

TAMPEREEN YLIOPISTO

Kiira Koskela

MAAKUNTALEHTIEN PALVELUKSESSA

STT:n rooli ja merkitys viiden maakuntalehden arjessa uutistyyön johdon näkökulmasta

Tiedotusopin pro gradu -tutkielma

Tammikuu 2015

TAMPEREEN YLIOPISTO

Viestinnän, median ja teatterin yksikkö

KOSKELA, KIIRA: Maakuntalehtien palveluksessa. STT:n rooli ja merkitys viiden maakuntalehden arjessa uutistyon johdon näkökulmasta.

Pro gradu -tutkielma, 79 s., 2 liites.

Tiedotusoppi

Tammikuu, 2015

Tutkin pro gradu -tutkielmassani sitä, millainen rooli ja merkitys uutistoimisto STT:llä on maakuntalehtien päivittäisessä uutistyössä nyt ja lähivuosina. Selvitin asiaa haastattelemalla uutistyon johtoa viiden lehtitalon toimituksesta. Haastateltavina olivat Aamulehden uutispäällikkö, Alma Aluemedian uutispäällikkö, Etelä-Suomen Sanomien toimituspäällikkö, Keski-suomalaisen uutistuottaja ja uutispäällikkö, Kouvolan Sanomien toimituksen päällikkö sekä Turun Sanomien uutispäällikkö. Tutkimusmetodinä käytin teemahaastattelua, sillä halusin saada tietoa valmiiksi valitsemistani teemoista rajaamatta näkökulmia etukäteen kuitenkaan liian tarkasti.

Uutisvälitystä ja uutistoimistojen toimintamalleja ovat niin Suomessa kuin muuallakin maailmalla muuttaneet esimerkiksi teknologian kehittyminen ja muutokset lehtien ansaintatavoissa. Tämän lisäksi perinteistä työnjakoa uutistoimiston ja sen asiakkaiden välillä muuttaa lehtitalojen välisen ja sisäisen yhteistyön lisääntyminen. Suomessa maakuntalehdet ovat historiansa aikana tottuneet laajaan tilauspohjaan, ja käynnissä olevan teknologisen ja taloudellisen murroksen takia ne etsivät uusia ansaintakeinoja ja tapoja tuottaa sisältöjä maksaville yleisöille. Tutkimukseni rakentui tämän median murrosta koskevan keskustelun ja aiemman tutkimuksen ympärille. Tutkimuksen keskiössä on STT, mutta näkökulma on uutistoimiston asiakkaiden. STT:n asiakkaista valitsin tutkimukseeni maakuntalehdet, koska ne ovat toimiston keskeisiä uutisasiakkaita.

Haastattelujen perusteella lehdille on erityisen tärkeää, että STT hoitaa valtakunnallisen ja EU-politiikan sekä tärkeiden talousuutisten seurannan. Näin lehdet voivat keskittyä omaan tuotantoonsa ja paikallisiin uutisiin. Myös STT:n ulkomaan uutisten tarjonta osoittautui tärkeäksi erityisesti niille lehdille, jotka tekevät ulkomaan uutissivuja ja joilla ei ole merkittävää omaa ulkomaan uutistuotantoa. STT:n supistuminen on kuitenkin vähentänyt uutistoimiston roolia lehdissä ja vaikeuttanut lehtien arkea erityisesti niillä toimitusosastoilla, joiden uutistarjontaa STT on vähentänyt. Muiden lehtien kanssa tehtävällä yhteistyöllä ei haluta kilpailla STT:n tuotannon kanssa, vaan tarkoitus on tuottaa sellaista sisältöä, mitä STT ei lehdille tarjoa. Osa haastateltavista oli myös sitä mieltä, että STT:n tuotannon supistuttua yhteistyöllä tuotettuja juttuja joudutaan käyttämään aiempaa enemmän. Paikallisuutisten korostuessa lehdissä jää STT:lle tietynlainen tilkitsijän ja täydentäjän rooli.

Uutistoimistot ympäri maailman ovat laajentaneet toimenkuvaansa perusuutistuotannon ulkopuolelle. Tutkimukseni haastateltavat eivät kaipaa STT:ltä erityisiä uusia palveluja vaan nykyisen perustehtävänsä hyvää hoitoa. STT nähtiin kustannustehokkaaksi tavaksi tuottaa uutisia, mutta osa haastateltavista arveli, että STT:n merkitys vähenee lehtien verkkopuolen kasvaessa.

Sisällysluettelo

1. JOHDANTO	1
1.1. Tutkimustehtävä.....	2
1.2. Tutkimuksen rakenne.....	3
2. TUTKIMUKSEN PAIKANNUS.....	4
3. UUTISTOIMISTOJEN HISTORIAA	8
3.1. Kirjeenvaihtotoimistoista globaaleiksi uutismahdeiksi	8
3.2. Maakuntalehtien tarpeiden täyttäjistä valtakunnalliseksi instituutioksi.....	12
4. MEDIA MURROKSESSA	17
4.1. Mikä median murros?	18
4.2. Murros Suomen maakuntalehdistössä.....	20
5. UUTISTOIMISTOT 2000-LUVULLA	23
5.1. Toimistot kriisissä.....	23
5.1.1. Ristiriidat omistuksessa.....	25
5.1.2. Roolit hämärtyvät.....	27
5.1.3. Uusia palveluja – uusia asiakkaita	30
5.2. STT:n lähihistoria ja nykytilanne.....	31
5.2.1. Tutkimuskysymysten täsmentäminen	34
6. TUTKIMUSMETODI JA AINEISTO.....	37
6.1. Metodien valinta ja esittely.....	37
6.2. Haastateltavien valinta ja aineiston hankinta	39
6.3. Haastatteluista analyysiin.....	41
7. ANALYYSIN RAPORTOINTI.....	43
7.1. Paikallisuus	43
7.1.1. Paikallisuus kilpailuvalttina	44
7.2. Uutissuunnittelu ja -seuranta.....	47
7.2.1. Uutissuunnittelu ja -seuranta päivittäisessä uutistyydytyksessä.....	47
7.2.2. Odottamattomat uutistilanteet	48
7.3. Teknologian tuomat muutokset.....	49
7.3.1. Uutistyydytyksen rytmin muutos	49
7.3.2. Maksimalliset lukijasuhteet	51
7.3.3. Sosiaalisen median rooli	53
7.3.4. Uutisten kieli ja rakenne	54
7.3.5. Palveluiden kehittäminen.....	55
7.4. Tuotannon ja jakelijan roolien hämärtyminen	56
7.4.1. Yhteistyötä STT:n ohella	56
7.4.2. Lännen Media	58
7.5. STT:n tuotannon väheneminen	60
7.5.1. STT:n yt:t	60
7.5.2. Ristiriidat omistuksessa.....	61
7.6. Kustannustehokkuus	62
7.6.1. STT täydentäjänä ja paikkaajana	62
7.6.2. Jos STT:tä ei olisi.....	64
8. JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA.....	66
8.1. Haastattelujen anti.....	66
8.2. Kriittistä arviointia	70
8.3. Lopuksi.....	73
LÄHTEET.....	75

<i>Taulukko 1. Tutkimuksessa mukana olevien sanomalehtien levikit</i>	40
Liite 1. Teemahaastattelurunko.....	80

1. JOHDANTO

”Läntisen ja pohjoisen Suomen sanomalehdet tiivistävät journalistista yhteistyötään Lännen Mediassa” (Alma Media lehdistötiedote 2014.)

”Uusi-Kilponen: Lännen Media tuottaa STT:tä taustoittavampaa sisältöä” (Autio 2014.)

”Lännen Media voi muuttaa STT:n roolia” (Rantamartti & Haapakoski 2014.)

Helmikuun 2014 alussa kuusi lehtitaloa ilmoitti journalistisen yhteistyön tiivistämisestä Lännen Mediaksi nimetyssä yhtiössä. Alma Median tiedotteen mukaan 12 sanomalehden muodostaman yhteistoimituksen on tarkoitus tuottaa yhteiseen käyttöön valtakunnallisia politiikan, talouden ja yhteiskunnan uutisia sekä muun muassa ulkomaanjuttuja ja kevyempää sisältöä. Yhdeksi tavoitteeksi nimettiin myös digisisältöjen kehittäminen.

Työskentelin STT:llä siihen aikaan, kun ilmoitus Lännen Mediasta tuli. Aloin pohtia, millainen rooli STT:lle jää, jos iso joukko lehtiä alkaa itse tuottaa niitä sisältöjä, jotka perinteisesti ovat olleet uutistoimiston vastuulla.

Lännen Media toimii esimerkkinä keinoista, joilla lehtitalot yrittävät vastata media-alalla käynnissä olevaan murrokseen. Ala on elänyt toki murroksen keskellä halki historiansa, ja murroskeskustelu on aina kytkeytynyt teknologisten uudistusten ympärille. Kun puhutaan journalismin kriisistä, viitataan Väliiverroksen (2009, 26) mukaan tavallisesti lehdistöön, jonka on nähty jäävän aina uusien sähköisten medioiden varjoon. Perinteisesti laajaan tilauspohjaan tottuneissa suomalaislehdissä kriisi ei kuitenkaan ole pelkkää puhetta vaan läpi 2000-luvun laskeneiden levikkien ja kutistuneiden ilmoitustulojen valossa täyttä totta. Myös 2010-luvun alussa lehtitalot isoista pieniin ovat irtisanoneet toimitushenkilökuntaa, ja toimituksia ja toimittajien toimenkuvia on järjestelty organisaatiouudistuksissa uusiksi.

Sanomalehtien talousvaikeudet heijastuvat myös lehtitalojen omistamaan uutistoimistoon. Pääle satavuotias STT on todistanut Suomen mediakentän ja viestintäpolitiikan muutoksia ja ollut valtakunnallisena instituutiona usein muutosten keskellä. Maakuntalehtien tarpeita palvelemaan perustetusta, yksityisessä omistuksessa aloitetusta toimistosta muodostettiin kilpailijan kanssa yhdistymisen jälkeen lehtien omistama kaksikielinen Suomen Tietotoimisto (Rantanen 1987, 22–25), joka 20-luvulla vakiinnutti asemansa kansallisena toimistona (Kunelius 2003, 68). Sitä mukaa kun maakuntalehdet ovat menettäneet lukijoita ja mainostuloja ja kilpailu valtakunnallisilla

mediamarkkinoilla on yltenyt, on myös STT:n asema muuttunut. Samaan aikaan perinteiset rajat tukkuportaana toimivan uutistoimiston ja uutisten varsinaisten jakelijoiden eli toimiston asiakkaiden välillä ovat Kivikurun (2012, 174) mukaan hämärtyneet, kun jakeluporras on alkanut toimia myös tukkukauppiaina, kuten Lännen Median tapauksessa nähdään.

Tämä pro gradu kietoutuu suomalaisen sanomalehdistön murrosta koskevan keskustelun ympärille. Keskiössä ovat maakuntalehdet ja niiden suhde STT:hen. Tarkoitus on hankkia päivitettyä tietoa siitä, millainen rooli mediatalojen yhteisesti omistamalla uutistoimistolla on journalismin murroksen keskellä toimivien maakuntalehtien arjessa. Tavoitteena on luodata myös tulevaa, sillä muutokset toimituksissa jatkuvat teknologian kehittyessä ja yleisöjen mediankäyttötottumusten muuttuessa.

1.1. Tutkimustehtävä

Tämän tutkimuksen idea syntyi työskennellessäni STT:llä kotimaantoimittajana. STT:n ja sen maakuntalehtiasiakkaiden väliseen suhteeseen kiteytyy monta tiedotusopillisesti ajankohtaista seikkaa. Tutkimus sivuaa suomalaisen sanomalehdistön taloudellista ja teknologista murrosta sekä tämän murroksen aiheuttamia muutoksia käytännön uutistyyössä. Asetelma on kiinnostava myös STT:n omistusmuodon takia, sillä omistaja-asiakkaitensa taloudellisesta menestyksestä riippuvaisen STT:n asema on tietyllä tavalla ristiriitainen, kuten Kivikuru (2012, 177) huomauttaa. Uutistoimisto on lehdille kustannustehokas tapa tuottaa uutisia, mutta myös se on joutunut supistamaan kulujaan mediatalojen pyristellessä talouskurimuksessa. STT:n tuotannon supistuminen osuu helposti kipeimmin sen pieniin ja keskisuuriin asiakkaisiin, jotka ovat riippuvaisimpia uutistoimiston tuotannosta. Suurin sananvalta on kuitenkin isoilla omistajilla, jotka yleensä pystyvät tuottamaan itse myös valtakunnallisen sisältönsä (ema., 177).

Uutistoimistojen toiminta on aina ollut kytköksissä teknologiseen kehitykseen, ja toimistot ovat yleensä olleet ensimmäisten joukossa ottamassa uusia teknologioita käyttöön. Teknologisen kytköksen lisäksi uutisvälitystä ovat tutkimuksissa Kivikurun (ema., 173) mukaan 2000-luvulle asti määrittäneet toiminnan vakiintuneisuus ja muutosten verkkaisuus. Enää näin ei kuitenkaan voi ajatella olevan. Teknologisen kehityksen myötä journalismin lukijasuhde on muuttunut, mikä vaikuttaa väistämättä asiakkaidensa omistamaan uutistoimistoon. Myös Suomessa STT:n on pystyttävä perustelemaan tarpeellisuutensa aikana, jolloin kilpailu mediamarkkinoilla on kovaa ja uutiset ovat saatavilla entistä useammista ja avoimista lähteistä.

Uudet tavat tuottaa ja kuluttaa uutisia ja muuta journalistista sisältöä sekä lehtien välisen yhteistyön lisääntyminen ja muuten uutisvälityksessä lisääntynyt kilpailu ovat seikkoja, jotka osaltaan vaikuttavat STT:n asemaan suomalaisessa mediakentässä. Tässä tutkimuksessa haluan selvittää sitä, millainen merkitys STT:llä on maakuntalehtien päivittäisessä uutistyössä 2010-luvulla. Tutkin sitä, mikä rooli uutistoimistolla on muuttuvassa sanomalehdistössä, ja millaiseksi uutistoimiston maakuntalehtiasiakkaat näkevät STT:n roolin tulevana vuosina.

1.2. Tutkimuksen rakenne

Tutkimukseni alussa käyn läpi aiempaa aiheesta tehtyä tutkimusta, jonka avulla rakennan teoreettisen viitekehyksen pro gradulleni. Luvussa kaksi paikannan tutkimukseni osaksi laajempaa tiedotusopillista keskustelua ja aiempaa uutistoimistoja käsittelevää tutkimusta, jota esittelen tiivistetysti erityisesti Boyd-Barrettin ja Rantasen (1998) artikkeliin *The Globalization of News* nojaten. Luvussa kolme käyn puolestaan läpi laajat kaaret uutistoimistojen ja STT:n historiassa. STT:n historiaa käsittelevässä luvussa sivuan myös laajemmin muutoksia Suomen mediakentässä, sillä näitä asioita ei voi irrottaa toisistaan. STT:n historiaa käsittelevät osuudet perustuvat pitkälti Rantasen (1987) teokseen *"STT:n uutisia" sadan vuoden varrelta*.

Luvussa neljä avaam median murroksesta käytävää keskustelua ensin yleisellä tasolla ja tämän jälkeen erityisesti suomalaislehdistössä. Aiheen käsittely on tutkimukseni näkökulmasta tärkeää, sillä pro graduni paikantuu tiiviisti tämän keskustelun ympärille. Luvussa viisi käsittelem aiheita uutistoimistojen kannalta. Luvun viisi päätteeksi hahmottelen oman arvioni STT:n nykytilasta ja tarkennan tutkimustehtäväni tutkimuskysymyksiksi.

Luvussa kuusi esittelen valitsemani tutkimusmetodin ja perustelen valintani. Käyn läpi aineistonhankintatapani sekä aineiston analysoimiseen ja raportointiin valitsemani keinot. Tätä lukua seuraa analyysin raportointi, joka rakentuu aineistosta löytämiäni teemojen ja alateemojen varaan. Johtopäätösluvussa, eli luvussa kahdeksan, tiivistän tulokseni aiemman tutkimuksen valossa peilaten niitä omiin odotuksiini. Arvioin tutkimustani kriittisesti ja pohdin mahdollisia näkökulmia lisätutkimuksille.

2. TUTKIMUKSEN PAIKANNUS

Uutistoimistojen on Boyd-Barrettin ja Rantasen (1998, 6) mukaan usein koettu edustavan niin sanottua informaatiojournalismia (*”journalism of information”*) jossain määrin vastakohtana jalostuneemmalle tai luovemmalle journalismille (*”journalism of opinion”*). Ala on pitänyt uutistoimistojen uutisia tukkumateriaalina, jota asiakastoimitusten on pitänyt jollain tavalla työstää edelleen omille lukijoilleen sopivaksi. Uutistoimistoille tämä on käynyt hyvin, sillä niiden toiminnalle on ollut tärkeää sopia erilaisten asiakkaiden formaattiin. Tällainen osittain uutistoimistojen itsensä ylläpitämä mielikuva onkin Boyd-Barrettin ja Rantasen mukaan siirtynyt myös mediatutkimukseen, ja uutistoimistot on jätetty usein lähes huomiotta lehti-, radio- ja televisiouutisista tehdyissä tutkimuksissa. (Ema., 1998, 6–7.)

Yksi vanhimmista traditioista uutistoimistojen tutkimuksessa ovat yhtiöistä kirjoitetut historiat, ja varhaisin historiikki on kirjoitettu vuonna 1918 tanskalaisesta uutistoimisto Ritzausta (ema., 4). Varsinaisesti uutistoimistoista tehdyt tutkimukset ovat seuranneet laajempia trendejä viestintätutkimuksessa, vaikka eroavaisuuksiakin löytyy (ema., 7). Uutistoimistojen tutkimus on saanut vaikutteita niin poliittisesta taloustieteestä kuin kulttuurintutkimuksestakin, ja tutkimuksen kohteena ovat olleet esimerkiksi uutisten tuotantotavat, toimistojen tuottamat tekstit sekä toimistojen välittämien uutisten käyttö ja vastaanotto (ema., 3). Ulkomaan uutisoinnissa uutistoimistot ovat olleet yksi suosituimmista kohteista tutkimuksessa (Uskali 2007, 88).

Varhaisissa teorioissa uutistoimistot nähtiin Boyd-Barrettin ja Rantasen mukaan vaikutusvaltaisiksi joskin näkymättömiksi toimijoiksi. Kehämäisesti ajateltuna näkymättömyyden ajateltiin jopa lisäävän toimistojen vaikutusvaltaa. Uutistoimistojen monopolin vaaroista ja uutisoinnin vinoutumisesta oltiin huolissaan esimerkiksi 1800-luvun jälkipuoliskolla Euroopassa, jossa isot globaalit toimistot toimivat omien kartellisopimustensa puitteissa. Ensimmäisen maailmansodan aikaan uutistoimistot nähtiin monesti propagandavälineiksi, sillä ainakin osa toimistojen lähteistä ja palveluista korvattiin valtioiden omilla kampanjoilla. Toiseen maailmansotaan asti uutistoimistoista käyty keskustelu asettui Boyd-Barrettin ja Rantasen mukaan jonnekin kolmen eri diskurssin välimaastoon. Karkeasti jaettuna media nähtiin näissä diskursseissa joko vaikutusvaltaiseksi toimijaksi, kansallisvaltion tai luokkayhteiskunnan propagandavälineeksi tai tyyppiesimerkiksi modernista, teknisesti kehittyneestä toimialasta. (Boyd-Barrett & Rantanen 1998, 7–8.)

Boyd-Barrett ja Rantanen (ema., 2–3) esittävät uutistoimistojen tutkimuksen jakautuneen 1970-luvun puolivälistä 1980-luvun puoliväliin pääasiassa kahteen osaan. Toinen puoli tutkimuksesta

asettui heidän mukaansa traditioon, joka keskittyi paitsi mediatekstien tuotantoon myös siihen, millaisiin poliittisiin ja taloudellisiin rakenteisiin tekstit asettuvat. Tällainen politekonominen painotus näkyi tutkimuksessa jälleen erityisesti 90-luvulla, he kirjoittavat. (Ema., 2–3.)

Toista tutkimuskategoriaa edusti Boyd-Barrettin ja Rantasen (ema., 3) mukaan uutistoimistojen ympärillä käyty väittely, joka rakentui uudesta kansainvälisestä tiedotusjärjestyksestä (*New World Information and Communication Order* eli NWICO) käydyn keskustelun ympärille. NWICO sai alkunsa kehittyvissä maissa 1970-luvulla ja laajeni osaksi akateemista tutkimusta viimeistään 80-luvulla. Käynnistäjänä toimi Non-Aligned Movement (NAM). (Nordenstreng 2013, 1.) Yksi keskeisistä ajatuksista NWICOssa oli, että informaation tuotanto on keskittynyt harvoihin maihin muiden jäädessä riippuvaiseen vastaanottajan asemaan. Kansainvälisten uutistoimistojen nähtiin suosivan länsimaisia uutiskriteerejä ja määrittävän sen, millainen kuva etelästä annetaan muulle maailmalle. YK:n kasvatus-, tiede- ja kulttuurijärjestö Unesco pyrki tukemaan kansallisten uutistoimistojen syntyä ja kehitystä sekä uutisvaihtoa toimistojen välillä esimerkiksi Afrikassa. Kansallisten uutistoimistojen kautta uutisvaihtoa haluttiin lisätä niin maan sisällä kuin kansainvälisesti. (Boyd-Barrett & Rantanen 1998, 8, 10.) Keskustelu NWICOsta laantui 90-luvulla, joskin sen idea on Nordenstrengin (2013, 1–3) mukaan säilynyt osana globaalia viestintätutkimusta ja -politiikkaa aina 2000-luvulle asti. Isojen uutistoimistojen yksipuolinen länsimainen näkökulma kerää moitteita mediakritiikeissä Uskalin (2007, 95) mukaan tänäkin päivänä.

80-luvun loppupuolella yhteiskuntatieteilijät menettivät Boyd-Barrettin ja Rantasen (1998, 3) mukaan kiinnostuksensa uutistoimistoihin, mikä saattoi osin johtua NWICO-väittelyn loppumisesta. NWICO-väittelyn laannuttua mediatutkimus sai vaikutteita muun muassa kulttuurintutkimuksesta ja semiotiikasta, joka keskittyi tekstin rakenteisiin ja yleisön merkityksenantoprosesseihin. Uutistoimistot kuitenkin sivuutettiin tutkimuksessa usein, sillä niiden alkuperäisiin teksteihin oli hankala päästä käsiksi, eikä niillä ollut suoria yleisöjä. (Ema., 11.) Erityisesti ennen internetiä uutistoimistojen ”yleisöt” olivat Boyd-Barrettin ja Rantasen mukaan muita medioita tai institutionaalisia tahoja, ja niinpä tutkimuksissa keskityttiin varsinaisten yleisöjen sijaan näihin väliportaisiin. Tutkimuksissa selvitettiin esimerkiksi sitä, miten uutistoimistojen asiakasmediat valitsivat saamansa uutiset edelleen jakeluun. (Ema., 3.)

Vaikka uutistoimisto-organisaatioissa tapahtui 80-luvun lopulla ja 90-luvun alussa isojaakin muutoksia, kiinnostus toimistoja kohtaan oli Boyd-Barrettin ja Rantasen mukaan vähäistä muutamia historiikkeja lukuun ottamatta. Yksi tunnetuimmista uutistoimistohistorioista, Reutersin historia, kirjoitettiin vuonna 1992. (Ema., 3, 4, 11.) Suomessa Rantasen kirjoittama STT:n historiaa

käsittelevä teos julkaistiin vuonna 1987, uutistoimiston juhluvuonna sata vuotta toimiston perustamisen jälkeen.

Tutkijoiden kiinnostus uutistoimistoja kohtaan heräsi uudelleen 90-luvun puolivälissä, kun uutistoimistot lähtivät mukaan televisioimintaan. Näkökulma oli jälleen usein poliittisessa taloustieteessä, kun taas sisältöjen analysointi jäi vähäisemmäksi. (Boyd-Barrett & Rantanen 1998, 11–12.) Rantanen (2009, 43–44) kritisoi myös tätä tuoreempaa uutistoimistoja koskevaa tutkimusta siitä, että toimistojen merkitys globalisaatioprosessissa on jäänyt liian vähälle huomiolle. Esimerkiksi mediahistorioissa globalisaationäkökulma on hänen (emt., 44) mukaansa saanut liian vähän painoarvoa.

Uutisten globalisaatiota käsittelevässä teoksessaan Boyd-Barrett ja Rantanen (1998) näkevät uutistoimistot osana järjestelmää, jossa vahvat ja heikot osapuolet ovat riippuvaisia toisistaan ja jossa länsimaisilla uutistoimistoilla on etulyöntiasema maailmanmarkkinoilla. Niin sanottu globalisaatioteoria on Boyd-Barrettin ja Rantasen mukaan ottanut vaikutteita sekä kulttuurintutkimuksesta että poliittisesta taloustieteestä, jotka ovat hallinneet uutistoimistotutkimusta. (Ema., 11–12.)

Uutistoimistoista 2000-luvulla kirjoitetuissa teksteissä korostuu pohdinta siitä, mikä erityisesti kansallisten toimistojen rooli kilpailulle avautuneilla mediemarkkinoilla on. Kilpailun kiristyminen, teknologian kehitys, uutisten uudet tuotantotavat ja muutokset yleisöjen käytöksessä ovat muuttamassa ja jo muuttaneet uutistoimistojen asemaa niin kansallisilla kuin kansainvälisilläkin markkinoilla. Esimerkiksi sanomalehtien levikkien ja mainostulojen lasku on näkynyt konkreettisesti myös Suomessa valtakunnallisen uutistoimiston arjessa: asiakkaidensa omistama STT joutui rankkojen leikkausten eteen vuonna 2013, ja koko toimitusorganisaatio pantiin yhteistoimintaneuvottelujen päätteeksi uusiksi. Lisäksi lehtien keskinäiset yhteenliittymät ja juttuvaihto hämärtävät uutistoimiston tehtävänkuvaa. Tilanne on ristiriitainen erityisesti asiakkaiden itsensä omistamissa uutistoimistoissa.

Uutistoimistoja ja STT:tä on tutkittu myös aiemmissa pro graduissa. Tutkimuksen kohteena ovat 2000-luvulla olleet esimerkiksi STT:n ulkomaan uutisten uutiskriteerit (Koivisto 2008)¹,

¹ Koivisto, Hanna (2008) Perinteiset uutiskriteerit pysyvät tiukassa. Suomen tietotoimiston ulkomaan uutisten erittelyä. Tampereen yliopisto.

kehitysmaiden naisten representaatiot STT:n ulkomaanuutisissa (Fisk 2010)², uutiskriteerit STT:n politiikanuutisissa Ruotsista ja Virosta (Ropponen 2010)³ sekä journalististen käytäntöjen, arvojen ja asenteiden muutos STT:ssä (Rautavuori 2007).

Näistä Rautavuoren pro gradu osuu lähimmäs omaa tutkimuksenasetteluani. Rautavuori selvittää työssään teemahaastatteluun STT:n toimittajien työkäytäntöjen, arvojen ja asenteiden muutosta 2000-luvulla. Hänen mukaansa (2007, 89) STT on vastannut yhteiskunnan ja journalistisen ympäristön muutoksiin kehittämällä uutis- ja mediapalveluitaan, mikä toimiston toimittajien mielestä on parantanut STT:n tuottamaa journalismia. Teemoja Rautavuoren tutkimuksessa ovat Ylen ja STT:n yhteistyön päättymisen, juttuaiheiden priorisointi, juttujen versiointi eri välineisiin ja teknologian kehitys. Teemat tulevat esille jollain tavalla myös omassa tutkimuksessani, vaikka näkökulmat ja painotus ovatkin erilaisia. Esimerkiksi Ylen ja STT:n yhteistyön päättymistä käsittelen osana STT:n lähihistoriaa. Omassa tutkimuksessani teemahaastattelujen asetelma on myös erilainen kuin Rautavuorella, sillä haastattelen STT:n asiakaslehtien edustajia.

Tutkimukseni asettuu osaksi käynnissä olevaa keskustelua journalismin ja mediamarkkinoiden murroksesta ja kansallisen uutistoimiston merkityksestä kansainvälisesti ainutlaatuisessa maakuntalehtikentässä. Tutkimus kietoutuu journalistisen kulttuurin, median ansaintatapojen ja kilpailun ympärillä käytävän keskustelun ympärille.

² Fisk, Mari (2010) Näkymätön sukupuoli. Kehitysmaiden naisten representaatiot STT:n ja Helsingin Sanomien ulkomaanuutisissa. Jyväskylän yliopisto.

³ Ropponen, Paula (2010) Ruotsista ja Virosta Suomessa. Määrällinen sisällön erittely uutiskriteereistä Suomen tietotoimiston politiikan uutisoinnissa. Tampereen yliopisto.

3. UUTISTOIMISTOJEN HISTORIAA

Koska uutistoimistojen monien nykyisten käytäntöjen perustat on luotu jo parisataa vuotta sitten, lyhyt historiakatsaus on nykytilanteen ymmärtämiseksi paikallaan. Esimerkiksi omistusmuoto määrää toimiston tehtävää ja asemaa mediamarkkinoilla, joiden avautuminen kilpailulle on muuttanut toimistojen asemaa sekä asiakkaittensa että omistajiensa silmissä. Uutistoimistot ovat myös perinteisesti olleet etunenässä uusien teknologioiden käyttöönotossa, mutta nykyään tilanne ei välttämättä suosi toimistoja: kun internet on kaikkien käytössä, eivät isot uutistoimistot ole enää ensimmäisiä ja itseoikeutettuja tiedonlähteitä maailman tapahtumissa. Lisäksi yleisön mediankäyttötapojen muutokset vaikuttavat myös uutistoimistoihin, jotka yrittävät etsiä uusia ansaintakeinoja siinä missä niiden asiakasmediatkin.

Vaikka uutistoimistot ovat joutuneet sopeutumaan moniin muutoksiin muiden yhteiskunnallisten toimijoiden tavoin, on niiden toiminnan perusajatus säilynyt halki historian. Kuten Rantanen (2009, 59) kirjoittaa, Charles Havas'n, Bernard Wolffin ja Julius Reuterin 1800-luvulla kehittämä uutisbisnesmalli määritteli perustan sille, miten myöhemmin perustetut globaalit mediayritykset toimivat yhä tänäkin päivänä.

Seuraavassa alaluvussa käyn läpi laajat kaaret uutistoimistojen historiassa länsimaissa. Keskityn länsimaisiin uutistoimistoihin, koska suomalainen uutisvälitys on ollut aina sidoksissa niihin. Käsittelen sellaisia vaiheita ja asioita, jotka ovat relevantteja toimistojen nykytilanteen ymmärtämiseksi. Toisessa alaluvussa teen katsauksen STT:n historiaan, jota peilaan Suomen muun mediamaiseman kehitykseen.

3.1. Kirjeenvaihtotoimistoista globaaleiksi uutismahdeiksi

Teoksessaan ”*STT:n uutisia*” *sadan vuoden varrelta* Rantanen (1987, 17) nostaa esille keskeisiä seikkoja uutistoimistojen toiminnan ymmärtämiseksi. Uutistoimistot ovat yrityksiä, joiden perustoimintaa on perinteisesti ollut uutisten myynti. Koska uutisilta vaaditaan tuoreutta ja nopeus korostuu uutiskilpailussa jatkuvasti, toimistoilla on oltava tarvittava tekniikka uutisten välittömään jakeluun. Tavallista on myös se, että oman uutistuotannon lisäksi toimistot hankkivat uutisia muilta toimistoilta, mikä kytkee uutistoimistot erilaisiin ulkomaisiin ja kotimaisiin toimijoihin. Tällaisen ketjun takia uutistoimistojen on tuotettava kaavaltaan tietynlaisia myyntituotteita, eli uutisia, jotta ne soveltuvat erilaisten asiakkaiden tarpeisiin eri maissa. (Emt., 17.)

Uutistoimistot ovat aina olleet tärkeitä erityisesti pienille ja keskisuurille joukkoviestintävälineille, joiden edellytykset eivät riitä valtakunnallisten tai ulkomaan uutisten tekemiseen itse (Uskali 2007, 88, 90). Erilaisten asiakkaiden takia uutisten on tullut olla sävyiltään neutraaleja, ja toimistojen on pitänyt välttää sekaantumista tapahtumiin, joista ne raportoivat (Fenby 1986, 23). Lisäksi vaatimuksena on asiakkaiden tasapuolinen kohtelu, eli uutiset on toimitettava kaikille asiakkaille samanaikaisesti (Uskali 2007, 89). Toimistojen uutistoiminnan perusajatus on siis pysynyt pitkään samana, vaikka tekniset ja yhteiskunnalliset muutokset ovat totta kai vaikuttaneet käytäntöihin ja bisnesmalleihin.

Uutistoimistojen historian voi ulottaa ainakin keskiajan lähettijärjestelmään, josta kehittyi edelleen kirjeenvaihtojärjestelmä (Berg 1952, 15). Venetsiaan ja Antwerpeniin pystytettiin 1500-luvulla uutisia kerääviä ja välittäviä kirjeenvaihtotoimistoja, ja 1500- ja 1600-luvuilla suurilla kauppahuoneilla oli uutislehtiä, joihin hankittiin uutisia eri maista (Bücher 1908, ks. Berg 1952, 15). Uutistoimistot olivatkin alkujaan merkittäviä toimijoita ennen kaikkea talousuutisten välittämisessä, ja asiakkaita olivat aluksi hinnoista tietoa tarvitsevat yrittäjät. Pääasiallisiksi asiakkaikseen uutistoimistot saivat viestintävälineet, kun sanomalehdistö kehittyi ”nykyaikaiseksi”. (Rantanen 1987, 17). 1600-luvulta 1800-luvun alkupuolelle sanomalehtityö perustui pitkälti kirjeenvaihtajiin ja lähetteihin (Berg 1952, 15), ja uutistoimistojen perustaminen vähensi kirjeenvaihtajista sanomalehdille koituneita kustannuksia (News Agencies – Their Structure and Operations 1953, 9). Ensimmäisten uutistoimistojen perustajia olivatkin yksityiset yrittäjät, jotka näkivät uutistoimistot usein heti alusta asti voittoa tavoitteleviksi yrityksiksi (Berg 1952, 17).

Ensimmäiset varsinaiset uutistoimistot syntyivät länsimaissa 1800-luvulla talouskeskittymiin (Uskali 89), ja uutistoimistoja voi pitää maailman ensimmäisinä kansainvälisinä tai jopa globaaleina mediaorganisaatioina (Boyd-Barrett & Rantanen 1998, 1). Maailman ensimmäisenä uutistoimistona yleisesti pidetyn ranskalaisen Havas’n historia juontuu 1820-luvulle, jolloin Charles Havas’n perustaman toimiston keräämien ja välittämien uutisten asiakkaita olivat muun muassa kauppiat ja pankkiirit (News Agencies – Their Structure and Operations 1953, 11). Varsinaisesti uutistoimisto Havas perustettiin 1830-luvulla, ja vuonna 1944 sen pohjalta muodostettiin Agence France-Presse eli yhä toiminnassa oleva AFP (AFP in dates). Maailman ensimmäisiin uutistoimistoihin lukeutuu myös edelleen toiminnassa oleva englantilainen Julius Reuterin aloittama Reuters, joka perustettiin vuonna 1851 ja joka keskittyi aluksi talousuutisten välittämiseen, sekä saksalaisen Bernard Wolffin toimisto (Berg 1952, 17–18). Eurooppalaisten uutistoimistojen syntyäikaan myös Yhdysvalloissa rakennettiin omaa toimistoa pienentämään uutisten keräämisestä koituvia kustannuksia (Fenby

1986, 23). Tänä päivänä toimiva Associated Press eli AP sai alkunsa vuonna 1846, kun viisi newyorkilaista sanomalehteä aloitti yhteistyön keskenään (AP's history).

Kuneliuksen (2003, 68) mukaan 1800-luvun loppupuolisko oli kansainvälisten uutistoimistojen kulta-aikaa, ja uutistoimistojen ilmaantuminen liittyy journalismin kaupallistumiseen. Median sisällöt ovat halki historian riippuneet sen yleisöstä – teollistumisen alla yleisö löytyi taloudellisesta eliitistä, kun taas massamarkkinoiden synnyn myötä sisältöjä alettiin suunnata suurelle yleisölle (Ojala & Uskali 2005, 121). Uutistoimistojen synty vaikuttikin Unescon (News Agencies – Their Structure and Operations 1953, 9) mukaan sanomalehtien luonteeseen. Lehdistä tuli aiempaa enemmän tiedonlähteitä keskustelun ja väittelyn paikkojen sijaan, ja pian oli selvää, että yhdelläkään kansallisella julkaisulla ei ollut varaa ja teknisiä edellytyksiä vastata itsenäisesti niistä palveluista, joita kansainväliset uutistoimistot pystyivät tarjoamaan (ema. 9). Rantasen (2009, 46) mukaan uutistoimistot esittivätkin keskeistä roolia siinä, että uutiset muuttuivat kulutushyödykkeiksi.

Uutistoimistot olivat ensimmäisiä sähköisiä uutisviestinnän välittäjiä, ja niiden kehitys on ollut aina sidoksissa tekniseen kehitykseen (Kivikuru 2012, 173). Vähintään näennäinen neutraalius on alusta asti ollut toimistojen valtti uutiskilpailussa (Fenby 1986, 23), ja skuupit ovat myös toimistoille tärkeitä (Uskali 2007, 91). Esimerkiksi Reuters kunnostautui näillä saroilla pian perustamisensa jälkeen, Uskali (emt., 91) huomauttaa ja nostaa Readin kirjoittamasta Reutersin historiasta esille esimerkkejä, joista muutama haluan myös itse tarttua. Ensimmäisen varsinaisen skuuppinsa Reutersin toimisto sai vuonna 1859, ja pian toimisto julkaisi ensimmäisenä tiedotusvälineenä Napoleon III:n puheen samaan aikaan, kun Napoleon vasta piti sitä (Read 1992, 23, 25). Reuters oli Readin (emt. 25) mukaan saanut puheen haltuunsa embargolla – käytäntö, joka on yhä nykypäivänä uutistoimijoiden käytössä. Reuters myös vaati asiavirheiden nopeaa korjaamista, minkä lisäksi se alkoi välittää asiakkailleen uutisista lyhyitä uutisotsikoita. Tämä nopeutti uutistyyötä ja toi toimistolle uutisvoittoja. (Emt., 30–31.) Myös nämä käytännöt ovat käytössä eri uutistoimistoissa edelleen. Esimerkiksi virheiden nopean korjaamisen tärkeys on jatkuvasti vain korostunut, kun uutiset leviävät netissä hetkessä laajoille yleisöille. Netin aikana virheistä jää entistä helpommin kiinni, kun kuka tahansa voi helposti tarkastaa tietojen paikkansapitävyyden ja raportoida virheistä. Myös nopeiden uutisotsikoiden tärkeys korostuu nettiaikakaudella, kun uutiskilpailun voittoja mitataan sekunneissa. Esimerkiksi STT on nostanut toimintansa ensimmäiseksi arvoksi luotettavuuden, jonka lisäksi nopeus on tärkeimpien arvojen joukossa (STT:n tyylikirja: STT-Lehtikuvan toimituspolitiikka).

Uutistoimistot jakautuivat melko varhain kansallisiin ja kansainvälisiin toimijoihin, kun Euroopassa, Itä-Aasiassa ja Oseaniassa alettiin 1800-luvun jälkipuoliskolla perustaa kansallisia uutistoimistoja. Kansalliset toimistot ryhtyivät välittämään kansainvälisten toimistojen materiaalia ja itse hankkimiaan oman alueen uutisia asiakkailleen. (News Agencies – Their Structure and Operations 1953, 10, 13.) Isoja kansainvälisiä toimistoja Reutersia, AFP:tä ja AP:tä voidaan nimittää globaaleiksi uutistoimistoiksi (*world agencies* tai *global agencies*), sillä ne hankkivat uutisensa ympäri maailmaa ja niiden asiakkaina toimii sanomalehtien lisäksi kansallisia uutistoimistoja ja muita medioita ympäri maailmaa (emt., 35). Termi on edelleen käyttökelpoinen, vaikka rajat kansainvälisten ja kansallisten uutistoimistojen välillä ovat muun muassa Kivikurun (2012, 174) mukaan hämärtyneet, ja esimerkiksi Boyd-Barrett ja Rantanen (2010, 237) kritisoivat monien isojen uutistoimistojen, kuten kiinalaisen Xinhuan ja japanilaisen Kyodon sivuuttamista kansainvälisinä toimijoina. Kritiikille on syynsä: eurooppalaisista uutistoimistoista esimerkiksi espanjalaisella EFellä on asiakkaita ja toimipisteitä ympäri maailman (EFE Agency). Sen uutisoinnin näkökulma ja asiakaskunta ovat kuitenkin vahvasti espanjalaisessa ja latinalaisessa kulttuurissa ja maissa, joten tietyllä tavalla se sijoittuu edelleen kansallisen ja globaalien uutistoimiston välimaastoon (EFE Agency, Boyd-Barrett 1980, 14). Toki myös perinteisillä globaaleilla uutistoimistoilla Reutersilla, AFP:llä ja AP:llä uutisoinnin näkökulma painottuu tiettyihin länsimaihin ja maanosiin, ja ne toimivat paitsi kansainvälisinä toimistoina, myös kotimaidensa kansallisina toimistoina. Niiden asiakaskunta ja kirjeenvaihtajaverkosto ovat kuitenkin maailmanlaajuisia, joten luokittelu globaaleiksi uutistoimistoiksi on perusteltua. Myös Boyd-Barrett ja Rantanen (2010, 237) toteavat kritiikistään huolimatta, että nämä kolme suurta uutistoimistoa ovat luultavasti edelleen merkittävimmät oman alansa toimijat maailmassa.

Median kehitys on ollut aina yhteydessä väestönkehitykseen sekä talouden ja kulutuksen kasvuun (Ojala & Uskali 2005, 124). Globaalit uutistoimistot syntyivät maissa, joissa lehdistö oli erityisen kehittynyt (News Agencies – Their Structure and Operations 1953, 35). Paitsi että niiden toiminta oli kansainvälistä, ne hoitivat ja hoitavat enemmän tai vähemmän edelleen myös kansallisen uutistoimiston tehtävää. Ensimmäisillä globaaleilla uutistoimistoilla Havas'illa, Reutersilla, Wolffilla ja AP:llä oli kilpailuasetelma keskenään, vaikka niiden palvelut painottuivat osittain eri maihin ja maanosiin. Erilaisilla keskinäisillä yhteistyö- ja kartellisopimuksilla 1800-luvun lopulla ja 1900-luvun alkupuolella Reuters, Havas ja Wolff vahvistivat asemiaan toisiinsa nähden, ja toisaalta jakoivat uutisten tekemisestä syntyviä kuluja. Tekemällään kartellisopimuksella toimistot jakoivat maailman siten, että kullakin oli ensisijainen oikeus toimia tietyllä alueella. Näin ne hallitsivat pitkään maailman uutisia, kun kansallisten uutistoimistojen ja viestimien oli ostettava palvelut omaa

maataan hallitsevalta kansainväliseltä toimistolta. (Boyd-Barrett & Rantanen 2010, 235–237.) Esimerkiksi Suomi kuului saksalaisen Wolffin etupiiriin (Rantanen 1987, 60). Wolff kuitenkin menetti asemansa globaalina uutistoimistona Saksan hävittyä ensimmäisen maailmansodan, ja kartelli hajosi lopullisesti vuonna 1934 pitkälti yhdysvaltalaisen uutistoimistojen AP:n ja UP:n (myöhemmin UPI:n) vaikutuksesta (Boyd-Barrett & Rantanen 2010, 236).

Kartellisopimusten päätyttyä isojen kansainvälisten uutistoimistojen asiakkaat saattoivat valita aiempaa vapaammin, minkä toimiston materiaalia ostaa. Osaltaan tämä johti siihen, että kansalliset uutistoimistot aloittivat yhteistyön uutisvaihdossa keskenään, ja sopimusten lisääntyessä yhteistyöverkostot tihenevät. Toinen maailmansota horjutti kansallisten uutistoimistojen toimintaa hetkellisesti, mutta sodan päätyttyä ne jatkoivat taas toimintaansa ja vahvistivat yhteistyökuvioitaan. (News Agencies – Their Structure and Operations 1953, 20–21.)

Eurooppalaiset kansalliset uutistoimistot kävivät Boyd-Barrettin ja Rantasen (2000, 87) mukaan läpi isoja muutoksia kommunismin kaaduttua, ja 1990-luvulla uusia toimistoja perustettiin tai muodostettiin uudestaan vilkkaasti. Seuraavan vuosituhaten kynnyksellä toimistot painivat Boyd-Barrettin ja Rantasen (ema., 86) mukaan silti pitkälti samojen ongelmien kanssa kuin aina ennenkin: omistajuuskysymykset, suhde valtioon, suhteet asiakkaisiin, taloudellisen tasapainon saavuttaminen ja investoinnit teknologiaan ovat olleet ajankohtaisia kysymyksiä uutistoimistojen pärjäämiselle läpi niiden historian. Voi hyvin sanoa, että kysymykset ovat toimistoille 2010-luvullakin olennaisia.

3.2. Maakuntalehtien tarpeiden täyttäjistä valtakunnalliseksi instituutioksi

Suomessa sanomalehdistö kehittyi Rantasen (1987, 19) mukaan varsin myöhään: ensimmäinen sanomalehti Tidningar utgifne af et Sällskap i Åbo perustettiin vasta vuonna 1771, jolloin Euroopassa lehdistöstä oli voitu puhua jo noin 150 vuotta. Tommilan ja Salokankaan (1998, 23) mukaan varsinainen suomalainen lehdistö syntyi 1800-luvun alkupuoliskolla, kun aiemmin yhden lehden maassa alkoi ilmestyä useita lehtiä. 1800-luvun edetessä sanomalehtien määrä kasvoi (emt., 30), ja 1800-luvun viimeisinä vuosikymmeninä syntyi poliittinen monilehtijärjestelmä, joka räjähti kasvuun 1905 suurlakon jälkeen (emt., 102).

Rantasen (1987, 20) mukaan lehdistön ”määrällinen kasvu, ilmestymiskertojen tihentyminen, niiden keskinäinen kilpailu, kehittyvä painotekniikka ja viestintä- ja kuljetusyhteyksien parantuminen antavat aiheen puhua nykyaikaisen sanomalehdistön synnystä myös Suomessa”. Näin vasta sanomalehdistön kehitys aiheutti hänen mukaansa tarpeen järjestelmälliselle uutisvälitykselle.

Ratkaisevaa kansallisen uutistoimiston perustamisessa oli Rantasen mukaan kuitenkin paitsi sanomalehdistön kehitys, myös uuden tekniikan eli lennättimen käyttöönotto. (Emt., 20.)

Vaikka sanomalehdistö kehittyi Suomessa kansainvälisesti verrattuna myöhään (emt., 19), ei kansallisen uutistoimiston perustamisessa oltu yhtä paljon jälkijunassa. Kuten monissa muissa Euroopan maissa, myös Suomessa perustettiin kansallinen uutistoimisto 1800-luvun jälkipuoliskolla, vaikkakin parikymmentä vuotta ensimmäisiä kansallisia toimistoja myöhemmin (emt., 55). Ajatus uutistoimistosta oli kuitenkin ollut itse asiassa esillä jo vuonna 1843 Borgå Tidningin esitellessä idean sisältöjä lehdille välittävän toimiston perustamisesta (Tommila 1963, 78–79), kuten Rantanenkin (1987, 20) huomauttaa.

Kasvava sanomalehdistö ja lennättimen käyttöönotto toimivat siis kimmokkeina uutistoimiston synnylle, ja Suomen Sähkösanomatoimistolle SST:lle myönnettiin toimilupa vuonna 1887. Luvan mukaan uutistoiminnan piti vastata maaseudun lehtien tarpeisiin. SST aloitti toimintansa toimittaja Woldemar Westzynthiuksen yksityisomistuksessa. Uutiset koskivat pääasiassa kotimaan asioita. (Rantanen 1987, 20–23.) Yhtiö sai asiakkaita reippaaseen tahtiin, ja muutama kuukausi perustamisen jälkeen sillä oli asiakkainaan maan 52 sanomalehdestä yli 30 (Hakkarainen 1962, ks. Rantanen 1987, 23). Vuonna 1897 se sai kilpailijan Suomalaisesta uutistoimistosta (tai Suomen Uutistoimisto SUT:sta). Kun kenraalikuvernööri Nikolai Bobrikov lopetti SST:n uutistoiminnan, se jatkoi omistajavaihdoksen jälkeen toimintaa SUT:n alla. (Rantanen 1987, 24.)

Vuonna 1913 pantiin käyntiin osakeyhtiömuotoinen Sanomalehtien Tietotoimisto (SLT). Kyseessä oli ensimmäinen suomalaisten sanomalehtien yhteisesti omistama uutistoimisto. SUT:n ja SLT:n kilpailu oli molemmille toimijoille kuitenkin haitallista, ja vuonna 1915 ne yhdistivät voimansa. Näin syntyneen uuden osakeyhtiön nimeksi tuli Suomen Tietotoimisto (STT). STT sai ajan mittaan itselleen useita kilpailijoita, joista osa oli vahvasti poliittisesti väritynyt ja joista moni ei lopulta ollut kovin pitkäikäinen. (Emt., 24–31.)

Kansalaissodan alkamisen jälkeen punaisen STT:n rinnalle perustettiin valkoinen Suomen Virallinen Tietotoimisto. Virallisen toimiston lopetettua toimintansa vuonna 1919 sen tehtävät siirtyivät STT:lle ja tämän varteenotettavalle kilpailijalle Itä-Suomen Uutistoimistolle, joka kuitenkin yllättäen lakkautettiin samana vuonna. Näin STT:lle jäi yksinoikeus valtioneuvoston uutisiin ja ulkomaan uutisiin. (Emt., 28–31.) 1920-luvulla STT vakiinnuttikin asemansa kansallisena uutistoimistona (Kunelius 2003, 68). STT:n etuoikeus saada muita medioita ennen nähtäväkseen hallituksen istunnon asiakirjat päättyi itse asiassa vasta vuoden 2014 alussa.

Yleisradion perustaminen vuonna 1926 muutti Rantasen (1987, 31–32) mukaan suomalaista mediakenttää huomattavasti, eikä STT:n ja Ylen välinen suhde ole koskaan ollut mutkaton. Yleisradiosta tuli STT:n asiakas, ja se aloitti STT:n uutisten lukemisen perustamisvuotenaan. Heti yhteistyön alkuaikoina kiisteltiin Yleisradion maksuista STT:lle sekä uutisvälityksen puolueettomuudesta. Lehdistön taloudelliset vaikeudet 1930-luvulla näkyivät myös STT:ssä, joka yritti saada itselleen lisää valtiontukea. Lehdistön ongelmien seurauksena Ylestä tuli entistä tärkeämpi tulonlähde STT:lle. (Emt., 31–32, 34–36.)

Kiistoista huolimatta Yleisradio pysyi STT:n asiakkaana lukuun ottamatta sopimuksen hetkellistä irtisanomista vuonna 1946. Vuosikymmenten mittaan Yleisradion osuus STT:n tuloista jopa kasvoi, mikä osaltaan lisäsi närää yhtiöiden väleissä. STT:n osakekantaa laajennettiin poliittisten selkkausten seurauksena 1940-luvulla, mutta toimiston toimintaan tämä ei varsinaisesti vaikuttanut. Myös Ylestä tuli STT:n osakas ja Ylen edustaja pääsi STT:n johtokuntaan. (Emt., 31–38.)

Toisen maailmansodan päätyttyä Suomen sanomalehdistössä koettiin suuria muutoksia. Kokonaislevikkien noustessa lehtien lukumäärä kutistui, ja etenkin puoluelehtiä kuoli. Vaikka suomalainen mediakenttä muuttui, pysyi kansallisen uutistoimiston toiminta melko samanlaisena läpi 50-luvun. Tämä johtui toisaalta STT:n johdosta ja toisaalta asiakaskunnasta, joka suhtautui uudistuksiin haluttomasti. (Emt., 42.) Sanomalehdistö kehittyi vuosisadan edetessä hyvinvointiyhteiskunnan tahdissa, ja lehdet saivat itselleen uusia lukijoita (Hujanen 2007, 25). Uusia STT:n osakeanteja tehtiin edelleen vuosikymmenien saatossa, ja myös maakuntalehtien edustajia tuli johtokuntaan mukaan (Rantanen 1987, 47).

STT menetti monopoliasemansa uutisvälittäjänä vuonna 1965, kun Yleisradio aloitti omien uutisten lähettämisen, joskin se edelleen jatkoi myös STT:n uutisten lukemista (emt., 45). Ylen oman uutistoiminnan aloittaminen muutti Rantasen (emt., 45) mukaan sähkö- ja painoviestinnän suhteita, sillä Yleä lukuun ottamatta STT:n omistajat olivat lehtiä. Kysymys Yleisradion uutistoiminnan aloittamisesta oli STT:lle taloudellisesti merkittävä, ja itse asiassa Yle oli pyrkinyt saamaan uutisvälityksen kokonaan haltuunsa. Tämä olisi vaikuttanut myös toimiston asiakaslehtien talouteen, sillä Ylen menetys asiakaskunnasta olisi kutistanut STT:n keräämiä maksuja huomattavasti. (C F. Sandelinin haastattelu 1987, Kouvolan Sanomat 26.11.1965, ks. Rantanen 1987, 44–45.) Tilanne tuli lopulta vastaan vuonna 2006, kun Yle lopetti STT:n asiakkuuden.

Nykypäivän kannalta kiinnostava juonne STT:n historiassa on myös 1970-luvulla käyty keskustelu STT:n muuttamisesta säätiöksi tai muuksi yleishyödylliseksi yhteisöksi. Syynä keskusteluun oli

Ylen kanssa lisääntynyt yhteistyö. Hallintoneuvosto halusi kuitenkin säilyttää STT:n tiedotusvälineiden hallinnassa. (STT:n johtokunnan pöytäkirjat 18.8.1971, 8.11.1971 ja 17.11.1971, STT:n hallintoneuvoston pöytäkirjat 20.12.1971 ja 12.4.1971. STT, ks. Rantanen 1987, 45–46.) Rantasen (1987, 47) mukaan STT:n perusasetelma siis säilyi, ja isoimmat omistajat olivat edelleen suuria lehtiä, vaikka merkittävimmät käyttäjät löytyivät keskisuurista ja pienistä lehdistä.

STT:n säätioittamisesta käydyin keskustelun aikoihin sanomalehdetittelivät keskenään siitä, kuka nousee maakunnan ykköslehdiksi. Kilpailun seurauksena maakuntalehtien asema vahvistui ja niiden levikit kasvoivat. Kovan taiston jälkeen useilla paikkakunnilla ilmestyi enää yksi keskeinen sanomalehti. (Hujanen 2007, 25.) Lehtien lukumäärän väheneminen näkyi luonnollisesti myös STT:ssä, jonka asiakasmäärät laskivat (Rantanen 1987, 42).

Tekninen kehitys oli 1970-luvulla nopeaa, ja 1980-luvulla STT:n ja Ylen rinnalle syntyi uusia sähköisiä uutistoimijoita (emt., 46–48). Vuonna 1981 STT sai uuden asiakkaan Mainos-Televisiosta tämän aloitettua omat uutisensa. Lisää asiakkaita tuli vuosikymmenen puolivälissä, kun ensimmäiset yksityiset paikallisradiot aloittivat uutislähetysten välittämisen. (STT:n ja Lehtikuvan historiaa.) Isojen sähköisten uutistoimijoiden myötä STT:n tuottamat radio- ja tv-uutiset kadottivat Kivikurun (2012, 178) mukaan kuitenkin merkitystään, vaikka monet paikallisradiot käyttävät yhä STT:n uutismateriaalia lähetyksissään.

80-luvun puolivälin jälkeen sanomalehtikustantamot alkoivat muuttaa toimintaperiaatteitaan siirtymällä yhden lehden kustantamisesta ja painamisesta monikanavaisuuteen ja tullen siten mukaan myös sähköiseen viestintään. 90-luvun mittaan sanomalehtikentän muutokset jatkuivat lehtien ryhmittymässä omistusrakenteiden seurauksena viestintäkonserneihin. Esimerkiksi kustannusyhtiö Aamulehti Oy:n ja MTV:n yhdistyminen Alma Mediaksi vuonna 1997 synnytti Suomen toiseksi suurimman mediakonsernin, jossa toimivat niin sanomalehti, televisio kuin valtakunnallinen radiokanavakin. (Jyrkiäinen 2012, 89–90.) Konsernien myötä lehtien yhteistyö sekä toimituksellisella puolella että markkinoinnissa kasvoi, mutta myös toisistaan omistuksellisesti erillään olevat lehdet ja lehtiyritykset lisäsivät yhteistyötä keskenään (Sauri 2005, 184).

Sähköinen uutistoiminta lisääntyi 90-luvulla, ja myös STT otti 90-luvulla uuden tekniikan myötä uusia palveluja tarjontaansa. Vuonna 1991 yhtiö alkoi välittää tiedotteita uutislinjalle, ja vuonna 1995 se alkoi lähettää tekstiviestiuutisia kännyköihin. (STT:n ja Lehtikuvan historiaa.)

Vuosikymmenen alussa sanomalehdet perustivat verkkoversioita varsin nopeaan tahtiin, ja vuonna 2004 lähes kaikilla päivälehdillä oli oma internetversionsa (Sauri 2005, 182).

Uutistoiminta muuttui muutenkin merkittävästi 1990-luvulla uutiskilpailun kiristyessä. Sitä mukaa kun mediaa koskevaa sääntelyä purettiin 1990-luvulla, joutuivat kansallisessa erityisasemassa olleet uutisvälittäjät Yle etunenässä kilpailuasetelmaan uusien toimijoiden kanssa (Nieminen & Pantti 2008, 50–51). Vuonna 1996 Yle ja Maikkari saivat televisioon uuden kilpailijan Nelosesta, jonka uutiset olivat totuttua kepeämpiä. Yle ja MTV3 alkoivat lähettää aiempaa useammin omia uutislähetystään, ja samoin toimivat monet radiokanavat. Kuten Kivikuru asian tiivistää, maahan muodostui uusi uutislähetysformaatti ja aiempaa enemmän uutisten toistoa, mikä vaati nopeaa uutishankintaa. (Kivikuru 2012, 180.)

Muutokset sähköisessä uutiskilpailussa ovat jatkuneet 2000-luvulla. Nelosen uutiset muuttuivat parin minuutin lyhyeksi uutiskatsaukseksi vuonna 2014 heikkojen katsojalukujen takia. STT:n kannalta kilpailutilannetta muutti huomattavasti erityisesti Ylen lähtö STT:stä vuoden 2006 lopussa, kun Yle perusti oman uutistoimistonsa. STT:lle kyse oli isosta tulonmenetyksestä, jonka seurauksena henkilökuntaa vähennettiin. Tilanne oli muutenkin uusi STT:lle, joka sai ensimmäisen merkittävän uutiskilpailijan oman asiakaskuntansa ulkopuolelta (Rautavuori 2007, 60).

1970-luvun säätiöittämisseskustelun jälkeen säilytetty STT:n perusasetelma, jossa suurimmat omistajat ovat suuria lehtiä ja suurimmat käyttäjät pieniä lehtiä, on pysynyt samankaltaisena tähän päivään asti. Omistusmuoto on muuallakin maailmassa hyvin yleinen eikä ristiriidaton. Esimerkiksi Sanoman ja Alma Median isoimmat lehdet Helsingin Sanomat ja Aamulehti eivät ole läheskään yhtä riippuvaisia STT:n uutistuotannosta kuin pienemmät maakuntalehdet. Toisaalta isoihin konserneihin kuuluu myös pieniä maakuntalehtiä, jotka lukeutuvat ainakin toistaiseksi STT:n uutisten ahkeriin käyttäjiin. Lisääntyvän lehtien välisen juttuvaihdon myötä tilanne voi kuitenkin muuttua.

4. MEDIA MURROKSESSA

Uusien kilpailijoiden synty ja sähköisen viestinnän osuuden kasvu mediamarkkinoilla ovat olleet omiaan lietsomaan puhetta alan kriisistä tai murroksesta. Puhe journalismin kriisistä kiteytyy Väliwerrosen (2009, 26) mukaan useimmiten sanomalehdistöön, jonka hän tosin huomauttaa olleen “kriisissä” vähintään lennättimen käyttöönotosta alkaen. Uudet sähköiset mediat ovat kukin vuorollaan haastaneet sanomalehden, kun ensin radio jätti lehdet nopeudessa jälkeensä, minkä jälkeen televisio vei niiltä kiinnostavuutta uutisagendan luojina. 2000-luvulla perinteisemmän uutismedian on haastanut netti. (Emt., 26.)

Vaikka lehdistön kriisistä on siis puhuttu lähes yhtä kauan kuin sähköistä uutisvälitystä on harjoitettu, on kuluneen ilmauksen takana kyse todellisista ilmiöistä. Sanomalehdet elivät taloudellisen menestyksensä kukoistuskautta 1900-luvun jälkipuoliskolla mainostulojen kasvaessa, mutta vuosisadan lopulla ja uuden alussa tilanne muuttui radikaalisti (Picard 2006). Tässä valossa murros onkin Picardin (ema.) mukaan näyttäytynyt 2000-luvulla erityisen huomattavana.

Myös Suomessa laajaan tilauspohjaan tottuneissa maakuntalehdissä on jouduttu toteamaan, että lehden tilaaminen kotiin kannettuna ei ole enää itsestään selvää. Mainos- ja tilaustulojen laskiessa lehdet ovat kiristäneet vyötään, mikä on käytännössä tarkoittanut muun muassa työntekijöiden irtisanomisia, aiempaa halvempien sisällöntuotantotapojen etsintää ja jopa lehtien ilmestymiskertojen vähentämistä, kuten esimerkiksi Alma Mediaan kuuluvassa Pohjolan Sanomissa vuoden 2014 alussa. Asiakkaidensa menestyksestä riippuvaiselle STT:lle tilanne näyttää todellisena murroksena, sillä säästöt osuvat lopulta tavalla tai toisella myös siihen. STT:n tyylikirjan (STT:n tyylikirja: Tämä on STT-Lehtikuva) mukaan uutistoimiston tehtävänä kun on edistää omistajiensa ja asiakkaidensa liiketoimintaa, ja toimiston on oltava taloudellisesti kannattava.

Seuraavassa alaluvussa käyn tarkemmin läpi sitä, mistä yleensä puhutaan, kun viitataan epämääräiseltä kuulostavaan median murrokseen. Toisessa alaluvussa käsittelen murrosta tarkemmin suomalaisessa lehdistössä. Näissä luvuissa käsittelen median murrosta yleisesti, ja luvussa 5 tarkastelen tilannetta uutistoimistojen näkökulmasta.

4.1. Mikä median murros?

Väliverronen (2009, 14–15) jakaa journalismin ympärillä käytävän kriisikeskustelun neljään osaan: taloudelliseen kriisiin, uskottavuuskriisiin, teknologisen kehityksen mukanaan tuomiin haasteisiin ja journalismin ja demokratian suhteeseen. Osa-alueita ei voi irrottaa toisistaan täysin, jos lainkaan. Esimerkiksi taloudellinen kriisi liittyy olennaisesti tekniseen kehitykseen ja kysymykseen journalismin laadusta, joka puolestaan liittyy kysymykseen journalismin ja demokratian suhteesta.

Yksi taloudellisen kriisin tai murroksen syistä on kilpailun kiristyminen media-alalla. Journalismi on muuttunut entistä selvemmin liiketoiminnaksi, ja isoille mediataloille journalismi on voittojen maksimointia siinä missä mikä tahansa tuotanto. Syitä etenkin sanomalehtien taloudellisen kriisin takana ovat mainostulojen jakautuminen entistä useampien ja osin täysin uusien medioiden kesken sekä yleisön siirtyminen verkkoon, missä toimimisesta lehdet eivät ole onnistuneet tekemään vielä tarpeeksi tuottoisaa. (Emt., 16.)

Kaupallisille toimijoille harmia on aiheuttanut esimerkiksi yleisradioyhtiöiden kasvava tarjonta netissä. Suomessa Yle ja STT yhdessä muiden kaupallisten uutistalojen kanssa ajautuivat vuonna 2009 kiistaan uutisten vapaasta levittämisestä. Kaupalliset toimijat olivat näreissään Ylelle siitä, että Ylen ilmaistarjonta vie niiden markkinoita. (Emt., 21.) STT teki EU:n komissioon kantelun, joka koski muun muassa Ylen uutisten ilmaista jakelua kauppakeskuksissa. STT kuitenkin perui kantelunsa, koska liikenne- ja viestintäministeriön kanta oli Ylen puolella. (Hilden 2010.) Tapaus on hyvä esimerkki siitä ahdingosta, missä taloudelliset mediatoimijat ovat tai ainakin kokevat olevansa. Väittely yleisradion tehtävästä ja merkityksestä jatkuu Suomessa ja maailmalla, ja Yleä on huudeltu myös palaamaan STT:n asiakkaaksi ja siten jakamaan uutistoimiston lehdille aiheuttamia kuluja (Osa Yle-verosta pitäisi suunnata Suomen Tietotoimistolle 2013).

Toimittajat itse liittävät journalismin taloudellisen kriisin osin kysymykseen journalismin uskottavuudesta ja luotettavuudesta (Väliverronen 2009, 17). Myös netin on nähty koettelevan journalismin uskottavuutta, ja yleisön luottamus verkkouutisten tarjoajiin on ainakin aiemmin todettu vähäisemmäksi kuin luotto perinteisiin uutismedioihin. Verkon on lisäksi pelätty johtavan tarkoitushakuiseen uutistuotantoon, kun kävijöiden käyttäytymistä seuraamalla voidaan selvittää, mitkä uutiset kiinnostavat eniten ja minne kannattaa sijoittaa mainoksia. Esimerkiksi viihteen ja skandaalihakuisuuden on uskottu lisääntyvän osin netin myötä. (Emt., 22, 24.)

Kun puhutaan journalismin kriisistä, puhutaankin Väliverroksen (emt., 23) mukaan useimmiten internetistä ja sen kielteisistä vaikutuksista journalismille. Internet on haastanut perinteiset uutismediat niin taloudellisesti, sisällöllisesti kuin yleisösuhteen puolesta. Halvalla ja nopeasti sisällöt laajalle levittävän netin myötä taloudelliset paineet ovat mediataloissa kasvaneet. Aiempaa pienemmän porukan odotetaan tekevän sisältöä entistä enemmän ja useampiin välineisiin. (Emt., 13.) Netin ilmainen sisältötarjonta murentaa journalismin rahoitusta, verkossa kilpailu sisällöistä on kiristynyt ja vuorovaikutteisena medianan netti mahdollistaa myös alhaalta ylöspäin suuntautuvan kansalaisjournalismin. Netissä monet lehdet tarjoavat journalistisia sisältöjään yleisöille edelleen ilmaiseksi, mikä osaltaan vähentää lehtitilauksia ja -ostoja. Uutiskilpailun ja yleisösuhteen ylläpitämisen vuoksi verkossa toimiminen on lehdille kuitenkin yksi elinehdoista. (Emt., 21.)

Internetin takia toimituksissa pyritään tuottamaan sisältöä jatkuvalla ja nopealla syötöllä, mikä on yksi osa nykyistä murroskeskustelua. Käytäntö voi edesauttaa erilaisten intressiryhmien ja muiden tahojen ääneen pääsyä, ja erilaiset pr- ja muut viestintäorganisaatiot ovat alkaneet tuottaa ja jakaa uutisilta näyttävää materiaalia, jota myös toimitukset käyttävät osana uutistyyötä (emt., 14).

Viestintätoimistojen vaikutuksesta suomalaiseseen uutistarjontaan on Kivikurun (2012, 182) mukaan puhuttu melko vähän, mutta Britanniassa keskustelu on ollut kiivasta. Tutkimusten perusteella jopa yli puolet uutislistasta on viestintäorganisaatioilta peräisin (ema., 182). Myös median entiset kuluttajat ovat alkaneet tuottaa sisältöjä, ja etenkin katastrofeissa tarve jatkuvalla uutisseurannalle on kasvattanut perinteisistä tiedotusvälineistä riippumattomien lähteiden merkitystä (Väliverronen 2009, 14). Perinteiset tiedotusvälineet uutistoimistot mukaan luettuina häviävät nopeuskilpailun helposti tällaisissa tilanteissa, mikä toki osin johtuu siitä, että vakiintuneiden uutisvälineiden on tarkistettava netissä leviävät tiedot oikeiksi.

Yhdeksi osaksi journalismin tai median murrosta voikin nähdä muutoksen uutisen käsitteessä. Käsitystä uutisesta muuttaa Rantasen (2009, 128) mukaan muun muassa mielipiteiden ja uutisten sekoittuminen vaikkapa blogeissa. Myös uutistoimistot tuottavat perinteisten uutisten lisäksi viihteellistä ja featuremaista aineistoa, ja STT on tarkoituksella pyristellyt eroon virallisen uutistoimiston roolistaan. Uutistoimiston johto esimerkiksi julkisti vuonna 2007 Lulu-hankkeen, jonka tarkoituksena on ollut tehdä toimiston jutuista lukijalähtöisiä ja luovia (Rautavuori 2007, 91). Hankkeen tavoitteena on Rautavuoren (emt., 91) mukaan ollut saada STT:n jutuista sellaisia, että ne herättävät lukijassa tunteita.

Toinen syy uutisen käsitteen muutokseen on Rantasen (2009, 125–127) mukaan se, että netin myötä uutisia on tarjolla jatkuvasti, eikä ihmisten tarvitse enää odottaa tiettyyn kellonaikaan tulevia

uutislähetyskiä tai aamulla ilmestyvää lehteä. Ihmiset myös hankkivat uutisensa useista eri lähteistä sen sijaan, että luottaisivat yhteen lähteeseen (emt., 114). Esimerkiksi Yhdysvalloissa nuorison lisäksi vanhemmat ikäpolvet ovat alkaneet seurata uutisia netissä, ja juuri netin ansiosta ulkomaisten uutislähteiden seuraaminen on lisääntynyt (News Audiences Increasingly Politicized 2004, 17, 24–25).

4.2. Murros Suomen maakuntalehdistössä

Muutokset Suomen sanomalehdistössä ja mediamaisemassa ovat Väliiverrosen (2009, 16) mukaan olleet hitaampia kuin esimerkiksi Yhdysvalloissa, ja monet sanomalehdet ovat vielä 2000-luvulla saavuttaneet hyviä taloudellisia tuloksia.

Vaikka suomalainen sanomalehdistö syntyi alun perin elitistisen ajattelun perustalle ja rakentui myöhemmin voimakkaasti puoluekentän varassa, muodostui maahan vuosikymmenien saatossa vahva sanomalehtikulttuuri (Hujanen 2007, 12 – 13, Jyrkiäinen 2012, 67). Suomalaisen sanomalehdistön erikoispiirteitä ovat olleet tilaajapohjaisuus ja varhaisjakelu (Jyrkiäinen 2012, 76). Maakuntalehden asema olikin pitkään alueellaan tietyllä tavalla turvattu, sillä paikkakunnalla ilmestyi harvoin useampi kuin yksi sanomalehti, jolloin mainostajista ei tarvinnut kilpailla (Nordenstreng & Wiio 2012, 22). Suomessa, kuten Pohjoismaissa yleisesti, lehdistön ja julkisen yleisradion merkitys on aina korostunut mediamarkkinoilla (Ojala & Uskali 2005, 133). Joukkoviestinnän moniarvoisuutta on tuettu esimerkiksi lehdistötuella, joka otettiin käyttöön 1970-luvulla. Seuraavan vuosituhaten alussa järjestelmään tarkoitettuja määrärahoja kuitenkin leikattiin huomattavasti, kunnes järjestelmä lakkautettiin Suomessa kokonaan. (Nieminen & Nordenstreng 2012, 324.)

Sanomalehdistön kokonaislevikki jatkoi Suomessa kasvuaan aina 1980-luvun loppuun asti (Jyrkiäinen 2012, 67), mutta 1990-luvun alussa levikit romahtivat, mitä on usein selitetty lamalla (Picard & Sauri 2012, 47). Alun jyrkän laskun jälkeen tilausmäärät ovat laskeneet melkein vuosittain, joten pelkällä lamalla levikkien laskua ei voi Hujasen (2007, 11) mielestä selittää. Sanomalehdeettömien kotitalouksien määrä on 90-luvulta alkaen kasvanut selvästi, joten suomalaisten suhteessa sanomalehtiin on hänen (emt., 12) mukaansa tapahtunut jonkinlainen muutos. Levikkien huippu saavutettiin myös muissa Pohjoismaissa 1989–1990, minkä jälkeen levikki henkeä kohti on laskenut (Jyrkiäinen 2012, 76). Suomessa sanomalehtien kokonaislevikit ovat jatkaneet laskua läpi 2000-luvun. Vuonna 2004 sanomalehtien kokonaislevikki oli vielä päälle

kolme miljoonaa kappaletta, kun se vuonna 2013 oli selvästi alle kaksi ja puoli miljoonaa (Sanomalehtien levikki 2004–2013).

Sanomalehdet ovat yrittäneet säilyttää markkina-asemansa vahvistamalla lehtiketjuja, joilla tarkoitetaan vähintään kahta sanomalehteä julkaisevaa yhtiötä. Lehtiketjujen laajentuessa niihin kuulumattomien lehtien määrä on kutistunut, ja ketjujen ulkopuolella olevat lehdet ovat kilpailutilanteesta huolimatta usein yhteistyösuhteessa jonkin ketjun lehtien kanssa. (Jyrkiäinen 2012, 91.) Ketjuuntuminen ja lisääntynyt yhteistyö ovat johtamassa, elleivät jo johtaneet, niin sanottujen uutistavaratalojen syntyyn (Kivikuru 2012, 179). Suomen suurimmat lehtiketjut ovat Sanoma News ja Alma Media, jotka ovat myös STT:n isoimmat omistajat.

Osaltaan sanomalehtikentän muutoksiin ovat vaikuttaneet sähköiset viestintävälineet. Kuten Nordenstreng ja Wiio (2012, 10–11) esittävät, joukkoviestintävälineiden käyttötavat ovat muuttuneet viimeisen vuosikymmenen aikana huomattavasti: nuorissa ikäluokissa pelkän painoviestinnän käyttö ja sanomalehden tilaaminen on vähentynyt, ja nettiä käytetään aiempaa useammin painoviestinnän korvaajana. Silti kyse ei välttämättä ole pelkästään siitä, että yleisöt olisivat siirtymässä perinteisemmistä medioista muihin uutispalveluihin, vaan ihmiset näyttävät vähentäneen uutisten kulutusta kokonaisuudessaan (Jyrkiäinen 2012, 96, Picard 2010, 14–15). Myös vuoden 2008 finanssikriisistä seurannut talouden taantuma on Jyrkiäisen (2012, 67, 72) mukaan vaikuttanut sanomalehtien talouteen, kun mainonta ja ilmoittelu ovat vähentyneet huomattavasti.

Vaikka lehtien levikit ovat 2000-luvulla jatkaneet laskuaan, voi Suomea vielä toistaiseksi pitää vahvana sanomalehtimaana (Picard & Sauri 2012, 48). Vuonna 2012 kustannustoiminnan osuus Suomen joukkoviestintämarkkinoista oli Tilastokeskuksen tilastojen (Suomen virallinen tilasto: Joukkoviestintä 2012) mukaan päälle 60 prosenttia. Tästä yli 20 prosenttia muodostui 4–7-päiväisistä sanomalehdistä. Kun sanomalehtien lukemista vertaa kansainvälisesti, sijoittuu Suomi yhä korkealle (Nordenstreng ja Wiio 2012, 22), vaikka lukutavat saattavat olla jotain aivan muuta kuin syventynyttä paneutumista tekstiin (Hujanen 2007, 47–48).

Viimeistään 2000-luvulla mediayhtiöiden uutistarjonta laajentui verkkoon (Kivikuru 2012, 180), ja joukkoviestintämarkkinoiden kasvu on vuosituhannen vaihteen jälkeen ollut pitkälti sähköisen viestinnän varassa (Suomen virallinen tilasto: Joukkoviestintä 2012). Samaan aikaan kun tv:n, radion ja verkon yhteistuotto on enemmän kuin kaksinkertaistunut, on kustannustoiminnan osuus markkinoista selvästi laskenut. Vuonna 2012 sähköisestä viestinnästä selkeimmin kasvoi

nettimainonta. Samana vuonna kustannustoiminnassa kasvu oli plussan puolella vain 1–3 kertaa viikossa ilmestyvillä sanomalehdillä. (Suomen virallinen tilasto: Joukkoviestintä 2012.)

Tulevaisuuden haasteet liittyvät Nordenstrengin ja Wiion (2012, 31) mukaan mediateollisuuden ansaintalogiikkaan sekä ihmisten mediankäyttötapoihin, joita ei mielestäni voi erottaa toisistaan. Vuonna 2012 sanomalehdillä oli verkkosivustojen ansiosta enemmän lukijoita kuin ikinä ennen (Jyrkiäinen 2012, 68). Sanomalehdistön kehitystä onkin Jyrkiäisen (ema., 96) mukaan arvioitava internetkeskeisesti, jolloin sanomalehti on nähtävä paketiksi, johon kuuluvat painetun lehden lisäksi digilehti ja muut verkkopalvelut. Teknologisen kehityksen myötä uutisointi on muuttunut koko ajan päivittyväksi ja missä vain seurattavaksi, ja erilaisten sähköisten lukulaitteiden yleistyminen on Jyrkiäisen mukaan ratkaisemassa digitaalisten lehtien ansaintaongelmia. (Ema., 96–97.)

Sanomalehtien liiton oman selvityksen mukaan lehtien lukeminen älypuhelimilla ja tableteilla oli lisääntynyt kevääseen 2014 mennessä vuoden takaisesta selvästi (Älypuhelimet ja tabletit lisänneet sanomalehtien digitaalista lukemista 2014).

Muiden medioiden kohtaamat haasteet heijastuvat aina myös uutistoimistoon, jonka tehtävä on palvella asiakkaitaan ja joka muun muassa STT:n tapauksessa on näiden asiakkaiden omistama. Yhteiskunnan muutokset ja median murros näkyvät mediayhtiöiden taloudessa, mikä vaikuttaa suoraan uutistoimiston talouteen. Loppujen lopuksi median yhteisesti omistama STT on riippuvainen omistaja-asiakkaiden sitoutumisesta ja halusta maksaa jaetusta sisällöstä. Jos asiakkaat muuttavat omia palveluitaan ja toimintatapojaan, on uutistoimiston pysyttävä perässä. Tilanne voi olla uutistoimiston kannalta myös päinvastainen. Vaikka uutistoimistolla olisi edellytykset kehittää toimintaansa ja palveluitaan muutoksen edelläkävijöiden joukossa, asiakkaiden hitaat liikkeet eivät välttämättä mahdollista tätä.

5. UUTISTOIMISTOT 2000-LUVULLA

Uutisvälityksessä ovat Kivikurun (2012, 173) mukaan korostuneet 2000-luvulle saakka toiminnan vakiintuneisuus, muutosten hitaus ja kytkös teknologiseen kehitykseen. Tilanne on hänen mukaansa kuitenkin muuttunut kilpailun kiristyessä ja verkon tuomien muutosten myötä, vaikka mullistukset eivät olekaan olleet uutistoimistoille yhtä rajuja kuin muille medioille – uutistoimistot kun ovat tottuneet nopeuden vaatimukseen toiminnassaan ja ne ovat toimineet myös verkossa pitkään. (Ema., 173.)

Seuraavissa luvuissa käyn läpi tarkemmin niitä kysymyksiä, jotka ovat uutistoimistoille erityisen ajankohtaisia 2000-luvulla. Peilaan teemoja STT:hen läpi lukujen, minkä jälkeen teen vielä katsauksen suomalaiseen uutisvälitykseen ja erityisesti STT:hen tällä vuosikymmenellä. Lopuksi hahmottelen käyttämieni lähteiden valossa oman arvioni STT:n nykytilasta ja täsmennän luvussa 1.1. esittelemäni tutkimustehtävän tutkimuskysymyksiksi.

5.1. Toimistot kriisissä

Boyd-Barrettin ja Rantasen (2010, 241) mukaan monien kansallisten uutistoimistojen tilanne vaikutti 2000-luvun alussa vaikealta. Vuosituhannen alussa kirjoittamassaan artikkelissa he nostivat esiin uutistoimistojen selviämiseen liittyviä kysymyksiä, jotka koskivat niin omistajuutta kuin esimerkiksi suhdetta asiakkaisiin ja toimistojen mahdollisuuksiin kehittää toimintaansa. Keskeinen kysymys kirjoittajien mukaan oli se, soveltuivatko kansalliset toimistot rakenteeltaan ylipäänsä kaupallisille ja vahvasti kansainvälisille mediamarkkinoille. (Boyd-Barrett & Rantanen 2000, 86–87.)

Media-alan muutokset ovat Boyd-Barrettin ja Rantasen 2000-luvun alussa kirjoittaman artikkelin jälkeen jatkuneet. Uuden vuosikymmenen edessä näytti heidän (2010, 241) mukaansa kuitenkin siltä, että monet kansalliset toimistot olivat selviämässä kriisistä, ja jotkin toimistoista jopa kukoistivat. Yksi syy tähän oli kirjoittajien mielestä se, että nämä toimistot olivat alkaneet toimia aiempaa enemmän kaupallisten markkinoiden ehdoilla. Ne siis vastasivat mediamarkkinoiden kaupallistumisen ja kansainvälistymisen synnyttämiin haasteisiin. Esimerkiksi Uudessa-Seelannissa uutistoimisto NZPA siirtyi median yhteisesti omistamasta mallista perinteiseen bisnesmalliin vuonna 2006. (Ema., 244.)

Koska kansalliset uutistoimistot ovat rakenteeltaan ja toimintamalleiltaan keskenään hyvinkin erilaisia, on niistä hankala puhua yhtenä kokonaisuutena. Boyd-Barrett ja Rantanen (2010, 243) nostavat kuitenkin esiin pulmia, jotka voidaan yleistää koskemaan uutistoimistoja laajalti. Ensimmäinen pulma koskee kysymystä uutisten tarjonnan ja sisältöjen monipuolisuudesta: onko erilaisia uutislähteitä riittävästi ja välittävätkö kansainväliset ja kansalliset toimistot maantieteellisesti, etnisesti ja poliittisesti kattavaa kuvaa yleisölle. Toinen kysymys koskee tulojen jakautumista: miten uutistoimistot selviävät taloudellisesti niin, että ne pystyvät huolehtimaan ydintoiminnastaan eli uutisten tuottamisesta. Kolmas pulma liittyy toimistojen omistajuuteen: miten hyvin yhteisomistajuus tai valtion omistajuus sopii nyky maailmaan. Neljännen haasteen ovat synnyttäneet teknologinen kehitys ja erityisesti internet: miten uudet teknologiat vaikuttavat uutisten keräämiseen, palveluiden välittämiseen, tulorakenteeseen ja kilpailuun markkinoilla. (Ema., 243.) Näistä erityisesti kolme jälkimmäistä kysymystä ovat olennaisia oman työni näkökulmasta, mutta myös ensimmäinen kysymys on kiinnostava, jos sen näkee liittyvän omistajuuden ja laajan asiakaspohjan asettamiin vaatimuksiin ja toimistojen pyrkimykseen täyttää erilaisten asiakkaiden osin ristiriitaiset tarpeet.

Kysymykset kansallisten uutistoimistojen toimintamalleista ja -mahdollisuuksista ovat siis edelleen ajankohtaisia, ja ainakin osa niistä koskee joko suoraan tai välillisesti myös STT:tä. Ihmisten mediankäyttötavat ovat muuttuneet, ja muutoksiin on ollut pakko reagoida. Lehdet ovat alkaneet, joskin osin hitaasti, kehittää digitaalisia palveluitaan, verkkouutisia on siirretty maksumuurien taakse ja keskustelu verkkomainonnan kannattavuudesta (Virranta 2013b) käy kuumana. Lehdistötuen lakkauttaminen ja lehtien arvonnalisäveron nostaminen ovat lisänneet taloudellisia ongelmia mediataloissa. Suomen mediakentässä vuotta 2013 värittivät mediatalojen yt-neuvottelut, jotka johtivat irtisanomisiin ja joita käytiin muun muassa Sanomalla, MTV:llä, Almallä – ja STT-Lehtikuvassa. Kuten sanomalehti Ilkan pääkirjoituksessa (Osa Yle-verosta pitäisi suunnata Suomen Tietotoimistolle) vuoden 2013 lopulla huomautettiin, kantaa STT seurauksia sanomalehdistön tilasta.

Uutistoimistot ovat Boyd-Barrettin ja Rantasen (2010, 237–238) mukaan jatkuvasti joutuneet kehittämään toimintamallejaan yhteiskunnan ja markkinoiden muuttuessa sekä uusien teknologioiden ja kilpailun myötä. 1990-luvun jälkeen paineita muutoksille ovat heidän mukaansa luoneet muun muassa yritysfuusiot ja -kaupat niin toimistojen itsensä osalta kuin niiden asiakkaiden keskuudessa, tukkukauppiaan ja jakelijoiden rajojen hämärtyminen, kansallisten ja globaalien uutistoimistojen rajojen sumentuminen, uusien alueellisten toimistojen synty, uudet verkkopalvelut

ja blogit, perinteisten tulolähteiden merkityksen pieneneminen sekä lisääntynyt kilpailu uusista ansaintakeinoista. (Boyd-Barrett & Rantanen 2010, 237–238.) Lisäksi rajat uutisten ja viihteen sekä mielipiteiden ja faktan välillä hämärtyvät, mikä on muuttanut käsitystä uutisesta (Rantanen 2009, 129).

Kaikki edellä luetellut asiat lukeutuvat mielestäni joko kysymykseen uutistoimistojen palvelukirjon laajenemisesta, omistajuuden aiheuttamista ristiriidoista, tukkukauppiaan ja jakelijan roolien hämärtymisestä tai teknologisen kehityksen mukanaan tuomista muutoksista. Nämä teemat myös toistuvat uutistoimistoista kirjoitetuissa tutkimuksissa ja teksteissä. Pureudunkin teemoihin seuraavissa alaluvuissa tarkemmin. Teknologisesta kehityksestä seuranneita muutoksia käsitellen palveluiden laajentumisen yhteydessä, koska kysymykset lomittuvat erottamattomasti toisiinsa. Myös muita teemoja on mahdotonta käsitellä toisistaan täysin erillään, ja jako onkin melko karkea.

5.1.1. Ristiriidat omistuksessa

Vaikka uutistoimistoilla on tiedotusvälineiden lisäksi ollut alusta asti asiakkainaan usein myös muita yrityksiä ja tahoja, on uutistoimistojen talous vahvasti sidoksissa asiakasmedioidensa talouteen. Useissa maissa toimii vain yksi iso valtakunnallinen uutistoimisto, jolloin käytännössä kaikki viestimet ovat toimiston asiakkaita. Onkin tavallista, että erityisesti pienissä maissa kahden tai useamman uutistoimiston kilpailu on lyhytaikaista. Asiakaspuhjan laajuus asettaa toimistolle kuitenkin erilaisia ja mahdollisesti ristiriitaisia vaatimuksia, minkä lisäksi isot viestimet pystyvät usein kilpailemaan kansallisen toimiston kanssa. (Rantanen 1987, 17–18.)

Uutistoimistot on perinteisesti luokiteltu omistajuuden mukaan yksityisesti omistetuiksi, yhteisesti omistetuiksi tai valtion omistamiksi (Boyd-Barrett & Rantanen 2000, 89). Tässä keskityn erityisesti yhteisesti omistettuihin toimistoihin, joihin myös STT lukeutuu. Tällaisessa organisaatiomuodossa osakkaat ovat siis paitsi omistajia, myös asiakkaita, ja Kivikurun (2012, 177) mukaan organisaatiomuoto on hyvin tyypillinen kansallisille toimistoille.

Yhteisesti omistetut toimistot ovat erittäin riippuvaisia mediamarkkinoista, joilla omistaja-asiakkaat toimivat. Voimakkaimmin omistaja-asiakkaista ovat Boyd-Barrettin ja Rantasen (2000, 90–91) mukaan riippuvaisia pohjoismaiset toimistot. STT:nkin menestys riippuu sekä sen osakkaitten että asiakkaitten taloudellisesta menestyksestä (Kivikuru 2012, 176).

Tavallisesti omistaja-asiakkaista riippuvaiset uutistoimistot ovat voineet luottaa siihen, että valtaosa viestintävälineistä tilaa niiden palveluita. Toimistot ovat monissa maissa joutuneet kuitenkin

vastaamaan kysymykseen omasta tarpeellisuudestaan ja tämän perusteella uudistamaan toimintatapojaan. Esimerkiksi Norjassa omistajat kyseenalaistivat uutistoimisto NTB:n tarpeellisuuden 90-luvun lopulla, kun kaikilla medioilla oli käytössään netti. NTB:n toimintaa jatkettiin, mutta toimisto perusti uuden yritysoston, jonka tuotoilla päätettiin tukea uutistoimintaa. Myös Alankomaissa uutistoimistoa alettiin 90-luvun jälkipuoliskolla kehittää entistä enemmän voittoa tuottavan yrityksen suuntaan, jotta se ei olisi niin riippuvainen omistajiensa tuloista. Suuntaus oli sama Sveitsissä, missä yrityksen johtokuntaa lisäksi pienennettiin edustamaan tärkeimpiä asiakkaita, jotta päätöksenteko olisi aiempaa helpompaa ja tehokkaampaa. (Boyd-Barrett & Rantanen 2000, 91–92.) Suomessa uutistoimiston omistavat edelleen mediatyhtiöt. STT:n osakkeet jakautuvat 37 yhtiölle, ja suurimpia omistajia ovat Sanoma News (noin 33 prosenttia), Alma Media (noin 21 prosenttia) ja TS-Yhtymä (noin 18 prosenttia). (STT-Lehtikuvan johto ja omistajat.)

Yhteisesti omistetuilla toimistoilla ongelmallista voi olla se, että omistajien, joiden joukossa on tavallisesti media-alan yrityksiä tai sanomalehtiä, intressit saattavat olla ristiriidassa toimiston tarpeiden kanssa (Boyd-Barrett & Rantanen 2000, 90–91). Koska suurimmat omistajat pystyvät ylläpitämään omia valtakunnallisia ja ulkomaanyhteyksiä, ne eivät ole yhtä riippuvaisia uutistoimistosta kuin pienemmät toimijat. Tällaisessa tilanteessa isot omistajat eivät välttämättä ole halukkaita investoimaan uutistoimistoon, koska toimiston palvelut eivät ole niille kovin tarpeellisia. Sen sijaan suurimmilla käyttäjillä, joita ovat yleensä pienet ja keskisuuret lehdet, ei ole mahdollisuutta kehittää toimistoa. Ristiriitoja voi syntyä myös maksuista asiakkaiden vastustaessa maksukorotuksia ja omistajien puoltaessa niitä. Omistusmuoto ei ole ongelmaton Suomessakaan. Kivikurun mukaan STT:n asiakasmaksut määräytyvät asiakkaan yleisön perusteella, eli perusteena voi esimerkiksi olla levikkiluku tai verkkosivun käyttömäärä. Media-asiakkaiden taloudellisesti vaikeina aikoina asiakasmaksuja voi olla paineita laskea. (Kivikuru 2012, 177.)

Jos toimiston ainoana tarkoituksena on täyttää omistaja-asiakkaidensa tarpeet, sen voi Boyd-Barrettin ja Rantasen (2000, 92) mukaan olla vaikea uudistaa toimintaansa. Uudet liiketoimintamallit voivat olla ristiriidassa omistajien etujen kanssa, ja median yhteisesti omistamilta toimistoilta on saattanut puuttua tarve osallistua kilpailuun toimintaansa kehittämällä. (ema., 92.) Mediamarkkinoiden vapautumisen myötä kansallisten toimistojen on kuitenkin ollut pakko kehittää toimintamallejaan, ja toimistojen tarjoamat palvelut ovat laajentuneet uusille alueille esimerkiksi tiedotepalveluihin, sääennusteisiin, tilasto- ja grafiikkasisältöihin ja uutisanalyysihin. Usein palveluja on laajennettu tytäryhtiöiden avulla, jolloin ristiriidoilta emoyhtiön omistaja-

asiakkaiden kanssa vältytään. (Ema., 99.) Myös STT:llä on kaksi tytäryhtiötä, jotka se omistaa kokonaan. Nyhetsbyrån FNB Ab tuottaa ruotsinkielisiä sisältöjä, ja STT Viestintäpalvelujen palveluihin kuuluvat tiedotejakelu, mediaseuranta, koulutukset ja uutispalvelu uutisvirran seuraamiseksi (STT Viestintäpalvelut). Ruotsinkielinen palvelu on viime vuosina kuitenkin kutistunut, ja valtio on tukenut palvelua, jota ovat perinteisesti tilanneet kutakuinkin kaikki ruotsinkieliset uutisvälineet Yleä lukuun ottamatta. (Kivikuru 2012, 178.)

5.1.2. Roolit hämärtyvät

Kivikuru (2012, 173) määrittelee uutisvälityksen koti- ja ulkomaisen uutismateriaalin hankinnaksi, käsittelyksi ja jakeluksi. Pienessä ja syrjäisessä Suomessa vakiintuneen uutisvälityksen tarve on hänen (ema., 174) mukaansa toistaiseksi korostunut, sillä viestimiä on paljon, mutta niillä on rajalliset toimintamahdollisuudet.

Uutisvälityksen perinteisessä määrittelyssä ero uutisten tukkuportaan ja niiden varsinaisen jakelijan välillä on ollut Kivikurun mukaan selkeä, kun tukkuporras, kuten uutistoimisto on välittänyt aineistonsa medialle, joka on välittänyt sen edelleen yleisölle. Erottelu tukkuportaan ja jakelijan välillä on kuitenkin hämärtynyt, kun jakeluportaat ovat ryhtyneet osittain tukkukauppiainiksi ja toisin päin. (Ema., 174.) Esimerkiksi yhdysvaltalainen talousuutisia ja -tietoa välittävä Bloomberg myy uutisia suoraan yleisölle ohi tukkuportaan (Uskali 2007, 106, Bloomberg facts). Uutistoimistot ovat myös alkaneet tarjota räätälöityjä palveluja muille kuin mediayrityksille, mitä toki on tapahtunut etenkin talouspalveluissa pitkään (Boyd-Barrett & Rantanen 2010, 233). Räätälöityjen uutispalvelujen tarjoaminen tarkkaan rajatulle yleisölle voikin olla yksi keino kamppailla uutisten ylituotannon keskellä, kun uutisia ja uutisten kaltaista tietoa on tarjolla jatkuvasti ilmaiseksi (Rantanen 2009, 129).

Uutisvälitystä ovat pitkään harjoittaneet myös muut mediat kuin perinteisessä mielessä ymmärretyt uutistoimistot, ja uutistoimistojen joukkoon tulisikin Boyd-Barrettin ja Rantasen (2010, 234) mukaan laskea esimerkiksi kustantajat ja radio- ja tv-yhtiöt, jotka keräävät, pakkaavat ja kierrättävät uutisia muille medioille. Esimerkkinä tällaisesta toiminnasta he mainitsevat jo pitkään toiminnassa olleen New York Times News Servicen, joka välittää asiakkailleen päivittäin 200 juttua New York Timesilta ja kymmeniltä muilta sanomalehdiltä (New York Times News Service). Lisäksi on syntynyt uusia alueellisia toimistoja, kuten ANSAMED, joka on useiden uutistoimistojen yhteenliittymä (Boyd-Barrett & Rantanen 2010, 238). Se toimii Euroopassa ja Lähi-idässä, ja päivittäin se lähettää noin 200 uutista ja featurea englanniksi, italiaksi ja arabiaksi (About

ANSAméd). Tällaisten uutisvälittäjien lisäksi pakkaa sekoittavat erilaiset omistajuussuhteet, kun perinteiset uutistoimistot kuten Reuters ja kiinalainen Xinhua ovat ostaneet kokonaan tai osittain haltuunsa jälleenmyyjä- tai jakelumedioita (Boyd-Barrett & Rantanen 2010, 234).

Tukkukauppiaan ja jakelijan väliset erot hämärtyvät ja linkittyvät erityisesti ulkomaan uutisissa. Tavallisesti kansalliset uutistoimistot saavat ulkomaan uutisensa globaaleilta uutistoimistoilta (ema., 240). Kansalliset uutistoimistot toimivat siis portaana globaalien toimistojen ja paikallisen median välillä: kansalliset toimistot valikoivat ja kääntävät globaalien toimistojen uutisia sekä hankkivat juttuihin mahdollisesti lisäksi omia lähteitään. Tämän jälkeen uutiset välitetään paikallisille asiakkaille, jotka edelleen valikoivat niistä julkaistavat jutut. Paikallisella medialla on pääsy myös muihin kansainvälisten uutisten lähteisiin, kuten kansainvälisen lehdistön ja radioyhtiöiden juttuihin (ema., 241). Eri asia tosin on, onko paikallisilla medioilla mahdollisuuksia jalostaa ulkomaan uutisia tällaisista lähteistä käyttöönsä itse. Luonnollisesti myös kansalliset uutistoimistot käyttävät näitä tahoja lähteinään. Esimerkiksi qatarilainen Al Jazeera on noussut kansainvälisesti huomattavaksi uutistarjoajaksi (ema., 241), ja Britannian yleisradioyhtiö BBC:tä seurataan uutistapahtumissa myös STT:ssä siinä missä varsinaisilta toimistoilta tilattua uutisvirtaa. Kansallisten ja globaalien uutistoimistojen (ja muiden uutisvälittäjien, kirjoittajan lisäys) rajat ovatkin hämärtyneet, mikä voi muuttaa yksittäisten toimistojen markkina-alueita (ema., 238). Suomenkieliselle uutisvälitykselle tämä tosin tuskin merkitsee uusia yleisöjä ja käyttäjiä.

Tällaisesta tukku- ja jakeluportaiden välisten rajojen hämärtymisestä huolimatta STT:n ulkomaan uutisten tavallisimpia lähteitä ovat vielä toistaiseksi Reuters, AFP sekä pohjoismaiset uutistoimistot. Lisäksi yhdysvaltalaisista AP:tä käytetään urheilu-uutisten lähteenä. STT on siis aina toiminut globaalien tukkuportaiden sisältöjen jakelijana, mutta samalla tukkuportaana suomalaisille asiakkailleen. Viime vuosina mediatalot ovat kuitenkin alkaneet Kivikurun (2012, 176, 179) mukaan ostaa kansainvälisten uutistoimistojen tarjontaa suoraan itselleen paketoitakseen aineistot talon eri välineiden tarpeisiin sopiviksi. Tämä vaikuttaa luonnollisesti suoraan STT:n merkitykseen ulkomaan uutisten välittäjänä, kun jotkin lehdistä eivät ole enää riippuvaisia sen välittämästä ulkomaan materiaalista. Lisäksi ulkomaanaineiston käyttö on Kivikurun (ema., 182) mukaan vähentynyt niin sähköisissä välineissä kuin printissä, kun media myy itseään kotimaan uutisilla. Kotimaan uutisten hän (ema., 186) puolestaan arvelee jakautuvan jatkossa entistä enemmän valtakunnalliseen ja paikalliseen uutisointiin.

Media-alan muutokset näkyvät suomalaisessa uutisvälityksessä ja välittäjä- ja vastaanottajaportaisissa laajemminkin kuin vain ulkomaan- ja muiden juttujen lähteiden käytössä. Yle aloitti täysin oman

uutishankintansa luovuttuaan STT:n palveluista vuonna 2006, ja muutkin isot mediayritykset ovat alkaneet harjoittaa uutisten tukkukauppaa. Esimerkiksi Sanomalla ja Almallä on kehitetty toimintamallia, jossa saman konsernin eri välineet voivat käyttää sisältöjään ristiin (Kivikuru 2012, 175). Vuonna 2009 eri mediataloihin kuuluva joukko maakuntalehtiä alkoi tuottaa kaikille lehdille yhteistä ulkomaansivua, mikä esimerkiksi mahdollisti uutistoimistomateriaalin käytön vähentämisen ja omien laajojen juttujen teon (Nikunen 2011, 44). Tukkuportaan ja jakelijan roolien hämärtyminen onkin Kivikurun (2012, 174, 179, 181) mukaan johtamassa myös Suomessa uutistavaratalojen syntyyn, ja mediataloissa työskentelee niin sanottuja konsernitoimittajia. Roolien sumentuminen muuttaa myös käsitystä siitä, missä uutistoimiston varsinaiset markkinat sijaitsevat. Lisäksi kilpailu uutistoimiston ja sen omistaja-asiakkaiden välillä voi kasvaa. (Boyd-Barrett & Rantanen 2010, 237–238.)

Erityisesti erilaiset lehtien väliset yhteistoimitukset ja muut yhteistyökuviot hämärtävät rajoja tukkuportaan ja jakelijoiden välillä. Yksi esimerkki tästä on Väli-Suomen Media, jonka lehdillä on muun muassa yhteinen viikonloppuisin ilmestyvä Sunnuntaisuomalainen. (Kivikuru 2012, 174–175.) Vastaavaa kehitystä on luvassa mediataloissa jatkossakin. Helmikuun 2014 alussa kuusi suomalaista kustantajaa ilmoitti perustavansa uuden yhtiön nimeltä Lännen Media. Sen 40-henkisen yhteistoimituksen on tarkoitus hoitaa valtakunnallinen politiikan, talouden ja yhteiskunnan uutisointi sekä tehdä ulkomaan uutisia, viikonloppujuttuja, teemasivuja ja verkkouutisia. Mukana ovat Aamulehti, Satakunnan Kansa, Lapin Kansa, Kainuun Sanomat, Pohjolan Sanomat, Turun Sanomat, Kaleva, Pohjalainen, Ilkka, Hämeen Sanomat, Forssan Lehti sekä Keskipohjanmaa. (Autio, 2014.) Ilmoitus Lännen Mediasta herätti kysymyksiä yhteistoimituksen merkityksestä ja STT:lle jäävästä roolista niin STT:ssä itsessään kuin koalitioon kuuluvissa ja sen ulkopuolelle jäävissä lehdissä: jos lehtien yhteistoimitus hoitaa tärkeimmät valtakunnalliset ja ulkomaan uutiset, mikä tehtävä STT:lle jää näissä lehdissä? Voi myös kysyä, miksi lehdet kokevat tarpeelliseksi luoda STT:n rinnalle valtakunnallisia uutisia tuottavan yhteistoimituksen. Kenties Lännen Median voi nähdä merkiksi Kivikurun (2012, 186) mainitsemasta paikallisen ja valtakunnallisen uutisoinnin jakautumisesta. Yhteistoimituksen hoitaessa valtakunnallisesti kiinnostavia uutisia STT:tä isommin, voivat lehdet keskittyä omiin paikallisiin uutisiinsa tai näkökulmiinsa syvemmin. Käsittelen Lännen Mediaa ja sen ympärillä käytyä keskustelua tarkemmin luvussa 5.2.

Myös vakiintuneiden uutisvälineiden yhteistyöhankkeita epämuodollisemmat toimijat ovat muuttaneet mediamarkkinoita ja viestintävälineiden toimintatapoja. Esimerkiksi kansalliset ja kansainväliset kansalaistason liikkeet voivat Kivikurun (2012, 188) mukaan haastaa

ammattimaisesti tuotetun journalismin. Tulevaisuudessa saattaa hänen (ema., 187) mukaansa käydä myös niin, että sosiaalinen media vie isoissa katastrofeissa huomion ainakin hetkeksi, kuten Aasian tsunamikatastrofissa vuonna 2004 jo kävi. Lisäksi asemansa vakiinnuttaneiden toimistojen ulkopuolelle on rakentunut erikoistuneita uutisvaihtoverkostoja (ema., 188). Suomessakin freelancereinä työskentelevät toimittajat ovat perustaneet reippaaseen tahtiin osuuskuntia ja erilaisia kollektiiveja, joissa juttuja ja projekteja tehdään yhteistyössä toisten ammattilaisten kanssa. Päivänpäällisessä uutiskilpailussa tällaiset projektit eivät välttämättä ole mukana, mutta hitaamman feature-journalismin saralla kyllä.

5.1.3. Uusia palveluja – uusia asiakkaita

Mediamarkkinoiden avautuessa uutistoimistojen on pitänyt kehittää erilaisia ansaintakeinoja (Boyd-Barrett & Rantanen 2000, 98–99), ja teknisen kehityksen myötä uutistoimistot ovat halki historiansa laajentaneet palveluitaan perusuutisten ulkopuolelle esimerkiksi kuvapalveluihin ja entistä enemmän muille kuin tiedotusvälineille tarkoitettuihin palveluihin (Boyd-Barrett 1980, 218, 236). Myös STT on pyrkinyt ottamaan uuden teknologian tarjoamia mahdollisuuksia käyttöönsä, ja yhtiön palvelut laajenivat kuvapuolelle sen jälkeen, kun uutistoimisto yhdistyi maan suurimman kuvatoimiston Lehtikuvan kanssa vuonna 2010. Ylekin on nykyään yhtiön uutiskuvapalvelun asiakas.

Palveluiden laajentaminen ei ilmiönä ole missään määrin uusi, vaan uutistoimistot ovat pitkään harjoittaneet muutakin toimintaa kuin uutisten välitystä. Esimerkiksi Reutersissa uutistoiminta oli vielä pitkään 1940-luvulla ensisijaista muihin kaupallisiin palveluihin nähden, mutta 1950-luvun aikana tilanne muuttui, ja yhtiö joutui kaupallisilla palveluillaan pitämään pystyssä tappiota tehnyttä uutispuoltaan (Read 1992, 257). Boyd-Barrettin ja Rantasen (2010, 238) mukaan lähes kaikilla toimistoilla toimituksellisista sisällöistä saadut tuotot ovat laskeneet verrattuna muista palveluista saatuihin tuloihin. Reutersinkin liikevaihdosta enää muutama prosentti tulee uutisista, kun varsinainen tuotto tehdään pankki- ja pörssitoiminnassa (Kivikuru 2012, 177).

Uudet teknologiat, nopeusvaatimuksen kasvu ja kilpailun kiristyminen ovat pakottaneet myös STT:n kehittämään toimintaansa, ja informaatiota on alettu taivuttaa entistä useampaan muotoon (Rautavuori 2007, 51, 56). Kyse on konvergenssista, joka Nikusen (2011, 20) mukaan tarkoittaa uutisjournalismissa sisällön julkaisemista entistä useammassa kanavassa. Perinteisen lehtiversioon lisäksi STT:n toimittajat tekevät juttuja kännykkä uutisista ja viivoista lähtien koko ajan päivitettäviksi sähköiksi ja nettiversioiksi. Myös juttutyyppeiden määrää on laajennettu, ja perinteisen

uutisjutun sijaan teksti voi olla esimerkiksi kysymys-vastaus-muodossa tai analyttinen juttu, jossa toimittajan ja asiantuntijahaastateltavien osuudet eivät erotu toisistaan. Tavallaan kyse on uutisen käsitteen muutoksesta, josta Rantanen (2009, 128) kirjoittaa: uutinen voi olla tarina, kommentti tai informaatiota, mutta myös kaikkia näitä samaan aikaan, ja arviot ja uutiset voivat sekoittua toisiinsa. Uutisten lisäksi toimiston palveluihin kuuluu muun muassa uutisgrafiikka-, tiedote- ja mediaseurantapalveluita, ja kaupallisissa erityispalveluissa asiakkaat ovat jo pitkälti muita tahoja kuin tiedotusvälineitä (Kivikuru 2012, 178).

Vakiintuneet uutisvälineet STT mukaan luettuna tasapainoilevat monien uusien mediaailmiöiden ja -toimijoiden välissä. Nopean ja usein jopa reaaliaikaisen uutisvirran tuottamisen lisäksi uutisvälineet yrittävät tehdä kriittistä journalismia sekä tarttua niin sanottuihin puheenaiheisiin, joita nousee julkiseen keskusteluun erityisesti sosiaalisessa mediassa. Vakiintuneet viestimet ovat alkaneet toimia aktiivisesti sosiaalisessa mediassa, ja myös STT käyttää Twitteriä ja Facebookia päivittäisessä työssään muun muassa tiedon saamiseksi ja haastateltavien löytämiseksi. Ainakaan STT:n kohdalla sosiaalinen media ei kuitenkaan sovellu uutisten ensijulkaisuun, sillä toimiston tehtävä on tuottaa uutisia asiakkaitensa käyttöön. Vaikka uutistoimisto ei sosiaalisessa mediassa siis voikaan kilpailla nopeudella, on sen ja muiden tiedotusvälineiden yhtenä kilpailuvalttina luotettavuus. Tiedotusvälineet siis harjoittavat sosiaalisen median aikana samaa toimintaa kuin aina ennenkin, joskin tahti on kiihtynyt. Ne suodattavat tietoa sekä varmistavat sen paikkansapitävyyden, ja välittävät toimittamansa sisällöt edelleen yleisölle, joka valitsee aiempaa vapaammin, mistä lähteistä tietonsa hakee. Osin sosiaalisesta mediasta vauhtia saavaa niin sanottua puheenaihejournalismia taas voi pitää osana uutisen käsitteen murrosta.

Palveluiden laajeneminen ja uusien ansaintakeinojen etsiminen jatkuvat uutistoimistoissa. Taloudelliset paineet ovat toimistoilla kasvaneet, kun yhteisesti omistettujen uutistoimistojen jäseniltä saadut maksut ovat yleisesti ottaen laskeneet ja valtion tukemien toimistojen tuet vähentyneet (Boyd-Barrett & Rantanen 2010, 238). Kivikurun (2012, 176 – 177) mukaan STT:n johto onkin todennut, että yhtiön uutislohkolla ei ole juuri laajenemisen varaa, mutta muut palvelut kasvavat.

5.2. STT:n lähihistoria ja nykytilanne

STT on Kivikurun (2012, 175) mukaan ollut suomalaisen uutisvälityksen selkäranka noin 90 vuoden ajan, ja sen asiakkaita ovat edelleen käytännössä kaikki suomalaiset uutismediat Yleä lukuun ottamatta. Uutispalveluista kotimaan tarjonta on suurinta, ja toistaiseksi STT:n päivälista on

pitkälti määrännyt suomalaisista tiedotusvälineistä valtaviiran uutissuunnittelua. (Ema., 175.)

Mediamaisema on kuitenkin jatkuvassa muutoksessa, eikä STT:n erityisasema valtakunnallisena uutisvälittäjänä ole enää yksiselitteinen. 90-luvun deregulaation ja uusien sähköisten kilpailijoiden myötä STT:n radio- ja tv-uutisten merkitys väheni, ja mediatalojen sisäisen ja keskinäisen yhteistyön seurauksena voidaan Suomessakin puhua niin sanotuista uutistavarataloista (ema., 178–179). STT:n liikevaihto oli vuonna 2013 noin 17,6 miljoonaa euroa, ja liikevoitto on parina viime vuonna laskenut (STT-Lehtikuvan avainluvut 2013). Kuten Kivikuru (2012, 176–177) huomauttaa, STT on melko pieni viestintätoimija jopa Suomen mittapuissa.

STT on käynyt 2000-luvulla läpi isoja muutoksia toimintatavoissaan, ja organisaatiota on uudistettu useaan otteeseen. Uudet teknologiat ja palvelut, nopeusvaatimuksen kasvu, Ylen lähtö ja kilpailun kiristyminen ovat olleet syitä uudistuksille (Rautavuori 2007, 56). Muun muassa uutissuunnittelua on lisätty, ja sähköisten julkaisuvälineiden tarpeita alettu huomioida entistä enemmän. Uusia palveluita online-uutisseurannasta mediapankkiin, vaalitulospalveluun ja videoihin on kehitetty. (Ema., 51–52.) STT:stä tuli STT-Lehtikuva vuonna 2010, kun Sanoman omistama, Suomen suurin kuvatoimisto siirtyi STT:lle. Yrityskaupan jälkeen uutistoimisto on toiminut niin sanotusti yhden luukun palveluna, josta asiakkaat voivat ostaa tekstin lisäksi esimerkiksi grafiikkaa ja kuvia. (Kivikuru 2012, 175.)

STT:ssä on uudistettu organisaatiota ja toimintatapoja myös aivan viime vuosina. Vuonna 2012 toimituksessa käytiin yt-neuvottelut, joiden tarkoituksena oli työtapojen uudistaminen. Toimittajista haluttiin ensisijaisesti uutistoimittajia. Uutispäätoimittaja Minna Holopaisen (Marttinen 2012) mukaan erikoistoimittajista ei ollut tarkoitus luopua, mutta heiltäkin odotettiin valmiutta osallistua kaikkeen uutistyyöhön. Suuntaus on ollut sama muissakin mediataloissa, kun organisaatioita on uudistettu ja toimitustyössä on aiempaa voimakkaammin alettu painottaa laaja-alaista yleistoimittajuutta (Nikunen 2011, 43, 47).

Seuraavat yt-neuvottelut seurasivat STT:ssä vuonna 2013, kun yhtiössä aloitettiin iso säästöohjelma. Yhteistoimintaneuvottelujen päätteeksi yhtiö irtisanoi 13 toimittajaa ja kolme lehtikuvaajaa, ja toimituksen työnkuvaa muutettiin, kun uutisosastoja yhdistettiin toisiinsa. Esimerkiksi vanhat kotimaan- ja ulkomaantoimitukset yhdistettiin 24h-toimitukseksi, jonka yöpäivystys päätettiin myöhemmin siirtää hoidettavaksi Australiaan. Uutisseurantaa korostettiin, ja päivälistan ulkopuolista, omaa juttuideointia karsittiin. STT:n uudet toimitusosastot aloittivat toimintansa vuoden 2014 alussa. Suomen Lehdistön lyhyessä haastattelussa STT:n päätoimittaja ja toimitusjohtaja Mika Pettersson sanoo, että asiakaslehtien toiveita kuultiin yt-prosessissa, mutta

toiveet olivat osin ristikkäisiä. Hänen mukaansa kotimaan-, talouden, politiikan ja urheilun uutisointi on erittäin tärkeää asiakkaille, kun taas kulttuuriuutisten, toimituksen omien uutisten ja ajattomamman materiaalin tarve jakaa niitä. (Virranta 2013b.) Lausunnossa kuuluu uutistoimiston vaikea rooli laajan asiakaspohjan tyydyttäjänä.

Uutisten tukkukauppa ei pyöri maassa pelkän STT:n varassa, vaan erilaisia uutis-, feature-, viihde- ja kuvapalveluja ovat pitkään tarjonneet myös pienemmät toimijat. Suomessa oli pitkään myös useita poliittisia uutistoimistoja, joiden toiminta kuitenkin lakkasi vuosien saatossa. (Kivikuru 2012, 175–176.) Iso uutinen suomalaiselle uutisvälitykselle tuli helmikuussa 2014, kun päätös Lännen Mediasta tehtiin. Ilmoitus herätti keskustelua niin STT:ssä kuin sen asiakaslehdissä. Uuteen 12 lehden koalitioon kuuluvan Hämeen Sanomien päätoimittaja-toimitusjohtaja Pauli Uusi-Kilponen sanoi Suomen Lehdistön haastattelussa (Autio 2014) yhteistoimituksen hyödyttävän lehteä, koska jutut ovat STT:n juttuja taustoittavampia. Lisäksi aineisto tulee julkaisuvalmiiksi taitettuna toisin kuin STT:n materiaali. Uusi-Kilposen mukaan Lännen Median aineisto korvaa merkittävässä määrin STT:n jutut, joille jää lehdessä täydentävä rooli. (Autio 2014.)

Journalistin julkaisemassa jutussa (Lappalainen & Salomaa 2014) Lännen Median lehtien pääluottamusmiehet arvelevat, että oman toimituksellisen väen ja freelancereiden käytön mahdollisen vähenemisen lisäksi eritoten STT:n rooli muuttuu:

”Pelkona on, että STT:n anti kuivuu ja kuihtuu.”

”Tämä merkitsee valitettavasti STT:n alasajoa naurettavaksi Australiasta hoidettavaksi yöpäivystykseksi.”

”Arvaukseni on, että STT:n omistajat haluavat kaventaa jatkossa maksuosuuksiaan, jolloin STT:stä kehkeytyy yksinomaan pikasähkeitä tuottava tietotoimisto.”

Samassa jutussa STT:n toimitusjohtaja ja päätoimittaja Mika Pettersson sanoo, että Lännen Median lehdet ovat pitäneet uutistoimiston aikeistaan ajan tasalla. Hänen mukaansa koalitio ei vaikuta STT:hen välittömästi mitenkään, mutta jatkossa päällekkäinen toiminta on minimoitava. Hän ei usko, että Lännen Median lehdet lopettavat STT:n palveluiden käytön.

”Lännen Median omistajat omistavat ison osan STT-Lehtikuvasta. Meillä on omistajan vahva tuki.”

Vaikka STT:llä on Lännen Median omistajien tuki, vaikuttaa tilanne koalition ulkopuolelle jäävien lehtien näkökulmasta vähintään mielenkiintoiselta. Tämän gradun kirjoittamishetkellä tilanne on

lähinnä spekulatiivinen, ja nähtäväksi jää, miten STT pystyy palvelemaan sekä Lännen Median lehtiä että muita asiakkaitaan. Hieman vastaavia yhteistyöviritelmiä on toki ollut aiemminkin, ja esimerkiksi Turun Sanomilla, Kalevalla ja Väli-Suomen viidellä lehdellä on ollut Helsingissä yhteistoimitus, joka hoiti erityisesti politiikan ja talouden uutisointia. Kyseessä oli kuitenkin selvästi pienempi yhteistoimitus kuin Lännen Median lehdillä, mutta päällekkäiseltä uutisoinnilta ei silloinkaan välttytty. Lisäksi Lännen Median perustamispäätöksen ajankohta pian STT:n isojen yt-neuvottelujen päättymisen jälkeen tuo oman vivahteensa keskusteluun. Organisaatiouudistuksen seurauksena STT:n päivittäinen juttutarjonta supistui selvästi, joten on mielenkiintoista nähdä, miten toimisto pystyy tarjoamaan sisältöä sekä Lännen Mediaan kuuluville että sen ulkopuolisille asiakkaille.

5.2.1. Tutkimuskysymysten täsmentäminen

Uskali (2007, 90) on tehnyt yleislistan uutistoimistojen merkityksestä journalisteille. Toimistojen vahvuuksia ovat hänen mukaansa nopeus, raakauutisten edullinen massatuotanto, uutistulvan jatkuva seulonta, luotettavuus, tasapuolisuus, pitkä traditio ja se, että lähteet tuodaan jutuissa hyvin esille. Heikkouksiksi Uskali näkee pinnallisuuden, nopeuden korostumisen luotettavuuden kustannuksella, virheiden monistumisen nopeasti, talouden ja politiikan korostumisen uutisaiheina, paperinmakuisen kielen ja liioittelun vaaran joissakin tilanteissa. (Emt., 90.)

Uskon, että Uskalin listaamista vahvuuksista erityisesti edullisuus, uutistulvan seulonta, luotettavuus ja tasapuolisuus tulevat esille STT:n asiakkaiden teemahaastatteluisissa. Nopeus luultavasti jakaa mielipiteitä, sillä isohkojen toimitusten silmissä STT tuskin on erityisen nopea. Nopeuteen on voinut vaikuttaa myös toimiston työntekijöiden määrän väheneminen.

Uskali on tehnyt listansa erityisesti suuret kansainväliset uutistoimistot mielessään, eivätkä hänen luettelemansa heikkoudet kenties samalla tavalla korostu kansallisessa toimistossa. On vaikea nähdä, että nopeus korostuisi STT:n asiakkaiden mielestä luotettavuuden kustannuksella, ja STT saatetaan pikemminkin nähdä liian hitaaksi toimijaksi. Paperinmakuisesta kielestä STT on yrittänyt päästä eroon esimerkiksi erilaisia lukijaystävällisiä juttutyyppejä kehittämällä, ja muutenkin kieleen on kiinnitetty toimistossa huomiota. Yksi syy tähän on ollut pyristeleminen eroon mielikuvasta viranomaisten äänitorvena. Liioittelun vaara uutistilanteissa on aina mahdollista, mutta sama vaara on nähdäkseni myös STT:n asiakasmedioilla. Talouden ja politiikan korostumista STT:n asiakkaat puolestaan ovat toivoneet, kuten selviää päätoimittaja-toimitusjohtaja Mika Petterssonin haastattelusta Suomen Lehdistön jutussa (Virranta 2013b).

Journalistien käytännön työssä uutistoimistojen merkitys on Uskalin mukaan päivä- ja viikkoagendan luominen, valmiiden uutisjuttujen tekeminen etenkin köyhimmille viestimille, vertailukohdan ja tarkastamismahdollisuuden tarjoaminen, apu juttuideoinnissa ja uutisarkistojen tarjoaminen taustajuttujen kirjoittamiseksi (Uskali 2007, 90).

Edellisessä alaluvussa käsittelemäni yleistöimittajuuden korostaminen niin STT:ssä kuin sen asiakasmedioissa ei ole poistanut tarvetta asiantuntevalle ja taustoittavalle journalismille. Voikin pohtia, tarjoaisiko uutistoimiston suuntautuminen yleistöimittamiseen sen asiakasmedioille mahdollisuuden käyttää voimavarojaan omien toimittajien erikoistumiseen. Jos STT hoitaa päivittäisen niin sanotun pakollisen uutisoinnin, jää lehdille aikaa omien vahvuuksien korostamiseen ja juttujen tekoon. Toisaalta valtakunnanpolitiikan ja talouden uutisointi on edelleen tärkeää asiakkaille, joten erikoisosaamisesta ei STT:ssä ole varaa eikä aikomuksia luopua.

STT:n johdon mukaan toimiston uutislohkolla ei ole paljon laajenemisen varaa, vaan sen sijaan muut palvelut kasvavat (Kivikuru 2012, 177). STT:n pienemmillä asiakkaila ei välttämättä ole mahdollisuuksia kehittää omia digitaalisia palvelujaan, jolloin kehitystyön ja uusien palvelujen suunnittelun ja tuottamisen voisi ulkoistaa uutistoimistolle, mikä voisi olla yksi STT:n kasvavista rooleista. STT julkaisikin kokeilumielessä oman tablettilehden vuoden 2013 alussa, ja lisäksi toimisto on kehittänyt ja alkanut tarjota verkkoon uusia uutispalveluita, kuten live seurantaa isoista uutistapahtumista sekä verkkovideoita.

Lehtien kasvava yhteistyö sisällöntuotannossa saattaa pienentää STT:n roolia maakuntalehdissä. Myös STT:n toimituksellisen henkilöstön väheneminen voi vaikuttaa uutistoimiston merkittävyyteen. STT:n rooli maakuntalehdissä lienee jatkossakin tärkeä valtakunnallisten uutisten teossa ja esimerkiksi yllättävissä onnettomuus- tai muissa katastrofiuutisissa, joissa ei ole lehdelle paikallista näkökulmaa. Ulkomaanuutisten tuottamisessa voisin kuvitella, että STT:n rooli on pienentynyt osin sen takia, että ulkomaan juttutarjonta on vähentynyt. Osa lehdistä ostaa ulkomaansivunsa valmiiksi taitettuna toiselta kumppanilta, ja esimerkiksi Lännen Media alkaa tuottaa poolissa mukana oleville lehdille ulkomaanuutisia. Kuten Hämeen Sanomien päätoimittaja-toimitusjohtaja sanoi Suomen Lehdistön haastattelussa (Autio 2014), STT:lle jää Lännen Median myötä luultavasti täydentävä rooli. Voisi kuvitella, että STT:n roolit täydentäjänä ja päivystäjänä korostuvat muissakin lehdissä.

Oma arvioni on, että maakuntalehdet näkevät STT:n roolin pienentyneen printtilehdissä viime vuosien aikana osin teknologisen kehityksen tuomien muutosten takia, osin lehtien lisääntyneen

yhteistyön vuoksi. Uskon kuitenkin, että netissä STT:n rooli on maakuntalehdille merkittävä, sillä uutista sisältöä halutaan tarjolle jatkuvalla syötöllä vuorokauden ympäri. Uutistoimiston päivystysrooli voi tämän vuoksi korostua. Mielenkiintoista on myös nähdä, voisiko uutistoimistolla olla tulevaisuudessa tärkeä rooli uusien palvelujen kehittäjänä, kun taloudellisessa kurimuksessa taistelevilla maakuntalehdillä ei välttämättä ole varaa ja mahdollisuuksia kehittää uusia palveluita. Kenties yleistoimittajuutta korostava STT pystyy lisäksi vapauttamaan asiakaslehtiensä käsiä niin, että lehdet kykenevät erikoistumaan ja tuottamaan omia aiheita aiempaa enemmän. Koska STT on karsinut omaa juttuideointiaan, päivystyksen merkitys voi uutistoimiston palveluissa korostua. Samalla uutistoimiston merkitys uutisagendan asettajana on saattanut pienentyä.

Aiemman tutkimuksen perusteella hahmottelemani arvion valossa olen tarkentanut johdantoluvussa esittelemäni tutkimustehtävän kahdeksi tutkimuskysymykseksi:

- Mikä merkitys STT:llä on maakuntalehtien päivittäisessä uutistyössä 2010-luvulla?
- Mihin maakuntalehdet tarvitsevat STT:tä lähitulevaisuudessa?

Näihin kysymyksiin haen vastauksia haastattelemalla uutistyötä johtavia ihmisiä viidestä valitsemastani maakuntalehtitoimituksesta. Kyseessä ei ole koko STT:n asiakaskuntaa tai edes maakuntalehtiäsiakkaita kattava tutkimus, mutta uskon, että haastattelujen analyysi tuo esille kiinnostavia näkemyksiä STT:n ja maakuntalehtien välisistä suhteista tällä vuosikymmenellä.

6. TUTKIMUSMETODI JA AINEISTO

Tutkimukseni tavoitteena on saada käsitys siitä, millaiseksi maakuntalehdet näkevät kansallisen uutistoimiston roolin muuttuvassa mediamaisemassa ja millainen merkitys STT:llä on lehtien uutistyydessä. Kuten yleensä tutkimusongelmia, myös omaa tutkimusaiheittani olisi mahdollista lähestyä monin eri tavoin. Seuraavissa luvuissa esittelen ja perustelen metodivalintani ja aineistonhankintatapani.

6.1. Metodien valinta ja esittely

Tutkin STT:n roolia sen maakuntalehtiasiakkaiden uutistyydessä ja sitä, millaiseksi lehdet näkevät uutistoimiston roolin muuttuvassa mediamaisemassa. Yksi tapa tutkia aihetta olisi voinut olla määrällinen tutkimus siitä, miten paljon tai laajasti lehdet käyttävät STT:n tuottamaa materiaalia omissa jakelukanavissaan. Tässä tapauksessa nykytilannetta olisi voinut verrata johonkin aiempaan ajankohtaan ja selvittää, onko määrässä tapahtunut muutoksia. Pelkkä määrällinen tutkimus ei kuitenkaan olisi auttanut pureutumaan niihin eri merkityksiin, joita STT:llä on maakuntalehtien päivittäisessä uutistyydessä, joten jätin tämän lähestymistavan työni ulkopuolelle.

Luontevimpana vaihtoehtona tavoitteeni saavuttamiseksi näin STT:n asiakaslehtien edustajien haastattelun. Hirsjärven ja Hurmeen (2008, 35) mukaan haastattelu on hyvä metodi muun muassa silloin, kun haastatteluvastauksia halutaan arvioida laajemmassa asiayhteydessä, kun vastausten tiedetään jo ennakolta olevan monitahoisia ja kun tietoa halutaan syventää. Tutkijan tulee heidän (emt., 41) mukaansa toimittaa eteenpäin kuva haastattelusta saaduista näkemyksistä.

Hirsjärvi ja Hurme (emt., 44) jaottelevat haastattelut lomakehaastatteluihin, puolistrukturoituihin haastatteluihin ja strukturoimattomiin haastatteluihin. Tutkimusaiheittani olisi voinut selvittää esimerkiksi lomakekyselyllä. Kysely sopii Hirsjärven ja Hurmeen (emt., 45) mukaan parhaiten muun muassa sellaisiin tilanteisiin, joissa halutaan koetella hypoteesia tai joissa hankitaan faktatietoa ja voidaan arvioida etukäteen, millaista tietoa haastateltavilta luultavasti saa.

Lomakkeiden vastausvaihtoehdoilla voi kuitenkin olla vaikeaa päästä kiinni vastaajien ajatusmaailmaan. Metodina haastattelun etuja kyselylomakkeeseen verrattuna on esimerkiksi se, että haastattelussa on mahdollista saada hyviä esimerkkejä kysytyistä asioista ja että haastattelussa voi käydä ilmi yhteyksiä asioiden välillä. (Emt., 36–37.) Tämän vuoksi valitsin oman tutkimukseni metodiksi haastattelun.

Myös haastattelutapoja on erilaisia. Strukturoimatonta haastattelua käytetään usein kliinisen psykologian, kansantieteen ja sosiologian tutkimuksissa, joissa haastatellaan asiaan erikoistuneita ihmisiä. Käytännössä perinpohjaisessa haastattelussa on usein vain muutama henkilö.

Strukturoimattomassa haastattelussa käytetään avoimia kysymyksiä, ja vastauksesta seuraa uusi kysymys. Haastattelun jatko siis rakennetaan annettujen vastausten mukaan. Puolistrukturoiduissa haastatteluissa näkökulma on puolestaan valittu, vaikka muita mahdollisia näkökohtia ei ole suljettu pois. (Emt., 45–47.)

Hirsjärvi ja Hurme esittelevät teoksessaan puolistrukturoidun haastattelun, jota kutsutaan teemahaastatteluksi. Tarkkojen kysymysten sijaan haastattelu rakentuu keskeisten teemojen varaan. Näin tutkittavien ääni pääsee kuuluviin, eikä haastattelija määrää näkökulmaa. (Emt., 47–48.)

Teemahaastattelu on haastattelutapana joustava, sillä kaikkien haastateltavien kanssa käydään läpi samat teemat, mutta kysymysten muotoilua ja järjestystä voi tarpeen mukaan vaihdella (Tiittula & Ruusuvuori 2005, 11). Tällainen puolistrukturoitu haastattelu sopi tutkimukseni tarkoituksiin, koska halusin saada muutamaa haastateltavaa laajemman otoksen, ja koska halusin saada tietoa tietyistä valmiiksi valitsemistani teemoista.

Haastattelussa on tutkimusmetodina omat ongelmansa, jotka on hyvä huomioida ennen tutkimuksen aloittamista. Haastattelun tekeminen vaatii taitoa ja kokemusta, metodi vie aikaa ja haastattelujen teosta syntyy kustannuksia. Ongelmallista on myös esimerkiksi tulosten tulkinnallisuus, sillä valmista rautalankaohjetta aineiston analysointiin ja raportointiin ei ole. Kvalitatiivisesti suuntautuneessa tutkimuksessa onkin tilastollisten yleistysten sijaan tarkoitus ymmärtää ilmiötä tai asiaa syvällisemmin ja kenties löytää uusia näkökulmia siihen. (Hirsjärvi & Hurme 2008, 12, 35, 58–59.)

Yksi mahdollisuus tutkimushaastattelun tekemiseen on ryhmähaastattelu, joka olisi voinut soveltua myös oman tutkimukseni asetelmaan. Tässä menetelmässä olisi ollut tutkimukseni näkökulmasta paljon hyviä puolia, sillä ”siinä osanottajat kommentoivat asioita melko spontaanisti, tekevät huomioita ja tuottavat monipuolista tietoa tutkittavasta ilmiöstä” (emt., 61). Kuten Alasuutari (1999, 155) huomauttaa, ryhmäkeskusteluissa voi tulla ilmi paljon sellaisia asioita ja näkökulmia, jotka saattavat yksilöhaastatteluissa jäädä pimentoon. Hänen mukaansa (emt., 155) ryhmähaastattelu on usein yksilöhaastattelua luonnollisempi tilanne.

Ryhmä-, kuten toki yksilöhaastatteluissakin, on silti omat hankaluutensa. Ryhmässä osa osallistujista saattaa dominoida keskustelua, keskustelun ohjaaminen voi olla kokemattomalle

haastattelijalle hankalaa, osa osanottajista voi jättää tulematta ja keskustelun purkaminen ja analysointi voi olla vaikeaa, jos tilannetta ei ole videoitu (Hirsjärvi & Hurme 2008, 63). Omassa tapauksessani ongelmaksi olisi voinut myös muodostua se, että medioiden edustajat olisivat tuskin kovin mielellään kertoneet oman lehtensä asioista ja omista näkemyksistään muiden medioiden edustajien kuullen. Arvioin etukäteen, että saan avoimempia vastauksia haastateltaviltani, jos haastattelen jokaista erikseen.

Haastatteluihin valmistautumisen aloitin teemahaastattelurungon laatimisella. Haastateltavani olivat tietyssä mielessä tutkimukseni aihepiirin parhaita asiantuntijoita. Alastalon ja Åkermanin (2010, 372) mukaan asiantuntijahaastatteluissa aineistonkeruu lomittuu analysoinnin kanssa, koska haastattelurunkoa voidaan räätälöidä haastateltavien mukaan. Vaikka teemahaastatteluni runko oli kaikille sama, muotoilin kysymyksiä vastaajan mukaan. Näin minun ei esimerkiksi tarvinnut kysyä kaikilta erikseen, onko lehden verkkosivuilla käytössä maksumuuri, kun selvitin asian itselleni ennen haastatteluja. Tällöin saatoinkin käyttää aikaa tärkeämpiin kysymyksiin, kuten siihen, millainen merkitys STT:n materiaalilla on lehden verkkosivuilla.

Teemahaastattelurunko on syytä laatia tarkkaan, jotta haastatteluista saa irti vastauksia pintaa syvemmältä. Pitkällisen pyörittelyn jälkeen haastattelurunkoni rakentui viiden teeman varaan. Aloitin haastattelun perustietojen kysymisellä, minkä jälkeen haastateltavat pääsivät puhumaan STT:n nykyisestä merkityksestä, omista yhteistyökuvioistaan ja suunnitelmistaan sekä lopuksi kuvailemaan näkemyksiään STT:n tulevaisuudesta. Mahdolliseksi ongelmaksi STT:n asiakkaiden haastatteluissa arvioin etukäteen sen, että heidän voisi olla hankalaa arvioida STT:n roolia tulevaisuudessa. Yritinkin päästä kiinni tähän teemaan kyselemällä asiakkaiden ajatuksia heidän omien palveluidensa kehittämisestä. Sain haastattelurungon rakentamiseen apua myös graduseminaariryhmältä. Ryhmä ehdotti esimerkiksi, että kysyisin suoraan, mitä tapahtuisi, jos STT:n palveluita ei olisi lehden käytössä. Kysymys osoittautui haastatteluja tehdessä varsin hyödylliseksi.

Olen lisännyt haastattelurungon tämä työn liitteeksi.

6.2. Haastateltavien valinta ja aineiston hankinta

Valitsin haastateltavat STT:n erilaisista maakuntalehtiasiakkaista. STT:llä on erilainen merkitys eri asiakkaille, ja halusin saada monipuolisia vastauksia ja näkemyksiä tutkimusaiheestani.

Haastateltaviksi etsin henkilöitä, jotka ovat mukana käytännön uutistyössä lehdessä.

Valitsin haastateltavat Sanoman, Alman ja nelikon (Keskisuomalainen, Karjalainen, Savon Sanomat ja Etelä-Suomen Sanomat) lehdistä sekä Turun Sanomista. Mukana ovat siis lehdet kolmelta STT:n isoimmalta omistajalta. Näillä lehdillä on myös kokemuksia erilaisista yhteistyöjärjestelyistä ja sisältövaihdosta muiden lehtien kanssa. Almalta ja Sanomalta päädyin haastattelemaan uutistyytä johtavia ihmisiä Aamulehdestä ja Kouvolan Sanomista. Lisäksi sain haastattelun Alma Aluemedian uutispäälliköltä. Turun Sanomat kuuluu TS-Yhtymään, joka on STT-Lehtikuvan kolmanneksi suurin omistaja. Turun Sanomat on kiinnostava graduni kannalta myös siksi, että se on mukana Lännen Mediassa kuten Aamulehtikin. Nelikon lehdet kuuluvat osin eri konserneihin, mutta ne ovat pitkään harjoittaneet yhteistyötä esimerkiksi juttuvaihdossa. Nelikosta haastattelin Keskisuomalaisen ja Etelä-Suomen Sanomien uutistyyön johtajia.

Halusin tutkimukseen mukaan kooltaan ja levikiltään erilaisia lehtiä. Alla olevan taulukon levikkitiedot ovat peräisin Media Audit Finlandin tuoreimmista tilastoista. Keskisuomalaisesta ja Kouvolan Sanomista ei ollut saatavilla digilehden levikkiä eikä siis erillistä kokonaislevikkiä.

Taulukko 1. Tutkimuksessa mukana olevien sanomalehtien levikit

Lehti	LT-levikki	Digilehti, levikki	Kokonaislevikki
Aamulehti	113 066	10 358	114 231
Etelä-Suomen Sanomat	51 444	7 591	51 537
Keskisuomalainen	61 163		
Kouvolan Sanomat	23 735		
Turun Sanomat	94 185	8 354	97 289

(LT-levikkitilasto 2013)

Vaikka pyrin saamaan tutkimukseen mukaan erilaisia lehtiä, tutkimukseni tulosta on tarkasteltava siinä valossa, että ulos on rajautunut paljon lehtiä ja STT:n asiakkaita. Rajaus on mielestäni kuitenkin perusteltu, sillä mukana on keskeisten asiakasmedioiden ja omistajien lehtiä, jotka kuuluvat isoimpiin sanomalehtileireihin.

Sain haastateltavien etsimiseen apua STT:ltä, jonka uutispäätoimittaja välitti haastattelupyyntöni valitsemini lehtiin. Lehtiä pyydettiin ehdottamaan itse yhtä tai useampaa sopivaa haastateltavaa. Tein lopulta yhteensä seitsemän haastattelua. Sovin kaikkien haastateltavien kanssa, että he esiintyvät tässä gradussa nimellään. Haastattelin uutispäällikkö Kristiina Tolvasta Aamulehdestä, uutispäällikkö Timo Ylihärsilää Alma Aluemediasta, toimituspäällikkö Elina Saloa Etelä-Suomen Sanomista, uutistuottaja Arja Hankilanojaa ja uutispäällikkö Keijo Lehtoa Keskisuomalaisesta, toimituksen päällikkö Petri Karjalaista Kouvolan Sanomista ja uutispäällikkö Hannu Mieltusta

Turun Sanomista. Haastattelujen kokonaismäärä jäi melko pieneksi, mutta on tutkimustehtävään nähden riittävä. Pohdin johtopäätöksiä käsittelevässä luvussa kuitenkin sitä, mikä merkitys pienellä haastateltavien joukolla voi olla tuloksiini.

Huhtikuussa 2014, noin kuukausi haastattelujen teon jälkeen uutisoitiin, että Länsi-Savo ostaa Sanomalta maakuntalehtiä. Konserni osti enemmistön Sanoma Lehtimediasta, joka julkaisee muun muassa Kouvolan Sanomia. Kaupan myötä syntyneen uuden yhtiön on tarkoitus siirtyä Länsi-Savon omistukseen täysin viiden vuoden päästä. Tämä kauppa ei tullut puheeksi haastattelussa, mutta en lopulta näe tätä ongelmaksi. Kauppa on esimerkki jatkuvasta myllerryksestä, jossa sanomalehdet elävät, ja kaupan vaikutukset jäävät gradun tekohetkellä vielä nähtäväksi.

6.3. Haastatteluista analyysiin

Varsinaiset haastattelut tein lehtien toimituksissa. Nauhoitin haastattelut, jotka litteroin riittävän tarkasti analysointia varten. Ensimmäisenä tekemäni haastattelu toimi samalla testihaastatteluna. Jätin siis itselleni mahdollisuuden muokata haastattelurunkoani, jos siihen olisi ensimmäisen haastattelun perusteella näyttänyt olevan tarvetta. Sovin asiasta ensimmäisen haastateltavan kanssa, jotta minulle jäi mahdollisuus esittää hänelle tarvittaessa lisäkysymyksiä jälkeinpäin puhelimitse. Haastattelujen jälkeen seurasivat aineiston purku ja analyysi.

Aineiston varsinaiseen analysoimiseen oli tarjolla useita eri tapoja. Kun aineisto oli olemassa ja olin litteroinut sen tekstiksi, aloitin aineiston lukemisen ja jäsentelyn Eskolan ja Suorannan (1999, 151–152) ohjeiden mukaisesti. He (emt., 161) ovat jakaneet analyysimenetelmät kvantitatiivisiin tekniikoihin, teemoitteluun, tyypittelyyn, sisällönerittelyyn, diskursiivisiin tapoihin ja keskusteluanalyysiin. Omaan tutkimukseeni sopivin menetelmä oli teemoittelu, sillä mielenkiintoni ei ollut haastateltavien puhetavoissa, eikä esimerkiksi määrällinen analyysi olisi antanut riittäviä vastauksia tutkimuskysymyksiini. Lisäksi aineistoni olisi ollut tällaiseen menetelmään aivan liian suppea. Teemoittelu puolestaan antoi monipuolisia vastauksia tutkimuskysymyksiin ja palveli esimerkiksi erilaisten käytännöllisten ongelmien ratkaisemisessa (emt., 180). Onnistuneessa teemoittelussa teoria ja empiria ovat vuorovaikutuksessa keskenään (emt., 176).

Koska hankin aineistoni teemahaastatteluin, aineistoni oli rakentunut valmiiksi tietynlaisen jäsentelyn mukaisesti. Eskola ja Suoranta (emt., 153) ehdottavatkin etsimään aineistosta analyysivaiheessa haastattelurunkoa käyttämällä kohtia, jotka kertovat tietyistä kulloinkin halutuista asioista. Itse päädyin kuitenkin käyttämään haastattelurunkoani haastattelujen läpikäymiseen vasta loppuvaiheessa pyrkiessäni varmistamaan, että mikään olennainen teema ei ollut jäänyt minulta

huomaamatta. Analyysivaiheessa halusin pitää mieleni avoimena kaikille aineistosta mahdollisesti löytyville teemoille. Mikään haastatteluista ei toki noudattanut tarkasti ennalta suunniteltua kaavaa, sillä haastateltavat alkoivat välillä puhua seuraavasta teemasta jo ennen kuin olin varsinaisesti kysynyt asiasta.

Aloitin aineiston läpikäymisen siis lukemalla litteroituja haastatteluja läpi yhä uudestaan. Tein samalla muistiinpanoja haastattelujen lomaan siitä, mistä haastateltavat kulloisessakin kohdassa mielestäni puhuvat. Eskolan ja Suorannan (emt., 153) ehdotuksen mukaan ryhmittelin haastattelujen kohtia isommiksi teemoiksi, jotka toistuivat kaikissa haastatteluissa. Aakkostin teemat, ja merkitsin kunkin teeman kirjaimen aina sitä koskevaan kohtaan aineistossa. Sama tekstikohta saattoi osua useampaan kuin yhteen teemaan, jolloin merkitsin kohdan kuuluvaksi kaikkiin kyseeseen tuleviin teemoihin.

Raportointivaiheessa rakensin aineistoni kuvauksen löytämieni teemojen varaan. Kuten Eskola ja Suoranta (emt., 153) huomauttavat, aineistoa tulkitaan analyysivaiheessa voimakkaasti, minkä vuoksi valinnat on hyvä perustella tutkimusraporttiin liitettävillä aineistokohdilla. Näin lukija pystyy arvioimaan tekemiäni tulkintoja ja perustelujani paremmin.

Aineiston raportoinnin jälkeen seuraavat johtopäätökset ja pohdinta, jolloin suhteutan tulokseni aiempaan tutkimukseen ja tarkastelen tekemisiäni kriittisesti. Tässä osiossa arvioin myös sitä, millainen merkitys omalla asemallani STT:n määräaikaisena toimittajana tutkimusta ja haastatteluja tehdessä mahdollisesti oli.

7. ANALYYSIN RAPORTOINTI

Teemahaastattelurunkoni rakentui viiden teeman varaan. Aloitin haastattelut kyselemällä haastateltavilta perustietoja heidän tehtävästään lehdessä ja siitä, kuinka kauan he olivat hoitaneet tätä tehtävää. Kysyin myös, millainen heidän suhteensa on STT:hen ja sen tuottamaan materiaaliin päivittäisessä työssä. Osin näiden kysymysten tarkoituksena oli lämmitellä haastateltavia, mutta erityisesti kysymys haastateltavan suhteesta STT:hen osoittautui hyödylliseksi myös analyysivaiheessa. Toisena teemana oli STT:n merkitys lehden eri osastoilla ja julkaisuvälineissä haastatteluhetkellä sekä STT:n roolin mahdollinen muutos viime vuosina. Kolmas teema rakentui lehtien harjoittaman yhteistyön ympärille. Neljäs ja viides teema koskivat lehden omia tulevaisuudensuunnitelmia ja STT:n merkitystä lähitulevaisuudessa.

Vaikka minulla oli analyysiä tehdessä haastattelurunkoni teemat mielessä, pyrin käymään aineistoa läpi avoimena myös muille mahdollisille teemoille. Löysin aineistosta lopulta useita teemoja, joita en ollut varsinaisesti tullut ajatelleeksi runkoa laatiessani. Lopulta jaoin aineiston kuuteen teemaan, jotka ovat paikallisuus, uutisseuranta ja -suunnittelu, teknologian aiheuttamat muutokset, lehtien omien yhteistyöjärjestelyjen vaikutukset, STT:n irtisanomisten ja organisaatiouudistuksen vaikutukset sekä kustannustehokkuus. Näistä teemoista nostin esille niin sanottuja pääteemoja ja yksityiskohtaisempia alateemoja, mikäli sellaisia aineistosta löytyi.

Käyn seuraavaksi läpi löytämäni teemat. Perustelen analyysiäni ja valintojani haastatteluista ottamillani kohdilla. Moni löytämistäni teemoista lomittuu jossain määrin toisten teemojen kanssa, mutta jaottelu on mielestäni kuitenkin perusteltu ja järkevä. Suorien haastatteluista otettujen lainausten perässä on suluissa lyhenne lehdestä. Aamulehdestä käytän lyhennettä AL, Keskiuomalaisesta KSML1 ja KSML2, Etelä-Suomen Sanomista ESS, Kouvolan Sanomista KS ja Turun Sanomista TS. Alma Aluemediasta en käytä lyhennettä.

7.1. Paikallisuus

Yksi STT:n käyttöön keskeisesti liittyvä näkökulma haastatteluissa oli paikallisuutisointi, jonka merkitystä kaikki haastateltavani korostivat oman lehensä arjessa. Seuraavassa alaluvussa käsittelen tätä teemaa tarkemmin. Pääteema ei jakaudu alateemoihin.

7.1.1. Paikallisuus kilpailuvalttina

Erityisesti pienemmissä lehdissä sanottiin, että paikallisten tapahtumien ja näkökulmien painottaminen on keino selvitä mukana kilpailussa. Tästähän myös Kivikuru (2012, 186) kirjoittaa: kotimaanuutiset jakautuvat hänen arvionsa mukaan jatkossa entistä enemmän valtakunnalliseen ja paikalliseen uutisvälitykseen, ja paikallismediat ovat löytäneet jalansijaa myös uutisvälittäjinä.

STT:n näkökulmasta työnjako on selvä, kun lehdet hoitavat omat paikalliset uutisensa, ja uutistoimisto tekee valtakunnallisesti kiinnostavia juttuja. Paikallisuuden korostuessa voi kuitenkin käydä niin, että STT:n rooli kutistuu lehdissä. Ainakin osa haastateltavistani sanoi näin jo käyneen. Koska uutistoimiston materiaali lähtee kaikkien asiakkaiden käyttöön ja vapaaseen levitykseen, on lehtien houkuteltava lukijat ja vakuutettava heidät lehden tärkeydestä omalla sisällöntuotannolla. Lisäksi esimerkiksi Yle ja MTV jakavat valtakunnalliset uutiset ilmaiseksi myös verkossa, joten pelkillä valtakunnallisilla uutisilla ei maakuntalehteä voi pyörittää.

”Meillä STT:n merkitys on pienentynyt. Meillähän oli lehti uudistus tossa noin vuosi sitten. --- Tietysti painotus on aikasemminkin ollut paikallisissa uutisissa, mutta nyt ne sai ihan selkeesti vielä parhaat paikat. Että meillä käytännössä erittäin harvoin on esimerkiksi premin pääjuttuna enää STT, että se on nyt hyvin poikkeustapaus. --- Meillä selkee lähtökohta on, että kaikilla osastoilla lähtöjutut, tärkeet uutiset ja myös parhaat paikat on sillä paikallisella.” (KS)

”Meidän oma kehitys on semmonen, että kun on aika kuristava taloustilanne, niin se meidän kilpailukeino tai tapa selvitä on tämmönen paikallinen uutisointi ja tekeminen.” (ESS)

”15 vuotta sitten saatettiin tehdä niin, että kun iltaihminen tuli töihin, se lapioi niitä uutisia STT:ltä, ja ne oli ihan tuoreita ja hyviä seuraavana päivänä. Nyt se ei tuu enää kyseeseen. Ei voida jättää sen varaan, että otetaan, mitä satutaan STT:ltä löytämään. Osa uutisista happens, pitää miettiä ylipäänsä mitä ne uutiset meille merkitsee, niissä on otsikoitavaa, jalkautettavaa. STT:llä sen lehden teko ei tuu enää onnistuu. Pääjutut pitää olla melkeen omia ja hakee sitä omaa vauhtia niistä tärkeimmistä jutuista.” (KSML2)

STT:n merkitys lehtien uutisosastoilla vaihtelee. Vaikka haastateltavat listasivat STT:n roolin erityisen tärkeäksi valtakunnanpolitiikan, talouden, kotimaan isojen uutisten, ulkomaiden ja osin myös urheilun uutisoinnissa, näkivät lähes kaikki STT:n juttujen tehtävän lehdessä tietynlaiseksi tilkkeeksi ja toimituksen omien paikallisesti tärkeiden juttujen kehykseksi. Lehtien pääjutut pyritään yleensä rakentamaan omien juttujen varaan lähes kaikilla osastoilla. Poikkeuksen tähän tekee ehkä selvimmin ulkomaanosasto niissä lehdissä, joissa ei ole merkittävää omaa ulkomaantuotantoa.

”Se (STT) on ihan elintärkeä meille, mutta me rakennetaan paikallinen edellä tietysti. Ehkä STT on meidän semmoinen tietty tilke ja täyttömateriaali, mutta kuitenkin niin, että ei se ole yhdentekevää, mitä sieltä tulee. Kyllä me käytetään STT:tä ihan sivun pääjuttunakin, jos on sellainen aihe tai tarvitaan. --- Taloussivuilla sitä käytetään pääsääntöisesti kakkosjuttumatskuna. Ja urheilussakin tilkkeenä ja kakkosjuttukamoina.” (ESS)

”Mä sanoisin, että se isoin (rooli STT:llä) on varmaan perinteisesti ollut taloudessa. Uutistoimituksella se on joskus aikasemmin ollut isompikin. --- No politiikka tietysti. Meillä on erillinen politiikantoimitus, mutta se on enempi keskittynyt kunnallispolitiikkaan.” (TS)

”Jos miettii lehteä, niin STT on vähän sellanen, että STT:n jutuilla vähän kehytetään sitä omaa paikallista materiaalia.” (KS)

Yksi perinteinen keino käyttää STT:n juttuja maakuntalehdessä on aiheen niin sanottu paikallistaminen. Yksinkertaisimmillaan tämä saattaa tarkoittaa vaikkapa pienen gallupin tekoa, eli muutaman paikallisen asukkaan haastattelua valtakunnallisesta aiheesta, ja näiden niin sanottujen tavisten kasvokuvien ja lyhyiden vastausten taittamista STT:n jutun kylkeen. Toinen keino lisätä paikallinen näkökulma STT:n juttuun on esimerkiksi haastatella oman alueen asiantuntijoita aiheesta ja lisätä nämä vastaukset STT:n tekstin sisään tai kinaloksi. Lehtien toimituksille paikallistaminen voi olla helppo keino saada lehteen täytettä ja säästää työaika, kun valtakunnallisesti merkittävään aiheeseen tarvitsee etsiä vain oma paikallinen haastateltava.

”Meillä on aamulla pomopalaveri, jossa sitten pohditaan yhtenä kysymyksenä, että onko STT:llä jotain sellaista tarjontaa, mitä aletaan sitten paikallistaa.” (KS)

”Joskus on silleen, että nostetaan (STT:n jutun) kärkeen joku paikallinen asia.” (TS)

Paikallisasioiden nouseminen maakuntalehdissä entistä tärkeämmäksi on saattanut tietyllä tavalla kutistaa STT:n asemaa valtakunnallisena uutisagendan asettajana. Vaikka näin olisi käynyt, voi paikallisuuden korostuminen toisaalta lisätä STT:n arvoa lehtien uutisarjessa. Niin sanottuja pakollisia, päivänpäällisiä uutistapahtumia hoitava uutistoimisto vapauttaa asiakkailtaan käsiä paikalliseen uutisointiin ja omien juttujen tekoon. Tietyllä tavalla STT:n tehtävä on siis yhä sama kuin se oli yli sata vuotta sitten, jolloin toimiston tehtäväksi määriteltiin maakuntalehtien tarpeiden täyttäminen ja erityisesti valtakunnallisesti kiinnostavien sekä ulkomaanuutisten välittäminen maaseudun lehdille. Työnjako mahdollistaa sen, että lehtien toimittajat voivat keskittyä etsimään omia uutisia ja palvelemaan paikallisia lukijoitaan. STT siis tietyllä tavalla auttaa lehtiä laajentamaan juttutarjontaansa.

”Jätetään semmoset asiat, jotka joka tapauksessa on kaikilla, ni ne jää STT:n huomaan. Ja me tehdään sitten paikallisasioita, joita muut ei hoida, ja muita asioita, joita muilla ei sitten ole.” (TS)

”Printissä STT hoitaa meille, ja niin ku nojataankin ihan täydellä painolla tiettyihin asioihin, että ne hoidetaan meille. Vaikka eduskunta-asiat ja EU, meillä ei oo resursseja, eikä toisaalta järkeä hoitaa niitä ite. Ne ei oo sitä meidän ydinosaamista, sitä paikallista.” (ESS)

Alma Aluemedian uutispäällikkö mietti, voisiko tällainen tehtävä STT:llä vielä korostua tulevaisuudessa. Lopultahan kyse on siitä, mikä on lehdille taloudellisesti järkevintä.

”En tiiä, pystyiskö STT sitten viiden vuoden päästä hoitaa osan sellasista töistä, joita lehtien omat toimittajat tekee nyt. Että pystytäänkö jotenkin vielä omalla porukalla keskittyä vielä entistä enemmän oman alueen aktiviteetteihin. Että löytyykö jotain asioita, joiden omasta hoitamisesta vois suosiolla luopua ja jättää STT:n varaan vielä enemmän.” (Alma Aluemia)

Vaikka maakuntalehdet siis korostavat paikallisuutta, on valtakunnallisten uutisten julkaiseminen edelleen tärkeää myös pienemmille lehdille. Moni haastateltavista sanoi, että kyse valtakunnallisten ja ulkomaan uutisten julkaisemisesta on lehden uskottavuudesta. STT siis täydentää lehden täyden palvelun uutismediaksi ja tuo uskottavuutta lukijoiden silmissä. Pienemmillä lehdillä ei itsellään ole mahdollisuuksia alkaa tuottaa tällaista sisältöä. Jos näitä uutisia ei tarjottaisi lukijoille, muuttuisi lehti haastateltavien mukaan paikallislehdeksi.

Tästä näkökulmasta STT:n merkitys nähdäkseni vielä korostuu eri tavoin eri uutisosastoilla. Yhteiskunnallisesti erityisen tärkeät uutiset, kuten politiikan- ja ulkomaantapahtumien uutisointi, tarvitaan STT:ltä. Toki tämäkin näkökulma voi muuttua lehtipoolien myötä, jos lehdet alkavat harjoittaa yhdessä kyseisten aihepiirien perusseurantaa.

”Me yritetään olla semmonen media, jota seuraamalla ihmisen ei tarvii lukea mitään muuta pysyäkseen kärryillä muustakin. Että ei jäädä mitenkään nurkkakuntaiseksi tänne Päijät-Hämeeseen, vaan meillä on kaikki se oleellinen, mitä pitää tietää valtakunnasta ja maailmalta. Niin siinähan se STT meitä auttaa ja on ihan oleellinen.” (ESS)

”Siel on ne ulkomaat, kotimaanpolitiikka, että se on maakuntalehdelle ainakin mun mielestä myös sellanen tietyn näköinen pakko tarjota ne. Että voi kysyä, oisko vakavasti otettava maakuntalehti enää, jos ei tarjoais sitä.” (KS)

”Me tarvitaan se uutistoimisto, me tarvitaan se sama materiaali, tarvitaan tämmönen täyden palvelun materiaali meidän lehdessä vielä. Että en näe, että supistuttais tämmöiseksi Jyväskylän paikallislehdeksi.” (Uutispäällikkö KSML2)

7.2. Uutissuunnittelu ja -seuranta

Uutistoimistojen yksi hyöty toimituksille ja toimittajille on Uskalin (2007, 90) mukaan uutistulvan seulonta ja päivä- ja viikkoagendan luominen. Myös haastateltavieni mielestä yksi STT:n keskeinen tehtävä on systemaattinen valtakunnallinen uutisseuranta. Lisäksi haastateltavat kokivat, että STT auttaa heitä niin päivittäisessä kuin pidemmän aikavälin uutissuunnittelussa. Tämän teeman alateemana käsittelen myös yllättäviä uutistilanteita. Vaikka uutistoimiston merkitys korostui pitkän aikavälin uutistyössä, sillä osoittautui olevan tärkeä tehtävä myös odottamattomien uutistilanteiden iskiessä.

7.2.1. Uutissuunnittelu ja -seuranta päivittäisessä uutistyössä

Koska haastattelin lehtien uutistyötä johtavia ihmisiä, uutissuunnittelun merkitys luultavasti korostui vastauksissa. Yksi niin sanotuista lämmittelykysymyksistäni oli, millainen suhde haastateltavalla on STT:hen ja sen materiaaliin päivittäisessä työssä. Kysymys oli oleellinen ja osoittautui analyysivaiheessa erittäin tärkeäksi. Haastateltavani kuvailivat suhdettaan esimerkiksi STT:n uutisvirran tiiviiksi seuraamiseksi ja STT:tä apuvälineeksi saman ja tulevien päivien uutissuunnittelussa ja työnjaossa.

”Katon aamulla, mitä on tullut, ja usein käyn kattomassa illan viimeiset uutiset. Katon päivälisät ja lupaukset. Päivän mittaan mä sitten seuraan STT:n virtaa, jos vaan ennätän niin seuraan sitä koko ajan, ja onko ne meidän verkossa ja pitääkö nostaa verkossa enemmän. Sitten tietenkin ne yllättävimmät uutiset. että katotaan tartutaanko enemmän. Ja ne listathan on mulle se tärkein työkalu, näen mitä aamulla luvataan, miten se täsmentyy päivällä ja sitten taas eteenpäin, mitä seuraavalle päivälle on luvattu.” (KSML2)

”Lähinnä tälleen ennakkosuunnittelun kautta katson, mitä aiheita STT:ltä on tulossa ja mikä niiden painoarvo sitten on lehdessä.” (KS)

”Seuraan STT:n uutisfeediä koko ajan. --- Käytännössä poimin sieltä juttulistoille jonkun verran, että tää nyt ehkä meidän kannattaa käyttää STT:ltä, ja teen sitä harkintaa yhdessä Alman yhteistoimituksen uutispäällikön kanssa, että mitkä asiat on semmosia, että jätetään STT:n hoitoon.” (AL)

”Onhan se oleellisen tärkeä suunnittelussa ja työnjaossa.” (Alma Aluemia)

STT on 2000-luvulla kehittänyt omaa uutissuunnitteluaan ja alkanut tarjota asiakkaille uusia suunnittelun apuvälineitä, kuten päivälisää (Rautavuori 2007, 52). Keskisuomalaisen uutistuottaja ja Alma Aluemedian uutispäällikkö ottivat esille uutissuunnittelun paranemisen STT:ssä ja juttumittojen vakiinnuttamisen, mitkä auttavat lehtiä ennakoinnissa.

”Siellä on ainakin suunnittelu ja tiedottamispuoli parantuneet ihan helvetisti. Juttumitat on sattuneesta syystä, kun Aamulehti on kai ollut siellä konsultoimassa, niin ne natsaa aika hyvin yksiin. Sehän tietysti helpottaa ja nopeuttaa, lisää ennakoitavuutta.” (Alma Aluemia)

”Se on olennaisesti parantunut, että siellä tajutaan se lehtien rytmi. Että tulee tosi nopeesti se tieto siitä, että jos tulee muutoksia tarjontaan. Se on ihan keskeinen osa totta kai, että pystytään, ku ennakoivalla taitolla tehdään, niin pystytään ottamaan ne uutiset ja kokoamaan ajoissa.” (KSML1)

Haastattelujen perusteella STT:llä on tärkeä rooli erityisesti valtakunnanpolitiikan ja talousuutisten seurannassa. Kun monet maakuntalehdet painottavat oman toimituksen työssä paikallisuutta, tarvitaan STT:tä edelleen seuraamaan valtakunnallisia asioita. Vaikka erikoistoimittajuuden korostamisesta on siirrytty enemmän laaja-alaiseen uutistoimittajuuteen, on uutistoimistolla edelleen yhteiskuntatoimitus, jossa seurataan valtakunnallisesti tärkeimpiä politiikan ja talouden aiheita sekä oikeusjuttuja.

”Kyllähän se johdonmukanen uutisseuranta niin ku valtakunnassa on se STT:n rooli, minkä mä nään. Just ne politiikka, talous, kotimaan tärkeet isot uutiset. Eihän se (lehtien yhteistyö) voi korvata sitä. Sittenhän se tarkoittais, että meillä pitäis olla joku kaiken kattava.” (KSML1)

”Halutaan, että STT tekee meille just sitä perusseurantaa tietyistä asioista, jotka ei oo paikallisia. --- Eduskuntaseurantaa, isoja valtakunnallisia tapahtumia toivotaan, että STT tekee.” (ESS)

”Jos maakuntalehtiä ajattelee, varmaan politiikan ja talouden seuraaminen on merkittävää, politiikka etenkin. Ei maakuntalehdillä oo omia toimittajia, niin millä ne mitään seuraa. Hallituksen, eduskunnan tekemisten hyvällä uutisoinnilla on kysyntää. Meillä nyt on Helsingissä kuus toimittajaa tällä hetkellä, ja siltikin joudutaan jättää STT:lle uutisoimintia.” (Alma Aluemia)

7.2.2. Odottamattomat uutistilanteet

Koska STT hoitaa valtakunnan ja ulkomaan tapahtumien päivystystä, on uutistoimisto monille asiakkailleen tärkeä isoissa ja yllättävissä uutistilanteissa, kuten merkittävässä onnettomuuksissa.

Odottamattomissa uutistilanteissa muutama haastateltava sanoi saattavansa soittaa STT:lle ja pyytävänsä toimistoa tekemään jotain, mitä listoilla ei ole luvattu. Myös tällainen palvelu on haastattelujen perusteella lehtien uutisjohdolle erittäin tärkeää, kun päivän työnjakoa mietitään yllättävässä kiiretilanteessa.

”Saatan soittaa, että voitteko tehdä tämmöisen, vaikka Filippiini-iltana (tuhoisan taifuunin iskiessä), että voitteko tehdä semmoisen kertauksen suurista muista vastaavista, siis uutiskertauksen. Tiesin, että se palvelee kaikkia muitakin, ja toki ne teki.” (AL)

”On hirmu helppo soittaa esimerkiksi graafikoitten suhteen, --- että jos meillä on graafikko lomalla tai sairaana tai muuten ylityöllistetty, niin sit on ihan sovittu, että me matalalla kynnyksellä tilataan STT:ltä. Koetaan, että se on toiminut hirveen hyvin, ja että sieltä saa hirveen hyvää palvelua. --- Ja sama myös tuolla uutispuolella, että jos suunnittelee jotain vaaliasioita tai vastaavaa,--- niin sitten kun sinne soittaa niin siellä aina hirveen hyvin otetaan asiat haltuun.” (ESS)

STT luonnollisesti seuraa muita medioita jatkuvasti ja tarvittaessa siteeraa niitä. Sekä ulkomaisten että kotimaisten medioiden seuranta ja niiden uutisten seulominen on tärkeä osa STT:n päivittäistä työtä. Tämänhän myös Uskali (2007, 90) on nostanut yhdeksi keskeiseksi uutistoimistojen vahvuudeksi ja tehtäväksi toimittajien näkökulmasta. Myös haastateltavieni mukaan uutistulvan seulonta ja muiden medioiden siteeraaminen tarvittaessa on tarpeellista palvelua STT:ltä ja helpottaa lehtien omaa uutistystä.

”Niillä (siteerauksilla) on siinä mielessä merkitystä, että kun ei mitenkään ehdi kaikkea seuraamaan, niin kyllä ne paikkansa löytää.” (KSML1)

7.3. Teknologian tuomat muutokset

Teknologian ja erityisesti internetin työhön tuomat muutokset tulivat esille kaikkien haastateltavien puheessa, mitä odotin teoreettisen viitekehitykseni perusteella. Haastateltavat puhuivat eniten siitä, miten teknologia on muuttanut uutistyön rytmiä ja tapaa käyttää uutistoimiston materiaalia. Myös ajankohtainen kysymys tulorakenteesta ja maksumalleista puhututti paljon. Näiden pääteemojen lisäksi haastatteluissa sivuttiin sosiaalista mediaa, verkon tuomia muutoksia uutisten kieleen ja rakenteeseen sekä uusien palveluiden kehittelyä. Käsittelen näistä asioista omissa alaluvuissaan.

7.3.1. Uutistyön rytmin muutos

Teknologian kehittyminen on muuttanut toimitusten omia toimintatapoja ja vaikuttanut STT:n materiaalin käyttöön. Internet ja siellä toimivat palvelut ovat nopeuttaneet uutistyön rytmiä ja tietyllä tavalla syrjäyttäneet uutistoimiston roolia tiedon hallitsijana, kun esimerkiksi tiedotteet ovat kaikkien toimitusten saatavilla samaan aikaan. Tieto liikkuu entistä sulavammin myös kansalaiselta toiselle ilman välikätenä toimivaa tiedotusvälinettä. Lähes kolmekymmentä vuotta toimitustyössä mukana ollut Turun Sanomien uutispäällikkö muisteli aikaa ennen sähköpostiliikennettä:

”Silleen maailma on muuttunut, et kun mä oon tullut alalle, niin oli vielä melkonen uutuus tämmönen ku telefaks. --- Niin STT oli se, joka kertoi Helsingissä tapahtuneet asiat ensimmäisenä, ja sitten STT:n jutun pohjalta ruvettiin paikallistamaan. Niin jossain vaiheessa maailmaa, kun sähköposti syrjäytti telefaksit ja se muuttu niin kun helpommaks teknisesti hallinnoida, niin kyl se lähtökohta on nyt tiedote ja siitä ruvetaan sitten paikallistamaan, eikä odoteta sitä STT:n juttua.” (TS)

Tietyllä tavalla internet on siis tehnyt uutiskilpailun tasapuolisemmaksi, kun isot toimitukset eivät enää hallitse nopeuspeliä teknisellä ylivoimalla. Tästä huolimatta isot toimitukset ovat ylivoimaisia siinä, kuinka nopeasti tiedotteissa tai muuten verkossa leviäviin uutisiin ehditään tarttua. Vaikka uutistoimiston vahvuudeksi on nähty tottumus nopeatahtiseen työskentelyyn (Kivikuru 2012, 173), jää se nopeuskilpailussa haastattelemieni Turun Sanomien ja Aamulehden uutispäälliköiden mukaan usein jälkeen. Toisaalta STT:n uutiset voivat Keski-suomalaisen uutispäällikön mukaan hyödyttää lehden verkkosivuja kilpailussa, kun uutiset tulevat kaikille asiakkaille samaan aikaan. Turun Sanomien uutispäällikön kommentista käy ilmi myös STT:n uutistoimistorooli ja luotettavuuden periaate, jota toimisto itsekin korostaa työssään. Mahdollisessa nopeuskilpailussa hävitessään uutistoimiston voi nähdä tuottavan lisäarvoa luotettavuudella ja hakemalla esimerkiksi tiedottein tarjottuihin tietoihin uuden näkökulman.

”STT:llä on tietysti tää tietotoimistorooli, eli se ei voi ihan yhtä kepein mielin läiskä tavaraa ulos ku moni muu vempain. Niin siitä on tullut aavistuksen hitaampi sitten ton netin kahnauksessa. Eli suoraan sanoen aika moni väline me mukaan lukien aluks copy-pasteaa sinne jotain tiedotteesta saadakseen sen kellonajan, ja sit siistitään ja tarkistellaan. STT:llä se rooli on vähän toisenlainen, että ei voi tehdä näin.” (TS)

”Ne STT:n ulkomaan sähköet, joita käytetään verkossa, on ihan tärkeitä, mutta siinäkin se on välillä aika hidasta. Et välillä saadaan ite tehtyä nopeemmin niitä nettisähköetä ulkomailta nimenomaan, ja kyllä kotimaastakin.” (AL)

”Se (STT:n) rooli on tärkeä, se on kivijalka siellä verkossa. Me opiskellaan vasta STT:n hyödyntämistä nykyistä paremmin siellä verkossa. Me on aika paljon tehty sitä, että verkko on meidän omilla uutisilla, mutta me tunnustetaan että mehän saadaan ne uutiset yhtä nopeesti ku mikä tahansa muu kilpailija.” (KSML2)

Netti on muuttanut uutistyön tahtia myös siten, että lehtien on tarjottava uutisia vuorokauden ympäri lukijoilleen. Kuten Jyrkiäinen (2012, 96) on todennut, sanomalehti tulee nykyään nähdä paketiksi, johon kuuluvat printin lisäksi digitaaliset palvelut. Ympäri vuorokautiseen uutisten tuottamiseen useat lehdet tarvitsevat STT:tä, koska uutistoimistolla on öisinkin uutisia seuraava ja kirjoittava päivystys, jollaista monilla lehdillä itsellään ei ole. Vaikka päivystys ei STT:llä olisikaan aina onnistunut kaikkien asiakkaiden toivomalla tavalla, tarvitaan ympärivuorokautista palvelua Turun Sanomien uutispäällikön mukaan erityisesti isoissa uutistapahtumissa.

”Muistan tossa eurokriisin aikaan kun oli huippukokouksia, niin tuntu et STT anto aika aikasin periksi ja tuli se 800 merkkiä sitten. Se anti saatto olla yllättävän vähästä ja se varmaan perustu oletukseen, et ku lehdet menee kiinni, muuta ei tarvita, mut kyl meillä jotenkin se ympärivuorokautinen palvelu, varsinkin semmosissa erikoistilanteissa tarvittais kuitenkin.” (TS)

Ympäri vuorokautinen uutistarjonta vaikuttaa siihen, että verkkosivuilla pyörineet uutiset ovat seuraavan päivän lehdessä auttamattoman vanhoja. Tämä tiedostetaan STT:ssä, missä uutisten lehtiversioihin pyritään etsimään eri uutiskärki tai näkökulma kuin hetkenkohtaisiin sähkö- ja nettiversioihin. Kuten Rautavuori (2007, 51) kirjoittaa, STT:n on pitänyt vastata teknologisen kehityksen myötä muuttuneisiin vaatimuksiin ja alkaa tuottaa sisältöä entistä useampaan muotoon. Netti on silti haastateltavieni mukaan muuttanut lehtien tapaa käyttää STT:n materiaalia printissä.

”Tiedetään, että jotain on tapahtumassa, mut me päätetään et ku kaikki kertoo siitä tänään, jotku vaalit vaikka jossakin, mitkä ei oo niin kiinnostavat, ni saatetaan jättää se STT:n hoitoon. Sieltä tulee sähköitä verkkoon ja laitetaan printtiin mitä laitetaan, ja ite tehään jotakin muuta, koska seuraavana aamuna lehdessä se mikä on koko eilisen ollu uutisissa tuntuu vanhalta. Et ei kannata laittaa paukkuja semmoseen.” (AL)

”Semmonen filosofia on tullu yleisemmin hyväksytyks, et se tavara joka on kaikilla, niin sen paikka lehdessä ei oo kovin isolla sitten enää seuraavana päivänä, koska se vaan on kerta kaikkiaan niin vanha. Et meidän tarttee ehtiä kertoa asioista ennen ku ne ehtii tiedotteisiin asti. Et se (STT:n rooli) on niin ku pienentyny.” (TS)

”Aikasemmin STT oli aarrearkku, mistä iltaihminen vaan nosti niitä uutisia lehteen. --- Enää sitä ei voi tehdä, koska on toi netti ja se tarjonta syö niin paljon siitä STT:n sisällöstä, et sen varaan ei voi rakentaa kiinnostavaa sanomalehteä.” (KSML2)

Ympäri vuorokautinen uutistarjonta muuttaa STT:hen verrattuna erityisesti lehtien arkea, kun deadline on päällä koko ajan. Voisi ajatella, että STT:llä olisi tärkeä rooli tällaisessa aikarajattomassa uutismaailmassa, kun lehtien oma väki useissa toimituksissa vähenee, ja sisältöä pitäisi saada ulos jatkuvalla syötöllä.

”Mennään semmoseen digitaalinen edellä ajatteluun, ja se meidän koko sähkönen malli perustuu tavallaan siihen et julkastaan, et ei niin et tehdään yksi tuote jolla on deadline tiettyyn aikaan illalla, et sit aamulla lukija saa sen oman, vaan et ennemmin niin et lukija sais päivän mittaan sitä ja sitten ajankohtaset asiat aikasemmin, et esimerkiks illalla jollon mobiilikäyttö on tosi korkeella, ni sitä. Et sitten varmaan se printin merkitys vähenee koko ajan, vaikka sieltä tulee kylläkin vielä suurin osa rahasta.” (ESS)

7.3.2. Maksumallit ja lukijasuhde

Kaikki haastateltavani uskoivat, että verkon merkitys ja käyttäjämäärät kasvavat lähitulevaisuudessa, vaikka raha tehdään vielä pääasiassa printillä. Kuten Väliaverron (2009, 23) toteaa, journalismin kriisipuhe kytkeytyy yleensä juuri internetin ja sen aikaan saamien muutosten ympärille. Kysymys tulorakenteesta ja kilpailusta markkinoilla on keskeinen osa Boyd-Barrettin ja Rantasen (2010, 243) esille nostamia pulmia, jotka koskevat uutistoimistojen selviämistä. Verkossa

STT täydentää joidenkin haastateltavieni mukaan lehden uutispalvelua siinä missä printissäkin, mutta kaikki lehdet eivät näe uutistoimiston tuovan lisäarvoa nettisivuilla ainakaan tällä hetkellä. Ongelmallista on esimerkiksi se, että samat STT:n uutiset ovat verkossa kaikkien tarjottavissa, joten niillä on hankala houkutella lukijoita omille sivuille. Tilanne eroaa haastateltavien puheen perusteella printistä, sillä verkossa lukijasuhde on erilainen kuin lehdessä. Myös Väliverronen (2009, 21) on todennut, että lehtien yleisösuhte on verkossa muuttunut ja kilpailu kiristynyt, ja esimerkiksi Rantasen mukaan (2009, 114) ihmiset etsivät verkkoajana uutisensa useista eri lähteistä, kun aiemmin tieto saatettiin saada pääasiassa yhdestä mediasta.

Verkon kasvun myötä STT:n roolin arvellaan Kouvolan Sanomissa ja Etelä-Suomen Sanomissa mahdollisesti jopa pienenevän. Tämä johtuu siitä, että valtakunnalliset uutiset eivät houkuttele verkossa lukijoita, jotka ovat pääosin paikallista väkeä.

”Just juteltiin meidän verkkopäällikön kanssa, et sivulatauksista STT:n osuus tais olla 18 prosenttia, ja se on vähenemään päin. Et siellä se on, ja vähän niin ku lehdessäkin, et STT:n rooli on vähän sellanen bulkkimainen. Et ei tultais toimeen ilman, on meille arvokasta, mut on selkeesti alisteisessa asemassa, ja verkossa se korostuu. Et kyl se verkossa on, kun se tulee joka paikkaan se sama kama, niin ei sillä oo meille mitään sellasta kilpailuarvoa.” (ESS)

”Jos verkkoa miettii, niin siellä STT:n merkitys on aika pieni. Et se on näkyny ihan kävijämäärissä, eli STT:n jutut on sellasia, et hyvin harva meidän verkkolukijoista, tai verkon kävijöistä on niistä kiinnostunu. Et siellä tavallaan se paikallinen on se kiinnostavin asia, ja me ollaan myös keskitytty siihen, että ei käytetä STT:tä verkossa ellei ole joku ihan poikkeustilanne.” (KS)

Kouvolan Sanomien toimituksen päällikkö sanoi suoraan arvelevansa, että verkon merkityksen kasvaessa STT:lle ei jää kovin isoa roolia lehdessä. Toisaalta isommat maakuntalehdet Turun Sanomat ja Aamulehti saavat STT:n uutisilla verkossa lukijoita oman levikkialueensa ulkopuoleltakin.

”Jos ja kun verkkopuoli kääntyy ikään kuin isommaksi kuin printti, niin en näe, että sen (STT:n) merkitys on hirveän iso. Tietyllä tavalla se merkitys voi olla sitä, että vähän herätyskellona, tällainen kalenterinpitäjä, sen tyyppinen. Mutta väkisinkin se pienenee.” (KS)

”Mitä Amppareista (uutisportaali, joka näyttää uutisvirtaa kotimaisista uutislähteistä) näkee niitä lukuja, niin meillä saattaa olla ihan semmoinen pieni hitti joku STT:n ulkomaan uutinen. Että jostain syystä se sieltä Amppareiden kautta osuu myös meille. --- Saattaa olla sillain, että on monta monta sataa lukijaa ja jossakin viereisessä välineessä sillä on kolmekymmentä. Että en tiedä, mikä siinä on, miten se sieltä valikoituu.” (TS)

”Verkko on semmonen, mitä lukee myös monet, jotka ei asu edes täällä.” (AL)

Median murrosta käsittelevässä teoksessaan Väliverronen (2009, 21) huomauttaa, että moni lehti tarjoaa verkossa sisältöjään vieläkin ilmaiseksi. Osaltaan tämä on murentanut lehtien rahoitusta, mutta verkossa toimiminen on välttämätöntä yleisösuhteen ylläpitämiseksi. (Ema., 21.) Sittenkin lehdet ovat pikkuhiljaa alkaneet siirtää sisältöjään maksumuurien taakse, vaikkakin osin melko hitaasti. Myös omassa tutkimuksessani mukana olevista lehdistä osa on jo siirtänyt verkkosisältönsä maksullisiksi, kun taas osa vielä suunnittelee siirtoa. Esimerkiksi Aamulehti oli hieman ennen haastattelun tekoa ottanut käyttöönsä maksullisen verkkopalvelun, minkä lisäksi tarjolla oli edelleen myös maksuton puoli. Uutispäällikkö Kristiina Tolvanen arveli, että STT:n käyttö voi lehdessä muuttua uudistuksen myötä.

”Nyt varmaan muuttaa jonkun verran STT:n käyttöä, että pystytään käyttämään myös joitakin STT:n lehti-versioita siellä maksullisella puolella. Eli voidaan monesti jättää käyttämättä aika paljon STT:n juttuja, niin nyt voidaan käyttää niitä. Me maksetaan niistä ja ne on ihan kiinnostavia ja hyviä juttuja. Et ei laiteta niitä kaikille ilmaiseksi, mutta voidaan käyttää niin ku lisänä tuomaan sinne jotakin muuta näkökulmaa.” (AL)

7.3.3. Sosiaalisen median rooli

En kysynyt haastateltavilta suoraan mitään sosiaalisesta mediasta, sillä käsitelimme verkon tuomia muutoksia ja ylipäänsä STT:n tehtävää lehtien nettisivuilla varsin laajasti. Kouvolan Sanomien haastateltava oli ainoa, joka otti sosiaalisen median esille vastauksissaan. Mietin jälkepäin, olisiko minun pitänyt vielä erikseen kysyä tästä aiheesta muiltakin haastateltavilta, mutta pohdittuani asiaa tulin siihen tulokseen, ettei se ole tarpeen. Kuten teoriaosuudessa totean, STT ei julkaise uutisia sosiaalisessa mediassa ennen kuin ne on julkaistu asiakkaiden käyttöön, joten lehtien päivittäisessä uutistyössä asia ei ole ainakaan tällä hetkellä keskeisessä osassa. Silti sosiaalisen median roolia uutistoimiston työssä pohditaan jatkuvasti, ja uusia kanavia on otettu viime aikoina käyttöön. Nähdäkseni sosiaalisen median merkitys uutistoimistolle on silti ainakin toistaiseksi ennen kaikkea oman uutisseurannan ja -työn apuna ja tukena toimiminen esimerkiksi uutistapahtumien seurannassa, taustatietojen ja haastateltavien etsimisessä ja verkostoitumisessa.

Myöskään Kouvolan Sanomissa sosiaalisen median rooli ei toimituksen päällikön kommentin perusteella vaikuta vielä erityisen merkittävältä. Tosin vaikutelma voisi olla erilainen, jos asia olisi ollut keskeisemmässä osassa omassa haastattelurungossani. Lehden toimituksen päällikkö kertoi nyt lähinnä siitä, missä sosiaalisen median kanavissa oma media toimii. Hänen mukaansa sosiaalisessa mediassa lukijoita houkutellessaan nimenomaan omilla paikallisilla uutisilla tulemaan lehden verkkosivuille.

”Sielläkin se paikallinen materiaali on pääasiassa, että siihen pätee sama kuin verkkopalveluun muutenkin. --- juttujen suosittelu sekä Facebookin että Twitterin kautta.” (KS)

7.3.4. Uutisten kieli ja rakenne

Väliverroksen (2009, 17) mukaan netin on nähty koettelevan journalismin uskottavuutta, minkä toimittajat itse ovat liittäneet osaksi kysymystä journalismin murroksesta. Verkossa journalismin on arveltu muuttuvan tarkoitushakuiseksi klikkausten metsästykseksi, ja skandaalihakuisuuden ja viihteen on uskottu lisääntyvän netin takia (ema., 24). Rantasen (2009, 128) mukaan uutisen käsite on murroksessa, kun mielipiteet ja faktat sekoittuvat toisiinsa aiempaa herkemmin.

Myös Rautavuoren (2007, 91) pro gradussa STT:n toimittajat liittivät pinnallisuuden ja viihteellisyyden verkossa julkaistavaan journalismiin. Syy tähän oli ennen kaikkea nopeuden vaatimuksen korostuminen. Tärkeintä toimittajille oli merkityksellisen sisällön välittäminen lukijoille ymmärrettävässä muodossa, ja tämän ihanteen toteutuessa myös aiempaa viihteellisempi materiaali hyväksyttiin. (Emt., 91). STT:ssä lanseerattiin vuonna 2007 käsite lulu, mikä tarkoittaa lukijaa ja luovuutta. Juttujen tyyliä haluttiin elävöittää, ja taustalla oli ajatus siitä, että juttujen pitäisi kiinnostaa vielä paperilehdessäkin verkosta uutisen jo edellisenä päivänä luultavasti lukenutta yleisöä. Myös omat haastateltavani olivat panneet merkille kielen elävöitymisen STT:n jutuissa. Tosin mahdollista on sekin, että STT:n edustajat ovat puhuneet asiakkaiden kanssa Lulu-hankkeesta, ja hanke on ollut asiakkaiden tiedossa, minkä takia haastateltavat ottivat asian esille.

Alma Aluemedian uutispäällikkö arveli, että kenties tarve niin sanottujen keveiden puheenaihejuttujen tuottamiseksi voi STT:ssä kasvaa. Itse toisaalta näkisin, että STT:n mahdollisuus tarttua tällaisiin puheenaihejuttuihin on voinut vähentyä toimitushenkilökunnan supistumisen myötä. Lisäksi monissa asiakkaiden vastauksissa on ennen kaikkea korostettu niin sanottujen kovien uutisten, kuten päivän politiikan ja talouden seurannan merkitystä uutistoimiston työssä. Yhtä kaikki Alma Aluemedian uutispäällikön kommentti kertoo siitä, että journalismin lukijasuhdetta joudutaan miettimään toimituksissa jatkuvasti eikä toimituksille ole aivan selvää, miten sanomalehtien kannattaisi toimia verkossa.

”En tiedä, millasia paineita asiakaskunnasta tulee STT:lle tällaseen pinnallisemman, hömpän ja humpuukin, tällaseen puheenaihejuttujen tuottamiseen. En tiedä, onko sellasta paljon. Mä epäilen, että toi verkkopuoli voi vaatia vähän enemmän sellasta, jos lehdet ei tee kukin sitä ite, ei tuota sellasta materiaalia, joka houkuttelee lukijoita joitten ensisijainen kiinnostuksen kohde ei oo mikään analyttisyys tai taustoittaminen.” (Alma Aluemia)

7.3.5. Palveluiden kehittäminen

Verkon ja digitaalisten palveluiden kehittäminen oli kuuma aihe kaikissa haastattelemissani lehdissä. Useimmat haastateltavat esimerkiksi sanoivat, että mobiilikäyttö on alkuvuoden 2014 aikana selvästi lisääntynyt vuoden takaiseen verrattuna. Oma arviotani STT:n nykytilanteesta hahmotellessani odotin, että lehdet voisivat nähdä STT:n yhdeksi rooliksi tietynlaisen palveluiden kehittäjän ja edelläkävijän. Tekemieni haastattelujen perusteella ei kuitenkaan siltä vaikuta. Vaikka STT:llä olisi mahdollisuuksia kehittää verkkoon tai mobiilikanaviin uusia palveluja, saatetaan niihin suhtautua pienellä varauksella lehdissä. Uutistoimiston asiakasmedioissa kilpailijasta erottumisen tärkeys korostunee, kun lukijoita ei enää voi ottaa itsestään selvyytenä. Muutama haastateltava esimerkiksi sanoi, että STT:ltä ei toivota uusia maksullisia palveluita.

”No se video tuntuu tunkevan sieltä sun täältä, mut mä en ainakaan itse juuri katso elävää kuvaa netistä. --- En oikeen jaksa uskoa et se elävä kuva yhdistyneenä johonki mobiililaitteeseen tai edes pöytätietokoneeseen olis se juttu.” (TS)

”Siinä (palveluiden kehittämisessä uusiin jakelukanaviin, kuten tablettiin) luulen, et lehdet haluaa pitää sitä aika pitkälle omissa näpeissä, semmonen tuntuma mulla on. Et kaikki ryhmät haluaa kehittää sitä omista lähtökohdistaan. Et semmonen kehittämisrooli, et STT kehittäis kaikkien lehtien puolesta, ni en nää. --- Kilpailuyistä kaikki haluaa varjella sitä omaansa ja erottautua, koska tää markkina on kilpailumarkkina nyt. Sähkössä kaikki kilpailee samalla alustalla ja periaatteessa kaikista lukijoista...” (KSML2)

”Sillä (STT:llä) on ollut kaikenlaisia vaiheita, ja on myyty semmosia erityispalveluja ja muita, ja musta tuntuu, että ainakaan meillä niille ei oo ollut oikein käyttöä. Että se, mitä me tarvitetaan, on täsmälleen sama homma, mitä se on tehnyt sata vuotta.” (TS)

”Meidän päätoimittaja oli sitä mieltä, että tuskin ollaan kiinnostuneita maksullisista lisäpalveluista. Että ennemminkin just siitä ydinpaketista, että siitä pidettäis huolta ja se toimisi.” (ESS)

Haastatteluvastauksia voi lukea niin, että lehdet vielä etsivät verkon käyttötapoja ja merkitystä. Tämä voisi selittää myös sitä, että STT:n roolia ei nähdä suureksi palveluiden kehityksessä – tai sitten uutistoimistolle ei yksinkertaisesti nähdä merkittävää osaa lehtien digipuolen kehittämisessä.

Kuten paikallisuuden tärkeyttä käsittelevässä alaluvussa käy ilmi, lehdet pitävät valtakunnallisten ja ulkomaanuutisten tarjoamista lukijoille uskottavuuskysymyksenä. Verkossa pienemmät lehdet eivät kuitenkaan näe näille uutisille merkittävää roolia, ja STT:n juttujen käyttö on esimerkiksi Kouvolan Sanomien verkkosivuilla lopetettu lähes täysin. Nähtäväksi jää, miten tilanne muuttuu, kun yhä useampi lehti muuttaa verkkopalvelunsa maksulliseksi. Jos lehti haluaa pysyä niin sanottuna täyden palvelun maakuntalehtenä, on verkkopalvelun tarjottava yhtä lailla kattava sisältö kuin printin.

7.4. Tukun ja jakelijan roolien hämärtyminen

Yksi haastattelurunkoni teemoista oli erilaiset yhteistyökuviot sisällöntuotannossa ja juttuvaihdossa lehtien välillä. Myös analyysiä tehdessäni nostin tämän aiheen omaksi teemakseen, koska sillä on toimitusten päivittäisessä uutistyössä nykyään keskeinen tehtävä ja koska yhteistyökuvioiden merkitys STT:hen verrattuna on mielenkiintoinen myös teoreettisen viitekehitykseni valossa. Tässä yhteydessä käsittelen Lännen Mediaa omana alateemanaan, koska se on ajankohtainen esimerkki yhteistyöstä ja siitä puhuivat muutkin kuin pooliin liittyvät lehdet.

7.4.1. Yhteistyötä STT:n ohella

Kaikissa tutkimuksessani mukana olevissa lehdissä on kokemusta yhteistyöstä joko konsernin sisällä tai oman konsernin ulkopuolisten lehtien kanssa. Aamulehti ja Turun Sanomat ovat mukana Lännen Mediassa, ja odotusteni mukaisesti poolin tuleva rooli mietitytti haastateltavia myös muissa lehdissä.

Kuten teoreettisessa viitekehityksessäni käy ilmi, uutistoimistojen roolia ovat hämärtäneet erilaiset yhteistoimitukset ja juttuvaihto medioiden välillä. Myös Suomessa voi Kivikurun (2012, 179) mukaan alkaa pikkuhiljaa puhua uutistavarataloista, ja Lännen Median perustaminen vahvistaa tätä ajatusta. Tällaisten uusien valtakunnallisten uutispoolien synty voi sekoittaa perinteisten tukku- ja jakeluportaiden tehtäviä. Boyd-Barrett ja Rantanen (2010, 237–238) ovat esimerkiksi todenneet, että tukkuportaan ja jakelijan roolien hämärtyminen voi lisätä kilpailua toimiston ja sen omistaja-asiakkaiden välillä.

Juttuvaihtoa on toki harjoitettu suomalaislehdissä jo pitkään, ja lehdillä on kokemusta myös yhteistoimituksista vuosien ajalta, eli uudesta ilmiöstä ei ole kyse. Ainakin toistaiseksi lehtien omat yhteistyökuviot ja STT:n materiaali ovat haastateltavieni mielestä ennemmin täydentäneet toisiaan kuin kilpailleet keskenään. Osasyyn tähän on luultavasti lehtien kiristynyt taloustilanne ja väen vähentäminen omista toimituksista. Esimerkiksi Etelä-Suomen Sanomien toimituspäällikkö totesi, että lehti tarvitsee sekä yhteistyöstä että STT:ltä saatavan materiaalin, ja päällekkäisyyttä sisällöissä kartetaan tarkasti. Etelä-Suomen Sanomat harjoittaa juttuvaihtoa Keskisuomalaisen, Karjalaisen ja Savon Sanomien kanssa. Myös Keskisuomalaisessa korostettiin sitä, että kilpailua STT:n kanssa ei tavoitella.

”Meidän kultainen ohjenuora on, että me ei kilpailla STT:n kanssa. Sen meidän nelikkoyhteistyön idea on, tai kaiken sen takana on että se sisältö ei kilpaile STT:n kanssa, vaan tiukasti katotaan että jos ollaankin samoissa aiheissa, niin ne täydentää toisiaan. Että me tarvitaan tavallaan se kaikki siihen tekemiseen.” (ESS)

”Meillä on nyt ilmoitettu virtuaalisesta toimituksesta, ja haetaan toimittajia, jolla me halutaan lisäpalvelua STT:n rinnalle. Mutta nimenomaan siinä meidän sisäisessä rekryilmoituksessa korostetaan, että se ei ole STT:tä päällekkäin tekevä, vaan se on lisää.” (KSML2)

Kouvolan Sanomien ja Keskisuomalaisen haastateltavat kertoivat, että juttuvaihtoa ja yhteistyötä tehdään niin sanotussa kevyemmässä sisällössä ja esimerkiksi teemasivuilla. Kouvolan Sanomien toimituksen päällikkö huomautti, että STT ei tällaista teemasisältöä oikeastaan tuota, joten päällekkäisyydeltä vältytään. Kouvolan Sanomien, Keskisuomalaisen ja Etelä-Suomen Sanomien haastateltavien mukaan yhteistoimitusten jutut eivät välttämättä niinkään vähennä STT:n juttujen käyttöä, koska yhteistoimitusten tuottama sisältö on selkeästi erilaista kuin STT:n materiaali, mutta STT:n tuotannon supistumisen takia täytettä lehden sivuille saatetaan joutua aiempaa herkemmin etsimään muilta kumppaneilta. Keskisuomalaisen uutistuottajan mukaan lehti saa yhteistyön ansiosta ajattomia juttuja talteen hiljaisten päivien varalle.

”Ei oikeastaan tämän tyyppinen juttuvaihto, jos miettii Sanoma Lehtimedian sisäistä juttuvaihtoa, joka on ollut pitkään jo olemassa, niin ehkä se nykyisellään ei niinkään vähennä STT:n juttujen käyttöä, mutta STT varsinkin viikonloppuna tarjoaa sen verran vähän sitä tavaraa, että ehkä herkemmin mennään katsomaan näiltä sisarlehdistä, onko siellä jotain sellasta sivun alakertautista, jos tarvii ihan täyttää tilaa.” (KS)

”Kyllähän se ennen näkyi viikonloppuisin ja loma-aikoina, kun oltiin oman tuotannon varassa, niin sitten oltiin oman tuotannon varassa, ja oli kauhee kiire. Niin nyt on aina varastoissa jotakin, just sitä ajattomampaa tovereilta tullutta.” (KSML1)

”Kyllä se (yhteistyö) tavallaan tietysti jollain tavalla korvaa (STT:n palveluja), varsinkin kun STT on lopettanut monien sellaisten yleisten, niin ku että se tekee vähemmän sellaisia pääjuttumittaisia kuvitettuja kamoja. Niin kyllä se sitä varmaan jollain tavalla korvaa.” (ESS)

”Sillä (yhteistyöllä) voidaan joutua korvaamaan nykyisellään STT:n palveluja. Mutta sillä on myös sellainen erottautumismerkitys, että meidän lukijat saa muutakin kuin sen STT:n tarjonnan. Tällä hetkellä kun STT supistaa, niin saattaa tulla käymään, että tää merkitys korostuu tietenkin sitten.” (KSML2)

Päällekkäisyys sisällöissä ei ole kenenkään etu, mutta aina siltä ei voi vältyä. Koska STT:n on huomioitava sen kaikki asiakkaat, se ei voi jättää tärkeitä uutisia kattamatta vain siksi, että jotkin lehdistä hoitavat ne yhdessä. Kokemusta päällekkäisestä tuotannosta on esimerkiksi Turun Sanomilla ja Keskisuomalaisella, joilla oli jonkin aikaa yhteinen Helsingin-toimitus Kalevan,

Karjalaisen, Savon Sanomien, Ilkan ja Pohjalaisen kanssa. STT:n käytölle päällekkäinen uutisointi voi tarkoittaa sitä, että lehden omien toimittajien tuotanto ajaa julkaisuvaiheessa STT:n juttujen ohi.

”Välillä oli aika ankeetakin tossa illalla, --- kun tuli STT:ltä ja sit tuli Helsingin-toimitukselta, ja välillä ne teki ristiin ja päällekkäin.” (KSML1)

”Kyllähän siellä jonkun verran päällekkäisyyksiä oli, ja tietysti monen lehden muodostama yhteenliittymä. Sillonhan niitä voi tarkastella tietotoimiston tuottamaan materiaaliin, et ihan raa’asti kattoo, kumpi on parempi ja pistää sen sitten lehteen. Mutta sanotaan, että jos se on ihan oman toimituksen tekemä, kyllä se menee ohi sen STT:n ilman mitään erityistä. Että onhan se jonkun verran aina vähentäny STT:n käyttöä, mutta ei se sen päätarkotus oo.” (TS)

”Meillä oli Kalevan ja Turkkarin (Turun Sanomien) kanssa Helsingin-toimitus, ja silloin tuli päällekkäisyyttä. Toimitus teki samaa tavaraa kuin STT. Niin silloin oman toimituksen tuotanto meni STT:n ohitse.” (KSML2)

Yhteistoimitukseen verrattuna STT:n hyöty lehdille voi olla tietynlainen puolueettomuus. Kyse on yhdestä yleisuutistoimistojen toiminnan peruspalkista, jonka ympärille bisnes rakentuu. Kuten Uskali (2007, 90) toteaa, tasapuolisuus on yksi uutistoimistojen vahvuuksista. Toisaalta Boyd-Barrett ja Rantanen (2010, 243) ovat huomauttaneet, maantieteellisesti ja poliittisesti kattavan kuvan levittäminen on aina ajankohtainen haaste uutistoimistoille. Mielestäni nämä huomiot koskevat myös kansallisia toimistoja etenkin, jos niillä on yhtä laaja asiakaspohja kuin STT:llä. STT:n materiaali leviää koko Suomen alueelle, ja se on edelleen yksi keskeisistä valtakunnallisista uutismedioista. Koska uutistoimiston on ajateltava kaikkia sen asiakkaita tasapuolisesti, esimerkiksi aihevalinnoissa pyritään ennen kaikkea valtakunnalliseen kiinnostavuuteen. Tämä näkökulma tuli esille Turun Sanomien uutispäällikön haastattelussa.

”Siellä (Helsingin yhteistoimituksessa) on ollut sellasia ongelmia, että kun, sanotaan vaikka elinkeinoelämä on alueellisesti erilaista. Turkulaisia kiinnostaa laivanrakennus ja keskisuomalaisia paperin tekeminen. Niin ne on ihan päinvastaiset ne tarpeet, ja molemmat ehkä katsoo, että silloin kun on siihen heille tärkeään elinkeinoelämän sektoriin liittyviä infoja, tämmösiä ihan rutiiniluontosia julkistuksia, niin sinne pitää mennä ikään kuin prestiisisyistä. Ja se toinen pää taas kattoo, että ei tästä oo meille mitään hyötyä.” (TS)

7.4.2. Lännen Media

Oman osansa yhteistyökuvioista puhuttaessa sai Lännen Media, joka oli haastattelujen tekoheikellä vielä varsin tuore asia. Haastateltavilla ei ollut selkeää käsitystä siitä, millaista yhteistyötä ja sisältöjä pooli alkaa harjoittaa ja tuottaa. Vaikka kysymykseni eivät suoraan koskeneet yksinomaan Lännen Mediaa, oli uutinen poolista alalla niin merkittävä, että sen käsitteleminen haastatteluissa oli selvää. Panin merkille myös, että pooliin kuuluvissa Aamulehdessä ja Turun Sanomissa suorastaan

vakuuteltiin minulle, ettei Lännen Mediaa nähdä STT:n kilpailijaksi eikä pooli poista tarvetta STT:n asiakkuudelle. Tämä luultavasti johtui siitä, että työskentelin haastatteluhetkellä STT:n määräaikaisena toimittajana, minkä lisäksi STT:n uutispäätoimittaja oli ollut yhteydessä lehtiin haastateltavien löytämiseksi tähän graduun.

Myös Lännen Mediasta puhuessaan haastateltavat ottivat esille mahdollisen sisältöjen päällekkäisyyden. Sekä Turun Sanomien että Aamulehden ja Alma Aluemedian haastateltavat olivat varovaisia ottamaan kantaa tai esittämään arvailuja siitä, miten yhteistyö muuttaa STT:n roolia lehdissä. Toiveena tai odotuksena oli, että päällekkäisyyttä STT:n tuotannon kanssa vältetään mahdollisimman paljon. Isohkon yhteistoimituksen uskottiin vapauttavan oman toimituksen käsiä omien paikallisten asioiden tekemiseen, kuten STT:kin on tehnyt. Lisäksi haastateltavat uskoivat, että oman lehden sisältö monipuolistuu, kun käytössä on niin oman, STT:n kuin Lännen Mediankin toimituksen tuottama sisältö.

”Kyl se (Lännen Media) vapauttaa meitä tekee sitä paikallista. Ja me saadaan paljon paremmat uutiset tuolta, jos vaikka ajattelee, että Porissa sattuu jotakin isoa, niin kyllä me sieltä saadaan paljon paremmat uutiset ja kuvat kuin jos me oltais sinne ite lähetty täältä. --- Tää yhteistyö näissä valtakunnallisissa ja kansainvälisissä uutisissa, sehän tarkoittaa sitä että me voidaan keskittyä siihen, mikä meidän mielestä on tän alueen ihmisille kaikista kiinnostavinta. --- Jos nyt vaikka ajatellaan, että tulee seutuhallintopäätös, joka koskettaa kaikkia kuntalaisia, niin me otetaan STT:ltä jotakin, yhteistoimitukselta se perusuutinen. --- Meidän pitää täällä hakea siihen se paikallinen näkökulma, mut meidän ei tarvii alottaa sitä alusta.” (AL)

”Mä nyt oletan, että koska kyseessä on STT:n pääomistajat, tai osa niistä, niin ettei niillä nyt tarkoitus ainakaan päällekkäistä toimintaa oo rakentaa. Että luultavasti se on se sama ajatus, että STT hoitaa sen roolinsa, joka sillä on ollut sata vuotta, ja muut tekee sitten jotakin muuta.” (TS)

Myös Kouvolan Sanomien toimituksen päällikkö arveli, että lehdet pyrkivät lisääntyvillä yhteistyökuvioilla vapauttamaan oman toimituksen käsiä paikalliseen sisällöntuotantoon. Hän arveli, että yhteistyö lehtien välillä lisääntyy muutenkin.

”Almahan julkisti oman juttuvaihtosysteeminsä, missä myös uutiset liikkuu. Se, että tuleeko Sanomassa vastaavaa, niin en tiedä. Mun henkilökohtainen mielipiteeni on, että varmaan olisi tarvetta jonkun tyyppiselle. Mutta tää on tosiaan mun henkilökohtainen mielipide nyt, eikä missään tapauksessa yhtiön mielipide. Ja uskon, että kun näitä erilaisia yhteistyökuvioita tässä harkitaan joka puolella Suomea, siinä on nimenomaan tarkoituksena se, että halutaan keskittyä siihen paikalliseen ja mietitään, mitä voitais tehdä yhdessä, jotta jäis aikaa siihen että oma toimitus voisi keskittyä siihen paikalliseen tekemiseen.” (KS)

7.5. STT:n tuotannon väheneminen

Yksi teema, joka kuuluu osin myös lehtien välistä yhteistyötä koskevissa haastatteluvastauksissa, on STT:n oman tuotannon supistuminen. Koska tein haastattelut keväällä 2014, haastateltavat puhuivat erityisesti edellisenä syksynä STT:ssä käydyistä yt-neuvotteluista ja uutistoimiston tuotannon vähenemisestä niiden jälkeen. Yksi haastateltava viittasi uutistoimiston omistusmuotoon liittyviin ristiriitoihin, kun omistajat päättivät STT:n supistamisesta. Käsittelen tätä asiaa omana alateemanaan.

7.5.1. STT:n yt:t

Teemahaastattelurungossani STT:n yt:t eivät olleet omana teemanaan, enkä suoraan kysynyt asiasta. Kysyin kuitenkin haastateltavien näkemystä siitä, miten STT:n journalististen palveluiden käyttö on muuttunut kymmenen vuoden sisällä lehdessä, ja mikä tähän muutokseen on heidän mielestään vaikuttanut. Lisäksi pyysin heitä kuvailemaan STT:n merkitystä eri uutisosastoilla haastatteluhetkellä. Erityisesti näiden kysymysten kohdalla haastateltavat puhuivat STT:n tuotannon vähenemisestä, ja kaikki ottivat esille STT:n tuotannon supistumisen vuoden 2014 alussa. Osan mielestä supistuminen on yksi syy siihen, että STT:n rooli on jollain tavalla pienentynyt omassa lehdessä.

”STT:n käyttö on vähentynyt ihan senkin takia, että STT:n tarjonta on vähentynyt huomattavasti. --- Mutta ei oo mitään sellaista tietosta, että käytetään vähemmän STT:tä, että se on vaan mennyt luontevasti, kun sieltä ei tuu niin paljon kamaa kuin ennen.” (ESS)

”Nyt sen STT:n rooli on supistunut, mutta yksi syy siihen on se, että STT on supistanut tarjontaansa.” (KSML2)

”Varmaan vähemmän käytetään STT:tä ku aikasemmin. Nyt tarjonta on tosiaan vähentynyt sit kanssa. STT:n omien juttujen määrä on tullut alas.” (Alma Aluemediä)

Kuten teoriaosuudessa totean, STT:n yt-neuvottelujen jälkeen uutistoimiston omaa päivälisan ulkopuolista tuotantoa karsittiin. Organisaatiouudistuksessa kulttuuritoimitus lopetettiin, ja ulkomaan- ja kotimaantoimitus yhdistyivät. Näiden muutosten vaikutukset sanomalehti-toimitusten arkeen tulivat esille myös tekemissäni teemahaastatteluissa. Lisäksi aluetoimitusten määrä väheni, minkä takia jäljelle jääneiden toimitusten seuranta-alueet luonnollisesti kasvoivat. Tätä aluetoimitusuudistusta ei haastatteluissa maininnut kuin Alma Aluemedian uutispäällikkö. Luultavasti uudistus ei näy samalla tavalla asiakkaille kuin muutokset uutisosastoissa, koska myös aluetoimitukset ovat aina tehneet valtakunnanuutisia. Isoissa onnettomuus uutisissa ensimmäiset

tiedot saadaan joka tapauksessa tavallisesti viranomaisilta eikä paikalla olevalta toimittajalta, joka lähetetään kuvaajan kanssa paikalle nykyisessäkin organisaatiossa tarpeen vaatiessa.

”Tossa kun juttelin tän Tampereen paikallisen aluetoimittajan kanssa, ja se kerto kuinka iso alue sillä on nykyään hoidettavana, niin ihmettelen, millä se pysyy ollenkaan tolkuissa, mitä kentällä tapahtuu.” (Alma Aluemediä)

Osa haastateltavista huomautti, että STT:n tuotannon supistuminen näkyy erityisesti kulttuurisivuilla. Etelä-Suomen Sanomien toimituspäällikkö harmitteli sitä, että isojen STT:n omien juttuaiheiden määrä on vähentynyt. Ulkomaanaineiston vähenemisestä puhuivat puolestaan Keskisuomalaisen haastateltavat. Muiden lehtien haastatteluissa ulkomaantuotannon merkitys ei korostunut, mikä johtunee siitä, että Etelä-Suomen Sanomat ostaa Keskisuomalaiselta ja Turun Sanomat Almalta ulkomaansivut. Aamulehdellä puolestaan on oma ulkomaantoimituksensa.

”Mitä siellä oli tehty aika hyvää työtä juttutyyppeiden kanssa ja tällaisia embargollisia juttuja, niin onhan ne vähentyneet ihan älyttömästi.” (ESS)

”Kulttuuri melkein joutuu pärjäämään (ilman STT:tä). Että se tarjonta on supistunut niin paljon, että sieltähän tulee ihan muutama sähke pelkästään per päivä. STT:n varaan ei ainakaan voi laskea mitään isompaa. Että jos ei ole omaa juttua, niin otetaan jotain STT:ltä, niin sellaista ratkaisua ei ole.” (KS)

”Nyt entistä vähemmän menee STT:n aineistoa, ja yksi syy on kyllä selkeesti se tarjonnan vähentyminen. Että kun STT:kin on alkanut vetää tiukempaa linjaa, ja erityisesti se näkyy ulkomaansivuilla.” (KSML1)

”STT:n käyttö on nykyisellään jo, että STT on supistanut niin paljon, että se tilanne on välillä aika huolestuttava. Että se materiaalin määrä, joka tulee, vaikka ulkomaanaineisto, on tällä hetkellä niin pieni, että se on muuttanut tätä tilannetta.” (KSML2)

7.5.2. Ristiriidat omistuksessa

Mediatalojen yhteisesti omistaman STT:n asiakkaisiin lukeutuu joukko erikokoisia ja eri välineissä toimivia tiedotusvälineitä. Myös tähän graduun haastattelemani uutistyoön johtajat työskentelevät keskenään varsin erikokoisissa lehdissä.

Kuten Kivikuru (2012, 177) kirjoittaa, omistusmuoto saattaa aiheuttaa ristiriitoja isoimpien omistajien ja isoimpien käyttäjien tarpeiden välillä. Niin kuin todettua, uutistoimiston sisällöntuotanto on monesti merkittävämpää pienemmille asiakkaille, kun taas isot toimitukset kykenevät ja usein haluavat tuottaa sisältönsä ensisijassa itse ja ennemmin täydentää tarjontaansa toimiston tavaramalla. Tilanteeseen viittaa haastattelemani Keskisuomalaisen uutispäällikkö puhuessaan STT:n organisaatiouudistuksesta ja toimitushenkilökunnan vähenemisestä.

”Me ei oltu sitä mieltä, että STT:n pitäis supistaa, me ollaan haluttu pitää se. Se on kustannustehokas, laaja. Se tehtävä, mikä me ollaan sille nähty, ni oltais haluttu pitää siitä kiinni vähän niin ku laajempanakin. Mutta täähän on kaikkien omistajien yhteispäätös.” (KSML2)

7.6. Kustannustehokkuus

Uutistoimistot ovat olleet erityisen tärkeitä sellaisille pienehköille tiedotusvälineille, joilla ei ole mahdollisuuksia tuottaa valtakunnallisia ja ulkomaanuutisia itse (Uskali 2007, 88). Yhtenä uutistoimistojen perusajatuksena on aina ollut kulujen jakautuminen useiden käyttäjien kesken, ja siten uutisten tuottamisesta koituvien kustannusten pieneneminen (News Agencies – Their Structure and Operations 1953, 9). Haastatteluissa STT:n tarpeellisuus tuli esille muun muassa kustannustehokkuuden näkökulmasta. Kun lehdet ovat pienentäneet omia toimituksiaan, on STT:n merkitys saattanut kasvaa. Käsittelen näitä asioita tämän luvun pääteemana. Alateemaksi olen nostanut ajatuksen siitä, jos STT:tä ei olisi.

7.6.1. STT täydentäjänä ja paikkaajana

Vaikka STT:n rooli on kaikkien haastateltavieni mukaan jollain tavalla pienentynyt tai sen tuottaman materiaalin käyttö on vähentynyt, on toimisto heistä silti korvaamaton tai vähintään tärkeä edelleen. Jos STT:tä ei olisi, lisääntyisi toimitusten oma työ. Vaikka STT:n juttujen tehtävä on jossain määrin toimia tilkkeenä, on jonkun sekin tehtävä.

”Jos sitä (STT:tä) ei olis, se tarkoittais, että meidän pitäis tehdä tilkkeitä enemmän itse, siis pieniä juttuja, tai muuttaa meidän sivupohjaa, että niitä tarttis vähemmän” (ESS)

”Meillä lehtiuudistuksen yhteydessä tehtiin paitsi sisältöuudistus, myös ulkoasu-uudistus. Siirryttiin tabloidiin, ja tabloidissa juttumitat on lyhentyneet, mutta toisaalta juttujen määrä ei oo vähentynyt. Et meillä on tarvetta lyhyille uutisille, sellasille alakertajutuille, mut siinä tulee STT:n tarjonta jo vähän vastaan.” (KS)

Siitä huolimatta, että lehtien uutistyoön johtajat kertovat paikallisasioiden ja omien juttujen painottuvan lehdissä entistä enemmän ja kuvailevat STT:n roolia tilkkeeksi, on ainakin osalla lehdistä käyttöä myös isoille uutistoimiston jutuille. Etelä-Suomen Sanomien toimituspäällikkö sanoi, että STT:n isoja, tärkeitä juttuja arvotetaan lehdessä loppujen lopuksi samoin kuin omia juttuja: jos aihe on merkittävä, STT:nkin juttu voidaan nostaa sivun pääuutiseksi. Etelä-Suomen Sanomien ja Keski-suomalaisen haastateltavat jopa toivoivat, että STT tekisi nykyistä enemmän isotöisiä ja laajoja juttuja, joihin lehdet voisivat itse hakea paikallista merkitystä.

”Joku semmonen malli voisi olla, että STT tekis jotain isompia data-ajoja, tai tutkis jotenkin syvemmin jotain asiaa, mihin me haettais joku paikallinen kärki tai ihminen. --- Että semmosta kovaa aihetta, isomman työn data-ajoja, semmosia voitais mielelläänkin ottaa.” (ESS)

”Semmosissa isoissa kysymyksissä (kuten kunta-asiat ja ilmastonmuutoksen mahdolliset vaikutukset) nähtäis, että niitä voitais valottaa. Semmoselle aineistolle olis kyllä käyttöä. Ettei se ois vaan sitä päivänpäällistä, siellä uutisten perässä juoksua.” (KSML1)

Niin kuin olen jo aiemmin todennut, STT:n rooli korostuu tietyillä uutisosastoilla, kuten valtakunnanpolitiikassa ja ulkomaissa. STT:n merkitys on näkynyt lehdissä konkreettisesti sen jälkeen, kun toimiston osastot uudistuivat ja juttulistat kapenivat vuoden 2014 alussa, mutta lehtien omat mahdollisuudet korvata STT:n vähentynyt juttutarjonta eivät välttämättä kasvaneet. Monet suomalaiset sanomalehdet ovat ennemmin vähentäneet viime vuosina omaa toimituksellista henkilökuntaansa, ja esimerkiksi Turun Sanomissa oli haastatteluhetkellä käynnissä yt-neuvottelut, joissa käsiteltiin henkilökunnan supistamista. Tällaisessa tilanteessa tuntuu ristiriitaiselta, että lehtien omistama uutistoimisto vähentää työntekijöitään. STT:n yt-neuvottelujen keskeinen syy oli kuitenkin juuri STT:n asiakkaiden eli mediatalojen säästöohjelmat (STT-Lehtikuva aloittaa säästöohjelman 2013). Keskisuomalaisen ja Kouvolan Sanomien haastateltavat totesivat, että tilanne on muuttunut STT:n muutosten myötä ajoittain hankalaksi. STT:n supistuminen voi johtaa siihen, että tarve ostaa juttuja muualta tai lisätä juttuvaihtoa kasvaa.

”Vaikka ostetaan juttuja ulkoa ja vaikka on oma ulkomaantoimittajakin vielä tässä talossa, niin siitä huolimatta on vaikeuksia ulkomaansivujen kanssa saada välillä kasaan niitä.” (KSML1)

”STT:n materiaali tuntuu, että se ei välttämättä riitä. Tää koskee nimenomaan viikonloppuja. Meidän tuottajilta tullut viesti on aika paljon, että lähes kaikki jutut käytettiin. --- Ehkä se on tän STT:n edellisen yt-kierroksen jälkeen korostunut.” (KS)

Kaikissa lehdissä haastateltavat ottivat esille sen, että pääasiallinen tulonlähde on edelleen printtilehti sähköisten jakelukanavien sijaan, ja printissä STT:llä on yhä tärkeä rooli. Kuten teknologista kehitystä koskevassa teemassa kuitenkin käy ilmi, Etelä-Suomen Sanomien ja Kouvolan Sanomien haastateltavat arvelevat STT:n roolin kutistuvan sitä mukaan, kun verkkopuolen merkitys tulonlähteenä kasvaa. Haastateltavista ainoastaan Aamulehden uutispäällikkö arveli, että STT voi tuoda jonkinlaista lisäarvoa maksullisen verkkopalvelun tilaajille, kun muuten käyttämättä jääviä lehtijuttuja voidaan tarjota maksullisella verkkopuolella. Myös Keskisuomalaisessa myönnettiin, että STT:llä voi olla verkossa tärkeä rooli, mutta verkon käyttöä vasta opetellaan ja mietitään lehdessä.

”Nyt kun meillä kuitenkin se printti, jos mietitään ihan taloutta, niin printtihän se on tärkeempi kuitenkin edelleen. Niin tavallaan se kotimaan uutisten, ulkomaan uutisten, urheilu-uutisten, talousuutisten hyvä ja monipuolinen hoito, se on se (STT:n rooli) tällä hetkellä.” (KS)

7.6.2. Jos STT:tä ei olisi

STT:n tyylikirjan (STT:n tyylikirja: Tämä on STT-Lehtikuva) mukaan tiedotusvälineet näkevät kansallisen uutistoimiston useissa maissa Suomi mukaan luettuna itselleen niin strategiseksi, että ne omistavat sen yhteisesti. Jos STT:tä ei olisi, tarvitsisivat lehdet haastateltavieni mukaan jonkin vastaavan järjestelmän tuottamaan uutisia. Yksi mahdollisuus olisi lehtien yhteistyön lisääminen.

”Luulen, että tehtäis jotain pooleja, esimerkiksi rikosuutisista, ja että lehtien välinen yhteistyö ehkä lauenis ja tiivistyis entisestään.” (ESS)

”Jos STT päätettäis lopettaa, niin meidän pitäis perustaa oma, mennä jonkun kaa yhteen. Meidän omat voimat ei riitä tietenkään STT:n kaltaisen organisaation pyörittämiseen, pitäis löytää korvaava vaihtoehto.” (KSML2)

”Jotain vastaavaahan olis sit, esimerkiksi tämmöset lehtien poolit, niin ne rupeais keksimään STT:tä uudelleen tavallaan. Eli se, mikä nyt on tarkoitettu STT:n täydentäjäksi, niin sen tarttis tulla sen korvaajaksi. Mutta että joku vastaavaahan täytyy olla olemassa. Onhan maailmassa nyt uutistoimistoja kaikissa maissa, ja aina ja kaikkialla.” (TS)

Myös kuvatarjonnassa uutistoimistolla on asiakkaiden arjessa tärkeä rooli. Haastattelemistani lehdistä vain Aamulehti ei tilannut Lehtikuvan palveluja, vaan lehti osti tarvittaessa yksittäisiä kuvia Lehtikuvalta. Luonnollisesti myös kuvapuolella on tärkeä rooli uutistoimiston tarjoamissa palveluissa. Tässä tutkimuksessa kuvapalveluiden merkitys koskee mielestäni erityisesti kustannustehokkuutta koskevaa teemaa. Lehtikuvan merkitys ei kuitenkaan erityisemmin korostu tässä tutkimuksessa, koska haastattelin uutistoiminnasta vastaavia päälliköitä, joiden työn ydintä kuvatarjonnan miettiminen ei ole. Kysyin asiasta silti, koska kuvapalvelut ovat olennainen osa nykymuotoisen STT:n palveluita.

”Ei me tultais toimeen ilman niitä (kuvia). Sama just siinä, ulkomaa, urheilu, politiikka, keskeiset uutistapahtumat, eduskunta. Niin eihän me tultais toimeen ilman Lehtikuvan kuvia. Tai sitten pitäis maksaa niistä kalliisti.” (KSML1)

Isommissa toimituksissa Turun Sanomissa ja Aamulehdessä arveltiin, että lehti pärjäisi ilman STT:tä, mutta järkeväksi haastateltavat eivät sitä näkisi. Uutistoimiston roolin ennakoitiin muuttuvan, kun mediamaisema muutenkin muuttuu.

”Sanoisin, että kaikki osastot pärjäisi ilman (STT:tä), mutta olisiko siinä mitään järkeä. Siis se kustannus, joka aiheutuis sen korvaamisesta, olis moninkertainen.”
(TS)

”STT:llä on merkittävä rooli, sen käyttöä ei tulla lopettaa. Mutta se rooli muuttuu. En tiedä vielä, mikä se rooli tulee olemaan, koska Lännen Mediasta päätettiin eilen, ja mä en oo ollut päättämässä siitä. Jos pomot sanois, että pitää pärjätä, niin pärjättäis. Mutta ei oo näköpiirissä, että pitäis pärjätä ilman STT:tä.” (AL)

8. JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA

Halusin pro gradussani pureutua ajankohtaiseen tiedotusopilliseen aiheeseen, joka kytkeytyy osaksi laajempaa keskustelua journalismin nykytilasta ja tulevaisuudesta. Tarkoitukseni on tässä työssä ollut selvittää STT:n merkitystä sen maakuntalehtiasiakkaiden päivittäisessä uutistyyössä. Tämän lisäksi olen halunnut luodata tulevaa ja kartoittaa ajatuksia, joita maakuntalehtien uutistyyötä johtavilla ihmisillä on uutistoimiston roolista omassa lehdessä lähivuosina. Tutkimusideani syntyi työskennellessäni STT:llä määräaikaisena toimittajana. Koska uutistoimistoa ei voi olla ilman sen asiakkaita, päätin pureutua opinnäytetyössäni heidän näkökulmaansa.

STT:n merkitys sen asiakaslehdille vaihtelee muun muassa lehden koon ja muiden kanssa harjoittaman juttuvaihdon mukaan. Teemahaastattelujen analyysin perusteella voi kuitenkin vetää laajoja kaaria siitä, millaisia tehtäviä uutistoimistolla on haastattelussa mukana olevien lehtien uutisarjessa. Seuraavaksi käyn läpi tutkimustuloksiani ja suhteutan niitä aiempaan tutkimukseen sekä omaan etukäteen hahmottelemaani arviooni STT:n nykyisestä roolista. Tämän jälkeen tarkastelen tuloksiani kriittisesti ja pohdin esimerkiksi oman tutkijajositioni vaikutusta löytämiini tuloksiin. Esitän myös ajatuksia mahdollisista jatkotutkimuksista.

8.1. Haastattelujen anti

Haastattelujeni perusteella STT:n merkitys lehtien päivittäisessä uutistyyössä on vähentää lehtien oman toimituksen työtaakkaa, vapauttaa lehtien henkilökuntaa omien juttujen tekoon, täyttää taitossa lehtiin jääviä aukkoja, helpottaa uutisseurantaa ja -suunnittelua, hoitaa uutispäivystys läpi vuorokauden ja tarjota välttämättömimmät valtakunnalliset ja ulkomaanuutiset maakuntalehdille. Lähivuosina STT:ltä odotetaan pitkälti samanlaisia palveluja kuin nyt, mutta STT:n merkityksen arvellaan pienenevän lehdissä ja erityisesti sähköisissä palveluissa. Ongelma tämän asian arvioinnissa on se, että lehdille tuntuu olevan epäselvää, mihin suuntaan media-ala ja journalistinen uutistyyö ovat kehittymässä. Tällä hetkellä haastateltavat kuitenkin arvioivat, että tarve esimerkiksi järjestelmälliselle politiikan seurannalle ja uutispäivystykselle säilyy, ja tämän tarpeen täyttämiseen yhteisesti omistettu uutistoimisto on taloudellisesti järkevin tapa. Lehdet kaipaavat myös uusia ja tarkemmin maakuntalehtien täydennettäväksi suunniteltuja juttukonsepteja. STT:ltä toivotaan esimerkiksi isotöisiä datajuttuja ja tutkivalla otteella tehtyjä juttuja, mikä voi osin johtua lehtien omista säästökuureista ja toimitushenkilökunnan vähenemisestä viime vuosina. Osa haastateltavista harmitteli STT:n isojen juttujen vähentyneen STT:n toimituksen supistuttua, jolloin STT:n omien juttuideoiden toteuttamista karsittiin. Kenties lehtipoolien tuottamat sisällöt vastaavat

lähitulevaisuudessa nykyistä enemmän tähän tarpeeseen. Nikusen (2011, 44) mukaan ainakin vuosikymmenen taitteessa saatujen kokemusten perusteella näytti siltä, että lehtien välinen sisältövaihto toimii parhaiten vaativien uutisten tuotannossa nopean uutisoinnin sijaan. STT:n merkitys ja rooli voisivatkin rakentua lehtiyhteistyön lisääntyessä tälle ajatukselle entistä vahvemmin. Tällöin STT:n merkitys nopeiden ja jatkuvasti päivittyvien pikauutisten tuottamisessa voisi korostua, kun lehtipoolit tuottaisivat kumppaneilleen hitaampaa journalismia ja maakunta-asiakkaat keskittyisivät omaan paikalliseen tuotantoonsa.

Valtakunnalliset ja ulkomaan uutiset

Kivikurun (2012, 185–186) mukaan kotimaan uutisten kanavat jakautuvat yhä enemmän valtakunnalliseen ja paikalliseen, ja suomalainen uutisvälitys on puolestaan painottunut aina politiikkaan ja makrotalouteen. Nämä näkökulmat tulivat esille myös haastatteluissa. Maakuntalehdissä paikallisuutisoinnin merkitys korostuu, ja paikallisuudella pyritään houkuttelemaan oman levikkialueen asukkaat lukijoiksi. Silti haastattelemisani lehdissä halutaan tarjota lukijoille myös valtakunnallisesti tärkeät uutiset. Tästä näkökulmasta STT:n rooli lehtien uutistyössä on karkeasti sanottuna sama kuin se oli uutistoimiston perustamisvuonna: vastata maakuntalehtien tarpeisiin ja tarjota merkittävimmät valtakunnan- ja ulkomaan uutiset asiakkaiden käyttöön. Näin STT auttaa lehtiä säilyttämään asemansa maakuntalehtenä, joka ilman valtakunnallisesti tärkeitä uutisia kuivuisi paikallislehdeksi. STT:n merkitys tässä mielessä korostui erityisesti eduskunta- ja EU-politiikan ja talouden uutisoinnissa sekä ulkomaan uutisissa niissä lehdissä, joilla ei ole merkittävää omaa ulkomaan uutistuotantoa ja jotka itse kasaavat ulkomaansivunsa.

Odottamattomissa uutistilanteissa, kuten isoissa onnettomuuksissa, STT:llä on iso merkitys lehdille. Näin on erityisesti silloin, kun uutinen ei suoraan koske lehden levikkialuetta. Esimerkiksi Aamulehden ja Etelä-Suomen Sanomien haastateltavat sanoivat, että STT:lle voi yllättävissä ja kiireellisissä tilanteissa soittaa ja pyytää toimistoa tekemään lehtien kaipaamaa sisältöä. Tämä luonnollisesti vähentää lehtien toimituksen työkuormaa.

Työtaakan tasaus

Valtakunnallisen uutiskynnyksen ylittävät uutiset tuottava STT siis vapauttaa asiakkaidensa kädet niin, että lehdet pystyvät keskittymään omaan ydintuotantoonsa, eli paikallisesti merkittävien uutisten tekoon. Ennakoin tällaista STT:n roolia lehtitoimitusten lisäksi, mutta odotin roolin

ennemmin liittyvän yleistoimittajuuden korostumiseen uutistoimistossa. Haastatteluissa kuitenkin korostuivat erityisosa-alueet, jotka STT:n toivotaan ja odotetaan hoitavan osin siksi, että ne eivät ole maakuntalehtien ydinosaa. Yleistoimittajuuden korostumisessa onkin epäilemättä kyse ennen kaikkea uutistoimiston sisäisten työtapojen muutoksesta. Samalla myös STT:n asiakaslehdet ovat kuitenkin karsineet erikoistoimittajista ja siirtyneet kohti yleistoimittajuutta (Nikunen 2011, 47–48). Tekemäni haastattelut antavatkin ymmärtää, että uutistoimiston erityisosaamiselle on edelleen suuri tarve ja siihen luotetaan lehdissä.

Tilkettä

Paikallisuuden korostuminen on pienentänyt STT:n roolia ainakin osassa lehdistä. Lehdet antavat verkossa ja printissä näkyvimmit paikat omille jutuilleen, jolloin STT:lle jää usein niin sanottu tilkitsijän tehtävä. Haastatteluissa STT:n juttuja kuvailtiin esimerkiksi bulkiksi ja täytteeksi erityisesti painetussa lehdessä. Niin kauan kuin lehtiä painetaan, tarvetta esimerkiksi lyhyille pikku-uutisille ja niin sanotuille alakertajutuille on, ja osin näiden aukkojen täyttäminen annetaan lehdissä STT:n tehtäväksi. Esimerkiksi Kouvolan Sanomien toimituksen päällikkö sanoi, että lehden siirryttyä tabloid-muotoon tarve tällaisille lyhyehköille jutuille on entisestään kasvanut, joskaan STT:n tarjonta ei nykyisellään aina riitä täyttämään lehden tarvetta. Lehtien omaa aikaa säästyy, kun uutistoimisto tarjoaa niin sanottua tilkemateriaalia lehtiin.

Uutissuunnittelun apuväline

Uskalin (2007, 90) mukaan uutistoimistot helpottavat journalistien työtä muun muassa luomalla uutisagenda. Vaikka näen tekemieni haastattelujen perusteella, että paikallisuutisoinnin korostuminen ja teknologian kehittyminen ovat saattaneet jossain määrin kaventaa STT:n roolia uutisagendan asettajana, on uutistoimisto keskeinen työkalu uutisseurannassa ja -suunnittelussa uutistiedon johdolle. Esimerkiksi ennakoivan taiton takia STT:n päivittävät uutislupaukset ovat toimituksille tarpeen. Päivittäisessä uutistyössä STT helpottaa uutispäälliköiden hoitamaa työnjakoa ja auttaa tulevien päivien suunnittelua. STT:n uutislupausten ja -virran seuraaminen myös pitää uutistiedon johdon ajan tasalla uutistapahtumista. Samalla STT helpottaa uutisjohdon työtä seuloessaan kotimaan ja ulkomaan uutistulvaa, mikä Uskalinkin (emt. 90) mukaan on yksi toimistojen vahvuuksista.

Ympäri vuorokautinen uutistarjonta

Yksittäisistä seikoista kenties selvimmin STT:n merkitystä lehtien uutistyössä on muuttanut teknologian kehittyminen. Keskustelu median murroksesta rakentuukin yleensä verkon ympärille (Väliverronen 2009, 23). Osittain uutistoimiston rooli eräänlaisena uutisporttina on pienentynyt, kun kaikki mediat voivat seurata tapahtumia ja tiedotteita itse verkossa. Silti STT:llä on tärkeä tehtävä ympäri vuorokautisen uutistuotannon tarjoajana, koska monilla toimituksilla ei ole omaa tuotantoa öisin. STT siis auttaa lehtiä tarjoamaan tuoreita uutisia lukijoille läpi vuorokauden. Arvelen, että tämä on erityisen tärkeää mobiilikäytön lisääntyessä. Kuten haastateltavat sanoivat, lehtien mobiilikäytössä on piikki aamuisin ennen tavanomaista töihinmenoaikaa. Sisältöjen tuottaminen läpi yön mahdollistaa tuoreiden uutisten tarjoamisen aamulukijoille.

Kulutustapojen muuttumisesta huolimatta STT:n voi nähdä tarjoavan lehdille verkossa pitkälti samaa palvelua, jota se on aina tarjonnut printille täydentämällä lehtien omaa uutistarjontaa. Esimerkiksi Aamulehden uutispäällikkö arveli, että STT:n juttuja voidaan ehkä alkaa käyttää aiempaa enemmän lehden maksullisella verkkopuolella omien juttujen lisänä. Myös Keski-suomalaisessa koettiin, että STT:n sisällöillä on tärkeä osa lehden verkkosivuilla. Sen sijaan Etelä-Suomen Sanomissa ja Kouvolan Sanomissa STT:llä ei nähty merkittävää roolia verkkosivuilla, missä lukijat lukevat pääasiassa paikallisia uutisia. ESS:n ja KS:n haastateltavat arvelivat STT:n merkityksen lehdessä kutistuvan sitä mukaa, kun lehtien sähköiset palvelut kehittyvät ja ohittavat painetun lehden. Tämä oli itselleni yllätys, sillä odotin etukäteen, että STT:n merkitys olisi maakuntalehdille juuri verkossa erityisen merkittävä. Verkko on muutenkin kaikkien haastateltavien mukaan vaikuttanut lehtien tapaan käyttää STT:tä. Painettu lehti pyritään täyttämään aiempaa enemmän omilla jutuilla, koska STT:n jutut ovat ehtineet elää verkossa liian kauan ennen päivän lehden ilmestymistä. Omien juttujensa embargoinnilla STT pystyy kuitenkin palvelemaan lehtiä painavia asiakkaitaan, kun sähköisten välineiden ja printin levitykseen samaan aikaan vapautuvat jutut eivät ehdi vanheta verkossa ennen lehden julkaisua.

Katsaus tulevaan

Tutkimuksellisessa viitekehyksessä käsittelemme teknologian mukanaan tuomia muutoksia uutistoimistojen näkökulmasta erityisesti palvelujen laajenemisen yhteydessä. Sanomalehtien verkkosisällöt ovat yleistyneet 2000-luvulla (Kivikuru 2012, 180), ja esimerkiksi vuoden 2012 alussa maksullinen sähköinen näköislehti oli käytössä noin kahdella kolmesta sanomalehdestä (Jyrkiäinen 2012, 94). Sähköisestä näköislehdestä on muutamassa vuodessa harpattu isoja askelia

eteenpäin digitaalisten sisältöjen kehittämisessä, mutta jo tuolloin Jyrkiäinen huomautti, että sanomalehti ei suinkaan ole enää pelkkä paperille painettu lehti, vaan siihen tulee laskea mukaan myös digilehti ja muut verkkopalvelut. Sähköisten lukulaitteiden yleistymisen oli hänen mukaansa ratkaisemassa maksupuolta, jonka kanssa lehdet ovat pitkään painineet. (Ema., 96–97.)

Haastateltavieni mukaan lehtien mobiilikäyttö on viimeisen vuoden aikana lisääntynyt huomattavasti, ja suunnan odotetaan jatkuvan. Vaikka lehtien merkittävät tuotot tehdään yhä painetussa lehdessä, on julkaisumuotojen painoarvo kääntymässä pikkuhiljaa toisinpäin, haastateltavat uskoivat. Ennen haastatteluja odotin, että asiakkaat voisivat nähdä STT:n roolin jonkinlaisena palveluiden kehittäjänä. Näin ei kuitenkaan tekemieni haastattelujen perusteella tunnu olevan. Turun Sanomien ja Etelä-Suomen Sanomien haastateltavat sanoivat suoraan, että kiinnostusta ainakaan uusiin maksullisiin palveluihin ei ole. Keski-suomalaisen uutispäällikkö arveli, että jokainen lehti haluaa kilpailusystä vastata oman digipuolensa kehittämisestä.

Lehtien välinen uutistyö ja juttuvaihto lisääntyvät, ja tuore esimerkki tästä on Lännen Media. Haastateltavieni mukaan juttuvaihdolla ja yhteistoimituksilla ei ole pyritty kilpailemaan STT:n kanssa, vaan pikemminkin täydentämään uutistoimiston palvelua. Etelä-Suomen Sanomissa ja Keski-suomalaisessa sanottiin, että lehdet tarvitsevat sekä STT:n että yhteisen tuotannon. Lännen Medialta siihen liittyvät lehdet puolestaan odottavat sisältöjen monipuolistumista. Koska tieto Lännen Mediasta oli haastatteluhetkellä vielä todella tuore, kukaan ei osannut tai uskaltanut arvioida poolin vaikutuksia STT:n rooliin lehdissä. Esimerkiksi Kouvolan Sanomien toimituksen päällikkö kuitenkin arveli, että lehtien välinen yhteistyö syvenee entisestään myös Lännen Median ulkopuolella. Nähtäväksi jää, millainen rooli STT:lle jää yhteistoimitusten rinnalla. Kuten Nikunen (2011, 44) huomauttaa, esimerkiksi lehtien harjoittama yhteistyö ulkomaansivujen teossa on mahdollistanut irtautumisen uutistoimistojen tarjonnasta.

8.2. Kriittistä arviointia

Tutkimuksessani on mukana kuusi haastateltavaa yhteensä viidestä maakuntalehdestä ja yksi haastateltava Alman aluetoimituksesta. Halusin mukaan lehtiä STT:n isoimmilta omistajilta ja tärkeiltä käyttäjiltä, joilla on kokemusta erilaisista yhteistyötavoista muiden lehtien kanssa. Tutkimukseni tuloksia on kuitenkin tarkasteltava siinä valossa, että ulkopuolelle on rajautunut joukko erikokoisia lehtiä eri konserneista. Tutkimustuloksiani ei siis voi yleistää koskemaan kaikkia STT:n maakuntalehtiasiakkaita eikä edes tutkimuksessa mukana olevia lehtiä saati konserneja, sillä haastateltavina oli yksittäisiä uutistyötä johtavia henkilöitä. Lisäksi ulos ovat rajautuneet kokonaan

muut kuin sanomalehtiasiakkaat. Yksinomaan sähköiset asiakkaat olisikin mielenkiintoista ottaa mukaan mahdolliseen jatkotutkimukseen. Myös sosiaalisen median roolia niin uutistoimistossa kuin sen asiakkaiden työssä olisi kiinnostavaa selvittää.

Kuten Hirsjärvi ja Hurme (2008, 58–59) huomauttavat, kvalitatiivisessa tutkimuksessa ei ole tarkoitus tehdä tilastollisia yleistyksiä. Vaikka otokseni oli suppea, oli se tutkimustehtävään nähden mielestäni riittävä. Haastatteluissa täyttyi esimerkiksi kylläntymisen vaatimus, eli viimeisissä haastatteluissa ei käynyt ilmi enää uusia asioita. Arvioin myös, että vaikka haastateltavana oli vain yksittäisiä uutispäälliköitä tai muita uutistyötä johtavia työntekijöitä, ei yhdestä lehdestä kannattanut ottaa useampia saman päällikötason haastateltavia, sillä vastaukset olisivat luultavasti olleet hyvin samankaltaisia.

Pyrin saamaan tutkimuskysymysteni kannalta parhaat haastateltavat lehdistä siten, että pyysin lehtiä itseään ehdottamaan haastateltavia. Käytännössä ajatuksena oli haastatella uutispäälliköitä tai vastaavia henkilöitä. Toimenkuvat vaihtelivat eri lehtien välillä siten, että haastateltavana oli uutispäälliköiden lisäksi esimerkiksi toimituksen päällikkö, toimituspäällikkö ja uutistuottaja. Nämäkin henkilöt vastasivat silti päivittäisestä uutistuotannosta ja STT:n materiaalien käytöstä lehdissä, joten he sopivat haastateltaviksi hyvin.

STT:n uutispäätoimittaja välitti haastattelupyyntöäni sähköpostitse lehtiin, minkä uskoin helpottavan ja nopeuttavan haastattelujen saantia. Vastaukset lehdistä tulivatkin hyvin pian haastattelupyynnön lähettämisen jälkeen, ja lehdissä suhtauduttiin pyyntöni myönteisesti. Voi kuitenkin olla, että STT:n edustajan toimiminen välikätenä vaikutti siihen, miten haastateltavat suhtautuivat minuun. Haastattelujen aikana koin ajoittain haastateltavien yrittävän vakuutella minulle, että STT koetaan edelleen erittäin tärkeäksi ja ettei uutistoimiston tarvitse pelätä oman olemassaolonsa puolesta. Lisäksi osa haastateltavista listasi ikään kuin terveisiä STT:lle yksittäisistä asioista, jotka ovat toimineet uutistoimiston palvelussa sekä asioista, joita uutistoimistolta esimerkiksi kaivattaisiin lisää (esimerkiksi kiitosten osoittaminen STT:n grafiikkaosastolle ja yksityiskohtaiset juttutyyppehdotukset). Voi olla, että haastateltavat vastasivat kysymyksiini varovaisemmin kuin miten he olisivat vastanneet, jos minulla ei olisi ollut kytköstä STT:hen. Toisaalta gradut ovat aina julkisia töitä, joten ehkä asialla ei ollut merkitystä haastateltavien näkökulmasta.

Koska näkökulmani tässä työssä oli lehtien uutistyössä, oli lehdissä luontevinta haastatella henkilöitä, jotka ovat mukana päivittäisessä käytännön uutistyössä ja tiiviisti tekemisissä STT:n

tuotannon kanssa. Tutkimukseni näkökulmaa pohtiessani harkitsin myös muiden kuin uutispäälliköiden ja vastaavien henkilöiden haastattelua. Vaikkapa päätoimittajien tai erilaisten palveluiden kehittämisestä ja tuottamisesta vastaavien työntekijöiden haastattelemine olisi ollut erittäin mielenkiintoista. Esimerkiksi kysymys uusien palvelujen ja tuotteiden kehittämisestä ei välttämättä kosketa uutistyön johtoa heidän päivittäisessä työssään, joten vastaukset tähän teemaan olisivat varmasti olleet erilaisia ja kenties monipuolisempia, mikäli haastateltavina olisi ollut lehtien muita edustajia.

Jatkotutkimuksessa olisi kiinnostavaa laajentaa näkökulmaa ja haastateltavaotosta siten, että mukana olisi haastateltavia lehtien eri osastoilta ja erilaisista asemista. Mukaan voisi ottaa haastateltavia aina toimittajista lähtien, jolloin näkemykset STT:n merkityksestä olisivat varmasti hyvin erilaisia kuin tässä tutkimuksessa. Tällaisen selvityksen teko olisi myös tämän työn näkökulmasta erityisen kiinnostavaa siinä vaiheessa, kun Lännen Median toiminta on käynnistynyt kunnolla ja poolin toimintatavat vakiintuneet. Koska tämän työn näkökulma on maakuntalehtien, on STT:n näkökulma jäänyt sivuun. Jatkotutkimuksessa voisi siis haastatella niin STT:n toimituksen kuin mediapalveluiden työntekijöitä.

Valitsin tutkimusmetodikseni teemahaastattelun, vaikka aiheittani olisi voinut lähestyä myös muilla tavoilla. Teemahaastattelu sopi tarkoitukseeni muun muassa siksi, että halusin saada monipuolista tietoa valmiiksi valitsemistani teemoista (ks. Hirsjärvi & Hurme 2008, 41). Ongelmalliseksi tässä metodissa koin teemahaastattelurungon laatimisen, vaikka sainkin siihen apua seminaariryhmältä. Jotkin teemahaastattelurungon näkökulmista olivat osalle haastateltavista hankalia, eivätkä haastateltavat olleet aiemmin välttämättä pohtineet STT:n roolia siltä kantilta, joka minua kiinnosti. Riippui myös haastateltavan tarkasta toimenkuvasta, kuinka hyvin hän pystyi vastaamaan kysymyksiin. Vaikka kaikki haastateltavani työskentelivät lehden päivittäisessä uutistyössä ja STT:n parissa, vaihtelivat haastateltavien toimenkuvat jonkin verran keskenään niin, että osan työ oli tiukasti päivänpäällisten ja lähipäivien kotimaan uutisten johtamista kun taas osalla toimenkuvaan kuului pidemmän aikavälin uutisjohtamista ja esimerkiksi erikoissivujen suunnittelua. Osa haastateltavista tuntui pohtineen enemmän STT:n mahdollisia tulevia rooleja lehdessä siinä missä joku totesi suoraan, ettei ole oikeastaan miettinyt asiaa ja ettei asian pohtiminen edes kuulu hänelle. Analyysiä tehdessäni koin kuitenkin kysymysten tuottaneen monipuolisia vastauksia, joten siinä mielessä runko toimi.

Kuten Hirsjärvi ja Hurme (2008, 35) huomauttavat, haastattelututkimusaineiston analyysissä ongelmallista on tulosten tulkinnallisuus. Tulkinnallisuuden vuoksi liitin Eskolan ja Suorannan

(1999, 153) ohjeen mukaan aineistokohtia analyysiraporttiin. On kuitenkin selvää, että joku toinen olisi voinut tehdä toisenlaisia tulkintoja ja nostaa esiin erilaisia näkökulmia aineistosta. Tutkimusta tehdessä työskentelin itse STT:llä toimittajana, mikä myös on voinut vaikuttaa tulkintoihini. Olen pyrkinyt pitämään tämän mielessäni ja analysoimaan aineistoa mieli avoimena, mutta voi olla, että olen tulkinnut vastauksia eri tavalla kuin niitä tulkitsisi henkilö, jolla ei ole henkilökohtaista suhdetta STT:hen.

8.3. Lopuksi

Media-ala elää koko ajan, ja mediatalot pyrkivät vastaamaan muutoksiin esimerkiksi järjestelemällä työtehtäviä uudelleen moniosaamista korostaviksi ja kehittämällä uusia toimintamalleja (Nikunen 2011, 21). Journalismin teknologinen murros kietoutuu Nikusen (emt., 18) mukaan internetin ja sosiaalisen median ympärille, ja uutisjournalismin konvergenssikulttuurissa samat uutiset valmistetaan useissa eri kanavissa julkaistavaksi (emt., 20).

Asiakkaidensa omistaman uutistoimiston asema on alan kohtaamien muutosten edessä jossain määrin ristiriitainen. Omistajiensa ja asiakkaidensa taloustilanteesta ja -näkökulmista riippuvainen toimisto on yhtäältä kustannustehokas tapa tuottaa sisältöä viestintävälineille. Toisaalta asiakkaiden säästökuurit iskevät myös siihen, kuten STT:ssä on nähty. Nikusen (2011, 20–21) esittelemä ”uudistamisen kulttuuri” on tuttu uutistoimistossakin, jossa tehtäviä ja osastoja on järjestelty uudelleen säästöjen ja tehokkuuden nimissä. Uutistoimiston toiminnan supistuessa siitä riippuvaisimmat asiakkaat voivat kärsiä, ja ne saattavat joutua aiempaa herkemmin etsimään sisältöjä muilta kumppaneilta. Uutistoimiston on onnistuttava tasapainoilemaan näiden ristipaineiden keskellä.

Haastateltavieni puhe osui melko hyvin yksiin Väliiverosen (2009, 14–15) journalismin kriisipuheesta tekemän jaon kanssa. Hänen tekemässään erittelyssä kriisipuhe kietoutuu joko taloudellisen kriisin, uskottavuuskriisin, teknologisen kehityksen mukanaan tuomien haasteiden tai journalismin ja demokratian suhteen ympärille. Näistä kolme ensimmäistä diskurssia kuuluivat haastateltavieni puheessa, ja nostin ne omiksi teemoikseen analyysissä. Vaikka pessimistinen kriisi- ja murrospuhe tuntuu usein hallitsevan sekä mediatutkimusta että toimitusten arkea, haluan korostaa myös niitä mahdollisuuksia, joita esimerkiksi jatkuvasti kehittyvä teknologia journalismille tarjoaa, sillä teknologian hyödyntäminen voi tarjota avaimia kaikkiin Väliiverosen esittelemiin kriisinäkökulmiin.

Kivikurun (2012, 180–181) mukaan verkossa julkaistavien uutisten muoto on viime vuosina alkanut löytyä ja julkaisukanavaa on alettu hyödyntää esimerkiksi reaaliaikaisessa uutisoinnissa, juttujen taustoittamisessa ja vuorovaikutuksessa. Tästä huolimatta verkkoon tuotettiin Nikusen (2011, 58) mukaan ainakin vuosikymmenen vaihteessa vielä hyvin samanlaista sisältöä kuin painettuun lehteen. Myös oma arkikokemukseni on, että maakuntalehdissä painotuote koetaan monesti yhä ”päävälineeksi”, kuten Nikunen huomauttaa. Tilanteen voi odottaa muuttuvan sitä mukaa, kun verkon ansaintamalleja saadaan kehitettyä ja printin osuus lehtitalojen tuloista kapenee. Kun irtautuminen vanhasta lehtiformaattijattelusta tapahtuu, uskon, että lehdet onnistuvat vahvistamaan lukijasuhdettaan sähköisissä julkaisuvälineissä. STT:n vahvuus voi tässä mielessä olla asiakkaiden näkökulmasta uutistoimiston pitkä kokemus sähköisissä julkaisuvälineissä toimimisesta ja erilaisista media-asiakkaista.

LÄHTEET

- About ANSAmed. <http://www.ansamed.info/ansamed/en/static/about.html> [viitattu 6.5.2014.]
- AFP in dates. <http://www.afp.com/en/agency/afp-history/> [viitattu 2.4.2014.]
- Alastalo, Marja & Åkerman, Maria (2010) Asiantuntijahaastattelun analyysi: faktojen jäljillä. Teoksessa Ruusuvuori, Johanna, Nikander, Pirjo & Hyvärinen, Matti (toim.) *Haastattelun analyysi*. Tampere: Vastapaino, 372–392.
- Alasuutari, Pertti (1999) *Laadullinen tutkimus*. Kolmas painos. Tampere: Vastapaino.
- Alma Median lehdistötiedote (2014). <http://www.almamedia.fi/uutishuone/tiedotteet/#lantisen-ja-pohjoisen-suomen-sanomalehdet-tiivistavat-journalistista-yhteistyotaan-lannen-mediassa> [viitattu 15.9.2014.]
- AP's history. <http://www.ap.org/company/history/ap-history> [viitattu 2.4.2014.]
- Autio, Noora (2014) Uusi-Kilponen: Lännen Media tuottaa STT:tä taustoittavampaa sisältöä. *Suomen Lehdistö* 5.2.2014. <http://www.suomenlehdisto.fi/blog/2014/02/05/uusi-kilponen-lannen-media-tuottaa-sttta-taustoittavampaa-sisaltoa/> [viitattu 12.9.2014.]
- Berg, E.A. (1952) *Uutistoimistojen synty ja kehitys*. Helsinki: Sanoma Oy.
- Bloomberg facts. <http://www.bloomberg.com/now/bloomberg-facts/> [viitattu 8.5.2014.]
- Boyd-Barrett, Oliver (1980) *The International News Agencies*. Lontoo: Constable.
- Boyd-Barrett, Oliver & Rantanen, Terhi (1998) The Globalization of News. Teoksessa Boyd-Barrett, Oliver & Rantanen, Terhi (ed.) *The Globalization of News*. Lontoo: Sage, 1–14.
- Boyd-Barrett, Oliver & Rantanen, Terhi (2000) European National News Agencies – The End of an Era or a New Beginning? *Journalism Theory, Practice and Criticism* 1 (1): 86–105.
- Boyd-Barret, Oliver & Rantanen, Terhi (2010) News Agencies. Teoksessa Albertazzi, Daniele & Copley, Paul (ed.) *The Media – an Introduction*. Third Edition. [1998] Harlow: Pearson Education Limited, 233–245.
- EFE Agency. <http://www.efe.com/efe/queesefe/presentacion/english/4> [viitattu 2.4.2014.]
- Eskola, Jari & Suoranta, Juha (1999) *Johdatus laadulliseen tutkimukseen*. Kolmas painos. [1998] Tampere: Vastapaino.
- Fenby, Jonathan (1986) *The International News Services*. New York: Schocken Books.
- Hilde, Kaisa (2010) STT vetää Yle-kantelunsa pois EU-komissiosta. Yle 14.10.2010. <http://yle.fi/yleisradio/ajankohtaista/stt-vetaa-yle-kantelunsa-pois-eu-komissiosta> [viitattu 6.5.2014.]

- Hujanen, Erkki (2007) *Lukijakunnan rajamailla – sanomalehden muuttuvat merkitykset arjessa*. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.
- Jyrkiäinen, Jyrki (2012) Sanomalehdistö. Teoksessa Nordenstreng, Kaarle & Wiio, Osmo A. (toim.) *Suomen mediamaisema*. Kolmas, täysin uudistettu laitos. Tampere: Vastapaino, 67–100.
- Kivikuru, Ullamaija (2012) Uutisvälitys. Teoksessa Nordenstreng, Kaarle & Wiio, Osmo A. (toim.) *Suomen mediamaisema*. Kolmas, täysin uudistettu laitos. Tampere: Vastapaino, 173–190.
- Kunelius, Risto (2003) *Viestinnän vallassa, johdatus joukkoviestinnän kysymyksiin*. 5.–6. painos. Helsinki: WSOY.
- Lappalainen, Markku & Salomaa, Janne (2014) Lännen Media epäilyttää henkilöstöä. *Journalisti* 2014 (3): 4–5. <http://www.journalistiliitto.fi/journalisti/lehti/2014/03/artikkelit/lannen-media-epailyttaa-henkilos/> [viitattu 12.9.2014.]
- LT-levikkitilasto 2013. Media Audit Finland. <http://mediaauditfinland.fi/wp-content/uploads/2014/06/Levikkitilasto2013.pdf> [viitattu 18.9.2014.]
- Marttinen, Manu (2012) STT-Lehtikuva aloittaa yt:t. *Journalisti* 2012 (19): 5.
- News Agencies – Their Structure and Operations (1953). Paris: Unesco. <http://unesdoc.unesco.org/images/0007/000734/073446eo.pdf> [viitattu 2.4.2014.]
- News Audiences Increasingly Politicized (2004) Washington: Pew Research Center. <http://www.people-press.org/files/legacy-pdf/215.pdf> [viitattu 12.9.2014.]
- New York Times News Service. <https://www.nytsyn.com/> [viitattu 6.5.2014.]
- Nieminen, Hannu & Nordenstreng, Kaarle (2012) Säätely ja viestintäpolitiikka. Teoksessa Nordenstreng, Kaarle & Wiio, Osmo A. (toim.) *Suomen mediamaisema*. Kolmas, täysin uudistettu laitos. Tampere: Vastapaino, 312–333.
- Nieminen, Hannu & Pantti, Mervi (2008) *Media markkinoilla*. Kolmas painos. [2004] Helsinki: Loki-Kirjat.
- Nikunen, Kaarina (2011) *Enemmän vähemmällä. Laman ja teknologisen murroksen vaikutukset suomalaisissa toimituksissa 2009–2010*. Tampere: Tampereen yliopisto, journalismin tutkimusyksikkö.
- Nordenstreng, Kaarle & Wiio, Osmo A. (2012) Viestintäjärjestelmä. Teoksessa Nordenstreng, Kaarle & Wiio, Osmo A. (toim.) *Suomen mediamaisema*. Kolmas, täysin uudistettu laitos. Tampere: Vastapaino, 9–34.
- Nordenstreng, Kaarle (2013) Lessons Learned from the NWICO Process. *Xiandai Chuanbo*

- 2013(6): 64–68.
http://www.uta.fi/cmt/en/contact/staff/kaarlenordenstreng/publications/CUC_Modern_Communication_article_by_Nordenstreng.pdf [Viitattu 26.3.2014.]
- Ojala, Jari & Uskali, Turo (2005) Mediakentän muutos pitkällä aikavälillä: uutiskirjeistä internetiin. Teoksessa Ojala, Jari & Uskali, Turo (toim.) *Mediajättien aika. Uusia heikkoja signaaleja etsimässä*. Helsinki: Inforviestintä. 121–161.
- Osa Yle-verosta pitäisi suunnata Suomen Tietotoimistolle (2013) Sanomalehti Ilkan pääkirjoitus 6.10.2013. <http://www.ilkka.fi/mielipide/p%C3%A4%C3%A4kirjoitus/osa-yle-verosta-pitaisi-suunnata-suomen-tietotoimistolle-1.1476563> [viitattu 10.4.2014.]
- Picard, Robert G. (2006) Capital Crisis in the Profitable Newspaper Industry. *Nieman Reports* 60 (4): 10–12.
<http://www.nieman.harvard.edu/assets/pdf/Nieman%20Reports/backissues/winter2006.pdf> [Viitattu 14.2.2014.]
- Picard, Robert G. (2010) *Value Creation and the Future of News Organizations. Why and how journalism must change to remain relevant in the twenty-first century*. Lissabon: Media XXI
- Picard, Robert G. & Sauri, Tuomo (2012) Mediatalous. Teoksessa Nordenstreng, Kaarle & Wiio, Osmo A. (toim.) *Suomen mediamaisema*. Kolmas, täysin uudistettu laitos. Tampere: Vastapaino, 35–64.
- Rantamartti, Tiina & Haapakoski, Karoliina (2014) Lännen Media voi muuttaa STT:n roolia. Ylen juttu 5.2.2014. http://yle.fi/uutiset/lannen_media_voi_muuttaa_sttn_roolia/7070804 [viitattu 15.9.2014.]
- Rantanen Terhi (1987) ”STT:n uutisia” sadan vuoden varrelta. Espoo: Weilin+Göös.
- Rantanen, Terhi (2009) *When News Was New*. Oxford: Wiley-Blackwell.
- Rautavuori, Piritta (2007) *Toimittajat kaaoksen kulttuurissa. Journalististen käytäntöjen, arvojen ja asenteiden muutos Suomen Tietotoimistossa*. Tampereen yliopisto: Tiedotusopin pro gradu -tutkielma.
<https://tampub.uta.fi/bitstream/handle/10024/78547/gradu02182.pdf?sequence=1>
 [viitattu 4.2.2014.]
- Read, Donald (1992) *The Power of News. The History of Reuters 1849–1989*. Oxford: Oxford University Press.
- Ruusuvuori, Johanna & Tiittula, Liisa (toim.) (2005) *Haastattelu. Tutkimus, tilanteet ja vuorovaikutus*. Tampere: Vastapaino.
- Sanomalehtien levikki 2004–2013. Sanomalehtien liitto.

- http://www.sanomalehdet.fi/sanomalehtitieto/levikki/sanomalehtien_levikki_2004-2013 [viitattu 12.9.2014.]
- Sanomalehtien levikkituotot kääntyneet kasvuun Yhdysvalloissa (2014). Helsingin Sanomat 23.4.2014.
<http://www.hs.fi/talous/Sanomalehtien+levikkituotot+k%C3%A4%C3%A4ntyneet+kasvuun+Yhdysvalloissa/a1398139579683> [viitattu 14.5.2014.]
- Sauri, Tuomo (2005) Sanomalehdet. Teoksessa Joukkoviestimet 2004. *Kulttuuri ja viestintä* 2004:2. Helsinki: Tilastokeskus, 181–204.
- STT-Lehtikuva aloittaa säästöohjelman (2013) STT-Lehtikuvan tiedote 24.9.2013.
<https://www.sttinfo.fi/release?releaseId=8138637> [viitattu 7.5.2014.]
- STT-Lehtikuvan avainluvut 2013. <http://www.stt.fi/content/stt-lehtikuvan-avainluvut-2013> [viitattu 6.5.2014.]
- STT-Lehtikuvan johto ja omistajat. <http://www.stt.fi/content/johto-ja-omistajat> [viitattu 10.4.2014.]
- STT:n ja Lehtikuvan historiaa. <http://stt.fi/content/mik%C3%A4-stt-lehtikuva> [viitattu 2.4.2014.]
- STT:n tyylikirja: STT-Lehtikuvan toimituspolitiikka.
http://stt.fi/sites/default/files/uploads/1.2_stt-lehtikuvan_toimituspolitiikka.pdf
[viitattu 6.5.2014.]
- STT:n tyylikirja: Tämä on STT-Lehtikuva.
http://stt.fi/sites/default/files/uploads/stt_tyylikirja_1.1_tama_on_stt-lehtikuva.pdf
[viitattu 2.4.2014.]
- STT Viestintäpalvelut. <http://www.viestintapalvelut.fi/content/uutist tuotteet> [viitattu 8.5.2014.]
- Suomen virallinen tilasto: Joukkoviestintä (2012). Helsinki: Tilastokeskus.
http://www.tilastokeskus.fi/til/jvie/2012/jvie_2012_2013-11-27_fi.pdf [viitattu 6.5.2014.]
- Tommila, Päiviö (1963) *Suomen lehdistön levikki ennen vuotta 1860*. Porvoo-Helsinki: Werner Söderström Osakeyhtiö.
- Tommila, Päiviö & Salokangas, Raimo (1998) *Sanomia kaikille – Suomen lehdistön historia*. Helsinki: Edita.
- Uskali, Turo (2007) *Ulkomaanuutisten uusi maailma*. Tampere: Vastapaino, 88–120.
- Virranta, Riikka (2013a) Klikki pettää. *Suomen Lehdistö* 2013 (8): 10–11.
- Virranta, Riikka (2013b) STT-Lehtikuva keskittyy uutisseurantaan. *Suomen Lehdistö* 2013 (9): 9.
- Väliverronen, Esa (2009) *Journalismi murroksessa*. Helsinki: Gaudeamus.
- Älypuhelimet ja tabletit lisänneet sanomalehtien digitaalista lukemista (2014) Sanomalehtien liitto

8.5.2014.

http://www.sanomalehdet.fi/ajankohtaista/uutiset/alypuhelimet_ja_tabletit_lisanneet_sanomalehtien_digitaalista_lukemista.6318.news [viitattu 12.9.2014.]

Liite 1. Teemahaastattelurunko

Perustiedot

- Tehtävä lehdessä, kuinka kauan ollut tässä tehtävässä, miten päätyi tähän tehtävään
- Suhde STT:n materiaaliin päivittäisessä työssä

STT:n merkitys nyt

- STT:n journalististen palvelujen käyttö, muutokset käytössä, mikä vaikuttanut muutokseen
- STT:n merkitys eri uutisosastoilla, missä tärkein ja miksi, missä käytetään eniten STT:n juttuja
 - Kotimaa, ulkomaat, talous, urheilu, kulttuuri, muu
 - STT:n juttujen käyttö verrattuna omiin juttuihin
 - Mitkä osastot pärjäävät/pärjäisivät ilman STT:tä
 - Kuvatarjonnan merkitys eri osastoille
- STT:n tekemien siteerausten merkitys
- STT:n merkitys verkkosivuilla
 - Millaisia juttuja STT:ltä verkkosivuilla
 - Uusia STT:n palveluja verkkosivuilla (esim. live seuranta)
 - Suunnitelmat omien verkkosivujen kehittämiseksi
- Muut jakelukanavat

Tukkuportaan ja jakelijan roolien hämärtyminen

- Yhteistyö konsernin sisällä tai muiden medioiden kanssa journalistisella puolella (yhteistoimitusta, juttuvaihtoa...)
- Yhteistyön merkitys
 - Korvaako juttuvaihto jotain STT:n palvelua?
 - Onko vaarana päällekkäinen työ?
 - Pyrkiikö parantamaan mahdollisuuksiaan kilpailla muiden medioiden kanssa?
- Yhteistyön vaikutukset STT:n journalististen sisältöjen käyttöön lehdessä
- Tulevaisuudensuunnitelmat yhteistyölle eri medioiden kanssa
 - Arviota, miten tämä vaikuttaa STT:n käyttöön?

Omat suunnitelmat

- Arvio oman lehden tulevaisuudesta viiden vuoden tähtämellä
- Arvio eri jakelukanavien käytöstä ja merkityksestä viiden vuoden päästä
- Arvio STT:n merkityksestä eri jakelukanavissa

STT:n merkitys lähitulevaisuudessa

- STT:n merkitys viiden vuoden päästä, mitä tai millaisia palveluita kaivataan
- Yhteistyö STT:n ja lehden välillä, uusia palveluita, palveluiden kehittämistä
- Jos STT:tä ei olisi