juuri nyt ankarasti olemassaolonsa tavasta.

Huolimatta siitä, että uutisten viihteellistymisestä ja iltapäivälehtimäistymisestä on puhuttu jo vuosikausia, on klikkausjournalismi melko tuore ilmiö. Englanninkielinen vastine sanalle on clickbait, josta toisaalta puhutaan myös siinä merkityksessä, että klikkausten tavoittelun taustalla on jokin maksettu mainos (Hamblin, 2014). Varsinaista tieteellistä tutkimusta aiheesta ei juurikaan ole tehty, vaikkakin aihepiiriä sivuavaa ja siihen liittyvää tutkimusdataa ja yksittäisiä tieteellisiäkin artikkeleita kyllä riittää. Juuri näiden avulla olen pyrkinyt muodostamaan oman tutkimukseni viitekehystä.

Kaarina Nikusen (Nikunen, 2011, 4) mukaan netti on muuttanut käsitystä ajankäytöstä journalismissa. Nikusen mukaan deadline-kulttuuri on historiaa ja online-kulttuuri nykypäivää. (Nikunen, 2011, 4). Nikusen tutkimuksessaan haastattelemat toimittajat liittivät verkkojournalismiin keveyden ja houkuttelevuuden sekä helpostilähestyttävyyden, kun taas sanomalehtijuttuihin haastavammat aiheet (Nikunen 2011, 60). Yleinen jako tuntuukin olevan juuri tämä. Perinteiset välineet, radio, televisio ja sanomalehti tekevät perinteistä sisältöä, netti antaa mahdollisuuden jollekin uudelle. Tämä kävi myös ilmi tekemissäni tutkimushaastatteluisa. Mutta eikö toisaalta ole aika erikoista, että netti on jonkinlainen journalismin villi länsi ilman sääntöjä ja muut välineet ehkä turhankin kaavoihinsa kangistuneita ja uudistuspelkoisia? Eräs haastattelemistani esimiestason henkilöistä Ylellä totesi kuitenkin, että on hyväkin jos netti on täysin oma maailmansa ja että siellä onkin hieman enemmän vapauksia.

Nikunen liittyy Ylen roolin mediakentän muutoksissa yhtiön maksujärjestelmästä käytyyn kiihkeään keskusteluun. Nikusen tutkimuksen julkaisuaikana tämä keskustelu oli vielä kesken ja tuolloin hän tulkitsi Yle-keskustelun merkinä kilpailun kiristymisestä ja myös verkkojulkisuuteen liittyvistä paineista (Nikunen, 2011, 103). Tässä lienee perää ja ehkä myös juuri tästä syystä Ylellä onkin niin kova näyttämisen ja toisaalta perässä pysymisen tarve. Kenties kyse todellakin on myös oikeutuksen hakemisesta? Sisältöjen julkaiseminen ilmaiseksi verkossa voi myös syödä yleisöä muilta välineiltä. Ilmaisen uutistarjonnan kanssa on vaikeaa kilpailla asettamalla mediasisällöt maksullisiksi. (Nikunen, 2011, 28.) Erilaiset, etenkin osittaiset verkkosisältöjen maksumuurit ovatkin jo todellisuutta esimerkiksi Helsingin Sanomissa. Nehän luovat tietysti aikamoisen mahdollisuuksien kentän verorahoitteiselle Ylelle. Onko siis ihme, että Ylen tekemisiä ja toiminnan laatua syynätään tällä hetkellä ehkä enemmän kuin koskaan ennen? Ja toisaalta, mitä Yleltä sitten oikeastaan odotetaan?

Olen rakentanut tutkimukseni teoreettista viitekehystä monista pienistä palasista, ilmiöistä ja rinnakkaisilmiöistä. Eniten kirjallisuutta olen hakenut liittyen journalismin murrokseen, journalismin laadusta käytyyn keskusteluun, journalismin viihteellistymiseen ja toisaalta taloudellisiin vaikuttimiin. Näin on ollut oikeastaan pakkokin toimia, koska kuten jo todettu, klikkausjournalismi on ilmiönä vielä verrattain melko tutkimaton. Siksi loin tässä tutkimuksessa oman käsitykseni ilmiöstä, niillä keinoilla, jotka koin käytettävissäni olevan.

Johdannon lopuksi teroitettakoon vielä tutkimuskysymykseni, joihin pyrin löytämään vastauksia:

**\* Mitä klikkausjournalismi on?**

**\* Miten Suomen Yleisradio liittyy keskusteluun klikkausjournalismista?**

**\* Tuottaako Yle klikkausjournalismia?**

**\* Mitä mieltä yleläiset ovat klikkausjournalismista ilmiönä, ja toisaalta omasta osuudestaan ilmiön vahvistamisessa?**

Tämän gradun tekemistä on opiskelijastipendillä tukenut Journalistisen kulttuurin edistämissäätiö Jokes.



## **1.1 Tärkeimmät käsitteet**

Tutkielmani käsitekimppu ei ole kovinkaan selväpiirteinen tai yksiulotteinen. Hahmotankin graduni ehkä pikemminkin erilaisten ilmiöiden ja vaikuttimien, kuin käsitteiden kimppuna. Yksi tärkeimmistä klikkausjournalismi-ilmion taustalla vaikuttavista ilmiöistä on verkkojournalismi ja sen syntyminen. Luvussa 2.1 hahmottelen verkkojournalismin ja klikkausjournalismin välistä jännitettä ja niiden suhdetta toisiinsa. Verkkojournalismin ymmärrän tässä tutkimuksessa laajasti, ihan ensimmäisistä nettiin tuotetuista journalistisista sisällöistä tämän päivän klikkausjournalismiksi nimitettyyn tuotantoon. Tätä puin kuitenkin tarkemmin luvussa 2.1.

Oikeastaan kaikkien gradussani esiintyvien käsitteiden tai ilmiöiden äidiksi voisi kutsua journalismin murrosta, jonka seurausta tutkimuksen kohteena olevan klikkausjournalismin voi sanoa osin olevan. Journalismin murroksella tarkoitan mediakentässä vuosikymmenten saatossa tapahtuneita taloudellisia ja teknisiä muutoksia, joita käyn tarkemmin läpi luvussa 2.2.

Klikkausjournalismi-ilmiotä avattaessa on syytä nostaa esille myös tutkimukseni maisemaa lähes yhtä olennaisella tavalla värittävä käsite, tabloidisaatio. Käsitteellä tarkoitetaan uutisisältöjen viihteellistymistä. A.P. Pietilän mukaan niin kutsutut vakavat mediat ovat omaksuneet keltaisen lehdistön kerrontatyyliä (Pietilä, 2007, 72). Pietilä erottaa laatujournalismin ja sensaatiojournalismin ominaisuuksiensa kautta erillisiksi käsitteiksi. Niin sanotun sensaatiojournalismin piirteiksi Pietilä mainitsee muun muassa pinnallistumisen, viihteellistymisen ja räväkän esitystavan (Pietilä, 2007, 73). Juuri edellisten, Pietilän kuvailemien ominaisuuksien lisääntyminen journalismissa on selkein tapa selittää, mitä tabloidisaatiolla tarkoitetaan. Tabloidisaation käsite toimii työssäni ikään kuin rinnakkais- tai seurannaiskäsitteenä klikkausjournalismille. Toisaalta tabloidisaatio on osaltaan ollut luomassa elinympäristöä klikkausjournalismille, toisaalta klikkausjournalismi antaa kentän tabloidisaatiolle, yleistyville viihde- ja juorujutuille. Tabloidisaatio ei käsitteenä tule tarkemmin esille teoriaosuudessani, mutta se on syytä nähdä taustavaikuttimena tutkimusaiheeni valinnalle, ja toisaalta historiallisena tekijänä journalismin muutospöörteissä.

Tutkimukseni kannalta olennainen käsite on myös uutiskriteeri. Klikkausjournalismia tutkiessani esitän kysymyksen Ylen uutiskriteereiden muuttumisesta, mutta tuon työssäni esille myös muita kuin Yleä koskevia keskusteluja journalismin uutiskriteeristön laajemmasta muutoksesta. Monetkin tutkijat ovat todenneet, että kiinnostavuus uutiskriteerinä perinteisemmäksi mielletyn kriteerin,

tärkeiden, ohella on painottunut viime vuosina. Kiinnostavuuden nousu tärkeiden ohi liitetään esimerkiksi journalismissa tapahtuneeseen viihteellistymiseen ja henkilöitymiseen (Heikkilä ym. 2012, 30). Mediatalojen välisen kiristyvän kilpailun, nopeusvaatimusten ja vähäisten resurssien takia kiinnostavuudesta on vähitellen tullut välttämättömyys. Täysin uusia uutisia on vaikeaa tuottaa nykyään. Melkein mistä tahansa aiheesta on siis pyrittävä saamaan aikaan ajankohtainen ja relevantti, kiinnostava uutinen. (Heikkilä ym. 2012, 173.) Luvussa 2.3 perehdyn tarkemmin uutiskriteeristön muutoksiin palaten niihin vielä analyysiosiossani, kun esittelen haastateltavien näkemyksiä kriteeristön muutoksista ja uusista painotuksista.

Myös journalistinen laatu tulee sanaparina esiintymään gradussani useasti, koska klikkausjournalismi ilmiönä liitetään usein journalistisen laadun jonkinasteiseen heikkenemiseen tai ainakin laadun määrittämisen muuttumiseen. Tarkoitukseni ei tietenkään ole tässä yhteydessä määritellä journalistista laatua, koska laatu ei edes ole selitettävissä, vaan sen ymmärtämiseen liittyy aina esimerkiksi tietynlainen arvopohja tai tietty konteksti. Pyrinkin siis lähinnä tuomaan esille journalistisesta laadusta käytävää keskustelua.

Esimerkiksi Juha Herkman kirjoittaa journalismin laadusta käytävästä keskustelusta käyttäen käsitettä huolipuhe, jonka hän liittää eritoten vanhemman polven toimittajien käsityksiin nykymedian laadusta. ”Eryteisesti vanhemman polven toimittajat, tutkijat ja muut kommentaattorit uskovat internetin ja kaupallisen kilpailun heikentävän journalismin laatua.” (Herkman, 2010, 20.) Herkmanin mukaan edellä kuvatut uskomukset syntyvät kuitenkin usein ilman minkäänlaista faktapohjaa (Herkman, 2010, 20). Ylen uutis- ja ajankohtaistoiminnan päällikkö Atte Jääskeläinen puolestaan kirjoittaa laadun parantamisesta online-ajassa. Jääskeläisen mukaan tiedon määrä on online-ajassa niin valtaisa, että uutiset vanhenevat paljon nopeammin kuin ennen. Hän korostaa nopeuden vaatimusta nettiuutisoinnissa, mutta toteaa kuitenkin, että laadukasta journalismia ei saavuteta ainostaan nopeudella. (Jääskeläinen, 2010, 34.)

Laatupuheeseen liittyy tietysti myös keskustelu kiireestä ja kilpailun kiristymisestä mediatalojen välillä. Minna Holopainen (2010, 42) kirjoittaa kiireen osuudesta journalistisen laadun vaarantajana tarjoten ansiokkaan vertauksen. Hän rinnastaa journalistisen kiireen päivystyspoliklinikan ja hätäkeskuksen tilanteeseen: kiire ei ole syy työn jäljen laaduttomuuteen sielläkään. Lisäksi Holopainen korostaa sitä, kuinka paljon uutisjournalistit ylpeilevät kyvyllään tuottaa uutisia nimenomaan nopealla tahdilla. (Holopainen, 2010, 42.) Holopaisen pohdinta tuo oivallisesti esille ristiriidan, joka kytee koko nykymediasta käytävässä keskustelussa ylipäätään. Kiireellä selitetään

huolimattomuutta ja laadun kärsimistä, mutta toisaalta kiire on aina ollut osa journalistisia ihanteita eikä se myöskään saisi olla syy huonolle työn jäljelle. Laatukeskustelua tarkemmin läpikäydessäni (luku 2.5) sivuan samalla myös journalismin etiikkaa ja siinä mahdollisesti tapahtuneita muutoksia.

## 1.2 Tutkielman rakenne

Graduni voi sanoa jakautuvan perinteiseen tyyliin kahteen osioon. Gradun ensimmäisellä puoliskolla hahmottelen klikkausjournalismia ilmiönä, etsin vastausta siihen, mitä ilmiöllä oikein tarkoitetaan tai mitä sillä voitaisiin tarkoittaa. Lähdän luvussa 2 liikkeelle rajattoman julkaisutilan medioille aiheuttamasta paineesta ja paniikista yleisöjen keräämisessä. Luvussa myös avaan ilmiöstä käytyä aikalaiskeskustelua, pitkälti alan omissa julkaisuissa käytettyjen puheenvuorojen kautta. Luvussa 2.1 pohdin verkkojournalismin ja klikkausjournalismin välistä suhdetta. Tarkoitukseni on etsiä vastaus siihen, oliko verkkojournalismi heti syntyessään klikkausjournalismia, vai muuttuiko se jossain vaiheessa kehityskulkuaan klikkausjournalismiksi. Esittelen myös muutamien tutkijoiden näkemyksiä siitä, miten verkkojournalismiin aikanaan suhtauduttiin ja pohdin miten tämä suhtautumistapa on mahdollisesti muuttunut.

Luvussa 2.2 kerron journalismin murroksesta ja liitän ilmiön vaikutukset osaksi klikkausjournalismin syntyä. Luku tuo esille journalismin murroksesta viime vuosina käydyn keskustelun sävyä, mikä mielestäni on olennaista puhuttaessa klikkausjournalismista. Klikkausjournalismista käytyyn keskusteluun kuuluu nimittäin niin selkeästi keskustelu muutoksesta ja toisaalta muutoksen laadusta. Luvussa 2.3 tuon esille sen, miten uutiskriteerit ovat nettiajan myötä muuttuneet. Tätäkään näkökulmaa ei voi sivuuttaa, sillä klikkausjournalismin aikakaudella nimenomaan juttujen näkökulmat ja aiheet ovat painottuneet aiemmasta poikkeavalla tavalla. Luvussa 2.4 käyn läpi verkon vaatimuksia alustana, eli sitä minkälaisen haasteiden eteen sisällön tuottajat ovat joutuneet nettiaikakaudella. Luvussa 2.5 esittelen nykykeskustelua journalismin laadusta. Luku kokoaa oikeastaan yhteen mietteitä, jotka liittyvät kaikkiin edeltävissä luvuissa esille tulleisiin teemoihin.

Luvussa 3 kerron lyhyesti Yleisradion historiasta ja yhtiön journalistisesta asemasta, sivuten myös sitä, miten ja milloin netti tuli mukaan julkaisualustaksi Ylellä. Luvussa 3.1 taas käyn läpi omaa suhdettani Yleen toimittajana ja tämän vaikutuksia tutkimuksen tekemiseen.

Tämän jälkeen siirryn analyysiosiooni, jonka aloitan kertomalla tutkimushaastatteluistani, siitä

miksi valitsin haastateltavani juuri tietyllä tavalla ja kuinka hyödylliseltä haastattelujen anti tuntui tutkimukseni kannalta. Luvussa 4.1 perustelen sitä, miksi päätin analysoida 10 Ylen aluetoimitusten nettijuttua ja tuoda osan analysoituista jutuista mukaan myös teemahaastatteluihini. Luvussa 4.2 kerron vielä metodeistani, puolistrukturoidusta teemahaastattelusta ja laadullisesta sisällönanalyysistä.

Luvun 5 olen jakanut neljään osaan haastatteluista tekemiäni havaintojen perusteella. Analyysiosioni rakenne mukailee pääpiirteittäin teoriaosioni teemoja, eli käyn läpi niin yleläisten suhdetta yleisöön ja yleisön tarpeisiin, netti-aikakauden mukanaan tuomia muutoksia, uutiskriteereiden muutoksia, kuin myös kovenevaa medioiden välistä kilpailua ja sen vaikutuksia sisältöihin.

Luvussa 6 summaan vielä yleläisten näkemyksiä klikkausjournalismista, ja pohdin näiden näkemysten suhdetta siihen, mitä sain itse mielestäni selville teoriaosuudessa. Luvussa 7 esittelen tutkimustulokseni, pohdin koko tutkimuksen onnistuneisuutta ja valittujen metodien järkevyyttä. Lisäksi hahmottelen jatkotutkimuksen aiheita.

## **Klikkausjournalismi ilmiönä**

### **2 Rajaton julkaisutila sekoittaa päät ja aiheuttaa yleisöpainet**

Verkon ja sen myötä verkkojournalismin tuleminen osaksi medioiden arkipäivää on suurimpia mullistuksia, mitä ala on saanut kokea. Netti toi täytettäväksi niin sanotusti rajattoman julkaisutilan. Netti on tehnyt myös uutistuotannosta nopeampaa kuin koskaan aikaisemmin ja toisaalta tuonut mukaan useita uusia alustoja journalismin tuottamiselle ylipäättäen. Samalla uutisten julkaisutila on laajentunut. (Fenton, 2012, 119.) Fentonin (2012, 129) mukaan netti myös mahdollistaa käytännössä kenelle tahansa journalismin kaltaisen sisällön tuottamisen eli erilaisen tiedon ja uutisten jakamisen. Tästä luonnollisesti seuraa se, että medioiden on panostettava täysin uudella tavalla tekemiseensä, jotta juuri heidän sisältöjensä äärelle hakeuduttaisiin.

Niin ikään David Domingon (2011, xv) mukaan internetin käyttäjät saavat tietoa ja uutisia koko ajan useammista kanavista, esimerkiksi johonkin aiheeseen erikoistuneista projekteista tai erilaisten yhteisöjen nettisivuilta. Samaan aikaan perinteinen media yrittää keskittää yleisön huomion omiin

netistä löytyviin uutissisältöihinsä. Domingon mukaan siitä huolimatta, että journalismia tuotetaan nykyään enemmän kuin koskaan uutistoimitusten ulkopuolella, yleisö ei välttämättä saa muualta enemmän tai parempia uutisia. (2011, xv-xvi.) Tämä lienee juuri se haaste, jonka edessä myös Yle kaikkien muiden mediatalojen tavoin seisoo. Miksi kuluttaja päätyisi juuri Ylen nettisivujen sisältöjen ääreen, kun tarjonta on uutismaailmassa jo miltei käsittämättömän suuri? Tästä kai kimpoaa paine myös viihteellisemmän tarjonnan lisäämiselle, ja toisaalta nettijuttujen rakentamiselle entistä enemmän kiinnostavuus edellä. Vanhaan ei ole palaamista. Myös Ojalan ja Uskalin mukaan erilaisista uusista viestintä- ja informaatioteknologisista innovaatioista on tullut perinteisten mediatalojen haastajia (2005, 161).

Robert G. Picardin (2010, 366) mukaan muutoksessa onkin kyse siitä, millä tavalla uutisten tekemistä rahoitetaan, miten uutisia ja tietoa levitetään ja kulutetaan ja myös siitä kuinka kestäviä mediatalot ovat. Journalismi ei ole tullut tiensä päähän, mutta nyt olisi pohdittava uusia keinoja sille, miten uutisia kannattaa tuottaa ja levittää (Picard, 2010, 366). Myös A.P Pietilän (2007, 183) mukaan sisältöjä halutaan saataville yhä nopeammin. Mediasisällöt täytyy nykyään muovata aivan uudella tavalla houkutteleviksi, jotta ne löytävät yleisönsä. Sisällöt eivät saa myöskään enää maksaa huimia summia (2007, 182).

Voi ajatella, että juuri tämä rajattoman julkaisutilan täyttäminen kiinnostavalla tavalla on aiheuttanut mediataloissa lisääntyvää painetta, jonka seurauksena on viime vuosina alkanut syntyä niin sanottua klikkausjournalismia. Kaupallisilla medioilla tämä kilpailu näyttyy mainostulojen etsimisen kautta: mitä enemmän sivustolle saadaan kävijöitä, eli houkuttelevia sisältöjä, sitä enemmän sinne saadaan myös mainostajia. Yleisradion kannalta tilanne on taloudellisesti erilainen, mutta filosofialtaan oikeastaan hyvin samankaltainen: yleisöjen löytämisen problematiikka koskee myös Yleä. Miksi tehdä uutisia sivustolle, jolla kukaan ei käy niitä lukemassa? Eihän journalismia tyhjiöön haluta tehdä, oli sitten kyse mainostulovetoisesta tai verorahoitteisesta journalismin tuotannosta.

Tarkoitan klikkausjournalismilla tässä tutkimuksessa verkkojournalismia, joka käyttäjien kulmasta houkuttelee usein raflaavalla tai myös jollain tapaa hämmentävällä otsikoinnilla yleisön verkkojutun äärelle. Tästä logiikasta myös yleisö tuntuu olevan nykypäivänä varsin tietoinen, mihin perehdyn tarkemmin tuonnempana tässä luvussa. Toimitukset puolestaan voivat hyödyntää klikkauksista syntyvää teknistä dataa ja tehdä sen avulla päätelmiä siitä, mikä yleisöä kiinnostaa. Myöhemmin tutkimukseni varrella selviää, että klikkausmäärien perusteella tunnutaan tehtävän melko

radikaalejakin päätelmiä yleisön tahtotilasta ja klikkausten seuraaminen on myös olennaisesti muuttanut verkkojuttujen kirjoittamisen tapaa ja niiden aihekirjoa. Kaarina Nikunen käyttää klikkausjournalismikäsitteen sijasta käsitettä klikkauskulttuuri, jolla kuitenkin tarkoittaa samaa kuin minä tässä tutkimuksessa. Nikusen (2011, 60) mukaan klikkausten määrä voi alkaa vaikuttaa helposti myös journalismin sisältöihin ja aiheuttaa näin myös juttutyyppeiden samankaltaistumista. Nikunen kiteyttää: ”Klikkauskulttuurin uskotaan vahvistavan räväkkää otsikointia ja sensaatiohakuisuutta verkkojournalismissa.” (Nikunen, 2011, 60.)

Jos ajatellaan, että klikkausjournalismin taustalla tosiaankin on edellä tiiviisti kuvailemani rajattoman julkaisutilan synnyttämä paine ja reaktio, on syytä katsastaa myös hieman alan sisällä ilmiöstä käytävää keskustelua. Tämä keskustelu myös avaa ilmiön luonnetta kaikista parhaiten.

Osittain keskustelu on tuonut ilmi sen, että klikkausjournalismista puhuminen on tabu, toisaalta keskustelun sävyn voi sanoa muuttuvan vähitellen avoimemmaksi ja pelottomammaksi. Yksi kiinnostavimpia vastaantulleita kirjoituksia aiheesta onkin alan oman julkaisun, Journalisti-lehden juttu, jossa puidaan klikkausjournalismia tutkijoiden, toimittajien ja toimitusten esimiesten kanssa. Jutussa kerrotaan, että klikkausjournalismi on aiheena jonkinlainen tabu journalistien keskuudessa, siitä ei tykätä puhua. (Pernu 2012.) Journalistin jutun mukaan esimerkiksi molemmat iltapäivälehdet kieltäytyivät aiheesta koskevasta haastattelusta. Helsingin Sanomien Paula Salovaara ei hänkään pidä Journalistin esittämästä kysymyksestä ja kertoo kaikkien heidän nettijuttujensa olevan klikkausjournalismia ja että klikkihitti on hieno saavutus. Hän siis tuo esille klikkausjournalismin lähinnä myönteisessä valossa. (Pernu 2012.) Journalistin jutussa käy ilmi, että nettijuttujen aiheet ovat hyvin erilaisia kuin esimerkiksi lehti- tai tv-juttujen (Pernu 2012). Ja onhan toki niin, että tietynlainen kepeys ja tiiviys kuuluu nettiin, siellä harvemmin pysähdytään yhden julkaisun äärelle niin pitkäksi aikaa kuin esimerkiksi lehtiä lukiessa tai television uutisia tai ajankohtaisohjelmia katsellessa.

Journalistin jutussa esitetään kuitenkin ongelmalliseksi pelkästään klikkauslukujen tuijottaminen, jota moni mediatalo tekee tiuhaan. Tämä johtuu monissa taloissa verkkolehtien mainosrahoitteisuuden liittyvistä paineista. (Pernu 2012.) Ylellähän moisia paineita ei ole, johtuen julkisen palvelun roolista. Silti klikkipaineet koskevat tutkimushaastattelujeni perusteella yhtäläillä Yleä. Viittaako tämä siis mahdollisesti siihen, että klikkausjournalismin syynä on kuitenkin pohjimmiltaan jonkinlainen suurempi eetoksen muutos journalistisessa etiikassa, tavassa tuottaa laatua? Vai onko Yle mukana kilvassa vain siksi, että sillä on tarve todistella olemassaolonsa

tarkoitusta keräämällä mahdollisimman paljon lukijoita verkkotuotteilleen? Radio- ja televisiotuotanto kun nähdään Ylellä paremmin vanhaa kuin nuorta yleisöä keräävinä välineinä – ja netti taas tavoittaa nuoret.

Yksi esimerkki tästä keskustelusta on Laatus journalismin! -julkaisu, jossa suomalaiset journalistit ammattilaiset puivivat ja arvioivat journalistien tilaa ja laatua. Teoksen avajaisluvussa kirjan toimittajat Krista Kinnunen ja Kari Väisänen toteavat, että journalistien laadusta käytävä keskustelu Suomessa on hyvin vähäistä. Heidän mukaansa tähän mennessä on myös vaikuttanut siltä, että itsekriittisyys ei oikein kuulu toimittajien ja muiden alalla toimivien ihmisten hyveisiin. Samaan hengenvetoon he kuitenkin jatkavat: ”Nyt näyttää siltä, että ainakin uusi, nuorempi mediassa työskentelevä sukupolvi kaipaa reipasta keskustelua niin työnsä sisällöstä kuin tuotteiden laadusta.” (2010, 7). Mainittu itsekriittisyyden puute näkyy mielestäni jossain määrin myös alan oman ammattilehden Journalistin vuonna 2012 tekemässä klikkausjournalismia koskevassa jutussa. Jutussa haastateltujen mediatalojen edustajien puheessa kuuluu vahva puolustautuminen. Esimerkiksi Helsingin Sanomien Paula Salovaara kertoo verkon vääristävän sisältövalikoimaa niin, että helposti piiryy kuva, jonka mukaan verkossa olisi tarjolla vain viihdejuttuja. Molemmat iltapäivälehdet puolestaan olivat kieltäytyneet Journalistin haastattelusta. (Pernu 2012.)

Verkkjournalismi liitetään usein keskusteluun journalistisen laadun heikkenemisestä. Laatus journalismin! -julkaisussa yhden puheenvuoron käyttävä Minna Holopainen ei kuitenkaan usko netin otsikkokikkailun johtavan ammattimaisen uutistyön katoamiseen. Holopainen korostaa netin antamia valtaisia mahdollisuuksia uutisjournalismille. Hänen mukaansa lukija karkaa todella helposti yhden nettijutun ääreltä toisen jutun äärelle, esimerkiksi epäselvän ilmaisun vuoksi. ”Aikaa kuluu yhden klikkauksen verran.” (2010, 42.) Holopaisen mukaan journalistiset perusarvot eivät ole muuttuneet, eivätkä muutu, vaan journalistien muoto muuttuu ja uudistuu (2010, 43).

Kaikella tällä Holopainen yrittäneenä sanoa, että esimerkiksi viihdejuttujen suosio ei automaattisesti tarkoita sitä, etteikö lukijoita riittäisi myös esimerkiksi politiikkaa tai taloutta koskeville jutuille. Niiden äärellähän lukija saattaa viipyä jopa pidempään kuin ”Oho!” - tyyppisten nopeasti omaksuttavien klikkijuttujen parissa. Varmasti myös lukijoiden medialukutaito on tässä mielessä kehittynyt, jos ei huippuunsa, niin ainakin koko ajan paremmaksi. Lukijat tunnistavat yhä helpommin ne otsikot, joilla yritetään vain keräillä klikkejä. Tästä kertovat esimerkiksi Facebookin ryhmät, joissa kritisoidaan erityisesti viihdejuttujen sisältöä ja otsikointia.

Yle Kymenlaakso julkaisi marraskuussa 2014 jutun (Krautsuk, 2014), jossa puitiin lukijoiden kriittisyyttä klikkausjournalismia kohtaan ja toisaalta psykologisia syitä klikkaamisen taustalla. Jutussa kerrotaan Facebookin ”Mitättömimmät uutiset” -ryhmästä, jonne linkitetään päivittäin erityisesti iltapäivälehtien viihdejuttuja, joiden journalistista arvoa väheksytään sivulla käydyissä keskusteluissa. Jutussa haastatellun digitaalisen kulttuurin professori Jaakko Suomisen mukaan jutun linkittäminen sivustolle saattaa olla toisaalta myös vain syy klikata juttu auki, vaikka jutun sisältöä sitten paheksutaankin. Suominen toteaa jutussa: ”Vähän sama asia kun ihmisiltä kysytään, mitä katsot televisiosta. Kaikki vastaavat, että uutisia ja ajankohtaisohjelmia.” Toisaalta Suominen myös toteaa, ettei paljon klikattu juttu välttämättä ole kuitenkaan journalistisesti ansiokas. Yle Kymenlaakson jutun mukaan Facebookista löytyy monia vastaavanlaisia ryhmiä, joiden jäsenistä suuri osa on myös toimittajia. Jutussa haastatellun Suomisen mukaan tämä on ammattikunnalle aivan tervettä itsekritiikkiä. (Krautsuk, 2014.)

Journalistisesta laadusta keskustellaan siis pitkälti klikkausjournalismin tai ylipäätään verkkojournalismin kautta, ja sekä ammattikunnassa että yleisössä. Kaikki ammattikunnassakaan käytävä keskustelu ei kuitenkaan ole aiemmin esille tulleella tavalla puolustelemaa tai väistelevää, vaan myös hyvin analyttistä ja avointa. Tästä esimerkkinä on Journalistin juttu ”Nopeutta ja klikkejä laadun kustannuksella”, jossa haastateltu Etelä-Suomen Sanomien toimittaja Antti Mäntymaa esittää hyvin avointa kritiikkiä verkkojournalismin laadusta (Rusila 2013). Mäntymaa kertoo jutussa, että verkkojournalismissa esiintyy vielä selkeästi hapuilua, pitkälti siksi, että nopeus korostuu julkaisemisessa hänen mielestään liikaa. Mäntymaa toteaa jutussa: ”- - Tulevaisuudessa laatuun ja sisällöllisiin seikkoihin toivottavasti panostetaan eri tavalla.” Juttua varten oli toteutettu myös kyselytutkimus Suomen, Ruotsin ja Tanskan journalistiliittojen jäsenille. Tutkimuksen mukaan 67 prosenttia vastaajista oli joko täysin tai melko samaa mieltä väittämästä, jonka mukaan verkkojournalismissa on enemmän virheitä kuin muualla. Lisäksi 83 prosenttia vastaajista ajatteli, että nopeus aiheuttaa laadun huononemista verkkojournalismissa. (Rusila 2013.) Ehkä syy näihin tuloksiin olikin juuri se, että kysymyksiä ei esitetty kasvotusten, vaan anonyymilla kyselytutkimuksella. Kasvotusten kysyessä moni olisi saattanut olla vähemmän kriittinen.

Keskustelua käydään myös medioiden välillä. Ehkä Ylen muuttuminen verorahoitteiseksi vuonna 2013 on yksi syy siihen kritiikkiin, jota Helsingin Sanomat kohdisti maaliskuussa 2014 Ylen maakuntatoimituksiin. Jo jutun otsikko ottaa vahvasti kantaa: ”Ylen aluepäällikkö: Virtsankurlausjuttu olisi voinut jäädä julkaisematta – Ylen virtsaus- ja kakkavesiuutiset herättävät kummastusta”. (Luukka, 2014). Jutussa Ylen aluetoiminnan päällikkö Jyri Kataja-Rahko vastaa



Helsingin Sanomien esittämiin tiukkoihin kysymyksiin Ylen aluetoimitusten nettijuttujen laadusta ja Ylen eettisistä pelisäännöistä. Jutussa hämmästellään muun muassa Yle Pohjois-Karjalan nettijuttua, jossa kerrottiin ”kakkavedelle” tuoksuvista appelsiineista, joita joensuulainen mies oli ostanut paikallisesta marketista. Vastaavia, Helsingin Sanomien mukaan selvästi journalistisesti kyseenalaisia juttuja oli julkaistu Ylen eri aluetoimituksissa samoihin aikoihin useampia. Jutussa Kataja-Rahkolta tentataan muun muassa, ovatko Ylen uutiskriteerit muuttuneet ja miten vastaavilta ylilyönneiltä vältytään Ylellä jatkossa. (Luukka, 2014.)

Juttua ei voine kuitenkaan nähdä pelkästään kaupallisen median pottuiluna siitä, mitä verorahoilla tehdään. Otin tapauksen esille myös tekemissäni tutkimushaastatteluisa ja oikeastaan kaikki haastateltavat myönsivät yhtiön sortuneen selkeisiin ylilyönneihin ja myös journalistisiin virhearviointeihin tiettyjen nettijuttujen kohdalla. Moni kuitenkin totesi, että tapaukset ovat opettaneet paljon ja Ylen tyyli on tämän jälkeen netissä rauhoittunut.

Jottei laatu- ja klikkausjournalismikeskustelun esittelemisen keskittyisi pelkästään Suomen tapauksiin, on relevanttia tässä yhteydessä esitellä myös yksi tapaus Amerikasta, missä CNN on saanut kritiikkiä viihteellistymisestään. BuzzFeed.com -sivustolla tammikuussa 2014 julkaistussa artikkelissa kerrotaan CNN:n twiitanneen viihteellisen mediasivusto Upworthyn uutisen 11-vuotiaasta tytöstä, jota hänen siskonsa oli puukottanut lukuisia kertoja Illinoisissa. Metelin aiheutti CNN:n tyyli kertoa tapahtumista. BuzzFeed.comin jutussa näkyvän näyttökuvan mukaan CNN kertoi asiasta Twitterissä seuraavasti: ”14-vuotias tyttö puukotti pikkusiskoaan 40 kertaa, kertoo poliisi. Tulet järkyttymään syystä, miksi näin tapahtui.” Twiitin perään oli vielä liitetty linkki uutiseen. Twiitti aiheutti lukuisia pöyristyneitä vastatwiittejä, kuten ”Upworthy, oletko se sinä” ja ”Ei. Olette parempia kuin tällainen uutisointityyli antaa ymmärtää, voi luoja”. Myös toimittajat järkyttyivät, yksi twiittasi: ”CNN:llä Upworth-tyylinen otsikko. Journalismin loppu on lähellä...” (Bryan, 2014.)

Myös muualla kuin Suomessa niin yleisöllä kuin ammattikunnallakin tuntuisi siis olevan melko vahvat oletukset ja toisaalta tottumukset siitä, millaista sisältöä ja millä tavalla eri mediatalot tuottavat. Kun näistä joku mediatalo sitten poikkeaa, se aiheuttaa melko nopeasti porua. Kaikenkaikkiaan keskustelu klikkausjournalismista, nettijutuista, nettiuutisista ja journalismin laadusta tuntuisi lavenevan jatkuvasti. Etenkin yleisö muuttuu selvästi koko ajan aktiivisemmaksi kommentaattorin roolissaan. Mediaa ei päästetä helpolla: virheet huomataan ja tyylistä poikkeaminen ei mene läpi ehkä niin helposti kuin ennen.

## **2.1 Historian lyhyt oppimäärä: verkkojournalismi ja klikkausjournalismi - kumpi ensin?**

Verkkojournalismin kehitymisestä, siinä tapahtuneista muutoksista ja historiasta ei ole yksinkertaista löytää tyhjentävää kirjallista evidenssiä tämän tutkimuksen tarpeita ajatellen. Verkkojournalismissa on tapahtunut aivan viime vuosinakin niin suuria muutoksia, että kenties teos tai tutkimus siinä tapahtuneesta kehityksestä on vielä tämänkin takia kirjoittamatta. Siksi jonkinlaisen kokonaiskuvan muodostaminen näinkin tiivistä katsausta varten ilmiön kehityskulusta vaati useampien erillisten tutkimusten refleктоimista ja vertailua omiin havaintoihini.

Ensimmäiseksi verkkouutissivustoksi katsotaan Floridan yliopiston journalismin laitoksen vuonna 1993 lanseeraama sivusto. Sivustoa päivitettiin ainoastaan iltaisin ja viikonloppuisin, kun sitä varten käytössä ollut laitteisto ei ollut muussa käytössä. Vuonna 1994 brittiläinen Daily Telegraph seurasi perässä ja lanseerasi ensimmäisen verkkolehtensä. Tuohon aikaan nettijulkaiseminen seurasi rytmiltään printtijulkaisuja ja verkkolehteä päivitettiin vain kerran päivässä. (Siapera & Veglis, 2012, 1.)

Myös Päivi Kuusisto ja Mika Pippuri sijoittavat verkkojulkaisemisen historian 1990-luvulle, jolloin graafiset käyttöliittymät ja WWW-järjestelmä syntyivät. Tästä seurasi myös netin käyttäjäkunnan runsas kasvu. (Kuusisto & Pippuri, 1998, 23.) Vuonna 1998 kirjoitetussa julkaisussa todetaan nykypäivänä oikeastaan hyvin huvittavalta kuulostavaan sävyyn: ”Suomi on hyvin mukana Internetin kehityksessä. Liittymiä on asukasluvuun suhteutettuna eniten maailmassa, ja yli miljoona suomalaista on kokeillut Internetiä. Verkkojulkaisujen lukijamääristä ei pystytä vielä saamaan luotettavaa tietoa.” (Kuusisto & co., 1998, 23). Tämän tutkimuksen kirjoitushetkellä äskeisestä lausumasta on lähes 20 vuotta. Silti voi sanoa, että verrattaen lyhyessä ajassa on tapahtunut suuria muutoksia. Siihen nähden miten merkittävässä osassa verkko on nykyään journalismissa ja ihmisten elämässä ylipäätään, voisi kuvitella, että netin ”kokeilemisen” aikakaudesta olisi jo useampikin kymmentä vuotta. Lopulta haparoivien ensiaskelten ottamisesta on kuitenkin hämmentävän vähän aikaa.

Kuusisto ja Pippuri jakavat verkkojulkaisemisen historiaa kahteen aaltoon, joista jälkimmäinen oli heidän julkaisunsa kirjoitushetkellä meneillään. Ensimmäiseksi aalloksi he hahmottavat paperilehtien siirtymisen verkkoon sellaisenaan, toiseksi aalloksi interaktiivisuuden lisääntymisen ja

netin keinojen hyödyntämisen. (1998, 27-28.) Nythän ensimmäisen aallon tyylistä on tultu jo huomasti eteenpäin ja nettiä ajatellaan täysin itsenäisenä uutisvälineenään, eikä rinnakkaisena lisäalustana muille välineille, tv:lle, radiolle ja lehdille. Tätä vasten voisi siis ajatella, että elämme yhä verkkojulkaisemisen toista aaltoa, ellemme jopa kolmatta tai neljättä, jos aaltojen sisältöä siis lähtisi jakamaan vielä tarkemmin. Julkaiseminen netissä on tullut kauaksi vain muiden välineiden sisältöjen kopioimisesta nettiin. Nykyään toimituksissa pohditaan nettiin tehtäviä sisältöjä miltei ensimmäisenä ja täysin eriytettyinä muiden välineiden sisällöistä. Netissä kaikki luonnollisesti myös kerrotaan ensimmäisenä.

Niin ikään David Domingon mukaan 1990-luvulla verkkojournalismi oli lähinnä lehtijournalismin uudelleentuotantoa, mutta toisaalta myös uudenlaisten ominaisuuksien, kuten aiheeseen liittyvien linkkien lisäämistä ja alkuperäisten sisältöjen uudelleen luomista. Verkkojournalismin mukaan tuleminen aiheutti alkuun sen tuottajissa myös epävarmuutta. Ajateltiin, että muutosten täytyy noudattaa journalismin ydinarvoja, sopeutua siihen mitä juuri silloin tehtiin. (Domingo, 2006, 87.) Yritystä siis löytyi, mutta suhtautuminen muutokseen oli jo alun alkaenkin hyvin skeptistä: tätä taustaa vasten on oikeastaan mahdotonta ihmetellä kriittisiä äänenpainoja nykykeskustelussa verkkojournalismista ja sen tasosta. Pikemminkin voisi ihmetellä kritiikin voimakkuutta 2010-luvulla, kun puheenparsi on ehditty aloittaa jo 1990-luvulla. Domingon (2006, 87-88) mukaan konservatiivinen suhtautuminen uuteen mediaan toisaalta myös loi uusia tekemisen tapoja journalismissa, eli kriittisten äänenpainojen vaikutus olikin tällä tavalla nähden käänteinen. Vastakkainasettelua on siis myös tarvittu kehityksen tiellä eteenpäin tarpoessa.

Netin luonne välineenä on alkuunsa ollut hyvin toissijainen eikä sen statusta uutisten tai minkään muunkaan journalistisen kerronnan välineenä ole nostettu kovinkaan korkealle. Netti on ollut siis alussa toimituksille vain jonkinlainen hauska lisä, ekstraväline, jonne voi välillä, kenties hieman puoliteholla ja naureskellen, jotakin laittaa. Eikä tämä ajattelutapa väittääkseen sijoitu niinkään kauas kuin 1990-luvulle. Itse työskentelin Pohjolan Sanomissa vuonna 2010 ja 2011. Keskustelu netistä oli tuolloin lähinnä sen henkistä, että ”laita jotain sinne nettiin”, puolihuolimatonta toisinsanoen. Tämän ajattelu tuntuu lähes absurdilta aikana, jolloin netissä kerrotaan kaikki ensimmäisenä ja siihen voi myös sanoa lähes jokaisen, ainakin suuremman median edustajan, panostavan kaikista mahdollisista välineistä eniten, oli sitten kyse lehdestä tai sähköisestä välineestä.

Ari Heinonen jakaa keskustelun internetin tulemisesta alustana mukaan journalismin tuottamiseen,

kolmeen osaan. Ensimmäiseksi osaksi Heinonen hahmottaa netistä julkaisualustana käydyn huolestuneen keskustelun, jota ohjasi pitkälti ajatus perinteisen median tulevaisuudesta ja tulevasta roolista. Toisena osana Heinonen näkee argumentin netistä journalistien työtä voimaannuttavana, uusia työkaluja tarjoavana ja informaation kulkua parantavana tekijänä. Kolmanneksi hän listaa vaikutukset journalismiprofessioon eli journalistien työhön, jolla hän viittaa journalistien ja yleisön väliseen suhteeseen ja journalistiseen etiikkaan. (1999, 41.) Heinosen listauksessa kiteytyy mielestäni hyvin kaikki ne elementit, joita netin tuleminen mukaan journalistiseen tuotantoon on tuonut kytkäisenä. Se on herättänyt huolen laadusta, jo olemassa olevien välineiden tulevaisuudesta, innon netin tarjoamista lukuisista uusista mahdollisuuksista ja toisaalta jonkinlaisen epävarmuuden työn professionissa väistämättä verkon myötä tapahtuvista muutoksista.

Mutta missä vaiheessa verkkojournalismista sitten saattoi oikeastaan edes alkaa puhua? Voiko esimerkiksi lehdestä suoraan nettiin kopioituja lyhyitä (tai pidempiäkin) pikku-uutisia kutsua verkkojournalismiksi? Missä vaiheessa verkkojournalismista siis tuli aidosti esimerkiksi lehtijournalismista erotettu, oma alueensa ja oma journalismin lajinsa? Tähän ei varmastikaan ole yhtä oikeaa vastausta, josko vastausta ylipäättään onkaan löydettävissä. Herää myös kysymys, milloin verkkojournalismista sitten tuli klikkausjournalismia? Vai voiko näitä kahta edes erottaa toisistaan? Oma ehdotukseni vastaukseksi lähtee siitä, että kun journalismi alkoi 2000-luvulla kaupallistua (ks. luku 2.2.), niin suuri muutos tapahtui samalla myös verkkojournalismissa. Ymmärrettiin, että siihen ei voikaan suhtautua enää entisellä kepeydellä, vaan netistä oli alkanutkin muotoutua vakavastiotettava uutisväline, jonka vauhtia ei pysäytä mikään. Kyseisen uutisvälineen luonteeseen kuitenkin kuuluu esimerkiksi lehdistä poikkeavasti rajaton julkaisutila, jota yksittäisen median lisäksi täyttävät miljoonat muutkin mediat, yksittäiset ihmiset, yritykset ja yhteisöt.

Tällä tavalla siis näkisin, että verkkojournalismi muuttui osaltaan 2000-luvun aikana tapahtuneiden taloudellisten muutosten seurauksena 2010-luvulla klikkausjournalismiksi, eli en sinänsä lähtisi muna vai kana -tyyppiseen kysymyksenasetteluun, jossa verkko- ja klikkausjournalismi nähtäisiin ilmiöinä täysin erillisinä. Tokikin on relevanttia myös kysyä, onko kaikki netissä julkaistava sisältö klikkausjournalismia? Vastaus riippuu tietenkin siitä, kuinka laajaksi kysymyksen asettaa, puhutaanko vain tietyistä isoista kotimaisista välineistä vai kenties myös jostain Longplayn tyyppisistä marginaalisemmista, saati sitten kansainvälisistä medioista tai julkaisualustoista ylipäättään. Jos rajaan ajatteluni tärkeimpiin suomalaisiin, suurin uutiskoneistoihin, väittäisin että jossain määrin kaikkien niiden nettisisällöt ovat juuri klikkausjournalismia. Onhan kuitenkin huomattava, että klikkausjournalismin omaisuuksiin voi katsoa kuuluvan niin kielteisiä kuin

myönteisiäkin ominaisuuksia, eli tällä en tarkoita kaikkien sisältöjen muuttamista äärimmäisimmäksi juorulehtipaatokseksi. Näkisinkin klikkausjournalismin kaikkine ominaisuuksineen pikemminkin verkkojournalismin tulevaisuuden kannalta välttämättömänä suunnanmuutoksena. Netissä sisällöt eivät kerää yleisöään, mikäli klikkausjournalismin ominaisuuksia ei tietyssä määrin viljellä. Kuten jo edellisessä luvussa hahmottelin, klikkausjournalismin voisikin siis nähdä vastauksena rajattoman julkaisutilan aiheuttamalle paineelle.

Mark Deuze esittää artikkelissaan kiinnostavan näkökulman mediamaailmassa ylipäätään tapahtuneisiin muutosprosesseihin. Näkökulma ei ole tokikaan täysin uniikki, vaan sen kaltaisia pohdintoja ovat esittäneet monet muutkin tutkijat. (ks. luku 2.5.) Silti Deuzen visio siitä, että niin sanottu multimediakonvergenssi eli median sisältöjen yhdentyminen ei ole yksinään seuraus netin mukaantulosta journalismin tuottamiseen, vaan netin voi nähdä esimerkiksi konvergenssin kiihdyttäjänä tai vahvistajana. Deuze myös muistuttaa, että esimerkiksi BBC on oikeastaan kautta aikain toiminut käyttäen multimediaalista kapasiteettia. (2004, 143.) Deuzen ajatukset ovat mielestäni juuri tässä kohdassa tutkimustani sopivia esiteltäviksi, koska ne omalla tavallaan voi laittaa vastaamaan myös kysymykseen verkkojournalismin ja klikkausjournalismin suhteesta toisiinsa. Vaikka Deuze pyöritteleekin lähinnä konvergenssin käsitettä, vie hänen pohdintansa jollain tapaa eteenpäin ajatusta, jossa näen verkkojournalismin muuttuneen klikkausjournalismiksi. Näkisin, että klikkausjournalismin erottaminen verkkojournalismista täysin omaksi, erilliseksi ilmiökseen olisi samalla tapaa yksioikoista ajattelua, kuin Deuzen esittelemä ajatus netistä multimediakonvergenssin selvänä ”aiheuttajana”. Liian yksinkertaisten vastausten etsiminen erilaisiin ilmiöihin tai muutoksiin tuntuisi muutenkin olevan median ja journalismin tutkimuksessa väärä tie. Deuze kiteyttääkin seuraavassa osuvasti:

”As the different media formats become increasingly standardized regarding their translation to the digital, the exchange and repurposing or “windowing” of multimedia content becomes less problematic.” (2004, 144).

Muutoksen ja standardisoitumisen aika ei ole toki vieläkään ohitse. Siksi keskustelu verkko-, tai klikkausjournalismin problematiikasta jatkuu yhä.

## **2.2 Taustalla myös journalismin murros**

Puhuttaessa klikkausjournalismista tai sitä edeltäneestä lieveilmiöstä, tabloidisaatiosta, olisi hedelmätöntä olla ottamatta puheeksi myös journalismin murrosta. Tabloidisaation ja klikkausjournalismin aiheuttamien muutosten taustalla on paljon mediataloudessa ja mediankäyttövälaineissä tapahtuneita muutoksia – osa hitaampia, osa nopeampia. Jaana Hujasen mukaan elämme tällä hetkellä markkinaehtoistuvan journalismin aikaa (2010, 116). Hujanen näkee markkinaehtoistuvan journalismin rinnalla yhteiskunnallisen journalismin projektin, jossa taistellaan perinteisempien arvojen puolesta. Hujanen kirjoittaa: ”Sanomalehti määrittänyt yhteiskunnallisen journalismin projektissa vallakkaana toimijana, joka elää uutisista ja yhteiskunnallisesta merkittävästä.” (2010, 122.)

Tästä huolimatta myös yhteiskunnallisen journalismin projekti sisältää paljolti samoja tavoitteita kuin markkinaehtoisen journalismin projekti. Myös yhteiskunnallisen journalismin projektiin kuuluu esimerkiksi lukijoiden aktivoiminen ja osallistaminen eli ylhäältä alaspäin tuotetun journalismin vähentäminen. Yhteiskunnallisen journalismin projektissa kuitenkin korostetaan, että aivan mitä tahansa ei kiinnostavuuden kustannuksella voi tehdä. (Hujanen, 2010, 122.) Hujasen jaottelu on melkoisen yksioikoinen, vaikka markkinaehtoisen ja yhteiskunnallisen journalismin projektit ovatkin tunnistettavia ilmiöitä, ainakin aikalaiskeskustelun kautta. (Luku 2.) Jako yhteiskunnalliseen ja markkinaehtoistuvaan journalismiin värittää nähdäkseni nykyjournalismista käytyä, eritoten laatukseskustelua varsin merkittäväällä tavalla. Laatukseskustelua esittelen luvussa 2.5.

Vaikka tämän tutkimuksen lähtökohtana ei suoranaisesti olekaan journalismin tarkastelu talouden näkökulmasta, on huomattava, että talous ja media ovat kuitenkin kulkeneet käsi kädessä kautta aikain. Maailman teollistuessa myös mediasisällöt muuttuivat kulutusta vastaaviksi ja ovat sen jälkeen vähitellen muuttuneet viihteellisemmiksi (Ojala & Uskali, 2005, 121). Suurimmat muutokset 2000-luvun aikana ovat olleet globaalien kaupallisten mediamarkkinoiden synty, uusien digitaalisten teknologioiden käyttöön ottaminen sekä median keskittyminen (Ojala & Uskali, 2005, 153). Ojalan ja Uskalin mukaan mediateollisuus on alkanut ottaa mallia globaalista yritystoiminnasta (2005, 154). Mediajätit ovat saaneet ilmiönä osakseen myös paljon kritiikkiä, kuten Hujasenkin edellä esitetyissä näkökulmissa käy ilmi. Kriitikoiden mielestä suuret mediayhtiöt keskittyvät viihteellisen informaation tuottamiseen ja jakeluun. Vaarana voi tällöin olla se, että erilaiset näkökulmat ja ajatukset jäävät kaupallisten arvojen ohjaamien markkinoiden jalkoihin.

(Ojala & Uskali, 2005, 156.)

Paljon kertoo myös se, että journalismin murroksesta kirjoitettaessa käytetään hyvin usein myös murroksen sijasta sanaa kriisi. Tämä värittää keskustelusta melko kielteisen kuvan, tai ainakin kertoo jonkinasteisesta huolesta. Myös Johanna Vehkoo kirjoittaa sosio-ekonomisesta kriisiprosessista, jonka journalismi on käynyt läpi 1990-luvun puolivälistä tähän päivään. Internet tuli koteihin 1990-luvun puolivälissä, josta muutaman vuoden kuluttua innostuneena mainostajat tajusivat verkon antamat markkinat lehtiä tehokkaammiksi. Tästä seurasi sanomalehtien mainostulojen lasku ja levikkien putoaminen. Vuoden 2008 lama teki lehtien tilanteen vielä vaikeammaksi ja säästäminen aloitettiin vähentämällä väkeä toimituksista. Tästä taas seurasi journalistisen laadun heikkenemistä, kun tekijöitä ei ollut tarpeeksi. (Vehkoo, 2012, 22-23.)

Vehkoon kuvaileman prosessin voi sanoa olevan kaikessa ytimekkyydessään mediatalojen nykytilanteen taustalla. Paine tekemiseen on kova, kun väkeä on vähän, mainostulot vähenevät ja niitä on etsittävä verrattain uudelta alustalta, verkosta. Tämä koskee tokikin suoraan ainoastaan kaupallisia medioita, mutta kuten omakin tutkimukseni antaa ymmärtää, välillisesti ja lopulta hyvinkin syvällisesti myös julkisen palvelun yhtiöitä, kuten Yleisradiota, joka sekin on joutunut käymään jo useammatkin yt-neuvottelut vuosien varrella.

Vaikuttaisi siis siltä, että perimmältään journalismin viihteellistymisestä huolestunut tabloidisaatio- ja klikkausjournalismikeskustelu on saanut alkunsa, tai ainakin sen juuret voi asettaa myös mediataloudessa tapahtuneisiin muutoksiin.

Keskustelu median murroksesta jakautuu selvästi kahdenlaiseen koulukuntaan: äärimmäiseen kritiikkiin ja pelkopuheeseen journalismin laadusta ja tulevaisuudesta, toisaalta murroksen hahmottamiseen pitkäjänteisempänä prosessina ja luonnollisen historiallisen kehityksen seurauksena. Monet myös puolustavat murroksen mukanaan tuomia uusia piirteitä journalismissa. Esimerkiksi Chris Patersonin mielestä median muutoksesta käytävä kriittinen keskustelu on jopa paradoksaalista: ei ymmärretä, että kyseessä on pitkäaikainen muutosprosessi, jossa uutistuotantoa on yritetty tehostaa. Hän ei myöskään usko, että uutistoimistojen pomojen halu saada kertoa ensimmäisenä tärkeistä tapahtumista on muuttunut esimerkiksi viimeisen 20 vuoden aikana lainkaan. (2011,131.) Patersonin viesti lienee se, että lopulta ei olekaan kyse niin radikaaleista muutoksista kuin yleinen keskustelu antaa ymmärtää: journalismin perustehtävä on sama kuin se on ollut aina.

Samoin ääneenpanoin argumentoi myös Kari Koljonen väitöskirjassaan ”Journalismi kriisissä”. Jo väitöskirjan nimi kielii murroskeskustelun sävystä: se on usein kielteistä, kuten edellä totesin. Saman toteaa Koljonenkin, jonka mukaan journalismista viime aikoina käyty julkinen keskustelu on hyvin synkkäsävyistä niin yleisön, vallanpitäjien kuin tutkijoidenkin keskuudessa. Erityisesti hän korostaa journalismin tutkijoiden kriittisyyttä, jossa journalismissa tapahtuneet muutokset nähdään lähes yksinomaan kielteisinä. (2013, 42.) Kenties olennaisimmaksi puutteeksi kriittisessä journalismin tutkimuksessa Koljonen mainitsee Chris Patersonin tavoin perspektiivin puuttumisen. Koljosen mukaan journalismin nykytilan määrittelyminen kriisiksi vaatii tietoa myös journalismin historiasta. (2013, 58.) Koljosen mukaan myös journalismin nykytilaan liitetystä tabloidisaatiokehityksestä on tutkijoilla hyvinkin erilaisia näkemyksiä (2013, 59). Koljonen toteaaakin: ”Tutkijayhteisön näkemykset esimerkiksi tabloidisaatiosta menevät niin iloisesti ristiin, että voi kysyä, mikä arvo käydylle keskustelulla on journalisteille saati maallikoille.” (2013, 59).

Koljonen hahmottaa journalismin kriisissä kuusi erilaista kriisidiskurssiksi nimittämäänsä osaluetta tai vaikutinta. Näitä ovat hänen mukaansa journalismin kaupallistuminen, viihteellistyminen, nykyjournalismin aiheuttama julkisen keskustelun kaventuminen, journalismin yhdenmukaistuminen, journalismin arvojen kyseenalaistuminen yleisön silmissä sekä journalismin teollistuminen ”liukuhihnatyöksi”. (2013, 43-44.) Oikeastaan nämä kaikki Koljosen hahmottamat kriisidiskurssit tuntuvat sopivan myös tutkimani klikkausjournalismin taustadiskursseiksi ja olennaisiksi vaikuttajiksi nettijournalismin tabloidisaation eli klikkausjournalismin syntymisessä. Kuusijako on hyödyllinen tapa jäsentää journalismin murrosta jonkinlaisiksi loogisiksi sykleiksi ja ominaisuuksiksi. Silti kaikista hedelmällisin anti oman tutkimukseni kannalta Koljosen kuusijaosta löytyy kuitenkin toisesta kriisidiskurssista eli journalismin viihteellistymisestä. Koljosen mukaan media-alan synkät tulevaisuusennusteet ovat tehneet yhä useammasta toimituksesta suopeamman viihteellisten ja siten aiempaa kevyempien sisältöjen suhteen (2013,49).

Koljosen kritiikkiä tabloidisaatiokeskustelun epäjohtonmukaisuudesta ei voi kuitenkaan sivuuttaa. Samasta aiheesta kirjoittaa pro gradussaan myös Pekko Ylönen. Ylönen mukaan tabloidisoitumisesta keskustellaan usein melko kätteettomasti. Kyse voi olla esimerkiksi jostakin journalismin yksittäisestä ylilyönnistä syntyneestä tavallisen kansalaisen tuhtumisesta. (Ylönen, 2008, 13.) Ylönen tuo tässä tärkeällä tavalla esille sen tosiasian, joka vaikuttaa tämänkin tutkimuksen luotettavuuteen: kun puhutaan journalismin laadusta, puhutaan jostakin häilyvästä ja hyvin subjektiivisista lähtökohdista määrittyvästä asiasta. Klikkausjournalismiin niin ikään liittyvät



eettiset ratkaisut ovat nekin hyvin monitulkintaisia. Eettiseen puoleen ja journalismin luotettavuuteen perehdyn tuonnempana tutkimuksessani.

Koljonen esittää väitöskirjassaan myös melko perustavanlaatuisen kysymyksen siitä, onko ylipäättään kyse journalismin kriisistä vai journalismia tarkastelevan tutkimuksen kriisistä (2013, 60). Tämä kysymys tuntuu erityisen olennaiselta: onko tämäkin gradu kenties vain pieni osa tätä tutkimuksellista kriisiä? Näin en tokikaan halua ajatella, mutta kysymys lienee relevantti kaikille journalismin murrosta tai jotain siihen liittyvää tutkivalle.

### **2.3 Muutos: uutiskriteerit uusiksi**

*”-- tärkeiden ja kiinnostavien juttujen välinen raja-aita ylittyy sanomalehdissä kaiken aikaa. Tämä piirre sekoittuu moniin muihin journalismissa havaittuihin, mutta vaikeasti mitattaviin muutoksiin, kuten henkilöitymiseen , viihteellistymiseen, tarinallistumiseen ja niin edelleen.”* (Heikkilä ym. 2012, 30.)

Edellä Heikki Heikkilä ja hänen kollegansa kirjoittavat sanomalehdissä tapahtuneesta muutoksesta. Sama eetos näkyy kuitenkin yhtäläillä sähköisen median puolella ja tällä hetkellä aivan erityisesti netissä. Klikkausjournalismista puhuttaessa tärkeää osaa näyttelevät monien muiden taustatekijöiden ja vaikuttimien ohella uutiskriteerit, joiden voi sanoa muuttuneen viime vuosina suurimmassa osassa mediataloja. Kelluva kiinnostavuus -teoksen mukaan enää ei riitä, että journalismi on ajankohtaista, asiapohjaista ja tärkeää. Kiinnostavuus tarjoaa asiakkaalle lisäarvoa, jota tämä nykyään odottaa. (Heikkilä ym. 2012, 23.) Normien rikkomisesta on tullut osa toimittajien ammattitaitoa. Vaikka työtä ohjaavat edelleen klassiset normit kuten ajankohtaisuus, olennaisuus ja neutraalius, niitä ei kuitenkaan noudateta enää niin orjallisesti. Tähän syynä ovat taloudelliset ja tekniset muutokset koko journalismin toimintaympäristössä. (Heikkilä ym. 2012, 185.) Kelluva kiinnostavuus -kirjan näissä kohdissa kiteytetään mielestäni osuvasti se muutos, joka uutistoiminnassa on viime vuosina tapahtunut. Vanha arvopohja on säilynyt, mutta tiettyjen sääntöjen tai normien rikkomisesta ei enää sakoteta, vaan pikemminkin sille nostetaan hattua. Tämä muutos on toki saanut osakseen myös kritiikkiä.

Martin Hirstin (2011, 16) mukaan kritisoijat sanovat informatiivisten, oikeiden uutisten korvautuneen loputtomalla moraalisella paniikilla, julkkisuutisilla ja tunneryöpyllä. Journalistit

joutuvat uudessa tilanteessa esittämään itselleen kysymyksiä miksi ja miten. Käynnissä on kamppailu monienkin raja-aitojen välillä: faktan ja viihteen, tuottajien ja kuluttajien, television, sanomalehtien ja netin. (Hirst, 2011, 77-78.) Hirstin ajatukset ovat neljän vuoden takaa ja jo neljässä vuodessakin journalismissa tapahtuu uskomattoman paljon muutoksia. Silti Hirstin esittelemää raja-aitojen välistä taistelua joudutaan käymään yhä edelleen. Niin ikään Anu Kantolan mukaan kiinnostavuus on uutiskriteerinä painottunut 2000-luvulla entistä enemmän ja se myös usein ohittaa yhteiskunnallisen merkityksen. Vakavillakaan uutismedioilla ei ole enää varaa jättää uutisoimatta kevyempiä aiheita, joilla ei välttämättä ole suurta yhteiskunnallista merkitystä. (Kantola, 2011, 117.)

Kuten lukuisissa muissakin alan tutkimuksissa, artikkeleissa, opinnäytteissä ja tutkimushaastatteluissa ilmi tulee, myös Jaana Hujasen (2010, 121) havaintojen mukaan niin sanotusta kansanvalistusjournalismista halutaan päästä ja pyritään pääsemään eroon. Tähän erottautumiseen liittyy uutisointi tavallisen ihmisen näkökulmasta ja esimerkiksi kertominen poliittisen päätöksen konkreettisista vaikutuksista kansalaisen elämään.

Oman tutkimukseni kannalta hyödyllisintä on ottaa selvää siitä, millä tavalla nimenomaan uutisten siirtyminen verkkoon korreloi uutiskriteereiden muuttumisen kanssa. Suurin osa tutkimustiedostakin tosin puoltaa juuri tätä kulmaa: nimenomaan digitaalinen vallankumous ja suurimpana verkko, on muuttanut uutisten tekemisen tapaa ja myös aiheiden valikoimista. Michael Karlsson ja Christer Clerwall ovat tutkineet nimenomaan uutiskriteereiden muuttumista nettiäikana. Ruotsalaisten medioiden edustajia tutkimustaan varten haastatelleet Karlsson ja Clerwall saivat selville, että kaupallisten ja ei-kaupallisten medioiden ajattelutavoissa on tässä kohtaa eroa. SVT:n ja SR:n edustajat olivat sitä mieltä, että klikkien keräilyä tärkeämpää on tuottaa palvelua osaltaan rahoittavalle yleisölle relevanttia sisältöä. Toisaalta haastatellut totesivat myös, että jos heidän juttujaan ei lueta, ei niitä myöskään ole koettu relevantiksi sisällöksi. (Clerwall & Karlsson, 2013, 71-72.) Kaupallisten medioiden edustajat puolestaan korostivat relevanttiuden ohella taloudellisia vaikutuksia (2013, 74). Tässä tullaan jälleen kerran niihin ristipaineisiin, joiden alla monet nykyjournalistit elävät. Uutisten pitää olla tärkeitä ja tärkeiksi koettuja, mutta myös niin kiinnostavia, että ne löytävät lukijansa. Tärkeyttä voi nykypäivänä olla myös kepeys, oikealla tavalla esitettynä.

Jannie Møllerin (2011, 84) mukaan tutkimus tanskalaisten uutistoimistojen online-toimituksista puolestaan paljastaa, että nykyisissä uutiskriteereissä on siltikin paljon samaa kuin entisissä. Hän

jakaa uutistyyppit nuolilla jaettuun nelikenttään. Møller listaa uutisten ominaisuuksiksi seuraavat: high status/newsworthiness, low status/low newsworthiness, exclusiveness/audience appeal. Hän peilaa kriteerejä muun muassa Galtungin ja Rugen 1960-luvulla luomiin uutiskriteereihin. Møllerin mukaan uusia ja vanhoja kriteereitä yhdistää niiden vaikea toteuttaminen käytännössä, mutta myös se, että ne ovat varsin ideaaleja journalististen ihanteiden kannalta. Møller lienee oikeassa siinä, että perustavanlaatuinen uutiskriteeristö ei tosiaankaan ole suuria heilahduksia kokenut. Sen sijaan, kuten edellä on jo todettukin, uutiskriteereiden soveltamisessa käytäntöön ja ainakin yhden tietyn kriteerin, kiinnostavuuden käyttämisessä, on tapahtunut kuitenkin selviä muutoksia.

Luvussa 2.2 esittelemäni Chris Patersonin pohdinta uutistuotannon peruslähtökohtien muuttumattomuudesta on hieman samankaltaista kuin Møllerinkin. Samaisessa luvussa (2.2) pohtiessani journalismin murrosta tuli esille muitakin hieman samankaltaisia kannanottoja ja pohdintoja: mediassa tapahtuneita muutoksia tunnutaan lähdeittävän helposti suurentelevaan ja jopa osin vääristeleeseen. Sen kaltaiseen yksinäisyyteen sorruin itsekin nuorena tutkijana, kuten edellä olen kertonutkin.

Sky Schaudt and Serena Carpenter ovat Karlssonin ja Clerwallin tavoin tutkineet nettiuutisten uutiskriteeristöä ja sitä, mitkä kriteerit nettiuutisoinnissa korostuvat. Heidän mukaansa (2009, 19) näitä ovat esimerkiksi konfliktit, niin sanottu human interest, asian laajuus tai voimakkuus, hallitsevuus, läheisyys, traagisuus ja ajankohtaisuus. Erityisesti mainittu human interest -sisältö, eli ihmisläheinen tai arkipäivän asioita koskettava journalismi tuntuu korostuneen viime aikoina myös Ylen nettijutuissa. Acentral.com -uutissivuston uutiskriteereitä tutkineet Schaudt ja Carpenter tuovat päätelmissään esille myös uutiskriteereiden määräytymisen yleisön kautta. He esittävätkin kysymyksen, onko esimerkiksi rikosuutisointia syytä lisätä, jos rikosuutiset havaitaan erityisen luetuiksi eli tässä tapauksessa klikatuiksi ja onko tämä välttämättä paras suunta journalismin kannalta. (2009, 24.) Kysymys on olennainen ja toimituksissa, kuten myös tutkimusmaailmassa, pohditaan kiivaasti juuri uutiskriteereiden ja yleisön välistä suhdetta.

Monet ovat ”yleisö saa mitä se haluaa” -ajattelun kannalla, toiset kyseenalaistavat sen. Johanna Vehkoo esittää tähän kriittisen kulman todetessaan, että viiheellistäminen ei ole laatulehdille oikea strategia, vaan kevyemmän sisällön tuottaminen pitäisi jättää niille, jotka sen tekevät paremmin (2012, 213). Vehkoon näkemys on melko suoraviivaisesti muotoiltu, mutta siinä lienee totuudensiemen. Toisaalta viiheellistämisestäkin on olemassa toisenlaisia näkemyksiä, kuten Maija Töyryn kanta – Töyry kokee viiheellistämisen käsitteen joissain tapauksissa ongelmallisena. Jos

vihteellistymisellä viitataan henkilöitymiseen ja asioiden käsittelemiseen ihmisten tarinoiden kautta, Töyryn mukaan parempi nimitys ilmiölle olisi journalismin kaunokirjallistuminen. (2005, 162.) Paljolti on siis kyse myös siitä, miten kyseinen käsite määritellään, mitä sillä lopulta oikein tarkoitetaan. Joka tapauksessa yleisön kuuntelemista tunnuttaisiin korostettavan alalla yleisesti entistä enemmän.

## ***2.4 Journalismin uudet vaatteet eli muutama sana verkon haasteista***

Peter Barron vertaa nykyistä journalismin kulutusta pikaisen välipalan syömiseen, kun taas ennen näki sen olevan enemmänkin asettumista huolella katetun aterian äärelle. Nykyään yleisön uutiskulutusta ohjaavat sen sijaan jonkinlaiset impulssit ja vieläpä muun toiminnan, kuten työn tekemisen ohella. Perinteisessä sanomalehtijournalismissa uutiset on sijoittelunsa ja asettelunsa puolesta laitettu ikään kuin arvojärjestykseen. (Barron, 2011, 26.) Viimeksi mainittu perinteinen sanomalehtijournalismi alkaa kuitenkin olla jo varsinaisen uutismaailman ulkopuolella. Uutiset luetaan ensimmäisenä netin kautta, joko tietokoneelta tai yhä enenevässä määrin mobiilista. Leimaava piirre netin uutisvirrassa on myös koko ajan laajeneva tarjonta, joka lisää mediatalojen painetta uudella tavalla kiinnostavan sisällön luomiseen – ja tietenkin nopealla sykkeellä.

Tutkimukseni kohteena olevan Yleisradion nettiuutisoinnin voi laskea osaksi niin sanottua perinteisestä mediasta laadullisesti muodostettua mielikuvaa. Ylen uutiset mielletään helposti erityisen luotettaviksi verrattuna esimerkiksi iltapäivälehtien uutisointiin. Jako perinteiseen ja ei-perinteiseen on kuitenkin selvästi muutoksen tilassa. Tyyliä haetaan ja muokataan. Heikki Heikkilän mukaan monet mediat etsivät tapansa tehdä online-journalismistaan professionaalista ja tuoda se osaksi journalistien itsesääntelyä. Toisaalta ollaan myös sitä mieltä, että tasapaino journalismin normien ja muotojen välillä on jo täysin harmoniassa. (Heikkilä, 2011, 3.) Ajatus etsimisestä liittyy mielestäni hyvinkin läheisesti Ylen tämän hetkiseen tilanteeseen, jossa nettiuutisoinnin tyyli on selkeässä murroksessa ja sen voi sanoa olevan paikoin jopa epäyhtenäinen.

Yksi suuri haaste nettiuutisoinnissa niin kuin journalismissa kautta aikain muutenkin, on yleisön palveleminen oikealla tai kiinnostavalla tavalla. Paine yleisön palvelemiseen sen haluamalla tavalla, ja tavalla joka todella houkuttelee uutissisältöjen äärelle, on aiheuttanut tutkimukseni kohteena olevaa klikkausjournalismia. Kuten jo edeltävissä luvuissa on tullut selväksi, hyvin olennaisena taustatekijänä on tietysti kaupallisten medioiden osalta myös raha: tarkoitus saada lukijat juttujen kautta myös mainosisältöjen äärelle. Heikkilän tutkimuksessa kävi ilmi, että klikkausluvut kertovat

nettijuttujen lukijoiden uskollisuudesta uutisten tuottajaa kohtaan, mutta sama ei kuitenkaan toimi päinvastoin. Sen sijaan joidenkin Heikkilän tutkimuksessaan haastatteleminen median edustajien mukaan analysoimalla yleisöstä saatavaa tietoa mahdollisimman tarkasti voidaan helpommin vastata sisällöissä yleisön kiinnostuksiin. Tämän haastateltavat uskoivat myös parantavan verkkojournalismin tasoa. (2011, 10.)

Toistaiseksi mediatalojen tiedot yleisön käyttäytymisestä uutissivuillaan eivät kuitenkaan ole vielä kovin monipuolisia eivätkä luotettaviakaan. Ylellä on jonkin aikaa ollut käytössä myös reaaliaikainen seurantasovellus, joka suhteellisen luotettavasti kertoo kuinka paljon yksittäisiä nettijuttuja on klikattu ja kuinka ahkerasti niitä on jaettu eteenpäin sosiaalisessa mediassa. Lisäksi päivittäin saadaan sähköpostitse raportti edeltävän päivän nettiluvuista. Molemmissa luvuissa on kuitenkin jonkin verran heittoa, eikä vielä ole tietoa esimerkiksi siitä kuinka kauan jonkin nettijutun äärellä viihdytään. Onhan eri asia klikata juttu auki ja todeta, että ”ai tämä olikin tällaista kuraa”, kuin syventyä sen äärellä pidempään.

Heikkilän mukaan verkkouutisoinnin asettumista osaksi journalismin tuotantoa katsotaan useammalta eri kantilta. Perinteisempien näkemysten mukaan tämä voi aiheuttaa journalismin muuttumista epäluotettavammaksi ja epäuskottavammaksi. Modernimpien näkemysten mukaan verkkouutisointia ei enää pidä erottaa muusta journalismista eikä pitää sitä jotenkin toissijaisena muuhun journalismiin nähden. (Heikkilä, 2011, 11.) Netissä pyritään luonnollisestikin olemaan nopeita ja tällöin juttuihin lipsahdavia virheitäkään ei voida absoluuttisesti välttää.

Netti on siis tehnyt uutistyöstä paitsi jossain määrin hektisempää, myös tietyllä tavalla paljon entistä vaativampaa. Tarjonnan laajentuessa kasvavat toki myös vaatimukset sisältöjen laadulle ja houkuttelevuudelle. David Domingon mukaan nettiuutisointi- ja tätä tuskin kovin moni kiistää – on tullut jäädäkseen. Domingo kuitenkin korostaa sitä, että myös verkkojournalismi tulee vielä muuttumaan: muutosprosessi on päättymätön eikä se rauhoitu. (Domingo, 2011, xiv.) Domingon ajatus on tärkeä lisä verkkojournalismista käytävään keskusteluun. On ymmärrettävä, että median muutos- ja murrosaikakaudet eivät varmastikaan jää meneillä olevaan myrskyyn, vaan niitä tulee aina uusia. Voisi oikeastaan sanoa, että miltei päivittäin.

## **2.5 Oho! Katosiko laatu vauhdissa?**

Keskusteluun klikkausjournalismista liittyy olennaisesti keskustelu journalistisesta laadusta.

Viihteellistymiseen, uutisaiheiden kepeytymiseen ja lukijoiden kosiskeluun liitetään luonnollisesti myös huoli siitä, onko niin sanotuille vakaville ja yhteiskunnallisesti merkittävälle uutisaiheille enää tilaa. Kun puhutaan laadusta, ei voida sivuuttaa myöskään etiikkaa. Eettiset kysymykset ovat laatupohdinnan tavoin olleet klikkausjournalismi- ja myös tabloidisaatiokeskustelussa vahvasti läsnä. Nykyinen Julkisen sanan neuvoston puheenjohtaja Risto Uimonen maalaa synkkääkin synkemmän kuvan journalismin tulevaisuudesta kirjoittaessaan Kalevassa julkaistussa kolumnissaan laatujournalismin kulta-ajan olevan ohitse (Uimonen, 2008). Uimonen näkee juuri netin aiheuttavan riskin laatujournalismin kuolemislle: ”Laatujournalismi maksaa, mutta voivatko yhtiöt panostaa laatuun, jos maksajat kaikkoavat ilmaisen informaation perässä internetin iloihin samalla, kun ilmoitusmarkkinat supistuvat.” Uimonen kirjoittaa kolumnissaan myös nettipolvesta, jota edes netistä löytyvä laatujournalismi ei hänen mukaansa kiinnosta. (Uimonen, 2008.) Uimosen näkökulma journalismin tilanteeseen on äärimmäinen ja myös monien alan ammattilaisten, sekä joidenkin tutkijoiden, kritisoima näkökulma. Tästä huolimatta Uimonen ei ole ainoa huolestunut.

Toimitusten näkökulmasta laadun tuottamisesta on tullut entistä vaikeampaa. Pro gradussaan pomotoimittajia haastatellut Pekko Ylönen sai selville, että laadukasta tekemistä estävät eniten kiire ja resurssipula. Ylönen haastatteleminen pomotoimittajien mielestä vähemmällä väkimäärällä ja kiireessä ei jää aikaa tutkivan journalismin harjoittamiselle. (2008, 91.) Toisaalta Ylönen haastattelemat pomot myös korostivat, ettei kaikkea laatuun liittyvää voi perustella kiireellä ja resurssipulalla (2008, 92). Kiire ja resurssipula ovat juuri niitä asioita, jotka varmasti ovat seurausta medialoudessa viime vuosikymmeninä tapahtuneista muutoksista ja murroksista (ks. luku 2.2.). Vai onko kyse ammattitaidon puutteesta tai kehittymättömyydestä? Eivätkö sähköisen ajan työtavat ole yhäkään istuneet toimittajiin, vaan työtä yritetään tehdä liiaksi samoilla säännöillä ja tavoilla kuin ennen?

Kari Koljonen (2013, 53) tuo väitöskirjassaan esille tärkeän näkökohdan: ”Yhdenmukaistumista jouduttavat tekijät, kuten omistuksen keskittyminen, teknologinen kehitys, yhteiskunnan medioituminen ja kilpailun kiristyminen, ovat journalisteista riippumattomia kehityskulkuja.” Ainakin yleisön, ja varmasti myös tutkijoiden ja ammattikunnan sisälläkin käytävässä keskustelussa syytä journalismin laadun heikentymiseen katsotaankin siis ehkä turhan usein itse journalistit tai heidän esimiehensä. Koljosen toteamus asettaa mielestäni journalismin kriisin ja siitä käytävän keskustelun oikeisiin mittasuhteisiinsa, vaikka osin voikin olla syytä kyseenalaistaa myös journalistien oman panostuksen riittävyys laadukkaan journalismin tuottamisessa.

Laadun määrittelemisen sinällään on lähes mahdotonta, koska se tietysti perustuu osin hyvin subjektiivisiin näkökohtiin. Uutismaailmassa laadun voi kuitenkin pystyä selittämään melko yksinkertaisestikin, kuten David Berry (2008, 9-10) tekee todetessaan, että lopulta totuudessa pysyminen on uutistyydyssä se tärkein asia. Berryn mukaan jopa jollain tapaa rietas tai vahingollinen sisältö voi olla oikeutettua, mikäli se pohjautuu faktaan ja reiluun tiedonhankintaan. Moni voi sanoa, että keltaisen lehdistön tuottamat uutiset edustavat tyhmentävää kulttuuria, mutta toisaalta ne ovatkin ilahduttavan kekseliäitä. (2008, 10.) Berry kirjoittaa myös laadukkaasta journalismista tabloidisaatiokeskustelun kautta. Hänen, kuten monien muidenkin mukaan, tabloidisaatioilmiö asetetaan vastakkain niin kutsutun laadukkaan journalismin kanssa. Berryn mukaan monet ovat sitä mieltä, että niin sanotun tabloidijournalismin kuluttajien alempi koulutustaso selittää myös lehdistön tyylin muuttumista mauttomammaksi. Laatulehdistöllä sen sijaan ajatellaan olevan jonkinlainen kulttuurinen ylivoima. (Berry, 2008, 24.)

Ari Heinosen mukaan toimittajien ammatillinen ihannerooli eroaa selkeästi toimittajien arkiroolista, eli siitä todellisuudesta ja niistä olosuhteista, joissa työtä tehdään. Yhdeksi olennaiseksi ihanneroolin ominaisuudeksi Heinonen listaa valtaapitävien vartioinnin eli perinteiseksi koetun vahtikoiran aseman. Lopulta toimittajat kuitenkin tavoittelevat ammatillisesti enemmän yksilöllistä kuin yleistä etua. Tämän yksilöllisen edun Heinonen määrittelee syinä toimittajan ammatin valitsemiseen, mitkä ovat yleensä ammatin vapaus ja mahdollisuus ilmaista itseään. (1995, 153.) Tämä lienee edelleen yhtä totta kuin kaksikymmentä vuotta sitten. Liekkö kuilu näiden kahden roolin välillä jopa syventynyt viime vuosina? Ainakin niin on ennustettu käyvän: Heinosen tutkimuksen mukaan toimittajat uskoivat parikymmentä vuotta sitten alan yleisen ammattietiikan heikentyvän, eli ihanneroolin muuttuvan yhä heikommaksi. Heinonen arvelee, että tämän ajattelun taustalla ovat muun muassa alan kilpailutilanteen kiristyminen ja lyhyiden työsuhteiden yleistyminen. (1995, 154.)

Mitä laadulle sitten on tapahtunut? Ovatko Heinosen vuonna 1995 tekemät havainnot osoittautuneet todellisuudeksi 2010-luvulla? Ainakin vaikuttaisi siltä, että nyt ollaan jonkinlaisessa muutoksen tilassa myös toimittajien ammatillisen roolin ja siihen kuuluvien ihanteiden suhteen. On selvää, että journalismin, myös sen arvopohjan, täytyy elää, kehittyä ja kasvaa siinä itsessään sekä ympäröivässä yhteiskunnassa tapahtuvien muutosten mukana. Näiden muutosten merkitystä korostaa myös Johanna Vehkoo, joka puhuu journalistisesta laadusta hieman kaksijakoisesti. Toisaalta hän toteaa (2012, 182), että kiinnostavuuteen tulee panostaa ja kuivastakin aiheesta voi tehdä kiinnostavan jutun. Toisaalta Vehkoo korostaa olevansa varsin huolissaan journalistisesta

laadusta, ja pelkää sen olevan katoamassa. Kari Koljosen (luku 2.2) kritisoimien kriittisten mediatutkijoiden tavoista poiketen Vehkoo kuitenkin yllättää antamalla ratkaisuehdotuksen. Vehkoon mukaan nyt olisi aika ruveta keskustelemaan journalismista ja siitä mikä on laadukasta journalismia, mikä ei. Uudelta journalistilta vaaditaan enemmän kuin pelkkää tiedonvälittämistä. Vehkoo kuvailee uutta journalistia merkitysten etsijäksi, taustoittajaksi ja linkittäjäksi. (Vehkoo, 2012, 183.) Vehkoon mukaan taloudessa tapahtuvat muutokset eivät lopulta olekaan uutisbisneksen suurimpia ongelmia. Hän näkee vakavampana ongelmana yhteiskunnalliset ja sosiaaliset muutokset, joiden mukana mediatalojen pitäisi pystyä muuttumaan. (2012, 205.)

Miltei suurimpana, tai ainakin yhtenä olennaisimmista journalismia muuttavista tekijöistä pidetään myös tämän tutkimuksen kohteena olevaa nettiä ja nettiuutisoinnin valtaisa lisääntymistä. Johanna Vehkoon mukaan verkko on myös olennaisesti muuttanut journalistista työprosessia. Verkossa pyritään hänen mukaansa ensisijaisesti julkaisemaan nopeasti, ja faktojen tarkistus jää vasta julkaisun jälkeiseen aikaan, toisin kuin perinteisesti on totuttu tekemään. (2012, 18.) Internet ei odota analyttisen taustajutun valmistumista, vaan julkaisemisella on kiire ja nettijuttua täydennetään ensitietojen kertomisen jälkeen sitä mukaa, kun uutta tietoa tulee. Vehkoon mukaan tämä käytäntö on ongelmallinen, koska erityisesti julkisen palvelun yhtiöillä on hyvin tarkat ohjeistukset faktojen tarkistamisesta ennen julkaisemista. (2012, 19.) Ylen eettisissä ohjeissa kuitenkin todetaan, että yhtiön luotettavaksi kokeman uutisvälineen tietoa esimerkiksi onnettomuudesta voidaan käyttää ja että on sallittua, että tämänkaltaisissa uutisissa asioiden todellinen laita paljastuukin vähitellen. (Ylen eettiset ohjeet, 2012.) Eikä kyseinen käytäntö välttämättä tarkoita virheiden päästämistä nettijuttuun, vaan parhaimmillaan nopeaa ja koko ajan täydentyvää, kansalaista hyvin palvelevaa tiedonvälitystä. Tässä mielessä Vehkoon näkemys on jokseenkin rajoittunut.

Niin ikään Minna Holopainen tuntuu suhtautuvan nettiuutisointiin kriittisesti todetessaan, että netti aikana tietoja ei enää tarkisteta ja silti julkaisupaine on suuri. Holopainen kuitenkin viittaa jo 1930-luvun alussa Reutersin STT:lle tekemään reklamaatioon, jossa Reuters huomautti STT:lle nopeuden vaatimuksista uutistapahtumissa. Tällä esimerkillä Holopainen haluaa selvästi korostaa, että nopeus ja vaikeat eettiset ratkaisut ja julkaisupäätökset ovat aina olleet läsnä journalistisessa työssä. ”Jokelan koulutragedia ei STT:ssä ollut alkuunkaan ensimmäinen uutistilanne, jossa vaikeita eettisiä ratkaisuja piti tehdä lennosta.” (2010, 39) Holopaisen näkemyksistä paistaa läpi sekä tutkimukseni johdannossa esittelemäni emansipioijan että ennustajan ominaisuuksia. Synkkämieliset ja pessimistiset ennustajan piirteet ovat kuitenkin selvästi pienemmässä osassa: enemmän



Holopaisen ajatukset katsovat eteenpäin optimistisesti. Holopaisen mielestä yleisöä voi kosiskella erityisesti netissä houkuttelemalla klikkaamaan jonkin jutun auki. Tämä voi helposti tapahtua myös journalistisen laadun kustannuksella. Hän ei kuitenkaan usko, että ammattitaitoinen uutistyö voisi menettää asemaansa kentällä, joka tarjoaa uutisille enemmän yleisöä kuin koskaan. (2010,42.)

Nykypuhe journalistisesta laadusta ja etiikasta tuntuu siis olevan sekoitus muutoksen kritisoimisesta ja muutokseen sopeutumisesta. Ehkä samanlainen epätasaisuus on itse laadussa ja etiikassa kuin myös puheessa journalismista. Tähän ottaa kantaa esimerkiksi Juhana Rossi, jonka mukaan journalistinen laatu on Suomessa tällä hetkellä liian vaihtelevaa. Rossin mukaan edelleen tuotetaan paljon laadukasta journalismia, mutta vielä enemmän sellaista journalismia, joka kärsii laadun puutteesta. (2010,51.) Sen sijaan jos Juha Herkmaniin on uskomista, on kaikki jo pilalla. Herkman on huolestunut journalismin muuttumisesta muun sisällöntuotannon kaltaiseksi, jonka seurauksena alalla on tapahtunut arvomuutos: esimerkiksi asiaa ja viihdettä ei enää selkeästi erotella toisistaan. ”Sisällöntuotanto laillistaa intellektuaalisen epärehellisyyden.” (2005, 180.)

## **Yleisradio uutisten välittäjänä**

### **3 Soimattu, rakastettu Yleisradio**

Puhuttaessa Yleisradion uutistoiminnan nykypäivästä, ja siitä, miten klikkausjournalismi liittyy Yleen, on syytä tehdä lyhyt katsaus myös yhtiön uutistoiminnan historiaan ja siihen kansainväliseen kontekstiin, johon Yle journalistisena instituutiona kuuluu. Daniel C. Hallin ja Paolo Mancinin mukaan suomalaisen journalismin ylipäätään voi katsoa kuuluvan osaksi demokraattista korporatiivista mallia, johon myös muiden pohjoismaiden ja Keski-Euroopan maiden journalismin katsotaan kuuluvan (Hallin & Mancini, 2004, 143). Hallin ja Mancini tiivistävät näiden maiden journalismia yhdistävät piirteet kolmeen osaan (2004, 144). Ensimmäiseksi he listaavat yhdistäviksi tekijöiksi poliittisen samansuuntaisuuden, median vahvan taipumuksen tuoda esille politiikkaan liittyviä kysymyksiä ja sosiaalisen eriarvoistumisen kysymyksiä (2004, 144). Useimpien maiden kohdalla, mukaan lukien Suomi, yhdistävä tekijä on myös journalismin laaja kenttä: Suomessa on Norjan, Ruotsin, ja Japanin ohella korkeimmat levikkiluvut maailmassa (2004, 145). Toiseksi yhdistäväksi tekijäksi Hallin ja Mancini lukevat poliittisen journalismin vaikutuksesta korporatiividemokraattisiin maihin syntyneen vahvan journalismiprofession sääntöineen, vahvan yleisösuhteen sekä toisaalta riippumattomuuden yhteiskunnan muista rakenteista tai määräyksistä. Kolmantena yhdistävänä tekijänä he näkevät maiden suhteen valtioon. Hallinin ja Mancinin mukaan

korporatiividemokraattisissa maissa valtion valta on nähty rajoitettuna ja toisaalta lehdistönvapaus on syntynyt verrattain aikaisin. (2004, 145.)

Yleisradiotoiminnan suhteen Hallin ja Mancini näkevät pohjoismaat omanlaisinaan. Heidän mukaansa pohjoismainen yleisradiotoiminta tähtää muista korporatiividemokraattisista maista poiketen journalismissaan palvelemaan yhteiskuntaa kokonaisuutena. Poliitikko ei juurikaan vaikuta yleisradiotoiminnan sisältöihin, vaikkakin poliittisten vaikutusten määrä saattaa vaihdella. BBC:n malli riippumattomasta, itsenäisestä ja neutraalista sisällöntuotannosta on vaikuttanut kaikkien korporatiividemokraattisten maiden yleisradiotoimintaan. (2004, 169.)

Ylen uutistoiminta on kestänyt jo lähes 55 vuotta. Vuonna 1959 Suomen Televisio esitti ensimmäiset televisiouutiset, kuusi vuotta myöhemmin toiminta laajeni radion puolelle ja 1980-luvulla kehitettiin teksti-tv. Netissä aloitettiin vuonna 1996, mobiiliin päästiin 2000-luvulla. (Pernaa, 2009, 11.) Vuonna 1996 alkaneen verkkotoiminnan alullepanija oli Marja Lammi, joka tuolloin haaveili televisiouutisten palvelun laajentamisesta. Vuonna 1995 oltiin nettisivustot saatu Ylellä myös Radiomafialle sekä A-studiolle. Televisiouutisten nettisivuille laitettiin aluksi lähinnä tv-utissähkeitä, mutta vähitellen myös muita sisältöjä. Samana vuonna, 1996, saatiin jo erillinen urheilusivustokin. Nopeasti palveluun saatiin tuotettua myös kuvasisältöä, vuoden 1996 linnanjuhlista jopa lähes reaaliaikaisesti. Jo samana vuonna uutistoimitukseen palkattiin myös muutama erillinen nettitoimittaja. Vuonna 1998 avattiin uusi Yle Uutiset -palvelu netissä. (Pernaa, 2009, 318-319.) Kolme vuotta myöhemmin tapahtui toinen suuri muutos; Ylen televisiolähettykset digitalisoitiin (Pernaa, 2009, 350).

Ylen nettiutisten strategia alkoi muuttua samoihin aikoihin, kun televisiolähettykset digitalisoitiin. YLE24-kanavaa rakennettaessa todettiin yhtiön olevan uudessa tilanteessa netin ja digitelevision asettamien haasteiden edessä. Ylen nettiutisointi laajeni vuonna 2001 ja online-toimitus julkaisi tuolloin uutisia tekstimuodossa yhtiön nettisivuilla. Online-uutistoiminta oli kuitenkin tuolloin pitkälti erotettua muusta uutistoiminnasta. Vielä vuonna 2005, kun Yle käytti STT:n palveluja, nettiin laitettiin lähinnä STT:n sähkeitä. Yle luopui STT:n uutispalvelusta keväällä 2006, jolloin todettiin tarpeelliseksi myös uudistaa online-toimituksen toimintaa. Tämä johti sisältöjohtoiseen ajatteluun, joka seurauksena online-uutisoinnista tuli kaikkien toimitusten yhteinen asia. (Pernaa, 2009, 361.) Uudelleen organisoitu Yle Uutiset aloitti toimintansa vuonna 2007 ja sen jälkeen nettiin panostettiin vielä voimakkaammin (Pernaa, 2009, 364).

Johtuen roolistaan julkisen palvelun yhtiönä, Yle on luonnollisesti saanut osakseen paljon kritiikkiä, sekä kansalta että kanssamedioilta. Esimerkiksi vuonna 2009 kaupalliset mediat ilmaisivat närkästyksensä Ylen nettiutispalvelusta, jossa julkaistiin nyt muutakin kuin vain radiossa ja televisiossa ajettua sisältöä. Kaupalliset paheksuivat myös Ylen aluetoimitusten nettipalvelun tehostamista, joka koettiin uhkana maakuntalehdille. (Pernaa, 2009, 365.) Vähintään yhtä kovan, varmasti kovemmankin ärhäkän aiheutti tv-lupamaksun poistuminen ja Yle-veron voimaantulo vuonna 2013.

Samankaltaista keskustelua käydään edelleen. Yle on saanut viime aikoina paljon kritiikkiä media-alan kaupallisilta toimijoilta, jotka pelkäävät verorahoitteen yhtiön tuottamien ilmaisten verkkosisältöjen vievän huomion kaupallisen median uurastuksilta. Yle kun panostaa tällä hetkellä nimenomaan verkkoon ja kaupallinen media on joutunut taloudellisista syistä piilottamaan osan nettisisällöistään maksumuurien taakse. Tätä keskustelua käytiin esimerkiksi helmikuun alussa 2015, kun Helsingin Sanomien vastaava päätoimittaja Kaius Niemi kritisoi kolumnissaan Ylen uudistustapaa (Niemi, 2015) peläten yhtiön laajamittaisen digitaalisen strategian syövän kaupallisen median mahdollisuudet uudistua. Niemi puolustaa kirjoituksessaan Ylen asemaa ”sivistyksen, kulttuurin ja kansanvallan vaalijana”, ja korostaa, ettei yhtiöön kohdistuva kritiikki tarkoita haluja näivettää Yleä tai tylsistää sen toimintaa. Ylen yliotetta kuitenkin pelkäävä Niemi näkee ongelmana myös sen, että Ylen johto toteuttaa uudistussuunnitelmassaan markkinajohtajastrategiaa eikä julkisen palvelun strategiaa.

Yleisradioyhtiöiden tilanne puhuttaa myös tutkimusmaailmassa. Ferrell Lowen mukaan julkisen palvelun yhtiöt ovat jo lähteneet bisneslogiikan viitoittamalle tielle. Tämän seurauksena kaupallisten ja julkisen palvelun yhtiöiden välinen ero on kaventunut ja pienenevien julkisten varojen käyttämistä kyseenalaistetaan aiempaa enemmän. (2010, 33.) Samasta ilmiöstä kirjoittaa Heikki Hellman jo vuonna 1999. Hellmanin mukaan julkisrahoitteiset mediatilat elävät talouden ja lainsäädännöllisten velvoitteidensa ristipaineessa. Epäonnistuminen talouden hallinnoimisessa voi tuhota lainsäädännöllisten velvoitteiden toteuttamisen, ja toisaalta tappio lainsäädännöllisissä asioissa voi aiheuttaa taloudellisen katastrofin. Nämä kaksi olisi siis yritettävä pitää jonkinlaisessa tasapainossa. (Hellman, 1999, 27-28.) Hellman hahmottaa julkisrahoitteisten yhtiöiden toimivan useilla eri markkinoilla: teknologisilla, poliittisilla, bisnes-, ammatillisilla ja kansanmarkkinoilla (Hellman, 1999, 421). Tämä monijakoisuus tuntuu vain syventyvän, myös siitä näkökulmasta, että Yle hakee linjaansa ja tyyliään netissä. Tutkimushaastatteluissa kävi ilmi, että Ylen tyyli netissä on ainakin toistaiseksi hyvin epäyhtenäinen. Toisaalta eri tyyllisissä jutuissa nähtiin myös hyviä puolia,

tarkoitus kun on kuitenkin palvella koko kansaa.

Ylen uutis- ja ajankohtaistoiminnan vastaava päätoimittaja ja johtaja Atte Jääskeläinen vastasi Ylen verkkosivuilla (Jääskeläinen, 2015) kirjoituksellaan Kaius Niemen väitteisiin. Jääskeläisen mukaan Ylen uudistamisstrategiassa ei ole kyse markkinaosuuden kasvattamisesta, vaan sen putoamisen hyväksymisestä ja riskien ottamisesta myös pienempien yleisöjen tavoittamiseksi. Jääskeläinen harmittelee sitä, että kaupallisen median ongelmista syytetään Yleä. Jääskeläisen mukaan syyttämisen perusteluissa on myös vakavia puutteita.

Kenties tärkein ajatus, jonka Jääskeläinen kirjoituksessaan nostaa esille, on seuraava: ”Jos tilattavat sanomalehdet kuihtuvat, kaupallinen uutistoiminta televisiossa on ongelmassa ja iltapäivälehdet ottavat verkossa hallitsevan aseman, mitä Ylen pitäisi tehdä? Lopettaa kehittyminen ja jättää tehtävänsä hoitamatta? Jos yksityiset lääkäriasemat ovat vaikeuksissa, pitäisikö terveyskeskustenkin jättää potilaat hoitamatta? Eikö Ylellä ole verorahoitteisena yhtiönä velvollisuuskin kehittyä?” (Jääskeläinen, 2015.) Jääskeläisen kysymys on myös kysymys, jota itse pyörittelin mielessäni vuoden 2013 loppupuolella graduni ollessa vielä suunnitteluasteella. Olin itsekkin osallistunut – tosin maltillisen sävyiseen - kritisointiin lisääntyneestä klikkausjournalismista ja Ylen keventyneistä sisällöistä, kunnes pysähdyin pohtimaan asiaa toisesta kulmasta. Mitä kummaa Ylen sitten tosiaan pitäisi tehdä? Vanhassa pysyminen ei ole vaihtoehto alati kehittyvässä ja eteenpäin juoksevassa, muuttuvassa mediaympäristössä. Mukana on pysyttävä, mutta millä keinoin? Tähän kysymykseen ei liene yksiselitteistä vastausta vielä yhdelläkään yleläiselläkään.

Mutta kyllä Ylellä haastetta riittää. Lowe kirjoittaa artikkelissaan julkisen palvelun median nykytilanteesta suurena sekaannuksena (The Big Blur), jolla hän viittaa mediakentässä tapahtuneisiin muutoksiin, kuten uuteen tekniikkaan ja monimediaaliseen sisältöön (2010, 27-28). Saman haasteen edessä ovat toki kaupallistenkin medioiden edustajat, mutta Ylen kohdalla erityistä on yleisöjen houkuttelevuus sisältöjensä äärelle, aikana jona paljon helpomminkin omaksuttavaa sisältöä on netti pullollaan. Eeva Mäntymäki kiteyttää hyvin tämän ongelman. Yhtiöiden valistava ja kuiva tyyli ei enää sovi nykyaikaisen journalismin tuottamiseen eikä houkuttele etenkin nuoria ihmisiä sisältöjen äärelle. ”Laatu ei ole vain järjen, vaan myös tunteen asia”, Mäntymäki toteaa (2010, 76).

### **3.1 Oma suhteeni Yleen**

Tutkimuseettisistä syistä koin tarpeelliseksi liittää graduuni oman lukunsa siitä, mikä on ammatillinen suhteeni Yleen. Olen työskennellyt freelancerina yhtiön palveluksessa syksystä 2012 lähtien. Olen tehnyt Ylellä töitä viimeisten kolmen vuoden aikana muutaman päivän tuurauksista vuoden mittaiseen vuorotteluvapaasijaisuuteen. Olen työskennellyt Ylellä myös graduni tekemisen aikana lyhyiden tuurauksien verran. Aloittaessani tutkimussuunnitelmani laatimista syksyllä 2013, kävin silloisen graduohjaajani kanssa keskustelun aiheesta. Itse hieman pelkäsin lähteä tekemään tutkimusta itselleni näin läheisen mediatalon sisällöistä. Ohjaaja kuitenkin kannusti kovasti tähän ratkaisuun, ja totesi, että omasta yleläisyydestäni voisi olla oikeastaan enemmänkin hyötyä tutkimuksen tekemisessä. On myös huomattava se tosiasia, että en toistaiseksi ole vakituinen toimittaja talossa.

Ohjaajan kannustamana lähdin työstämään aihetta omasta epäröinnistäni huolimatta. Tämä osoittautuikin matkan varrella oikeaksi ratkaisuksi. Haastateltavalinnat oli luontevaa tehdä, ja niin ikään keskustelu haastateltavien kanssa soljuu hyvin eteenpäin. Osasin kysyä mielestäni tarpeellisia kysymyksiä, koska minulla on omaa kokemusta siitä, millaista Ylellä, ja eritoten Ylen aluetoimituksissa työskenteleminen on. Niin sanotut ”tyhjät” ja ”turhat” kysymykset karsiutuivat täten automaattisesti pois, ja pystyin tietovarantoni avulla keskittymään oikeasti olennaisiin asioihin. Toisaalta voi olla niinkin, että joku Yleä vähemmän tunteva olisi puolestaan saattanut tajuta kysyä jotain, mitä itse en tajunnut. Tästäkin huolimatta näin lopulta omassa asemassani enemmän myönteisiä kuin kielteisiä puolia.

On myös otettava huomioon se, että tutkimukseni ei käsittele pelkästään Yleä. Sen olennainen osa koostuu yleisestä katsannasta ilmiöön nimeltään klikkausjournalismi. Ylen osuus ilmiössä on oikeastaan vain toinen osa tutkimuksen kokonaisuutta. Se, miksi valitsin Ylen, on niin ikään mielestäni perusteltua. Ylen asema on kaupallisiin medioihin verrattuna poikkeuksellinen, mutta silti yhtiötä soimataan sisältöjen viihteellistymisestä. Tämän takia minua aidosti kiinnosti ottaa selvälle, onko Yle on lähtenyt mukaan klikkauskilpaan ja mitä yleläiset tästä ajattelevat. Tutkimus ei mielestäni olisi ollut lainkaan niin kiinnostava, jos olisin kohdistanut sen johonkin kaupallisen median edustajista. Kaupallisen median kohdalla kun klikkausjournalismi on ”helpommin” selitettävissä kylmillä taloudellisilla faktoilla.

## **Kohti analyysia eli aineistot ja metodit**

### **4 Haastattelussa Ylen johtoa, keskijohtoa ja rivitoimittajia**

Haastattelumetodin käyttöön ottaminen tämän tutkimuksen kohdalla tuntui oikeastaan jo ennen varsinaisen kirjoitustyön aloittamista luontevalta ja selvältä ratkaisulta. Jo ennen laajempaa perehtymistä klikkausjournalismiin ilmiönä, tiesin sen määrittelyn pohjautuvan pitkälti ilmiöstä käytyyn keskusteluun erityisesti alan sisällä. Kun puhutaan ilmiöstä, jonka määrittelemiseen käytän esimerkiksi puhetta ja tutkimusta journalismin laadusta, on mielestäni tarkoituksenmukaista antaa ääni myös journalismin tuottajille eli toimittajille ja työtä ohjaaville päälliköille. Muuten tutkimuksen anti olisi jäänyt hyvin rajalliseksi ja oikeastaan melkein vain omaksi tulkinnakseni, eikä tutkimustuloksistani olisi voinut luoda yleisempiä johtopäätöksiä.

Päädyin valitsemaan haastateltavat, niin kuin myös analysoitavat verkkojutut, Ylen aluetoimituksista. Tätä perustelen sillä, että erityisesti aluetoimitusten sisällöt, niiden laatu ja tyyli ovat olleet viime aikoina esillä, ja niihin on kohdistunut ankaraa kritiikkiä. Niin ikään omasta kokemuksestani toimittajana Ylen aluetoimituksissa, tiedän niissä pistettäneen entistä enemmän panoksia nettijuttujen tekemiseen viimeisten parin vuoden aikana. Tämä linjaus, nettiin panostaminen, koskee tokikin koko yhtiötä, mutta aluetoimituksissa koin ilmiön näkyvän ehkä tällä hetkellä kaikkein selkeimmin.

Halusin haastatella niin toimittajia kuin johtoporrastakin. Ensimmäiset listaukset mahdollisista haastateltavista olivat oikeastaan kohtuuttomankin pitkiä: en alkuun ymmärtänyt, että loppuen lopuksi melko pieneltäkin tuntuva määrä haastatteluja antaisi minulle kylliksi evidenssiä yleläisten näkemyksistä. Lopulta päädyin valitsemaan haastateltavat Ylen kahdesta aluetoimituksesta ja yhtiön päämajalta Pasilasta. Jätän aluetoimitukset tässä tutkimuksessa anonyymeiksi, sillä muuten haastateltavien anonymiteetti kärsisi. Valitsin molemmista aluetoimituksista haastateltavaksi kaksi uutistoimittajaa ja yhden uutispäällikön. Koin tarpeelliseksi haastatella lisäksi kahta johtoportaana edustajaa Helsingistä eli Ylen pääkonttorilta. Heidän näkemyksensä täydensivät hyvin aluetoimitusten väen ajatuksia klikkausjournalismista. Haastateltavia on siis yhteensä kahdeksan.

Haastateltavat esiintyvät tutkimuksessani anonyymeina. Olen lajitellut heidät toimittaja- ja päällikköhaastateltaviin. Päälliköt olen tutkimuksessa koodannut tunnuksilla P1-P4 ja toimittajat tunnuksilla T1-T4. Iältään haastateltavani ovat 36-55 -vuotiaita ja kaikilla heistä on jo vuosien,

osalla vuosikymmenten työkokemus alalta. Kaikkien ura on myös keskittynyt nimenomaan Yleisradioon. Työkokemusta haastateltavillani oli 12-30 vuotta. Pyrin tietoisesti valitsemaan haastateltavat sillä perusteella, että heillä olisi jo melko laaja työkokemus ja myös pitkäkö kokemus toimittajan tai päällikön työstä nimenomaan Ylellä. Silti oli hyvä, että haastateltavat olivat eri ikäisiä, vaikkakin kaikkia saattoi kutsua jo varsin kokeneiksi alalla. Tein kaikki tutkimushaastattelut syys-lokakuussa 2014.

#### **4.1 Tarkastelussa Ylen nettijuttuja**

Valitsin tutkimukseni tueksi analysoitavakseni kymmenen kappaletta Ylen aluetoimitusten julkaisemia nettijuttuja. Kuten jo edellä olen todennut, pyrkimykseni on käyttää nettijuttuja, jo pienen määränsäkin vuoksi, vain esimerkinomaisesti.

Tästä johtuen myös niihin kohdistuva laadullinen sisällönanalyysi jää pikaiseksi, eikä sen tarkoitukseen ole pureutua järin syvälle nettijuttujen ominaisuuksiin tai merkityksiin. Kolmea valitsemistani nettijutuista käytin myös tekemissäni tutkimushaastatteluisa keskustellen jutuista, niiden laadusta ja tyylistä toimittajien ja päälliköiden kanssa. Lopulta toin kaikki kymmenen nettijuttua analyysiosioni lukuihin, tuoden esimerkit esille aina sopivissa kohdissa. Tällä tavalla nettijutut selvensivät analyysilukujeni sisältöä ja merkityksiä: toivat mielestäni siis paremmin esille tiettyjä klikkausjournalismin ominaisuuksia ja toisaalta haastateltavien näkemyksiä.

Valitsemistani nettijutuista osa on syksyltä 2014, osa alkuvuodelta 2015. Perustelen jaottelua sillä, että näin nettijuttujen otos on osittain lähellä tekemieni tutkimushaastattelujen ajankohtaa, mutta toisaalta myös lähellä intensiivisintä kirjoittamisjaksoani. Olen luonnollisestikin valinnut kaikki 10 analysoitavaa juttua muista aluetoimituksista kuin niistä, joiden jäseniä olen haastatellut.

Valitsin analysoitavat nettijutut itse luomani 10-kohtaisen kategorisoinnin avulla. Loin kategoriat omien, klikkausjournalismista muodostamieni havaintojen ja käsitysten avulla.

Luomani kategoriat ovat:

\* **Eläintarina**

\* **Videovetoisuus**

- \* **Some-vetoisuus**
- \* **Kommenttijuuttu**
- \* **Erikoinen ilmiö**
- \* **Kuriositeetti**
- \* **News you can use**
- \* **Perusuutinen kiinnostavalla tavalla**
- \* **Provosoiva**
- \* **Shokeeraava**

Pureudun tarkemmin kategorioihin analyysiosiossa ja verkkojuttujen analysoimisessa käyttämäni metodiin seuraavassa luvussa, missä avaan myös muita tutkimusmetodeitani.

#### ***4.2 Metodina laadullinen sisällönanalyysi ja puolistrukturoitu teemahaastattelu***

Käytän metodeinani tässä tutkimuksessa laadullista sisällönanalyysia ja puolistrukturoitua teemahaastattelua. Tutkimukseni on luonteeltaan muutenkin laadullinen, eli kvalitatiivinen, määrällisen, eli kvantitatiivisen otteen sijaan. Tämä tutkimusote tuntui selvältä valinnalta, sillä niin monitulkintaisen ilmiön kuin klikkausjournalismin tutkiminen määrällisesti olisi oikeastaan mahdotonta ja täysin järjetöntä. Joidenkin määrällisten osuuksien liittäminen osaksi tutkimusta olisi toki ollut mahdollista, mutta ei mielestäni välttämätöntä tutkimustulosteni luotettavuuden ja käyttökelpoisuuden kannalta. Hirsjärven ja Hurmeen mukaan kvantitatiivisessa tutkimuksessa oletetaan, että tutkimuksen kohde on tutkijasta riippumaton, kun taas kvalitatiivisessa tutkimuksessa kohde ja tutkija ovat vuorovaikutuksessa keskenään (2011, 23).

Pertti Alasuutarin mukaan laadullisessa tutkimuksessa on kaksi vaihetta, havaintojen pelkistäminen ja arvoituksen ratkaiseminen. Alasuutarin mukaan näitä tutkimuksen vaiheita voidaan nimittää myös havaintojen tuottamiseksi ja havaintojen selittämiseksi. Tulosten tulkitsemisen apuna käytetään yleensä myös muuta informaatiota ja aiemmin saatuja tutkimustuloksia. (1999, 50.) Laadullisessa tutkimuksessa täytyy määrällisen tutkimuksen tavoin rajoittaa tutkimusaineiston laajuutta. Tämä pätee myös teemahaastattelun teemojen rajaamiseen. (1999, 51.)

Ylen aluetoimitusten verkkojuttuihin kohdistuneissa laadullisissa sisällönanalyyseissa toteutan näitä



vakiintuneita ”sääntöjä” kuitenkin hyvin omapäisesti, eli en klassisen laadullisen analyysin keinoin. Tämä johtuu siitä, että käytän nettijuttuja esimerkinomaisesti muun analyysin seassa, en anna niille niin suurta painoarvoa kuin laadulliselle aineistolle normaalisti annetaan. Tästä kertoo myös nettijuttuaineistoni suppeus. Olen analysoinut nettijutut luomalla itse 10 erilaista kategoriaa, joihin olen sitten sijoitellut esimerkkijutut analyysiosioni varrella. Tällä tavoin heitän ilmoille tulkinnan, tai kenties pikemminkin väitteen siitä, että kyseisiin kategorioihin kuuluvia nettijuttuja julkaistaan Ylellä enemmänkin. Toisin sanoen, yleistän havaintoni koskemaan kaikkia Ylen aluetoimitusten sisältöjä kokonaisuutena. Lisäksi arvioin kaikkien juttujen kohdalla niiden taustalla vaikuttavia uutiskriteerejä, niiden journalistista merkittävyyttä, jutun otsikointia ja jutusta ilmi käyvän toimittamisen määrää.

Hyödynnän laadullista sisällönanalyysia niin ikään puolistrukturoitujen teemahaastattelujeni analysoimisessa. Hirsjärven ja Hurmeen mukaan (2011, 41) tutkijan on haastattelujen avulla saatava käsitys haastateltavien ajatuksista, käsityksistä, tunteista ja kokemuksista. Heidän mukaansa edellä mainittuja asioita voi lähestyä useilla eri tavoilla, suorasti tai epäsuorasti. Esimerkiksi piirrustukset nähdään epäsuorana lähestymistapana. (2011, 41.) Hirsjärven ja Hurmeen mukaan haastattelulajikkeiden nimikirjo on osittain jopa sekava ja hyvin moninainen. Kuitenkin heidän mukaansa strukturoitu, standardoitu lomakehaastattelu on oma luokkansa ja muut haastattelulajit yksi oma luokkansa. Näihin lukeutuu heidän mukaansa myös puolistrukturoitu haastattelu. (2011, 43.)

Puolistrukturoidussa haastattelussa kysymykset ovat kaikille haastateltaville samat, mutta siinä ei käytetä valmiita vastausvaihtoehtoja, vaan haastateltava saa vastata kysymyksiin omin sanoin (Eskola & Vastamäki, 2001, 26). Teemahaastattelu etenee yksityiskohtaisten kysymysten sijaan keskeisten teemojen varassa ja keskittyy ihmisten tulkintoihin asioista ja ihmisten asioille antamiin merkityksiin. Teemahaastattelussa myöskään kysymysten muotoilu ja järjestys ei ole tarkkaan määriteltyä, mutta toisaalta muoto ei ole yhtä vapaa kuin syvähaastattelussa. (Hirsjärvi & Hurme, 2011, 48.) Tekemäni haastattelut ovat siis edellisen kuvauksen mukaisia puolistrukturoituja teemahaastatteluja, kohtuullisen vapaamuotoisia, mutta kuitenkin ennalta päätettyihin teemoihin lajiteltuja. Tästä huolimatta koin haastattelutilanteet hyvin keskustelunomaisina. Eskola ja Vastamäki kuvaavatkin jokaista haastattelutilannetta keskusteluksi, jossa kuitenkin edetään haastattelijan eli tutkijan asettamilla ehdoilla (2001, 24).

Sain sovittua haastatteluni nopeasti, enkä joutunut maanittelemaan ketään haastatteluun, vaan kaikki

lähtivät mielellään mukaan tutkimukseni toteuttamiseen tällä tavoin. Haastateltavien määrä tuntui sopivalta ja hallittavalta: litterointiin ei mennyt kohtuuttoman paljon aikaa, mutta silti kahdeksan haastattelua antoivat tutkimustuloksiani ajatellen käyttöni tarpeeksi tietoa. Kokosin haastatteluja varten erillisen rungon Pasilan päälliköille, aluetoimitusten uutispäälliköille sekä aluetoimitusten toimittajille. Loin siis yhteensä kolme haastattelurunkoa, mutta käytännössä ne olivat keskenään lähes identtisiä. Ainoastaan muutamien kysymysten kohdalla oli vaihtelua, koska jotkin kysymykset oli syytä kysyä eri tavoin eri asemilla olevilta haastateltavilta. Pienien erojen vuoksi olenkin tutkimukseni liitteeksi lisännyt vain yhden haastattelurungon.

Jaottelin kaikissa haastattelurungoissa kysymykset samoihin viiteen kategoriaan, joista neljäs oli lista väitteitä Ylen tyylistä ja toiminnasta sekä näissä tapahtuneista muutoksista. Edeltävät kategoriat koostuivat perinteisistä kysymyslistauksista. Viimeisessä eli viidennessä osiossa kävin haastateltavien kanssa läpi kysymysten avulla kolme nettijuttua. Tällä tavoin haastatteluistani tuli siis sisällöltään ja muodoltaan monipuolisia. Jos haastattelut olisivat rakentuneet pelkästään kysymyksistä, väittäkseni en olisi saanut niin hyviä ja hyödyllisiä kommentteja analyysiani varten. Mielestäni onnistuin myös rajaamaan kysymysten määrän sopivaksi. Eskolan ja Vastamäen mukaan (2001, 34) keskustelunomaisuus ei toteudu haastattelussa, jos haastateltava vain tuijottaa pitkää kysymyslistaa. Itse en myöskään näyttänyt kysymyksiäni haastateltaville etukäteen. Teemoista kyllä kerroin jonkin verran, jotta haastateltavat pystyivät hieman orientoitumaan haastattelutilanteeseen.

Siirryttyäni haastattelujen analysointivaiheeseen huomasin, että kaikki kysymäni kysymykset eivät olleet tarpeellisia ja osan niistä olisi myös voinut muotoilla paremmin. Tätä tilannetta tuskin olisi voinut välttää muulla tapaa kuin tekemällä haastattelut myöhäisemmässä vaiheessa. Nyt haastattelujeni tekeminen ajoittui syksyyn 2014, kun varsinaiseen kirjoittamisvaiheeseen pääsin vasta saman vuoden loppupuolella. Haastattelujen tekemisen jälkeen gradun rakenne ja tutkimuskysymyksetkin elivät vielä omaa elämäänsä. Siksi jotkin osat haastatteluista tuntuivat myöhemmin epärelevanteilta. Suurimmalta osaltaan haastattelumateriaali oli kuitenkin erittäin hyödyllistä.

Teemoitus helpotti analyysivaiheeseen siirtymistä. Lajittelin aluksi kaikkien haastateltavien vastaukset saman osion kysymyksiin, erillisiin tiedostoihin. Lajitellessa ja lukiessa minulle syntyi vähitellen kokonaiskuva haastateltavien mielipiteistä. Jouduin tosin toistamaan jaotteluni ja tekemään sen toisella tavalla, kun tutkimukseni teoriaosuus muuttui. Halusin analyysiosion mukailevan teoriaosion rakennetta, ja siksi tein lajittelutyön vielä uudestaan. Haastatteluaineisto tuli

siis hyvin tutuksi matkan varrella.

Olen hahmottanut aineistosta löytyvien esimerkkien ja ennen kaikkea sitaattien kautta sitä, mitä haastateltavat ajattelevat uutiskriteereiden muuttumisesta, netin mukanaan tuomista muutoksista, yleisön toiveiden täyttämistä ja alalla kovenevasta kilpailusta, joka aiheuttaa lisääntyvää kiirettä työhön. En ole tehnyt haastatteluaineistostani minkäänlaisia määrällisiä havaintoja, vaan analysoinut sitäkin laadullisen sisällönanalyysin tarjoamin keinoin. Olen siis yrittänyt muodostaa mahdollisimman totuudenmukaisen kokonaiskuvan haastateltavieni ajatuksista, löytää niistä ennen kaikkea yhteneväisyyksiä, mutta myös eroavaisuuksia.

## **Keissi: yleläisten mietteitä muutoksista**

### **5 Yleisö haluaa sirkushuveja**

*”- - meidän täytyy lunastaa mun mielestä sillä se meidän olemassaolon oikeutus, että me tehdään oikeesti sellasia juttuja, joita ihmiset haluaa lukea. Meillä on tietyt mittarit niitä seurata.” P4*

Ylen aluetoimituksen uutispäällikön toteamus yleisön palvelemisesta kertoo siitä, että nettijuttujen klikkauslukujen valossa ja perusteella voidaan tehdä päätelmiä yleisön tahtotilasta ja tarpeista. Kaikkien haastateltavien vastauksista kuultaa läpi tämä sama ajatus: sitä saa, mitä tilaa ja sitä tehdään, mitä tilataan. Jollain tapaa haastateltavat tuntuvat ulkoistavan klikkausjournalismin tekemisen yleisön, ei niinkään median omaksi valinnaksi. Klikkausjournalismi nähdään nykyaikaisen median kuluttajan tarpeena ja sen tuottaminen yleisön palvelemisena.

*”Kyllä yleisö määrittelee sen mikä heille on relevanttia, ei me voida sitä määritellä. - - Jos sä kirjoitat helvetin laadukkaan jutun, joka ei saa yhtään klikkiä, niin onks se laadukas juttu?” P2*

*”Onks mitään järkeä kirjoittaa verkkojuttua, jonka lukee muutama kymmenen ihmistä? Meidän näkökulmasta ehkä kyllä, koska julkinen palvelu pitää sisällään paljon semmosia aiheita, joista meidän pitää kertoa ja kirjoittaa, mutta nekin jutut voi tehdä niin mielenkiintoisesti, että ne kiinnostaa laajemminkin.” P1*

*”Me ei olla semmosessa asemassa eikä tilanteessa, että meidän pitäis hampaat irvessä jokaisen jutun lukijamäärä maksimoida. Mut, mut niinkun... kylhän sitä niinkun... kyllä se toimittajan mun mielestä kannattaa niinkun mielessä pitää juttua kirjoittaessa. Että onks tää semmonen juttu, että mä haluan tälle yleisöjä. Jos tää ei oo semmonen juttu, niin miksi mä tätä teen.” P2*

Edellä päälliköt ottavat esille myös julkisen palvelun tehtävän erilaisuuden verrattuna muihin

medioihin: on tiettyjä asioita, joista täytyy kertoa huolimatta yleisön määrästä. Yleisösuhteesta heräsi kuitenkin myös kriittisempää pohdintaa siitä, miten yleisön tahtotilan voi lopulta määritellä:

*”Onko kyse siitä, että media on itse lähtenyt tarjoamaan kevyempää journalismia, nopeampaa journalismia, raflavampaa tavaraa... Siis kumpi on ensin, muna vai kana. Että onko se sitä mitä halutaan. Kukaan median kuluttajahan ei tunnusta klikkaavansa tällasta otsikkoa, joka on selvä klikinkalasteluotsikko, mutta yllättävän pirusti niitä klikkaillaan. Tää on vähän sama, kun kukaan ei tunnusta lukevansa 7 päivää -lehteä, mutta pirun laaja levikki sillä silti on.” T2*

Itse hahmottelen klikkausjournalismin syntyä aikaisemmissa luvuissa siitä näkökulmasta, että sen on aiheuttanut paine yleisöjen tavoittamisesta. Näen myös kovenevan medioiden välisen kilpailun yhtenä klikkausjournalismia lisäävänä ja toisaalta siitä seuraavana tekijänä. Rajaton julkaisutila aiheutti mediataloissa, Yleä myöten, paniikin, jonka seurauksena yleisön tavoittamisen keinoista tuli aikaisempaa voimakkaampia. Haastateltavat sen sijaan korostivat paitsi yleisön voimakkaan tavoittelun tarvetta, myös yleläiseksi koetun lakonisen journalismin muokkaamista helpommin lähestyttävämmäksi.

*”- - ollaan opittu myös verkossa kuuntelemaan yleisöä. Ei olla pidetty semmosta Yle-kriittisyyttä niinku meidän ohjenuorana, vaan osataan ja uskalletaan kuunnella yleisöä.” P1*

*”- - kaikista merkittäväintä on ymmärtää se, että luotettavuus ei synny siitä paskantärkeydestä. Uskottavuus ei ole tylsyyttä, uskottavuus ei ole paperinmakusuutta, uskottavuus ei oo virallisuutta.” P2*

Yksi päälliköistä puhui myös ”Yle-fantasiasta”, jonka tavoitteena on Ylen marginalisoiminen ja ajatuksena se, että Yle tuottaa sellaista journalistista laatua, joka kelpaa ainoastaan eliitille. Tämä teoria tuntuu olevan myös monien journalismin tutkijoiden huulilla; niin sanotusta kansanvalistuksesta on pyristelty eroon jo pitkään. Voi myös olla, että kyse on journalistien ja tutkijoiden yhdessä luomasta myytistä, joka elää edelleen, jokseenkin vanhentuneena ajatusmallina. Ehkä Yleenkään liitettyä lakonisuutta ei enää edes ole valloillaan, vaan se on karissut pois jo hyvän aikaa sitten? Toisaalta haastattelemani päällikkö tuntuu viestivän tällä enemmänkin sitä, että Yle on sortunut jonkinlaiseen journalistiseen laiskuuteen ja talon asema on aiheuttanut yrittämisen puutetta tekijöissä. Ylellä on hänen mukaansa vasta viime aikoina opittu ymmärtämään nykytilanteen vaatimukset.

*”- - me ollaan vihdoin ja viimein ymmärretty – ja tämä kesti kauan – että meidän pitää kilpailla yleisöistä. Että yleisöt eivät tule meille sen takia, että me olemme Suomen Yleisradio. Yleisradiolaisessa dna:ssa ei ole kykyä kilpailla yleisöistä, se on pitänyt täällä erikseen niinkun potkia esiin. Se on ollu kova homma!” P2*

Haastatteluissa pyysin yleläisiä myös arvioimaan klikkausten merkitystä tarkemmin. Suurin osa haastateltavista oli sitä mieltä, että suuri klikkausmäärä kertoo ainakin jonkinasteisesta journalistisesta onnistumisesta, mutta että toisaalta se voi kertoa myös monesta muusta asiasta. Niin sanotun nettihitin sanottiin monesti olevan jopa täysin epäonnistunut tekele:

*”Että joskus vaan voi tulla semmosia kulttijuttuja, semmosia juttuja, missä on kaikki niin pielessä, että kaikki vaan haluaa jakaa sitä silleen, että kattokaa nyt mitä tää toimittaja on räpeltänyt.” T4*

Eräs toimittaja sen sijaan kyseenalaisti klikkausmäärien tulkitsemisen lähes täysin:

*”Musta se ei kerro yhtään mistään. Klikkaus voi tulla siitä, että kosketusnäyttösellä puhelimella tai tabletilla oot vahingossa klikannu, oho klikkasinpa vahingossa tommosen auki. No ehkä se kertoo siitä, että otsikko on kiinnostava. Mutta kertooko se siitä, että onko se klikkaaja jaksanu lukea ingressiä pidemmälle sitä juttua? Tai kun se näkee kuvan mikä siihen uutiseen on liitetty, niin lähteekö se sen jälkeen pois.” T2*

Useampikin päällikkö ja toimittaja uskoi paljon klikkejä keränneen jutun kuitenkin kertovan useimmiten laadusta ja siitä, että juttu on aidosti herättänyt keskustelua esimerkiksi sosiaalisessa mediassa. Vähän klikkejä keränneen nettijutun moni totesi kuitenkin olevan jollain tapaa epäonnistunut. Tämän epäonnistumisen ei välttämättä koettu liittyvän suoraan jutun journalistiseen arvoon tai laatuun, vaan esimerkiksi julkaisuajan tai -paikan valintaan.

*”Se voi kertoa siitä, että se ei kiinnosta. Tai se on otsikoitu huonosti tai se on huonoa journalismia tai se on julkaistu ihan väärään aikaan. Myös tää niinku millon jotakin asioita julkaistaan, niin siinäkin me opitaan joka kerta. Et tietyn tyyppiset asiat saatetaan julkaista tiettyyn aikaan, tietyn tyyppiset sisällöt. Et joku asia toimii aamussa paremmin kuin vaikka iltapäivässä ja illassa.” T3*

Todella moni haastateltava korosti sitä, kuinka tärkeää on tehdä jutulle kiinnostava otsikko.

*”Paska otsikko pilaa hyvänkin jutun.” P2*

*”Ne usein jää, jos on huono otsikko, niin eihän niitä klikata auki. Tai ei välttämättä edes huono otsikko vaan jos se on niinkun asiallinen otsikko, semmonen vähän niinkun peruskamaa, niin sehän jää helposti lukematta.” T1*

Haastateltavien mukaan nettijuttujen aiheita on kevennetty, koska tämän kautta halutaan päästä lähemmäksi yleisöä. Ihmisläheisestä journalismista on puhuttu toimituksissa jo pitkään, mutta viimeistään klikkausjournalismi on antanut sille alustan.

*”- - pyrkimys on ollu sellanen, että mennään lähemmäs ihmisten elämää. Tehdään arkisempia juttuja, alueella kans. Että se on ihan merkittävä asia, että tuleeko isoon risteykseen liikennevalot vai eiks tuu. Se on ihan merkittävä asia mitä tapahtuu kunnan päiväkodeissa. Hirveen kauan on puhuttu siitä uutisen objektin näkökulmasta. Mutta ei suomalainen journalismi ole mun mielestä siinä vielääkään hirveän hyvin onnistunu. Ja nyt mä puhun siis muustakin ku Yleisradiosta.” P2*

*”Et se on niinku jännä, että sellaset arkiset pienet asiat on netissä niinkun niin, tavallaan, ihmisestä kiinnostavia. Että itse ei jotenkin ole edes tajunnut sitä. Et kyllä se netti jotenkin välineenä, niin siinä päästään lähemmäs ihmistä.” P3*

Esille tuli kuitenkin myös kriittisempi näkökulma. Eräs toimittaja oli huolissaan siitä, että kepeämpi ja ihmisläheinen sisältö lisääntyy liikaa, eikä muuta pian enää tehdäkään:

*”Se ei saa johtaa siihen, että Ylen aluetoimitukset ihmettelee vuoron perään joka ikisellä Suomen paikkakunnalla, että kuinka monta nakkia pitää lihapiirakan välissä olla. Minusta se ei ole kovin hedelmällistä eikä tarkoituksenmukasta. Ja väitän, että se kääntyy jossain välissä itseään vastaan.” T2*

Yle Kainuun syksyllä 2014 julkaisema juttu ilmastointiputkeen juuttuneesta koiranpennusta toimii hyvänä esimerkkinä yleläisten peräänkuuluttaman ihmisläheisemmän journalismin tekemisestä. (Oittinen, 2014a) Kyseistä juttua analysoivat haastatteluiden yhteydessä myös yleläiset. Lyhyt nettijuttu on otsikoitu varsin maltilliseen, toteavaan tyyliin: ”Koiranpentu juuttui saunan ilmastointiputkeen Kuhmossa”. Lajittelin omassa analyysissäni tämän kyseisen jutun eläintarinakategoriaan, koska tämän tyyppiset lyhyet, tunteisiin vetoavat eläinaiheiset nettijutut ovat Ylellä selvästi lisääntyneet. Jutussa kerrotaan lyhyesti Kuhmossa havahduttaneen eräänä aamuna koiranpennun uikutukseen. Pentu oli juuttunut saunan ilmastointiputkeen, mutta päässyt sieltä lopulta omin avuin pois. Jutusta saa sellaisen kuvan, että palokunta on kuitenkin käynyt paikan päällä tarkistamassa tilanteen. Pelastusjohtaja kommentoi tapahtunutta ja tämän kaltaisten pelastustehtävien harvinaisuutta jutussa hyvin lyhyesti, parin sitaatin verran. Juttu on siis hyvin lyhyt, sähkönenomainen kuvaus tapahtuneesta.

Haastateltavat kritisoivat sitä, että jutun otsikossa kerrotaan koiranpennun juuttuneen ilmastointiputkeen, vaikka tämä lopulta pääsi sieltä pois omin avuin. Otsikko siis koettiin jollain tapaa harhaanjohtavaksi. Moni näki otsikon myös hieman tylsänä ja sisältöön nähden asiallisena, toisaalta haastateltavat kehuivat otsikkoa sen asiallisuudesta ja ei-kosiskelusta. Kritiikkiä tuli siitä, että uutisen näkökulmaa ei ollut laajennettu. Useammankin haastateltavan mielestä pelastustehtävän harvinaisuuteen olisi ilmiönä voinut tarttua. Yleisesti ottaen juttu nähtiin journalistisesti puutteellisena, ja moni totesi, että jutun olisi voinut jättää yhtä hyvin tekemättäkin. Tästä olen myös

omassa analyysissäni samaa mieltä. Jutun journalistinen anti jää jokseenkin tylsän otsikon tavoin toteavaksi, eikä juttuaihe oikeastaan asetu minkäänlaiseen viitekehukseen. Juttu haisee oikeastaan hieman siltä, että se on tehty kiireessä eikä toimittamiseen ole jäänyt aikaa.

Useat haastateltavat kuitenkin puolustivat jutun aihetta, pulaan jäänyttä koiranpentua. Eläinjuttujen koettiin vetävän hyvin lukijoita ja olevan siten tarpeellinen osa uutisointia.

*”En tiää, varmaan ihan hirveesti saanu klikkauksia. Tätä on varmaan jaettu Facebookissa tuhansia kertoja. Iiks, ihana, söpö koiranpentu on joutunut pulaan.” T2*

*”Tää perustuu siihen, että ihmiset haluaa.. Tämmöiset kiinnostaa. Se on jännä, että sinänsä tää ei monenkaan ihmisen elämää muuta tai liikuta silleen kainuulaista, mutta tämmöset, nää on sitten ehkä semmoista inhimillistä tai eläimellistä kiinnostavuutta. Et ihan hyvin olisi voinut jättää tekemättä, mutta ihan varmasti tätä on luettu paljon.” T3*

*”No tässä on taas nämä eläimet mukana, että jostain syystä se on tuolla toimituksissa noussut sellaiseksi aiheeksi, jota ajatellaan, että ihmiset haluaa niitä lukea. Ja kai ne sitten haluaakin niitä lukea, kun niitä luetaan paljon. Ja tietenkin tämä vetoaa ihmisten tunteisiin, kun koiranpennulle on käynyt näin ikävästi, että on jäänyt kiinni, niin tottakai yritetään herättää myötätuntoa lukijoissa, että ne lukisi, että mitä sille pennulle sitten kävi.” T4*

Toisaalta jutun tärkeyttä myös kyseenalaistettiin, ja osa haastateltavista myös totesi, että juttua ei olisi välttämättä tarvinnut edes julkaista. Uutiskriteereiksi haastateltavat nostivat tämän jutun kohdalla harvinaisuuden, yllättävyyden ja kiinnostavuuden. Itsekin nostaisin esille juuri kiinnostavuuden, yllättävyys ja harvinaisuus ovat varmasti myös kriteerejä, mutta toisaalta niille ei oikein tahdo tulla jutussa katetta, koska ilmiötä ei laajenneta. Jutun kirjoitusasussa en näe mitään erityisen mainittavaa, vaan se mukailee perinteistä, asiallista ja huoliteltua uutistekstiä.

Kiinnostava huomio haastatteluja tehdessä oli se, että vaikka melkein kaikki haastateltavat korostivat klikkausmäärien seuraamisen tärkeyttä, niin oikeastaan kenelläkään ei ollut tarkkaa käsitystä siitä, mitä luvut todella kertovat ja kuinka luotettavia klikkausten laskemiseen käytettävät mittarit oikeastaan ovat.

*”Mun täytyy sanoa, että mä en oo perehtyny niitten luotettavuuteen. Mä oon vaan aina ilolla katsonu, kun tulee hyviä lukuja.” P1*

*”No en mä tiää. Ne on kai suuntaa antavia. Siis en mä nyt niihin hirveesti luota. Mä en tunne sitä analytiikkaa, et parempi kun en sano siitä sen kummemmin.” P4*

*”Kai niitä joku laskee ja hyvä on, että laskee.” P3*

*”Joo, no mä sen verran huonosti tuota tekniikkaa tunnen kuitenkin ja näitä systeemejä. Semmonen lievä epäily on kyllä näihin lukuihin, että pitääkö ne nyt ihan paikkansa ja miten niitä voi sitten verrata keskenään.” T4*

Klikkilukuja siis tunnutaan toimituksissa tulkittavan melko voimakkaana signaalina yleisön tahtotilasta, mutta samaan aikaan lukujen luotettavuutta kyseenalaistetaan eikä toimitusten tasolla juuri tunneta laskemiseen käytettäviä mittareita. Tämä on oikeastaan melko huolestuttavaa. Toisaalta tietämättömyys kertoo myös siitä, kuinka verrattaen uutta klikkauslukujen tarkempi seuraaminen mediataloissa ylipäättään on. Lukujen seuraamisen tekniikkakin on varmasti vasta tiensä alussa. Siihen toivottiinkin parannuksia. Yksi haastateltava toivoi laskumittariin tietoa siitä, kuinka kauan ihminen on jutun parissa viihtynyt. Tällä hetkellä Ylen saama data juttujen lukemisesta ei vastaa tämänkaltaisiin laadullisiin kysymyksiin oikeastaan lainkaan.

Yksi hyvä esimerkki tähän yhteyteen on niin ikään eläinaiheinen nettijuttu, jonka Yle Etelä-Karjala julkaisi syksyllä 2014. (Toijonen, 2014) Juttu eroaa edellä esitellystä koira-aiheisesta uutisesta siten, että se perustuu pitkälti jutun yhteydessä julkaistuun, noin minuutin mittaiseen videonpätkään. Kategorisoin jutun videovetoiseksi nettijutuksi. Jutun otsikko kuuluu: ”Katso video – villisikalauma muokkasi uuden pihanurmen”. Katso video -käsky ei Ylellä enää ole kovin poikkeuksellinen muotoilu otsikoissa, eikä se pistänyt silmiini kielteisessä mielessä. Sen sijaan otsikon jatko ”villisikalauma muokkasi uuden pihanurmen” on kömpelö ja epäselvä – mitä pihanurmen muokkaaminen oikein tarkoittaa? Tämä muotoilu herätti kritiikkiä myös haastateltavissa, joiden kanssa kävin juttua läpi muutamien kysymysten avulla.

*”Siis, villisikalauma muokkasi uuden pihanurmen. Muokkasi uuden pihanurmen on musta niinku kryptisesti sanottu.” P2*

*”Tää on vähän silleen hauska, että 'villisikalauma muokkasi uuden pihanurmen', niin sitten tulee vähän semmoinen olo, että onko ne villisiat nyt jotenkin tilattu sinne muokkaamaan se pihanurmi tai...” T3*

Otsikkoa pidettiin epäselvän lisäksi myös hieman tylsänä. Moni haastateltava ehdotti jutulle hieman räväkämpää otsikkovaihtoehtoja. Juttu itsessään on erittäin lyhyt, vielä toteavampi kuin edellä analysoimani koiranpentuaiheinen juttu. Villisikajutussa vain todetaan kahdella lauseella ja kahdella sitaatilla, että rautjärveläinen mies oli herännyt aamulla ja huomannut, että yhdeksän villisian lauma oli tuhonnut hänen nurmikkonsa. Videolla mies hätistelee villisikalaumaa pois pihasta. Mitään muuta juttu ei oikeastaan kerro. Juttu herättää siis enemmän kysymyksiä, kuin antaa tietoa tai vastaa kysymyksiin. Samoja havaintoja tekivät myös haastateltavat.



*”Tai se jää tässä vähän niinku kiinnostamaan, että onks tää nyt Rautjärvellä joku ongelma tai onks tommonen villisikalauma, yheksän villisikaa sun pihalla niin kannattaako nyt mennä sinne nurmikolle kävelemään niiden perässä vai pitäiskö vaan pysyä visusti sisällä. Tää kertoo tän mitä tapahtu, mutta mä kaipaisin tähän lisää lihaa luitten ympärille. Lisää villisian lihaa luitten ympärille!” P1*

*- - ”Kyllähän tää ois tää juttu pitäny laittaa johonki viitekehykseen, että - - onks tää harvinaista vai ei. Onks villisikoja kuinka paljon Rautjärvellä? Miksi villisika on myllännyt sen nurmikon? Onks se vittumainen eläin, joka vihaa kategorisesti vai onko sillä ollu joku muu motiivi siihen? Kyllähän tässä niinku herää aika paljon kysymyksiä.” T2*

Jutun leipäteksti on siis hyvin lyhyt, mikä on ymmärrettävä ratkaisu jutuissa, joiden pääroolia netissä näyttelee video. Nyt se osoittautuu kuitenkin ongelmalliseksi, koska sen koommin juttu kuin videokaan ei vastaa perustavanlaatuisiin uutiskysymyksiin lainkaan. Tekstissä vain todetaan lyhyesti, että mies näki villisikalauman pihallaan. Ei mitään muuta. Epäselväksi jää, miksi ja mistä villisiat olivat mahdollisesti pihalle ilmestyneet? Onko näin käynyt aiemminkin? Jutun aihe on kiinnostava, mutta siihen ei ole tartuttu kunnolla, vaan työ on jäänyt oikeastaan täysin kesken. Tämän vuoksi jutun journalistinen merkittävyys jää erittäin vähäiseksi.

Yksi haastateltavistani totesi melko osuvasti:

*”Niin no eihän tää nyt mitään journalismia ole, tähän vois tehdä kuka vaan. Vaikka tonne Youtubeen lykätä tällasella samalla idealla.” T1*

Haastateltavan havainto on mielestäni enemmän kuin paikallaan: jutusta puuttuu journalistinen taustatyö oikeastaan täysin. Eri asia toki olisi, jos videossa selviäisi enemmän aiheesta, mutta kun näinkään ei ole, lieneekin syytä kyseenalaistaa se, miksi minkään toimituksen pitäisi julkaista tällaista toimittamatonta sisältöä.

Uutiskriteereiksi tämän jutun kohdalla haastateltavat listasivat jälleen harvinaisuuden, yllättävyyden ja kiinnostavuuden. Kaikki nämä kriteerit allekirjoitan itsekin, mutta kiinnostavuutta kriteerinä laskee se, että juttua ei ole asetettu viitekehykseen ja se jättää turhan paljon kysymyksiä ilmaan. Yksi päälliköistä kuitenkin vastasi melko kuvaavasti Ylen tyylillistä suuntaa ajatellen kysymykseen villisikajutun uutiskriteereistä.

*”Uutiskriteeri on se, että meillä on hauska eläinvideo. Voidaanko julkaista juttu, jossa on hauska eläinvideo vai pannaaks me otsa kurttuun ja ruvetaan miettiin, että mikä tän uutiskriteeri on. Musta me voidaan julkasta se, koska meillä on hauska eläinvideo. Halutaanks me julkaista tämmösiä*

*hirveen paljon, niin en tiää... Mut että onks näille sijaa joskus. Miksei.” P2*

## **5.1 Netti edellä ja eroon lakonisuudesta**

*”Siinä on menty hirveesti eteenpäin. Me ollaan tehty tosi kovia uutisia. Me ollaan tyylikkäästi, meidän tyyliin sopivasti saatu isoja nettimenestyksiä.” P1*

Ylen tämänhetkisen strategian kärkilause on ”netti edellä”. Netin tärkeyden korostamisen myötä Ylen tyyli tehdä nettijuttuja on haastateltavienkin mukaan muuttunut radikaalisti. Erään vuonna 2010 taloon töihin tulleen toimittajan mukaan nettijuttujen tekeminen on muuttunut viidessä vuodessa hurjasti.

*”- - silloin kun niitä tehtiin, niin ei hirveästi oikeastaan ajateltu. Tai siis, ei kovinkaan paljon ajateltu just sitä otsikon vetävyyttä tai sitä, että mikä nimenomaan netissä tästä aiheesta kannattaa nostaa esiin, tai mitään tällaista. Jutut tehtiin aika perinteiseltä pohjalta ja niihin saatettiin lyödä ihan perusotsikko, että.. 'Terveyspalvelut ovat muuttumassa nopeasti.' (Nauraa) Tämmöstä otsikkoo ei varmaan nykyään enää tehtäis, vaan kaivettais niistä terveyspalveluista joku kiinnostava yksityiskohta tai joku tämmönen siihen otsikkoon ja saatettais hakea jonkun asiantuntijan räväkkä kommentti.” T4*

Nettiin panostetaan nykyään aivan erilaisella volyymilla kuin vielä muutama vuosi sitten. Muutos on siis tapahtunut hyvin lyhyessä ajassa. Yleläisten haastatteluista päätellen suurin muutos on tyyllillisesti ollut tietynlaisesta liiallisesta asiallisuudesta, vanhasta ylemäisyydestä eroon pääseminen. Heidän mukaansa netistä myös puhutaan toimituksen arjessa, toimituskokouksissa ja muissakin tilanteissa, entistä enemmän. Joidenkin mielestä jopa liikaa.

*”Siis kuulee semmostakin kommenttia, että aina vaan puhutaan niistä nettijutuista. Mutta kun se on se, mihin nyt yritetään keskittyä silleen, että siitä saatais parempaa kuin mitä se on ollut aikaisemmin ja pysyttäis mukana tässä kehityksessä.” T4*

*”No oikeastaan nettijutut on ainoa mistä tulee palautetta. Ja siis. Esimerkiksi tv-uutisjutuista, verrokkina, niin eihän niistä tuu oikeastaan ikinä mitään palautetta.” T2*

Yhden päällikköhaastateltavan mukaan eräs suurimmista muutoksista on uutistyössä ollut vauhdin kasvaminen. Nopeissa uutistilanteissa riittää nykyään pelkkä otsikkorivi kertomaan tapahtuman ensitiedot. Niitä voidaan sitten päällikön mukaan täydentää tarpeen mukaan, kun saadaan aiheesta lisätietoja. Haastateltavien mukaan myös nettijuttujen tyyli on muuttunut olennaisesti. Myönteisistä muutoksista tärkeimpänä etenkin päälliköt tuntevat korostavan sitä, että ”lakonisuudesta” on päästy eroon.

*”- - homman ydin on se, että meidän historia on lakoninen ja se, että me ollaan päästy niinkun*

*lakonisesta otsikointi- ja kerrontatyylistä edes muutama askel eteenpäin, niin se on pelastanu meidät.” P2*

*”- - aikasemmin meillä oli paljon semmosia virkamiesmäisiä, byrokraattisia Yle Uutisia, joissa todetaan lakonisesti jotain tapahtuneen ja sitten jutussa selviää loput - - Vaikka me ollaan Yle, niin kyllä me saadaan tehdä mielenkiintoisia sisältöjä. Ja myös niinku lifestyleä ja ihmisten arkea lähellä olevia otsikoita ja uutisia.” P1*

Edeltävässä päällikön puheenvuorossa sävy on jollain tapaa puolusteleva, ”kyllä me saadaan”, ”vaikka olemme Yle”. Syy tähän varovaisuuteen lienee toisaalta historiassa, toisaalta siinä, että Yle on mediana poikkeuksellinen vastuunsa vuoksi: verorahoitteisuus asettaa aivan erilaisen painolastin journalistiselle työlle verrattuna kaupallisiin medioihin. Hyviä esimerkkejä uudenaikaisista sisällöistä ovat sosiaalisesta mediasta lähtöisin olevat aiheet. Poimin analysoitavaksi yhden some-vetoisen jutun, jollaiseksi kategorisoin Yle Pohjois-Karjalan helmikuussa 2015 julkaisseeseen jutun Facebookissa kiertäneestä oravakeittoreseptistä. (Ahjopalo, 2015) Jutun aihe on oikeastaan täysin Facebook-lähtöinen. Juttu kertoo Facebookissa kiertäneestä oravakeittoreseptistä, joka on hämmentänyt ihmisiä. Jutun mukaan reseptiä on luultu huumoriksi, mutta kyse onkin siitä, että oravaa on käytetty ennen ruoaksi. Jutussa viitataan pariin teokseen, jotka todistavat reseptin käyttämisen ennen muinoin. Saman allekirjoittaa juttua varten haastateltu keittiömestari. Jutun lopussa kerrotaan, milloin oravaa saa Suomessa metsästää ja mitä siitä voi valmistaa. Teksti on varsin lyhyt.

Jutun otsikko ”Somessa kiertävä vitsiksi luultu oravakeittoresepti onkin totta” on mielestäni melko tylsä, näin hauska aiheella olisi voinut revitellä hieman enemmän. On kuitenkin hyvä, että otsikossa tulee mainituksi sana some, koska aihe on niin selkeästi some-lähtöinen, ja tämän faktan sivuuttaminen olisi melko erikoista. Jutun ongelmana näkisin lähinnä sen, että se jää edellä analysoimieni nettijuttujen tavoin ikään kuin kuriositeetiksi, maininnaksi. Aiheelle saadaan hyvä lähtölaukaus, mutta maaliin saakka ei jakseta juosta. Jutussa olisi voinut kertoa tarkemmin siitä, miten oravaa aikanaan valmistettiin ja lisäksi sivuta oravanmetsästystä nyky-Suomessa. Tämän ei olisi tarvinnut kasvattaa kohtuuttomasti jutun pituutta, mutta hieman lihaa luiden ympärille olisi ollut hyvä saada. Näen tässä jutussa saman problematiikan kuin edellä (luku 5) analysoimissani eläinaiheisissa jutuissa: viitekehys puuttuu. Utiskriteerinä tässä jutussa pidän kiinnostavuutta: aihe on puhuttava ja yllättäväkin. Eli juuri sitä, mitä yleläiset tekemissäni haastatteluissa korostivatkin uutena linjana.

Oikeastaan kaikki haastateltavani, niin päälliköt kuin toimittajatkin, totesivat sekä Ylen aluetoimitusten että Yle Uutisten uutisointityylin netissä kokonaisuudessaankin siirtyneen viime vuosina lähemmäksi iltapäivälehtien uutisointityyliä. Osittain tämä nähtiin hyvänä, osittain myös huonona asiana. Paljon kuitenkin korostettiin sitä, että Ylen ei ole tarkoitus lähteä tekemään äärimmäisen tabloidisoituneita otsikoita lainkaan. Iltapäivälehtimäisempään tyyliin siirtymisen koettiin näkyvän esimerkiksi havainnoilla otsikoiden pitenemisestä ja adjektiivien käytön lisääntymisestä. Lisäksi räväkkien sitaattien liittämisen otsikkoon nähtiin selvästi lisääntyneen.

*”Meidän otsikointityylimme on muuttunut, luojan kiitos, mut se on edelleen kaukana iltapäivälehtien otsikointityylistä. Yksittäisiä tapauksia varmaan tulee tämmösissä juttumäärissä, niinku sanoin. Mut niinkun... Mä joskus mietin, et voisko se olla lähempänäkin. Samanlaisuuteen ei ole syytä ja sitä pitää varoa.” P2*

*- - ”jotkut otsikot saattaa muistuttaa jopa Seiskaakin. Mut mä en oo huolissani siitä niin kauan kun meidän journalistinen juttu on hyvä ja perusteltu.” P4*

*”Mut et harvemmin meillä on niitä semmosia, oho, hups, kävipä moka, semmosia meillä ei ole. Et sitä me ei ehkä, siinä eroamme iltapäivälehdistä - -” T3*

Eräs haastateltavista totesi Ylen vielä hieman hakevan tyyliään, esimerkiksi sanavalintoja hänen mukaansa mietitään vielä aika paljon sen kannalta, ovatko ne Ylelle sopivia. Tällaiseksi sanaksi haastateltava mainitsi esimerkiksi sanan pöyristyttävä, jota seuraavassa analysoimassani nettijutussa käytetään. Yle Satakunnan helmikuussa 2015 julkaisemassa jutussa (Meritähti, 2015) tämä, usein iltapäivälehtien suosima sana, pöyristyttävä, löytyy verbimuodossa heti otsikosta: ”Lääkäri pöyristyi teinitytön oireista: Tuollaisen määrän D-vitamiinia ei pitäisi olla liikaa”.

Kategorisoin jutun kommenttijutuksi, jolla tarkoitan yhden henkilön näkemyksiin perustuvaa juttua. Juttu on jatkojuttu aiemmin julkaistuun uutiseen liikaa D-vitamiinia syöneestä teinitytöstä. Helmikuussa julkaistussa jutussa kerrotaan, että aiemmin verikokeissa oli todettu tytön syöneen D-vitamiinia liikaa. D-vitamiinien vaikutuksiin perehtynyt lääkäri ihmettelee tuloksia ja perustelee oman kantansa todeten myös, ettei D-vitamiinin syömistä kannata vältellä yliannostuksen pelossa. Huolimatta aikaisemmasta aiheeseen liittyvästä jutusta olisi tämäkin juttu mielestäni kaivannut paria muutakin asiantuntijaa voidakseen todella todistaa jotain kyseisestä aiheesta. Otsikko sinänsä on minusta toimiva ja kiinnostava, eikä se valehtele mitään jutun sisällöstä. Jutun uutiskriteereiksi nousevat kiinnostavuus ja ennenkaikkea harvinaisuus, koska kyseessä on hyvin erikoinen ja marginaalinen tapaus.

Haastateltavat siis myönsivät Ylen iltapäivälehtimäistyneen, mutta klikkausjournalismia määritellessään moni tuntui ulkoistavan ilmiön yhtiöstään ja liittävän sen enemmänkin iltapäivälehtiin.

*”- - se on niinku iltapäivälehtien lööpit siirettynä nettiin. Se on niinku sellainen ensimmäinen mielikuva, mikä mulle siitä tulee.” T3*

*”No kyllä mulle ekaksi tulee noi iltapäivälehdet mieleen. Mut et tota... Se vaan on se tie, joka ei ole meidän tie.” P3*

Toisaalta yksi haastateltavista tuntui määrittelevän koko ilmiön aivan eri tavalla kuin muut. Hänen mukaansa klikkausjournalismilla voidaan tarkoittaa luettua uutista.

*”Et jotenkin mulla on vähän ristiriitanen, et mä niinku ymmärrän sen käsitteen, mutta välillä tekis mieli vähän haastaa ihmisiä, että tehkää sitä klikkihuorausta ja kertokaa, et onks se niin vastenmielistä. Mä en tarkota klikkihuorauksella nyt sitä, että meidän pitää ruveta jahtaamaan meidän jotain muutamaa julkkista tai semmosta. Et puhun luetuista jutuista.” P4*

Edellisenkin päällikön vastauksesta on kuitenkin luettavissa, että luetut jutut Ylellä eivät tarkoita samaa kuin iltapäivälehdissä, eli esimerkiksi julkkisten jahtaamiseen ei ikään kuin ”alennuta”. Tällä tavoin erilaisenkin määrittelyn taustalla tuntuisi siis olevan melko suorakin kritiikki ilmiötä kohtaan. Yle ulkoistettiin myös sellaisten otsikoiden viljelemisestä, mitkä lupaavat jotakin, mutta jutun avatessa lukijaa odottaakin pettymys. Yksi haastattelemistani toimittajista mainitsi tämän ilmiön aivan erityisesti korpeavan häntä, ja toinen mainitsi Ylen olevan tarkkana siitä, ettei moista sisältöä yhtiön sivuille ilmesty. Kaikenkaikkiaan vaikutti siltä, että haastatteleman yläläiset ajattelivat yhtiön sisällön olevan vielä turvallisilla vesillä, eikä riskiä laadun kärsimisestä klikkausjournalismin vaatimien nopeuden tai esimerkiksi viihteellisyyden vuoksi ole olemassa. Yksi päälliköistä näki myös Ylen olevan edelleen suurelle osalle yleisöistään ”liian kuiva ja asiallinen”.

*”Ja siis ylivoimaisesti suurin osa ihmisistä edelleen on sitä mieltä, et me ollaan niinku liian kuivii ja asiallisii. Kun että me oltas niinku klikki... -tyyppejä. Ja tota sit pitää muistaa, että kun me tutkitaan yleisöjä, niin me tutkitaan usein yleisöjä, jotka jo on meidän yleisöjä. Et ne jää tutkimatta, jotka jättää meillä käymättä. Ja ne jotka jättää meillä käymättä, jättää usein meillä käymättä sen takia, että me ollaan liian kuivia. Ja asiallisia.” P2*

Yksi esimerkki ei-kuivuudesta ja ei-asiallisuudesta on niin ikään Yle Satakunnan nettijuttu puhelinliittymistä. (Pakkanen, 2015) Kategorisoin jutun erikoiset ilmiöt -laatikkoon. Jutussa kerrotaan siitä, kuinka puhelinliittymän voi nimetä kuvitteellisen hahmon mukaan ja kuinka tällaisia

liittymiä löytyy Suomesta jonkin verran. Jutussa ilmiötä kommentoi kahden eri operaattorin edustaja. Mielestäni tämä juttu on otsikkoa ja muutakin sisältöä myöten hyvä esimerkki siitä, että lyhyt, viihdyttävä, mutta silti journalistisesti ansiokas nettijuttu on todellakin mahdollinen yhtälö. Jutun otsikko herättää heti mielenkiinnon ja juttu lunastaa lupauksen kiinnostavasta tiedosta. Otsikko on klikkiajan hengessä muotoiltu, kysymys ja kaksi kiinnostuksen herättävää kuvitteellista hahmoa mainittuna: ”Mitä ihmettä? Harry Potterilla ja Aku Ankalla on suomalaiset puhelinnumerot”. Silti se ei sorru valehtelemaan tai mässäilemään.

Nettijutun uutiskriteereiksi listaisin yllättävyyden ja kiinnostavuuden. Vaikka voi ajatella, että journalistisesti juttu nostaa esille vain kuriositeetin, on se mielestäni ansainnut paikkansa ja sitä varten on selvästi myös tehty journalistista taustatyötä. Jutun aihe on hyvä nosto, ihmettelyn aihe, ja antaa varmasti monelle lukijalle oikeastikin uutta tietoa.

## **5.2 Kiinnostavuudesta tärkein uutiskriteeri**

*”Ekakski uutiskriteereihin on pitkällä aikavälillä varmasti vaikuttanut täytettävän mediatilan lisääntyminen. Pitää tehdä enemmän juttuja. Jollon se vaikuttaa uutiskriteereihin niinku automatic. Sitten uutiskriteereihin on vaikuttanut se, että on tajuttu että yleisöstä pitää ruveta kilpaileen. Että niillä on paljon muutaki tekemistä nykyään kun lukee lehtee tai niillä on televisiossa paljon muitaki kanavii ku kaks kanavaa.” P2*

Päällikön puheenvuoroon kiteytyy jotain varsin olennaista klikkausjournalismin aikakaudesta, ennenkaikkea aikakauden taustatekijöistä: edellä (luvut 2 ja 2.1) olen kuvannut klikkausjournalismin syntyä juuri päällikön mainitsemista lähtökohdista käsin. Rajaton julkaisutila on synnyttänyt paitsi paineen yleisöjen tavoittamisesta, niin myös yleisön tavoittelua uusin keinoin ja toisaalta kilpailun lisääntymistä. Kun yleisö, yleisön tarpeet ja media tilana muuttuu, muuttuvat myös uutiskriteerit. Tätä mieltä olivat lähes kaikki haastateltavat, joskaan jotkut heistä eivät pitäneet muutosta yhtä voimakkaana tai laajana kuin toiset. Tähän saattoi vaikuttaa myös kysymyksen ymmärtäminen eri tavoin: osa haastateltavista erotti toisistaan arvopohjan ja tiettyjen kriteereiden painottumisen, osa takertui kenties liikaa perustavanlaatuisiin asioihin uutisjournalismin tuotannossa, missä ainakaan suuria muutoksia ei varsinaisesti voikaan nähdä tapahtuneen.

Suurin osa haastateltavista näki kuitenkin erityisesti kiinnostavuuden uutiskriteerinä painottuneen viime vuosina. Lisäksi Ylen todettiin päässeen eroon jonkinlaisesta henkisestä ylivallasta uutisten tuotannossa: nykyään mennään ihmiset, ei asiat edellä. Tällä tarkoitettiin myös sitä, että yleisön

tarpeet koettiin otettavan nykyään aiempaa paremmin huomioon.

*”- - ollaan menty Ylessäkin enemmän siihen, että oikeesti yritetään mieltä mikäköhän ihmisiä oikeasti kiinnostaa. Eikä ehkä niin, että me täällä tiedetään Ylessä, mikä on aina ihmisille hyväksi.” P4*

*”Media ei ole koulu. Eikä niinku Yleisradiokaan ole koulu. Ja tällöinen niinku median velvollisuusseuranta on jatkuvasti vähentynyt. Uutisten kattaminen tai seuraaminen ei ole enää tällöinen hyvän kansalaisuuden merkki kun se joskus ennen vanhaan on ollu. Et kyl ne ihmiset pitää sieltä niinku houkutella.” P2*

Juuri tämä houkuttelemisen lienee median, ja aivan erityisesti Ylen, suurimpia haasteita tällä hetkellä. Haastateltavat tuntuivat liittävän haasteen varsinkin nuoriin yleisöihin ja heidän houkuttelemiseensa Ylen sisältöjen äärelle. Yhden päällikön mukaan nykyinen verkkoyleisö muodostuu karrikoiden nykyisten tv- ja radioyleisöjen jälkikasvusta. Tämä tarkoittaa päällikön mukaan sitä, että netissä todella täytyy panostaa erilaisiin asioihin kuin radiossa ja televisiossa. Toinen päällikkö kertoi olevansa huolissaan koko median puolesta siitä, miten ”löydetään noi älypuhelimia näpräävät teinit tuolla.”

Erään toimittajan mukaan uutisiin nousee nykyään myös niin kutsuttuja anekdootteja, kuriositeetteja, joiden tosiasiallinen merkitys yhteiskunnallisesti voi olla hyvinkin pieni.

*”Hyvin neki tuntuu yleisölle kelpaavan, ei siinä mitään.” T2*

Yksi esimerkki toimittajan kuvaamasta kuriositeetti uutisoinnista voisi olla Yle Turun 2015 helmikuussa julkaisema juttu uuniperunan valmistamisesta. (Ruuska, 2015) Tämän jutun siis kategorisoin kuriositeettijutuksi. Jutussa elintarvikekehityksen tutkimusprofessori kommentoi uuniperunan valmistamistapoja, joista kumoa yleiseksi mielletyn folioon käärimisen. Jutun otsikko noudattaa nykyään hyvin yleiseksi muodostunutta tapaa mainita otsikossa jonkin alan asiantuntijan mielipide, tällä kertaa hyvin arkisesta aiheesta: ”Professori uuniperunoista: Folion voi unohtaa”. Olen kategorisoinut jutun anekdootiksi, koska kyseessä on arkinen aihe, josta kertominen ei yhteiskuntaa suuresti etkauta, mutta jolla kuitenkin on läheinen yhteys ihmisen arkielämään.

Jutun voisi kategorisoida myös ”news you can use” -uutiseksi, mutta erityisesti siinä mielestäni korostuu anekdoottimaisuus, koska kyse on niin marginaalisesta ilmiöstä kuin uuniperunan valmistamisesta, eikä esimerkiksi ruoanlaitosta laajemmin. Juttu on toimitettu huolellisesti ja asiantuntijan tietoja, mutta myös kokemuksia, on hyödynnetty jutussa hyvin. Jutun lopussa myös todetaan, että juttu on osa Turun radion laajempaa teemaa, kasvien kemia -aiheen käsittelyä. Tämä

asettaa jutun osaksi selvää journalistista viitekehystä ja antaa myös perustelun sen julkaisemiselle juuri kyseisenä ajankohtana. Uutiskriteerinä pidän tässä jutussa yllättävyyttä, koska moni varmaankin yllättyy siitä, ettei uuniperunoita kannattakaan laittaa folioon, niin kuin on totuttu ymmärtämään. Toisaalta myös kiinnostavuus on selvästi tämän nettijutun uutiskriteeri.

Anekdoottimaisten uutisten voisi sanoa olevan paitsi verrattain uutta Ylen aluetoimitusten uutisvirrassa, myös jonkinlaista raja-alueella liikkumista. Eräs haastattelemistani toimittajista nimittäin totesi seuraavasti:

*”- - tavallaan tuntuu, että sieltä Ylen uutiskriteereiden laidoilta just haetaan tällä hetkellä niitä kiinnostavimpia nettijuttuja, joilla sitten saatais niitä lukijoita.” - - tällaiset ikäänkuin featureaiheet, ilmiöjutut on lisääntyneet. Mutta sitten myös tällaiset, yritetään mennä mahdollisimman lähelle tavallista ihmistä. Ihan niinku niin arkiset asiat kuin olla ja voi.” T4*

”Niin arkiset asiat kuin olla ja voi” voisi olla yhden nettijuttukategorian nimistä. Seuraavan analysoimani esimerkkijutun liitän kuitenkin edellämämainitun news you can use -otsikon alle. Yle Keski-Pohjanmaan syksyllä 2014 julkaisemassa nettijutussa asiantuntija antaa vinkkejä unirytmien ylläpitämiseen. (Kivioja, 2014) Otsikko, ”Älä pyöri sunnuntai-iltaisina sängyssä – moni purkaa arjen univelkaa väärin”, on news you can use -kategorian otsikoksi melko tyypillinen. Se sisältää kehotuksen, oikeastaan käskyn ja toisaalta lupauksen siitä, että juttu kertoo vinkkejä univelan pienentämiseen. Näin tapahtuukin, jutusta löytyy katetta otsikolle. Vinkkejä antaa työterveyslaitoksen tutkimusprofessori, joka vaikuttaa mielestäni riittävästä lähteeltä jutun uskottavuuden kannalta. Jutun aihe on varmasti monelle läheinen ja siten tärkeä esillennosto, joka liittyy ihmisen terveyteen ja arkeen. Jutun journalistinen merkittävyys olisi toisaalta voinut kasvaa, jos juttua varten olisi vielä haastateltu jotakuta unen rytmittämisen ongelmista kärsivää ihmistä. Uutiskriteereiksi tässä jutussa lukisin läheisyyden ja kiinnostavuuden.

Läheisyyttä kukaan haastatelluista ei erikseen maininnut nykyään painottuvana uutiskriteerinä, mutta ihmisten arkea koskettavien aiheiden merkitystä kuitenkin korostettiin useampaan kertaan. Toisaalta news you can use -uutisiin kohdistui myös kritiikkiä:

*”Niin ne [news you can use -aiheet] on tullu on nettimaailman mukana ja sen yleisön toiveen ja paineen mukana kyllä niinku Yleenkin. - - Joskus tulee semmonen olo, että kun näkee sen otsikon, että ”Oletko tehnyt 5 virhettä kun heräsit aamulla” tai ”Nämä viisi virhettä sinun kannattaa välttää”... Niin joskus tulee vähän semmonen, että onko nyt niinku yliannostus tässä, mut... Mut sekin menee vähän kausittain.” P4*



Kenties uutisrintamalla tapahtunutta muutosta vielä kahta edellä käsiteltyä uutisgenreä paremmin kuvaava ilmiö on ”perusuutisten” kertominen aiempaa kiinnostavammalla tavalla, sellaisessa muodossa, että ihmiset todella lukevat jutun. Tällaisesta hyvänä esimerkkinä toimikoon perusuutinen kiinnostavalla tavalla -kategoriaan laittamani Yle Kainuun sääaiheinen juttu syyskuulta 2014. (Oittinen, 2014b) Tämän uutisen laitoin arkinen uutinen uudessa valossa -kategoriaan. Myös haastateltavat näkivät sääjutun hyvin tyypillisenä, uutistuotannon arkipäivään kuuluvana juttutyypinä.

*”Eli nää on ihan tämmöstä peruskauraa, kun on sähkökatkoja tai liikennehäiriöitä. Et tää on niinku ihan sellanen klassinen esimerkki, että tähän vaikuttaa sen alueen ihmisten elämään ja silloin kerrotaan niistä mihin pitää ehkä varautua.” T3*

Uutisessa kerrotaan siis huonosta kelistä, joka jatkuu Kainuussa vielä jutun julkaisupäivänä, mutta on helpottamassa vähitellen. Kommentteja on liikenteen sujuvuuden osalta haettu tieliikennekeskuksesta, sähkölaitoksilta on kysytty häiriöistä ja lisäksi pelastuslaitokselta on varmistettu onnettomuustilanne. Jutun julkaisuhetkeen mennessä ei ole tapahtunut onnettomuuksia huolimatta huonosta ajokelistä, ja myös sähkökatkojen määrä rajoittuu muutamiin satoihin sähköttömiin talouksiin jutun julkaisua edeltävänä yönä.

Jutun tarkoituksena tuntuisi siis lähinnä olevan tiellä liikkujien varoittaminen huonosta kelistä ja toisaalta sen kertominen, että keli on helpottamassa vielä saman viikon aikana. Jutun otsikko , ”Sadealue pyörii nyt Kainuussa kuin vesitornado – yöllä sähkökatkoja lumen vuoksi” tornadoineen on kuitenkin melkoisen raflaava huolimatta siitä, että termi on lainattu haastateltavan sitaatista. Varsinkin kun vesitornado on tässä yhteydessä selvästi tulkittavissa hieman liioitelluksi metaforaksi eikä ainakaan Suomen sääolosuhteissa miksikään viralliseksi sääilmiöksi. Muuten otsikko on hyvä ja kiinnostava. Otsikko herätti jonkin verran kritiikkiä myös haastateltavissa, joiden kanssa kävin kyseistä nettijuttua läpi.

*”Pisti silmään sen takia, että kun sen näkee ensimmäisenä, mä mietin nimenomaan sitä, että vesitornado ei oo niinku suomalainen ilmiö, käsittääkseni.” P1*

*”No musta tää 'Sadealue pyörii Kainuussa kuin vesitornado', niin mä en ainakaan ymmärrä siitä hevonpaskaa ja yöllä sähkökatkoja lumen vuoksi, niin mä ajattelen, että koko Kainuu on ollu pimeenä, niin sit siellä on 200 savua ollu pimeenä. Et ehkä tässä, tää voi olla just semmonen, että tässä on niinku pohdittu ja jahnattu, että miten mä saan tästä hyvän otsikon.” P3*

*”No tää on mun mielestä ehkä vähän liian hurja niinku sisältönsä nähden. Että tästä vois nyt kuvitella, et se sade on siellä oikeen riepotellu kaikki, hirveet lammikot ja autot siellä ui*

*suunnilleen.” T1*

Toisaalta jutun otsikosta myös pidettiin, sen ajateltiin olevan iskevä ja kiinnostava. Uutiskriteereiksi haastateltavat listasivat yllättävyyden ja poikkeuksellisuuden. Poikkeuksellisuutta perusteltiin sillä, että juttu on julkaistu syyskuussa ja juttu kertoo osin myös lumen aiheuttamasta sään huononemisesta. Paljon korostettiin myös sitä, että sääaiheiset jutut ovat niin sanottua palvelujournalismia ja sään vaihtelusta on velvollisuuskin kertoa ja raportoida.

*”- - tää pohjautuu just sille osa-alueelle, josta meidän pitää kertoa. Tää vaikuttaa ihmisten normiarkeen. Tässä on erittäin journalistiset perusteet tässä jutussa.” P1*

*”Tää on ihan yks meidän ihan perustehtäviä, kerrotaan ihmisille yllättävistä, mahdollisesti säähänkin liittyvistä asioista.” P4*

*”- - sään aiheuttamat ongelmathan on aina ollut uutinen, jos se vähänkään enemmän niitä aiheuttaa.” T4*

Omassa analyysissäni hahmotin uutiskriteerit samaan tapaan kuin haastateltavat. Jutusta saa kokonaisuutena kuitenkin ehkä kaoottisemman kuvan säästä, kuin mitä sen luulisi todellisuudessa olevan. Varsinkaan kun esimerkiksi onnettomuuksia ei ole tapahtunut jutuntekohetkellä sään vuoksi. Sähköttömien talouksien määrän mainitseminen tuntuu minustakin oudolta, koska määrät ovat niin pieniä. Lisäksi jutussa on sääkuvia ulkoa, mutta yksikään niistä ei ole järin kohahduttava, ainakaan siihen nähden millaisen kuvan säätilasta itse teksti antaa.

### **5.3 Kilpailu kovenee, panokset kovenevat**

*”Että tavallaan sellaset uutistenkäyttömuodot, jossa ihmiset pystyy vertailemaan sitä nopeutta, tosi selvästi lisääntyy. Ennenhän sun piti kaivaa se, et oltiiks me nyt nopeimpia, jos sä halusit sitä tutkia.” P2*

Klikkausjournalismi on aiheuttanut medioiden välisen kilpailun kovenemista. Kilpailu aiheuttaa luonnollisesti kiirettä. Muut mediatalot halutaan voittaa, olla tapahtumapaikalla ensimmäisenä ja kertoa asioista ensimmäisenä – netissä. Niin, ja mitä raflavammin kertoo, sitä enemmän kerää nopeasti välitetylle tiedolle myös yleisöä. Nopeuspaineen on pelätty aiheuttavan journalismin laadun heikkenemistä, josta muun muassa jo edelläkin siteeraamani Julkisen sanan neuvoston puheenjohtaja Risto Uimonen ilmaisi huolensa aiheesta marraskuussa 2012: ”Menossa on klikkausjournalismin kultakausi, jossa nopeus on valttia. Tästä syystä journalismin laatu ja luotettavuus kärsivät”. (Koski, 2012)

Alan kehityksen päätrendeiksi Uimonen luetteli muun muassa yhä kiristyvän kilpailun, journalismin pinnallistumisen ja yleisöjen kosiskelun sekä nopean julkaisun (Koski, 2012). Keskustelin Uimosen näkemyksistä myös yläläisten kanssa tutkimushaastattelujeni yhteydessä. Osa haastateltavista koki Uimosen ajatuksen melko fundamentalistisena ja ajasta irrotettuna, toisaalta huolipuhe myös ymmärrettiin.

*”No mitä kovempi vauhti niin sitä vaarallisempaahan touhu on aina. - - Mä en syyttäisi sitä vauhtia. Verkko on nopea väline ja jos jotain tapahtuu, niin kyllä me pyritään ensimmäisenä uutisoimaan siitä alueillakin, jos puhutaan niinku merkittävästä asiasta. Musta tärkeintä on se, että mistä kirjoitetaan ja millä tavalla. Välillä pitää olla tosi nopee. Ja kun jotain tapahtuu, niin ihmiset haluaa nopeesti tiedon, koska nykyään se on mahdollista. Ei siinä auta jäädä niinku oottelemaan. Tärkeintä on se aihe ja tyyli.” P1*

*”Tää on tyypillinen tieteen popularisointi. Journalismissa on tapahtunu vähän sama kuin tieteen popularisoinnissa. Et kun me ollaan ryhdytty houkuttelemaan niitä yleisöjä, niin sitten ne kalvakkat tutkijat niissä kammioissaan on huolestuneet niistä tieteen popularisoinneista. Et nyt nää vei meidän pikku leikkikalut noille isoille yleisöille.” P2*

*”- - mä en niinku halua, että meillä niinku nopeuden takia ruvetaan tekee hirveesti mokia. Mut joku pointti siinä niinku nopeudessakin on. Niin se vaan on. Jos haluaa täällä niinku jotenki perustella, että miksi se oma media on olemassa.” P4*

Haastateltavat myös luottivat siihen, että yleisö osaa vaatia laadukasta journalismia, eikä tulevaisuudessakaan tyydy pelkästään viihteelliseen sisältöön. Kepeämpiä aiheita ja kepeämpää lähetymistapaa hakeva klikkausjournalismin aikakausi nähtiin myös ohimenevänä tyyli-suuntana.

*”Mä en osaa olla huolestunut, koska vaikka on koko ajan tätä pinnallista ja erittäin nopeasti kulutettua journalismia, niin on jatkuvasti myös sitä semmoista kestävämpää journalismia ja sitä semmosta, että ihmisten tiedontarve ei katoa mihinkään.” T3*

Yksi toinen haastatelluista toimittajista puolestaan kertoi olevansa huolissaan siitä, löytääkö yleisö enää esimerkiksi Ylen sisältöjen äärelle, vai riittääkö yleisölle se, että ” ne klikkaavat ne muutamat hassut jutut netistä päivän aikana auki”. Samaan hengenvetoon hän kuitenkin totesi, että hän uskoo journalistien työlle ja tiedon suodattamiselle edelleen olevan tarvetta.

Klikkausjournalismin aiheuttama kilpailu näkyy tietysti myös nettijuttujen otsikoinnissa, johon liittyen olen provosoiva nettijuttu -kategoriaani valinnut tätä lukua varten valinnut Yle Kymenlaakson nettijutun. Helmikuussa 2015 julkaistu nettijuttu käsittelee katutaidetta. (Tuunila, 2015) Juttu on otsikoitu erittäin provosoivasti: ”Mies tuijottaa naisen rintoja liikennemerkissä – kirjailija: Erinomaista katutaidetta” Jo pelkästään toteamus, että mies tuijottaa naisen rintoja,

aiheuttaa yleistä paheksuntaa ja ainakin takuulla herättää huomion. Lisäksi taiteilijan hyväksyntä tälle seksistiseksi otsikon perusteella tulkittavalle taiteen keinoin somistetulle liikennemerkille voi yhtä lailla kohahduttaa. Otsikko on varmasti tarkoituksella muotoiltu juuri näin: houkuttelevuus on huipussaan. Otsikolle tulee kuitenkin katetta heti jutun alussa, eikä otsikon näin voi sanoa olevan irrallinen jutun muusta sisällöstä. Jutussa kerrotaan varsin tarkasti minkälaista katutaidetta Kotkasta löytyy ja tätä on havainnollistettu myös useilla juttuun liitetyillä kuvilla.

Juttu etenee loogisesti ja kiinnostavasti, eikä sen journalistista arvoa ole syytä kyseenalaistaa. Lisäksi juttu on melko pitkä ja siitä näkee, että sen tekemiseen on käytetty aikaa ja vaivaa. Provosoivasti ja oikeastaan melko iltapäivälehtimäisesti otsikoidusta jutusta paljastuukin ansiokas kulttuurijuttu. Jutun aihe on erittäin perusteltu, koska se liitetään selkeään viitekehykseen, kirjailijan havaintoihin ja työhön ja toisaalta kaupunkikuvaan laajemmin. Juttu on toimitettu huolella ja harkiten, varsinaisia kysymyksiä tai ihmetyksen aiheita ei jää ilmaan. Toisaalta katutaiteen käsitettä olisi voinut hieman avata jutussa ja kertoa kenties lyhyesti myös ilmiön historiasta. Uutiskriteereiksi listaisin tämän jutun kohdalla kiinnostavuuden, yllättävyyden ja harvinaisuuden. Kyse kun ei kuitenkaan ole kovinkaan tavanomaisesta ilmiöstä tai taidegenrestä. Kiinnostavuuden nostin esille ennenkaikkea otsikon takia. Mielestäni tämä nettijuttu on hyvä esimerkki jutusta, jossa klikkauksia takuulla keräävällä otsikolla ei kuitenkaan ole jutun journalistisen arvon kanssa mitään tekemistä. Toisinsanoen: otsikko on hyvä, vaikkakin viihteellinen ja selkeästi yleisöä kosiskeleva.

Nopeuden haastatellut yleläiset näkivät uutistoimintaan alusta asti kuuluneena ominaisuutena, eivät niinkään nykyajan tai verkkojournalismin ongelmana. Haasteitakin nähtiin, mutta enemmänkin nopeus tuntui haastateltavien mielestä olevan luonteva osa journalistista työtä ja professiota ylipäätään. Todettiin myös, että nopeus on myös osa toimittajan ammattitaitoa eikä sitä voi ajatella suorana syynä siihen, että journalistinen laatu heikkenee.

*”Se jatkuvasti kuitenkin parantuu se ammattitaito siinä, se on tietynlainen ammattitaito se nopeus. Sit tietysti paljon puhutaan siitä, että kuka on nopein. Et onks se tämmöstä alan sisäistä leuhkimista, missä määrin sillä on oikeasti merkitystä yleisöille, mut kyl mä uskon että sillä on. Niinkun ainaki tämmösille valistuneille uutisten seuraajille - -” P2*

*”No mä ajattelen näin, että nopeus on oikeesti niinkun kaiken uutistoiminnan peruslähtökohta.” P3*

*”Nopeesti kirjoitettu uutinen voi olla monesti parempi kun semmonen, jota on ehkä pähkäilty pidempäänkin. Koska silloin tulee selkäytimestä siihen ne tärkeet asiat. Kuinka montaa ihmistä se [uutinen] koskettaa ja missä ja koska ja näin päin pois.” T2*

Kiireen ja kilpailun ei siis ajateltu juurikaan aiheuttavan journalismin laadun heikentymistä. Silti, kuten yksi haastateltava totesikin, ”aina roiskuu, kun paljon tehdään”. Erityisesti Ylen aluetoimitusten nettijutut ovat viimeisen parin vuoden aikana saaneet kritiikkiä osakseen. Ylilyöntejä on tapahtunut. Tästä kertoo esimerkiksi luvussa 2 käsitelty Helsingin Sanomien juttu, jossa Ylen aluapäällikkö Jyri Kataja-Rahkolle esitetään tiukkoja kysymyksiä yhtiön aluetoimitusten nettijutuista ja niiden journalistisista tarkoituseristä. (Luukka, 2014) Jokainen haastateltava muisti kyseisen lehtijutun ja sen ympärillä keväällä 2014 pyörineen keskustelun työyhteisössä ja mediassa. Yleinen kanta haastateltavilla tuntui olevan se, että ylilyöntejä on sattunut omaa uutta tyyliä haettaessa. Toisaalta toivottiin, ettei sorruta turhaan varovaisuuteenkaan. Jokainen haastateltava melkein huudahti kiivaasti ”ei!”, kun esitin väitteen siitä, että Ylen pitäisi jarrutella verkossa.

*”- - tolla jutulla saatiin jonkunmoinen varjo koko aluetoiminnan päälle vähäks aikaa. Et tavallaan se niinku henki on se, että täällä tehdään... Tai ainaki sen jälkeen täällä oli vähän semmonen tunnelma, että täällä tehdään voittopuolisesti niinku paskaa. Niin. Huonoa journalismia. Mutta niinku... ylilyöntejä sattuu.” P4*

*”Tottakai ihmisille virheitä sattuu, mutta tavallaan kun niitä tuli siinä useampi peräkkäin, niin siinä näki, että tavallaan haettiin sitä uutta linjaa ja tavallaan oltiin vähän metsässä hetken aikaa. Ja ehkä nyt on sitten löydetty yhteisiä säveliä siinä.” T4*

*”Ylen ois syytä painaa voimakkaasti kaasuu verkossa. Mutta se kaasun painaminen ei tarkoita sitä, että me julkaistaan siellä harkitsemattomia juttuja.” P2*

Yksi toimittajista perusteli ylilyöntejä myös klikkauspainella, sillä että erityisesti aluetoimituksille on viime aikoina asetettu tavoitteita kasvattaa nettijuttujen klikkausmääriä. Hän epäili, että esimerkiksi Helsingin Sanomien jutussa mainitun virtsankurlausjutun julkaisseella aluetoimituksella on ollut jutun julkaisuviikolla huonot klikkausluvut, ja sitten on päätetty repäistä – hieman ikävin seurauksin ja harkitsemattomasti. Toisaalta myös todettiin, että monimediaisessa talossa nettijutun taustamateriaalina on voinut olla radiojuttu, eikä esimerkiksi kiireessä ole ehditty tai tajuttu ajatella tarpeeksi kontekstin muuttumista, kun jutun siirtää nettiin.

*”- - radiohan on sellanen väline, että siellä voidaan vitsailla, siellä voidaan naureskella, voidaan tuoda niinku esiin ihan höpsöjä juttuja. - - Se on niinku hyvää radiolähetystä. Mut sit jos sä siirrät sen sellaisenaan verkkoon, niin se näyttää ihan kauheelta. Ja se näyttääki yhtäkkiä kauheen totiselta ja vakavalta. Ja se kaikki se huumori ja se konteksti, mikä siin on niinku kenties radios ollu, niin sehän pyyhkiytyy niinkun kokonaan pois.” P2*

Kaikenkaikkiaan vaikutti siltä, että kaikkien haastateltavien mielestä Helsingin Sanomien jutun ryöpsäyttämän keskustelun läpikäyminen oli hyvä asia ja siitä opittiinkin paljon.

*”Mun mielestä se on hyvä, että näistä asioista jutellaan toimitusten sisällä ja ihan tuolta päälliköiden tasoltakin yritetään linjata sitä. Ja on sitä tehty.” T4*

En lähde määrittelemään analyysiosioni viimeistä esimerkkijuttua ylilyönniksi, mutta ainakin Ylen linjan uudistumisesta seuraava juttu jotakin kertoo. Joka tapauksessa kategorisoin jutun ”shokeeraava nettijuttu” -kategoriaan. Yle Lahden helmikuussa 2015 julkaisema juttu kolmoishermostärsystä kärsivästä naisesta (Perkkiö, 2015) on otsikkoaan myöten melko raju kertomus. Jutun otsikko siis kuuluu seuraavasti: ”Itsemurhatauti pakottaa Katjan pukeutumaan pankkirosvoksi: ”Tämä kipu on saatanasta”. Heti ensimmäisenä hämmennyin jutun otsikossa käytetystä käsitteestä itsemurhatauti. Kategorisoin tämän jutun shokeeraavaksi jutuksi, koska otsikosta lähtien jutun esilletuontityyli on kohahduttava ja osin jopa mässäilevä. On outoa, että otsikkoon on nostettu käsite ”itsemurhatauti”, vaikka itse jutussa puhutaan itsemurhakivusta, ja siitähän vain nimityksenä, ei virallisena terminä, joka sen sijaan on kolmoishermostärky.

Jutun journalistinen anti sen sijaan on arvokas ja merkittävä, koska kyseessä on harvinainen sairaus. Uutiskriteereiksi laskenkin juuri harvinaisuuden ja lisäksi kiinnostavuuden. Jutussa olisi voinut käyttää myös lääkärin kommentteja asiantuntijana kolmoishermostärsystä, niin jutun viitekehys olisi hieman laajentunut. Toisaalta jutun loppuun on linkitetty tietopaketti sairaudesta ja jutun tarkoitus onkin enemmän olla henkilötarina. Lisäksi nettijutun yhteydessä on puolen minuutin mittainen video, jossa henkilö esittelee sitä, miten suojautuu kivulta. Juttu on toimitettu huolellisesti, tarinan kerronnan kiinnostavuuteen on selvästi panostettu ja toisaalta annettu perustellusti ääntä tarinan kohteelle.

## **6. Pieni yhteenveto yleläisten näkemyksistä**

Haastatteleman toimittajat ja päälliköt tuntuivat perustelevan uusia työtapoja ja nettijutuissa tapahtuneita muutoksia pitkälti yleisön tarpeilla. Niin uutiskriteereissä tapahtuneet muutokset, kuin yhä nopeutuva uutisten jakaminenkin nähtiin nyky-yleisön tarpeiden palvelemisena. CW Anderson tutki vuonna 2011 artikkelissaan philadelphialaisia uutismedioita, Philly.comia, Philadelphia Daily Newsiä ja Philadelphia Inquireria. Andersonin havainnot näistä toimituksista menivät yllättävän hyvin yksiin omiin havaintoihini yleläisten näkemyksistä nettijuttujen nykyisestä tuotannosta. Andersonin mukaan (2011, 553) journalistit reagoivat aiempaa enemmän yleisön toiveisiin. Tämä on lisännyt journalistien itsesääntelyä ja tehnyt heistä herkempiä kuuntelemaan yleisöään.

Herkkyys yleisön kuuntelemiseen paistoi läpi myös yleläisten näkemyksistä. Tästä kertoivat etenkin kommentit siitä, että malli ylhäältä alaspäin tuotetusta journalismista on vanhentunut, enää tärkeät juttuaiheet eivät ole vain journalistien määriteltävissä. Yleisö otetaan siis mukaan sisältöjen tuottamiseen. Tästä yksi esimerkki on klikkauslukujen seuraaminen, sillä niiden perusteella tehdään paljonkin päätelmiä yleisön tahtotilasta. Myös Philly.comin tekijöiden Anderson kertoo (2011, 560) haastattelemiensa toimittajien korostaneen, että he eivät tee ”vanhan tyylin journalismia” eikä sitä enää voisi tehdä. Tämä eetos tuntui näkyvän vahvasti myös haastattelemieni yleläisten näkemyksissä: taaksepäin ei saa enää katsoa.

Toisaalta Anderson oli havainnut kaikissa kolmessa tutkimassaan lehdessä myös sen, että päälliköiden ja toimittajien näkemykset yleisön valtuuttamisesta, tuottavuudesta ja luovuudesta myös erosivat toisistaan. Johtavassa asemassa olevat näkivät tilanteen huomattavasti positiivisemmin kuin toimittajat, joiden näkemykset tilanteesta olivat ristiriitaisempia. (2011, 556.) Jollain tapaa tämä ero kumpusi myös yleläisistä. Päälliköiden puhe keskittyi enemmän ”Ylen täytyy” -argumentteihin, kun taas toimittajien puhe siihen, miltä esimerkiksi klikkauslukujen tuijottaminen tuntuu ja mitä eettisiä ongelmia oman työn tekeminen nykyään tuo eteen. Toisaalta tämä asetelma ei yllätä: tottakai päälliköiden rooli poikkeaa alaisten eli tässä tapauksessa toimittajien roolista. Pomojen kuuluukin olla huolissaan suurista linjoista tehden välillä myös ikäviä päätöksiä, toimittajien taas täytyy soveltaa saatuja ohjeistuksia työhönsä journalistisen omantunnon säättämässä rajoissa.

Kelluva kiinnostavuus -teoksen kirjoittajien mukaan verkkoliikenteen tutkiminen ja klikkauslukujen laskeminen on tehnyt yleisökäsityksestä suoraviivaisempaa. Myös uutisten jakamisen määrä sosiaalisessa mediassa sekä uutisen herättämät kommentit ovat arvokasta tietoa toimituksille. (Heikkilä ym. 2012, 50-51.) Andersonin mukaan klikkausluvut ovat saaneet journalistit ja päälliköt herkemmiksi sille mitä yleisö lukee ja miksi (2011, 563). Tähän liittyen yleläisillä oli haastattelujen perusteella oikeastaan osittain vaihteleviakin näkemyksiä: osa piti klikkauslukuja hyvinkin epäluotettavana onnistumisen mittarina, osa taas näki niiden seuraamisen välttämättömänä sisältöjen luomisen ja yleisön palvelemisen kannalta, huolimatta lukujen mittaamisen tekniikassa vielä olevista puutteista. Seuraavassa puetaan taitavasti sanoiksi klikkausjournalismi-ilmion ydintä: ”Reaktioiden tuottaminen ja niiden todentaminen on verkkotoimituksille erityisen tärkeää, koska kävijöiden ja palautteen määrä on itsessään osoitus verkkolehden kulttuurisesta ja taloudellisesta merkityksestä.” (Heikkilä ym. 2012, 52). Ajatuksessa on paljon hyvää, mutta tekemieni

haastattelujen perusteella juuri tämä reaktioiden hakemisen kulttuuri ahdisti osaa toimittajista. Osa tuntui siis kokevan, että välillä tämä haluttu reaktio on esimerkiksi jonkin nettijutun kirjoittamisen ainoa tarkoitus. Toisaalta, voi myös kysyä, mitä journalismi sitten on, jos ei reaktioiden tuottamista?

Alalla lisääntyvästä kiireestä haastateltavista yksikään ei tuntunut olevan erityisen huolestunut. Kiire nähtiin luontevana osana uutistyötä ja nopea palveleminen taas ajan vaatimuksena ja toisaalta yleisön oikeutena. Tiedon nopea liikkuminen on haastateltavieni mukaan yleisölle nykyään itsestäänselvyys, siksi varsinkin merkittävien uutisten välittäminen nopeasti koettiin erityisen tärkeänä. Kun esitin haastattelujen yhteydessä väitteen, ”Ylen täytyy jarrutella verkossa”, kaikki haastateltavat vastasivat tähän painokkaasti ei, ja totesivat, että tarve on pikemminkin painaa lujaa kaasua. Laadun kustannuksella ei silti haluttu lähteä kaahaillemaan, vaikka kaikki haastateltavat myönsivät, että muutamat ylinopeussakot on viime aikoina jouduttu maksamaan. Silti kaikilla tuntui olevan vahva luotto siihen, että auto pysyisi tiellä.

Vaikka kaikki haastateltavat myönsivät klikkausjournalismin ominaisuuksien vallanneen myös Ylen nettijuttujen sisältöjä, silti ilmiötä ulkoistettiin iltapäivälehtien luomaksi ja ylläpitämäksi. Tämä oli kiinnostava ristiriita haastateltavien puheessa. Kaikki tunnustivat myös selkeästi sen rajan, jota Yle ei ylitä. ”Tissijuttuja” ei ruveta tekemään. Yleläiset siis tuntuivat hahmottavan klikkausjournalismin jonkinlaisena koko mediaa koskevana muutosaaltona, mutta näkivät samalla Ylen pitävän vakaasti kiinni perusarvoistaan ja pitäytyvän näin kaidalla polulla.

Itse näen tämän ristiriidan syyksi oikeastaan ilmiön määrittämisen ongelmallisuuden. Nimitys klikkausjournalismi on kielteisesti latautunut, näin totesi myös moni haastateltava. Ehkä ilmiölle kehkeytyykin jokin aivan uusi nimitys, kun verkkojournalismissa tapahtuneita muutoksia aletaan tutkia enemmän ja samalla ymmärtää niitä syvällisemmin. Kenties klikkausjournalismin voisikin nähdä välttämättömänä uutena suuntana verkkojournalismille, hyvine ja pahoine ominaisuuksineen. Tätä ajatusta hahmottelin jo hieman edellä, luvussa 2.1. Näen tämän ajattelun liittyvän myös luvussa 2.2 esille tuomiini näkemyksiin journalismin murroksen monimutkaisista historiallisista vaikuttimista, joiden huomioon ottamista tutkimuksessa esimerkiksi Kari Koljonen korostaa (ks. luku 2.2.).



## 7 Tulokset ja yhteenveto

Tarkoitukseni oli tässä tutkimuksessa ottaa selvää siitä, mitä klikkausjournalismi on ja mikä toisaalta on Ylen suhde kyseiseen ilmiöön. Tutkimuksen varrella paljastui lopulta melkoisen haastavaksi ottaa selvää ilmiöstä, jonka määrittämisen totesin jo edellä rakentuvan suureltakin osin melko subjektiivisesta näkökulmasta. Klikkausjournalismin ympärillä pyörii nimittäin paljon keskustelua journalismin laadusta, jota ei oikeastaan voi määritellä kokonaisvaltaisesti muuta kuin subjektiivisesti. Tämän takia olenkin tutkimuksen varrella pyrkinyt mahdollisimman laajasti esittelemään myös kyseistä laatu keskustelua. Tutkittavan ilmiön haastavuudella en tarkoita, etteikö tutkimus olisi päässyt perille klikkausjournalismin määritelmästä ja synnystä, mutta en näe vastausta niihin kysymyksiin kovinkaan yksinkertaisena.

Klikkausjournalismi tunnutaan määriteltävän yhtäläillä kirjallisuudessa kuin aikalaiskeskustelussakin verkkojournalismina, jonka muotoa ja sisältöjä ohjailevat verkkojutun saamat klikkausmäärät. Verkkojuttu arvotetaan korkealle, jos se saa paljon klikkauksia. Paljon klikkauksia saavat usein jutut, joiden aiheet ovat viihteellisiä ja kepeitä. Ja koska klikkauksia tarvitaan, aiheita kevennetään. Klikkausjournalismista puhutaan kuitenkin varsin irrallisena ilmiönä, mikä käy mielestäni ilmi sekä keskustelussa, jota esittelen luvussa 2 että analyysiosiossa (luvut 5-6) tekemissäni havainnoissa. Tämä tekee ilmiöstä käytävän keskustelun tason lopulta aika hedelmättömäksi ja paikallaan junnaavaksi.

Tutkimukseni teoriaosuudessa hahmottelemani ajatusmallin mukaisesti klikkausjournalismi olisi hyvä nähdä osana verkkojournalismista muotoutunutta historiallista käsitystä. Tässä tutkimuksessa hahmotan klikkausjournalismin taustan siten, että aluksi syntyi rajattoman julkaisutilan aiheuttama paine siitä, miten yhden mediatalon tuottamille journalistisille sisällöille enää löydetään yleisöä. Verkko kun on yhä enemmän pullollaan tietoa ja uutisia, myös muiden kuin lehtien tai Ylen kaltaisten yhtiöiden tuottamia sisältöjä. Näen, että klikkausjournalismi on saanut alkunsa nimenomaan tämän yleisöpaineen aiheuttamasta reaktiosta: täytyi ruveta yhtäkkiä tekemään mahdollisimman houkuttelevia sisältöjä, jotta pysyttiin mukana kilpajuoksussa. Tähän oivan keinon on antanut kehittynyt tekniikka, joka tarjoaa jo reaaliaikaistakin dataa yleisön kulutustottumuksista eli verkkojuttujen klikkausmääristä. Tekemissäni tutkimushaastatteluisa kävi ilmi, että tähän dataan luotetaan, tai ainakin sen pohjalta tehdään hyvin radikaaleja päätelmiä yleisön tahtotilasta ja annetaan sen myös vaikuttaa uutissisältöjen ulkoasuun, muotoiluun, aihevalintoihin ja ennenkaikkea aiheiden käsittelytapaan.

Oikeastaan klikkausjournalismin hahmottaminen pelkästään kielteisenä ilmiönä on tämän tutkimuksen myötä syntyneen näkemykseni myötä melko epäolennaista. Kun klikkausjournalismin hahmottaa ilmiönä, joka ei ole erillinen muusta journalismin ja eritoten verkkojournalismin kehityksestä, ei liene relevanttia arvottaa ilmiötä tai sen hyvyyttä. Pikemminkin viisaalta tuntuisi nähdä klikkausjournalismin hyvät puolet ja toisaalta jopa pohtia sitä, onko kyseinen nimitys niin ikään relevantti. Klikkausjournalismin kun voisi ajatella olevan yksinkertaisesti nykyistä verkkojournalismia. Tätä näkemystä puoltavat useampienkin tutkijoiden ajatukset, joita esittelen tutkimukseni varrella.

Näen klikkausjournalismin vahvana taustavaikuttimena myös journalismin murroksen. Kyseinen ilmiö on laaja, mutta tässä tutkimuksessa hahmotan sen merkityksen etupäässä journalismissa tapahtuneiden taloudellisten ja sitä kautta sisällöllisten muutosten kautta. Juuri tämä kehityskulku on näkemykseni mukaan johtanut, toki lukuisten mutkien kautta, klikkausjournalismin syntyyn. Olennainen osuus kehityksessä on myös rajattoman julkaisutilan aiheuttamasta paineesta seurannut muutos uutiskriteereissä, eli siinä millä perusteella verkkojuttuja tehdään ja aiheita niille valitaan. Vaikuttaa siltä, että kiinnostavuus uutiskriteerinä on vahvasti aiempaa enemmän painottunut muiden, perinteisempien kriteerien rinnalla. Tämä on tietysti helppo selittää sillä, että verkkojutuille tarvitaan lukijoita: kaupallisella puolella myös mainostajien löytämisen takia, mutta myös aseman säilyttämiseksi ja olemassaolon perusteluksi. Jos tehdään suurilla ammattilaisresursseilla journalismia, täytyy sille toki löytää myös lukijoita. Lukijat kuitenkin karkaavat nykyään helposti esimerkiksi blogien syövereihin, ja siksi mediatalojen tilanne on nyt kenties haastavampi kuin koskaan.

Tässä tutkimuksessa sain haasteista huolimatta selville, että klikkausjournalismi määrittyy kahtaalta: sen tekijöiden ja yleisön kautta. Yleisölle klikkausjournalismi on kärjistäen helposti ja nopeasti kulutettavaa journalistista sisältöä verkossa, tekijöille mahdollisuus entistä suuremman yleisömäärän tavoittamiseen ja ennen kaikkea yleisön käyttäytymisen ja tarpeiden tulkitsemiseen. Tämän taas voi sanoa vaikuttaneen medioiden sisältöjen aihevalintoihin ja näkökulmiin. Toisaalta sain selville myös sen, että klikkausjournalismi voi olla sisällöltään myös hyvin merkittävää ja olennaista yhteiskunnallista tietoa. Ilmiöön liitetään uutiskriteereiden muuttuminen, missä olennaisimpana kiinnostavuuden merkityksen kasvaminen journalismin tuotannossa. Lisäksi klikkausjournalismiin liittyy vahvasti lisääntyvä nopeuskilpailu mediatalojen välillä.

Valitsin Ylen mukaan tutkimukseeni, koska minusta oli kiinnostavaa tutkia, miten ei-kaupallinen media suhtautuu klikkausjournalismiin ja kuinka voimakkaasti se itse tuottaa klikkausjournalismia. Jälkikäteen ajatellen tuntuu oikeastaan itsestäänselvyydeltä, että ei Ylelläkään ole mitään muita mahdollisuuksia, huolimatta rahallisten paineiden puuttumisesta. Sain tutkimuksessa selville sen, että Yle on monestakin kulmasta ajatellen samalla viivalla kaupallisten kanssa, mitä tulee klikkausjournalismiin. Ylen slogan ”koko kansan Yle” tuhoutuu äkkiä, jos yhtiö ei löydä yleisöjään tehokkaasti. Tutkimushaastattelujeni avulla sain tässä tutkimuksessa selville sen, että yleläiset perustelivat klikkausjournalismin tekemistä pitkälti yleisön tahtotilalla. Sitä saa mitä -tilaa ajattelu kuului selvästi läpi oikeastaan kaikkien haastateltavien vastauksista. Ilmiö tunnuttii siis hahmotettavan oikeastaan pikemminkin vastauksena yleisön tarpeisiin, kuin alan kehityksen aiheuttamana seurauksena. Osittain klikkausjournalismi nähtiin kuitenkin vastauksena myös laajempaan muutokseen, joka on tapahtunut teknisen ja taloudellisen kehityksen myötä.

Klikkausjournalismiin mukaan lähteminen liitettiin vahvasti myös yleläisestä lakonisuudesta ja niin sanotusta kansanvalistusjournalismista eroon pääsemiseen. Lähes kaikki haastateltavat kokivat, että Ylen tyyli netissä on ollut ja on osin edelleen vanhanaikaista ja jopa tylsää. Tämän takia muutos tyyliin nähtiin välttämättömäksi ja erityisesti yleisön aiempaa parempi kuunteleminen ja toisaalta ihmisläheisten, niin sanottujen human interest- ja news you can use -aiheiden lisääminen tarpeellisenä. Haastattelujen kautta vahvistui myös oma havaintoni uutiskriteereiden muutoksesta. Niin ikään haastateltavien mukaan kiinnostavuudesta on vähitellen muotoutunut tärkein uutiskriteeri, tai ainakin kriteeri, joka painottuu selvästi aiempaa enemmän. Kiinnostavuudesta puhuttiin oikeastaan nykyaikaiselle uutistoiminnalle välttämättömänä. Haastateltavat tuntuivat kokevan, että ilman kyseisen kriteerin korostamista Ylen uutissisällöt eivät saa tarpeeksi huomiota ja eivät näin ollen toteuta yhtiön tarkoitusta: koko kansan palvelemista.

Verkkjournalismin mukanaan tuomaan kiireeseen ja toisaalta sen myötä lisääntyneeseen medioiden väliseen kilpailuun haastateltavat suhtautuivat rauhallisesti. Heidän mukaansa nopea tahti on kuulunut journalistiseen ja etenkin sähköisen journalismin työtapaan iät ajat, eikä tässä ole tapahtunut suuria muutoksia. Klikkipaineista kyllä puhuttiin, mutta niiden ei selvästikään koettu olevan niin suuria, että työnteko radikaalisti niistä johtuen häiriintyisi. Nopeus, kiire ja kilpailu nähtiin oikeastaan kaikki luontevana osana työtä. Moni myös totesi, että hektinen, mutta laadukas työnteko on vankan ammattitaidon merkki. Puhuttaessa nykyjournalismin laatuun kohdistuneesta kritiikistä, moni pysähtyi silti vakavasti miettimään. Haastateltavien mukaan laatu keskustelua on tärkeää käydä, ja pysyä tällä tavoin avoimena omalle ja muiden työnjäljelle. Eräs haastateltava

totesi myös uskovansa, että nopean ja pinnallisemman journalismin vastareaktio lienee vielä tulossa. Hänen mukaansa nyt vain eletään nopeaa kautta, ja hitaammistakin on jo olemassa merkkejä.

Kaiken kaikkiaan haastateltavien käsitys klikkausjournalismista tuntui oikeastaan jopa laajenevan haastattelujen aikana. Alkuun tuntui, että klikkausjournalismi ulkoistettiin jonkinlaisena pahana käsitteenä täysin pois yleläisestä arvomaailmasta ja tekemisen tyylistä. Haastattelujen edetessä moni kuitenkin, ehkä osaksi huomaamattaankin, liitti ilmiöön kuuluvat ominaisuudet hyvinkin selvästi osaksi Ylen uutistoimintaa. Tämän ajattelun kertovan haastattelujen onnistumisesta: ainakin sain haastateltavat todella käsittämään sen, mistä puhutaan, eikä kukaan ohjautunut niin sanotusti harhaan, tai puhumaan ohi asian. Koin että myös kysymyspatterini oli teemaosioineen onnistunut, tokikin joitakin yksittäisiä kysymyksiä olisin jälkikäteen ajatellen saattanut lisätä tai ottaa pois. Osio, jossa kerroin yleläisille listan väitteitä yhtiön tyylistä ja tavasta toimia, ei ehkä tuottanut niin paljoa hedelmää kuin ajattelin. Väiteformaatti sinänsä on toimiva, mutta ei ehkä niin toimiva tämän tutkimusaiheen kannalta. Esimerkkiverkkojutut joita toin haastatteluihin, toimivat sen sijaan hyvinä keskustelunherättäjinä. Haastateltavat antoivat jutuista rehellistä ja monipuolista palautetta. Tätä kautta sain paljon lisänäkökulmia myös muita teemahaastatteluosioita ajatellen.

Analyysiosioni varrella laadullisella sisällönanalyysillä analysoidut verkkojutut löysivät mielestäni luontevasti oman paikkansa esimerkinomaisessa roolissaan. 10 hahmottelemani kategorioita todentuivat haastateltavien puheesta kiteyttämälläni ajatuksilla. Tämän voisi nähdä liian pinnallisena ratkaisuna tutkimuksen tulosten luotettavuuden kannalta, mutta tällä kertaa halusin antaa suuremman painoarvon haastatteluille kuin laajan journalistisen aineiston analysoimiselle. Hyvä puoli tässä ratkaisussa oli mielestäni se, että haastateltavien näkemykset ja esille tuomani verkkojutut täydentävät hyvin toisiaan. Lisäksi voisin kuvitella, että tällainen käsittelytapa on myös melko lukijaystävällinen. Ei kai tutkimuksia tyhjiöön kirjoiteta, sen koommin kuin uutisiakaan. Joku tämänkin gradun lukee ja toivottavasti siitä jollain tapaa hyötyy.

Tutkimukseen mukaan tuomani verkkojutut kertoivat omalta osaltaan mielestäni siitä, että Yle on mukana klikkausjournalismissa siinä missä mikä tahansa muukin nykyinen mediatalo. On selvää, etteivät nuo kyseiset 10 nettijuttua anna laajaa kokonaiskuvaa Ylen sisältöjen nykytilasta, mutta kuitenkin asettavat keskustelun Ylellä nähtävästä klikkausjournalismista kontekstiin, joka avaa Ylen verkkojournalismin tämänhetkistä tyyliä kohtalaisen hyvin. Tutkimuksen laajentamiseksi tätä osiota olisi toki voinut syventää, ottamalla esimerkiksi peräti 100 nettijuttua analysoitavaksi tietyltä

ajanjaksolta. Halusin kuitenkin rajata tämän tutkimuksen hieman suppeammaksi, ja antaa tilaa ilmiön määrittelylle erityisesti aikalaiskeskustelun ja haastattelujen kautta.

Tutkimukseni johdannossa totesin olevani jotain optimistisempien emansipojien ja pessimististen ennustajien välimaastosta. Tutkimuksen tehtyäni tunne ajatteluni suunnasta on edelleen sama. Kallistun kuitenkin enenevässä määrin emansipojiksi, sillä pelkästään huonon näkeminen on lyhytnäköistä ja journalismista käytävän keskustelun kannalta hedelmätöntä. Klikkausjournalismin kaikki piirteet eivät ole myönteisiä, mutta niin eivät kaikki aikamme muutkaan piirteet. Journalismi muotoutuu kuitenkin pitkälti olosuhteidensa, eli ympäröivän yhteiskunnan asettamien normien kautta.

Kuten haastateltavanikin totesivat, on pysähdyttävä aika ajoin analysoimaan, pohtimaan, herättelemään keskustelua laadusta, historiasta, nykyisyydestä, journalismin tekemisen tyylistä ja perusteista. Silti esimerkiksi klikkausjournalismista tai tabloidisaatiosta käytävä pohdinta jää helposti rimpuilemaan paikalleen eikä lopulta tule mihinkään lopputulokseen, vaan jumittuu moralisointiasteelle. Jos halutaan oikeasti saada selville asioita, on pohdinnan otetta vähintäänkin laajennettava. Siihen pyrin tässä tutkimuksessa. Lopputulos ei ole maailmoja syleilevä, mutta tuo tarjolle yhden valistuneen näkökulman siitä, mistä klikkausjournalismissa on kyse, miten ilmiö on saanut alkunsa ja miten se näkyy Suomen Yleisradion tavassa toimia. Klikkausjournalismin tulevaisuutta on vaikeaa, ja näkemykseni mukaan jopa tarpeetonta hahmotella. Voi olla, että tulee hitaan journalismin kausi, voi olla että sama tyyli jatkuu vuosikymmeniä. Näkemykseni mukaan esimerkiksi parinkymmenen vuoden kuluttua klikkausjournalismista voidaan saada aikaan vielä syvällisempiä tutkimustuloksia – tällä hetkellä, kuten todettukin, ilmiön voi sanoa olevan melko tuore.

Journalismin saralla kaikenlainen ennustaminen on hieman teennäistä. Parempi on pysyä parhaalla mahdollisella tavalla perillä siitä, mikä on nykyisen journalismin taso ja merkitys, ja miten historia siihen on vaikuttanut. Poiketakseni kuitenkin hieman juuri edellisissä virkkeissä tallaamaltani polulta, voin kuitenkin antaa oman arvaukseni: klikkausjournalismin kausi jatkuu, mutta toimittajien vahventuva erikoisosaaminen ja toisaalta tekniikan kehittyminen, esimerkiksi datajournalismin lisääntyvät mahdollisuudet, tekevät siitä uskottavampaa ja parempaa journalismia. Uskottavuuden puute lieneekin yksi klikkausjournalismin ongelmista. Kun puhutaan ”Katso, mitkä tissit!” tai ”Tässäkö Suomen lihavin mies” -henkisistä otsikoista, todella kärsitään uskottavuuden puutteesta. Vaikkei esimerkiksi Yle ole tälle tasolle mennyt, eikä varmasti tule menemäänkään,

sama uskottavuuden puute ujuttautuu vähitellen myös heidän sisältöihinsä. Uskottavuuden takaisin saaminen saattaa muotoutua yhdeksi suurimmaksi haasteeksi verkkojournalismille lähivuosisikymmeninä.

Tämä tutkimus ei selvittänyt teknisesti klikkauslukujen tutkimista ja lukujen tulkintaa, joka koko ajan nykytoimituksissa lisääntyy. Tämä siis voisi olla yksi relevantti jatkotutkimuksen aihe. Lukujen luotettavuudesta käydään paljon keskustelua, eikä oikein kenelläkään tunnu olevan siitä varmaa tietoa. Teknisen datan lisäksi voisi perehtyä tarkemmin siihen maailmaan, joka verkkoon on avautumassa, osin jo avautunut: palvelimet, jotka tutkivat kuinka kauan jonkin tietyn jutun äärellä viihdytään. Tämänkaltaista dataa on jo pienessä määrin olemassakin, ja se on melko mullistava tekninen mahdollisuus erityisesti journalismin tuottajien näkökulmasta. Toinen kiinnostava kulma tähän tutkimuskenttään liittyen voisi olla se, millaisena toimittajat hahmottavat oman roolinsa verkkojournalismin tuottajina, miten verkkotoimittamisen koetaan erottuvan muunlaisen journalismin tuottamisesta ja kuinka luontevalta sisältöjen tekeminen verkkoon tuntuu näinä päivinä.

Emansipoiija-ennustaja on koukeroinen ja vaikea sanayhdistelmä. Mutta niin on koukeroinen ja vaikea myös journalismin tie ollut kautta aikain. Klikkasit tai et.

## Lähteet

Alasuutari, Pertti (1999) Laadullinen tutkimus. Tampere: Vastapaino.

Anderson, CW (2011) Between creative and quantified audiences: Web metrics and changing patterns of newswork in local US newsrooms. *Journalism* 12:5, sivut 550-566.

Barron, Peter, 2011. Staring into the crystal ball – and seeing bright future for journalism. Teoksessa Mair, John & Keeble Lance, Richard (toim.) *The Internet and Journalism Today – Face the Future. Tools for the Modern Media Age*. Suffolk: Arima Publishing.

Berry, David (2008) *Journalism, Ethics and Society*. Farnham: Ashgate.

Clerwall Christer & Karlsson, Michael (2013) Negotiating Professional News Judgment and "Clicks" *Nordicom Review* 34. p. 65-76.

Deuze, Mark, 2004. What is Multimedia Journalism? *Journalism Studies* 5:2, sivut 139–152.

Domingo, David, 2011. Introduction: The Centrality of Online Journalism Today (and Tomorrow) Teoksessa Domingo, David & Paterson, Chris (toim.) *Making online news volume 2. Newsroom Ethnographies in the Second Decade of Internet journalism*. New York: Peter Lang Publishing.

Eskola, Jari & Vastamäki, Jaana (2001) *Teemahaastattelu: opit ja opetukset*. Teoksessa Aaltola, Juhani & Valli, Raine (toim.) *Ikkunoita tutkimusmetodeihin – metodin valinta ja aineistonkeruu: virikkeitä aloittelevalle tutkijalle*. Jyväskylä: PS-Kustannus.

Fenton, Natalie, 2012. De-demorazing the News? *New Media and the Structural Practices of Journalism*. Teoksessa Siaperä, Eugenia & Veglis, Andreas (toim.) *The Handbook of Global Online Journalism*. Chichester: Wiley-Blackwell

Hallin, C. Daniel & Mancini, Paolo (2004) *Comparing Media Systems. Three Models of Media and Politics*. Cambridge: Cambridge University Press.

Heikkilä, Heikki & Ahva, Laura, Siljamäki, Jaana & Valtonen, Sanna (2012) *Kelluva kiinnostavuus*

– Journalismin merkitys ihmisten sosiaalisissa verkostoissa. Tampere: Vastapaino.

Heinonen, Ari (1995) Vahtikoiran omatunto. Tampere: Tampereen yliopisto, tiedotusopin laitos.

Hellman, Heikki (1999). From Companions to Competitors. Tampere: Tampereen yliopisto.

Herkman, Juha (2005) Journalistit sisällöntuotannon haudalla. Journalismikritiikin vuosikirja. Tiedotustutkimus 28:1. 176-180.

Herkman, Juha, 2010. Kenen joukoissa seisot? Poliitikasta taloudelliseen sääntelyyn. Teoksessa Heino, Timo-Erkki, Leppänen Airi & Mäntymäki, Eeva (toim.) Yleisradio median murroksessa. Tampere: Vastapaino.

Hirsjärvi, Sirkka & Hurme, Helena (2011) Tutkimushaastattelu – Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Gaudeamus

Hirst, Martin (2011) News 2.0. Can journalism survive the Internet? Crows Nest: Allen & Unwin.

Holopainen, Minna, 2010. Miten laatua parannetaan online-ajassa – Syökö nopea hitaan? Kinnunen, Krista & Väisänen, Kari (toim.) /TAT-ryhmä. Laatua journalismiin! Uutisjournalismi laatukokeessa. Helsinki: TAT-ryhmä.

Hujanen, Jaana, 2010. Kiinnostavaa vai tärkeää? Ihmisläheisen journalismin kaksi polkua. Teoksessa Väliverronen, Esa (toim.) Journalismi murroksessa. Helsinki: Gaudeamus.

Jääskeläinen, Atte, 2010. Miten laatua parannetaan online-ajassa? Teoksessa Kinnunen, Krista & Väisänen, Kari (toim.) /TAT-ryhmä. Laatua journalismiin! Uutisjournalismi laatukokeessa. Helsinki: TAT-ryhmä.

Kantola, Anu (toim.) (2011). Hetken hallitsijat – Julkinen elämä notkeassa yhteiskunnassa. Helsinki: Gaudeamus.

Kinnunen, Krista & Väisänen, Kari, 2010. Laatu ratkaisee median menestyksen. Teoksessa Kinnunen, Krista & Väisänen, Kari (toim.) /TAT-ryhmä. Laatua journalismiin! Uutisjournalismi



laatukokeessa. TAT-ryhmä: Helsinki.

Koljonen, Kari (2013) Kriisi journalismissa. Kansakunnan katastrofit ja muuttuva professio. Tampere: Tampereen yliopisto.

Kuusisto, Päivi & Pippuri, Mika (1998) Verkkojulkaisun eväät. Tampere: Tampereen yliopisto.

Lowe, Ferrel, Gregory (2010) Mutkainen taival kohti julkisen palvelun mediaa. Teoksessa Heino, Timo-Erkki, Leppänen Airi & Mäntymäki, Eeva (toim.) Yleisradio median murroksessa. Tampere: Vastapaino.

Møller, Jannie, 2011. Hartley: Routinizing Breaking News – Categories and Hierarchies in Danish Online Newsrooms. Teoksessa Domingo, David & Paterson, Chris (toim.) Making online news volume 2. Newsroom Ethnographies in the Second Decade of Internet journalism. New York: Peter Lang Publishing.

Mäntymäki, Eeva, 2010. Kuluttajan ja kansalaisen Yleisradio. Teoksessa Heino, Timo-Erkki, Leppänen Airi & Mäntymäki, Eeva (2010) (toim.) Yleisradio median murroksessa. Tampere: Vastapaino.

Nikunen, Kaarina (2011) Enemmän vähemmällä. Tampere: Journalismin tutkimusyksikkö. Tampereen yliopisto.  
<http://tampub.uta.fi/bitstream/handle/10024/96517/GRADU-1418996078.pdf?sequence=1>  
(viitattu 19.3.2015)

Ojala, Jari & Uskali, Turo (toim.) (2005) Uusia heikkoja signaaleja etsimässä. Mediajättien aika. Helsinki: Infor.

Paterson, Chris, 2011 Convergence in the News Wholesalers – Trends in International News Agencies. Teoksessa Domingo, David & Paterson, Chris (toim.) Making online news volume 2. Newsroom Ethnographies in the Second Decade of Internet journalism. New York: Peter Lang Publishing.

Pernaa, Ville (2009) Uutisista, hyvää iltaa. Ylen tv-uutiset ja yhteiskunta 1959-2009. Helsinki:

Karttakeskus.

Picard, Robert G, 2010. The Future of the news industry. Teoksessa James Curran (toim.) Media and Society. London: Bloomsbury.

Pietilä, A.-P. (2007) Uutisista viihdettä, viihteestä uutisia – Median muodonmuutos. Helsinki: Art House.

Rossi, Juhana, 2010. Laatu on professionalismia. Teoksessa Kinnunen, Krista & Väisänen, Kari (toim.) /TAT-ryhmä. Laatu journalismiin! Uutisjournalismi laatukokeessa. TAT-ryhmä: Helsinki.

Siapera, Eugenia & Veglis, Andreas, 2012. Introduction: The Evolution of Online Journalism. Teoksessa Siapera, Eugenia & Veglis, Andreas (toim.) The Handbook of Global Online Journalism. Chichester: Wiley-Blackwell.

Silvo, Ismo, 2010. Yle ja journalismin odotettu kriisi. Teoksessa: Heino, Timo-Erkki, Leppänen Airi & Mäntymäki, Eeva (2010) (toim.) Yleisradio median murroksessa. Tampere: Vastapaino.

Töyry, Maija (2005) Eliitit tarvitsevat Seiskaa. Journalismikritiikin vuosikirja. Tiedotustutkimus 28:1. 161-167.

Vehkoo, Johanna (2012) Painokoneet seis! Kertomuksia uuden journalismin ajasta. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Teos.

### **Verkkolähteet**

Ahjopalo, Janne, 2015.

[http://yle.fi/uutiset/somessa\\_kiertava\\_vitsiksi\\_luultu\\_oravakeittoresepsi\\_onkin\\_totta/7815421](http://yle.fi/uutiset/somessa_kiertava_vitsiksi_luultu_oravakeittoresepsi_onkin_totta/7815421)

(Viitattu 20.3.2015)

Bryan, Scott, 2014. <http://www.buzzfeed.com/scottybryan/cnn-tweeted-an-upworthy-ish-headline-and-you-wont-believe-ho> (Viitattu 19.3.2015)

Carpenter, Serene & Schaudt, Sky, 2009. The NewsThat's Fit to Click: An Analysis of Online News Values and Preferences Present in the Most-viewed Stories on azcentral.com. [http://www.academia.edu/204998/The\\_news\\_that\\_s\\_fit\\_to\\_click\\_An\\_analysis\\_of\\_online\\_news\\_values\\_and\\_preferences\\_present\\_in\\_the\\_most-viewed\\_stories\\_on\\_azcentral.com](http://www.academia.edu/204998/The_news_that_s_fit_to_click_An_analysis_of_online_news_values_and_preferences_present_in_the_most-viewed_stories_on_azcentral.com) (Viitattu 19.3.2015)

Domingo, David, 2006. Inventing online journalism. Development of the Internet as a news medium in four Catalan Online newsrooms. Barcelona: Barcelonan yliopisto. <http://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/4190/dd1de1.pdf?sequence=1> (Viitattu 19.3.2015)

Hamblin, James, 2014. It's everywhere, the clickbait. <http://www.theatlantic.com/entertainment/archive/2014/11/clickbait-what-is/382545/> (Viitattu 16.11.2014)

Heikkilä, Heikki (2011). Leaving it up to professionals (and the market): Development of online media acoountability practices in Finland. MediaAcT-työpäpaperi. Journalismin ja viestinnän tutkimusyksikkö. Tampere: Tampereen yliopisto. [http://www.mediaact.eu/fileadmin/user\\_upload/WP4/MediaAcT\\_Working\\_Paper\\_Finland.pdf](http://www.mediaact.eu/fileadmin/user_upload/WP4/MediaAcT_Working_Paper_Finland.pdf) (Viitattu 19.3.2015)

Heinonen, Ari, 1999. Journalism in the Age of Net. Changing society, Changing Profession. Tampere: Tampereen yliopisto. <http://uta32-kk.lib.helsinki.fi/bitstream/handle/10024/67684/951-44-5349-2.pdf?sequence=1> (Viitattu 16.4.2015)

Jääskeläinen, Atte, 2015. Päätoimittajalta: Keskustellaan Ylestä, muttei vääristellä. [http://yle.fi/uutiset/paatoimittajalta\\_kestustellaan\\_ylesta\\_muttei\\_vaaristella/7774743](http://yle.fi/uutiset/paatoimittajalta_kestustellaan_ylesta_muttei_vaaristella/7774743) (Viitattu 19.3.2015)

Kivioja, Kreeta-Maria, 2014. [http://yle.fi/uutiset/ala\\_pyori\\_sunnuntai-iltaisin\\_sangyssa\\_\\_moni\\_purkaa\\_arjen\\_univelkaa\\_vaarin/7467817](http://yle.fi/uutiset/ala_pyori_sunnuntai-iltaisin_sangyssa__moni_purkaa_arjen_univelkaa_vaarin/7467817) (Viitattu 20.3.2015)

Koski Jukka (2012) <http://yle.fi/yleisradio/ajankohtaista/klikkausjournalismin-kultakauden-haasteet-puntarissa> (Viitattu 16.4.2015)

- Krautsuk, Satu, 2014.  
[http://yle.fi/uutiset/turhasta\\_uutisesta\\_urputtaminen\\_on\\_vain\\_syy\\_lukea\\_se\\_tutkija\\_klikataan\\_juttu\\_auki\\_ja\\_muka\\_paheksutaan/7639116](http://yle.fi/uutiset/turhasta_uutisesta_urputtaminen_on_vain_syy_lukea_se_tutkija_klikataan_juttu_auki_ja_muka_paheksutaan/7639116) (Viitattu 19.3.2015)
- Luukka, Teemu, 2014. <http://www.hs.fi/kulttuuri/a1393652094277> (Viitattu 19.3.2015)
- Meritähti, Päivi, 2015.  
[http://yle.fi/uutiset/laakari\\_poyrityi\\_teinityton\\_oireista\\_tuollaisen\\_maaran\\_d-vitamiinia\\_ei\\_pitaisi\\_olla\\_liikaa/7794130](http://yle.fi/uutiset/laakari_poyrityi_teinityton_oireista_tuollaisen_maaran_d-vitamiinia_ei_pitaisi_olla_liikaa/7794130) (Viitattu 20.3.2015)
- Niemi, Kaius, 2015. Aika käy vähiin Ylen tehtävän kirkastamiseksi.  
<http://www.hs.fi/paakirjoitukset/a1422678624936> (Viitattu 19.3.2015)
- Oittinen, Katja 2014a.  
[http://yle.fi/uutiset/koiranpentu\\_juuttui\\_saunan\\_ilmastointiputkeen\\_kuhmossa/7486497](http://yle.fi/uutiset/koiranpentu_juuttui_saunan_ilmastointiputkeen_kuhmossa/7486497)  
(Viitattu 20.3.2015)
- Oittinen, Katja, 2014b.  
[http://yle.fi/uutiset/sadealue\\_pyorii\\_nyt\\_kainuussa\\_kuin\\_vesitornado\\_yolla\\_sahkokatkoja\\_lumen\\_vuoksi/7488463](http://yle.fi/uutiset/sadealue_pyorii_nyt_kainuussa_kuin_vesitornado_yolla_sahkokatkoja_lumen_vuoksi/7488463) (Viitattu 20.3.2015)
- Pakkanen, Iida, 2014.  
[http://yle.fi/uutiset/mita\\_ihmetta\\_harry\\_potterilla\\_ja\\_aku\\_ankalla\\_on\\_suomalaiset\\_puhelinnumerot/7482264](http://yle.fi/uutiset/mita_ihmetta_harry_potterilla_ja_aku_ankalla_on_suomalaiset_puhelinnumerot/7482264) (Viitattu 20.3.2015)
- Perkkiö, Tanja, 2015.  
[http://yle.fi/uutiset/itsemurhatauti\\_pakottaa\\_katjan\\_pukeutumaan\\_pankkirosvoksi\\_tama\\_kipu\\_on\\_saanasta/7812697](http://yle.fi/uutiset/itsemurhatauti_pakottaa_katjan_pukeutumaan_pankkirosvoksi_tama_kipu_on_saanasta/7812697) (Viitattu 20.3.2015)
- Pernu, Ilkka, 2012. <http://journalistiliitto-fi.directo.fi/journalisti/lehti/2012/22/artikkelit/klikkia-ma-metsastan/> (Viitattu 26.3.2015)

Rusila, Hanna, 2013. <http://journalistiliitto-fi.directo.fi/journalisti/lehti/2013/11/artikkelit/nopeutta-ja-klikkeja-laadun-kust/> (Viitattu 26.3.2015)

Ruuska, Vesa-Matti, 2015.

[http://yle.fi/uutiset/professori\\_uuniperunoista\\_folion\\_voi\\_unohtaa/7822874](http://yle.fi/uutiset/professori_uuniperunoista_folion_voi_unohtaa/7822874) (Viitattu 20.3.2015)

Toijonen, Ville, 2014.

[http://yle.fi/uutiset/katso\\_video\\_villisikalauma\\_muokkasi\\_uuden\\_pihanurmen/7450668](http://yle.fi/uutiset/katso_video_villisikalauma_muokkasi_uuden_pihanurmen/7450668)

(Viitattu 20.3.2015)

Tuunila, Maija, 2015.

[http://yle.fi/uutiset/mies\\_tuijottaa\\_naisen\\_rintoja\\_liikennemerkissa\\_kirjailija\\_erinomaista\\_katutaidetta/7818475](http://yle.fi/uutiset/mies_tuijottaa_naisen_rintoja_liikennemerkissa_kirjailija_erinomaista_katutaidetta/7818475) (Viitattu 20.3.2015)

Uimonen, Risto (2008) Laadukkaan journalismin kulta-aika voi olla ohi.

<http://www.kaleva.fi/mielipide/kolumnit/laadukkaan-journalismin-kulta-aika-voi-olla-ohi/343719/>

(Viitattu 19.3.2015)

### **Opinnäytteet**

Ylönen, Pekka (2008) Einesruokaa vai gurmeeta? Pomotoimittajien näkemyksiä hyvästä journalismista. Tampere: Tampereen yliopisto.

### **Julkaisemattomat lähteet**

Yleisradio (2012) Ylen ohjelmatoiminnan ja sisältöjen eettiset ohjeet.

## Liite 1

**TEEMAHAASTATTELUIJEN KYSYMYSRUNKO** (Kaikille haastateltaville sama lukuun ottamatta pieniä stilisointeja kysymysten muotoilussa ja määrässä riippuen siitä, onko haastateltava päällikkö vai toimittaja)

Työprosessi nettijuttua tehdessä

Millainen on hyvä nettijuttu?

Mitä toimittajan pitäisi miettiä, kun hän alkaa kirjoittaa nettijuttua?

Kuinka paljon otsikon muotoilemiseen on syytä panostaa?

Onko klikkausmääriä hyvä miettiä jo juttua kirjoittaessa?

Kuinka paljon nettijutuille annetaan mielestäsi Ylen aluetoimituksissa arvoa esimerkiksi saadun palautteen kautta? Puhutaanko nettijutuista paljon?

Nettijuttujen tyyli/ominaisuudet

Miten kuvailisit Ylen aluetoimitusten uutisointi- ja otsikointityyliä netissä?

Mitä mieltä olet iltapäivälehtien uutisointityylistä netissä?

Kuinka lähellä Ylen otsikointityyli netissä on iltapäivälehtien tyyliä?

Miten otsikointityyli Ylen netissä on mielestäsi muuttunut viime vuosina?

Ovatko Ylen uutiskriteerit netissä mielestäsi muuttuneet?

Miten nettijuttujen aiheet sitten valikoituvat? Tai miten niiden pitäisi valikoitua?

Miten nettijuttujen tyyli vertautuu mielestäsi Ylen radiossa ja televisiossa käyttämään tyyliin?

Luotettavuus ja kritiikki

Helsingin Sanomat kirjoitti viime maaliskuussa jutun otsikolla: ”Ylen aluepäällikkö: virtsankurlausjuttu olisi voinut jäädä julkaisematta – Ylen virtsa- ja kakkavesiuutiset herättävät kummastusta.” Mitä ajatuksia tämä juttu sinussa herättää?

Kuinka usein joudut huomauttamaan aluetoimituksille/alaisillesi esimerkiksi nettijutun otsikoinnista?

Olisiko Ylen syytä jarrutella verkossa? Miten Yle Uutiset säilyttää tulevaisuudessakin luotettavuutensa, myös netissä?

Klikkausjournalismi ilmiönä

Mitä mieleesi tulee käsitteestä klikkauskulttuuri tai klikkausjournalismi?

Twitterissä on jonkin aikaa pyörinyt niin sanottuja ”säästä klikki” -twiittejä, joissa monesti raflaavasti otsikoidun nettijutun sanoma puretaan muutamalla sadalla merkillä. Mitä mieltä olet siitä?

Mitä se sitten kertoo, että nettijuttu on saanut esimerkiksi 20 000 klikkiä?

Onko klikkauksia kerännyt nettijuttu aina journalistisesti ansiokas? Miksi? Miksi ei?

Mitä se taas kertoo, jos juttu saa vain hyvin vähän klikkejä?

Kuinka luotettavana pidät klikkausten laskemiseen Ylellä käytettäviä mittareita? (Päiväraportit ja Kato ite -sovellus)

Niin sanottuun klikkausjournalismiin liitetään myös nopeuden vaatimus, joka jatkuvasti toimituksissa, myös Ylellä, kasvaa. Kuinka laadukkaita nettijuttuja nopealla tahdilla ja klikkien kalastelulla syntyy?

Kuinka paljon alan/ammattikunnan/toimitukseen sisällä keskustellaan klikkausjournalismista/kulttuurista/klikkien keräilemisestä? Minkälaista se keskustelu on? Onko siitä mielestäsi tärkeää keskustella?

Seuraavaksi on vuorossa lista väitteitä siitä, mitä niin sanottu klikkauskulttuuri tai klikkausjournalismi voisi yhden näkemyksen mukaan tarkoittaa Yle Uutisissa. Voit kommentoida niitä vapaasti kertoen mitä ajatuksia ne herättävät.

Siirrytään väitteisiin Julkisen sanan neuvoston puheenjohtaja Risto Uimosen toteamuksen kautta. Uimonen totesi seuraavaa marraskuussa 2012:

”Menossa on klikkausjournalismin kultakausi, jossa nopeus on valttia. Tästä syystä journalismin laatu ja luotettavuus kärsivät”.

Alan kehityksen päättäreiksi Uimonen luetteli muun muassa yhä kiristyvän kilpailun, journalismin pinnallistumisen ja yleisöjen kosiskelun sekä nopean julkaisun.

→ Kuinka huolissasi sinä olet näistä asioista?

Sitten varsinaisiin väitteisiin:

Väitelista

Yle Uutisten nettijutut kalastelevat klikkejä.

Yle Uutisten nettijuttujen tyyli on muuttunut yleisöä kosiskelevammaksi ja raflavammaksi kuin mitä se oli ennen.

Yle Uutisten nettijuttujen tyyli lähentelee joissain tapauksissa iltapäivälehtien otsikointityyliä.

Klikkauskulttuuri ja sen vaatima nopeus saattavat aiheuttaa nettijuttuihin virheitä ja huonontaa laatua.

Monet Yle Uutisten nettijuttujen otsikot ovat harhaanjohtavia ja liioiteltuja.

Valtaisan määrän klikkejä kerännyt nettijuttu ei aina ole journalistisesti ansiokas vaan se voi olla jopa huono.

Yle Uutisten nettijuttujen uutiskriteerit ovat muuttuneet.

Yle Uutiset on maltillisempi ja vähemmän raflaava radiossa ja televisiossa kuin netissä.

**Kysymykset esimerkinnettijutuista:**

- Millaisiin uutiskriteereihin tämä nettijuttu sinun mielestäsi pohjautuu?
- Kuinka tärkeänä pidät jutun journalistista viestiä?
- Mitä mieltä olet jutun otsikoinnista?
- Mitä hyviä ja huonoja puolia näet jutun sisällössä?