

Opinnäytetyö (AMK)

Media-alan koulutus

Journalismi

2020

Dani Branthin

KUVITUSKUVILLA VAIHTELUA VIDEOON

– Nuorten näkemyksiä uutisten kuvallisuuteen

OPINNÄYTETYÖ (AMK) | TIIVISTELMÄ

TURUN AMMATTIKORKEAKOULU

Media-alan koulutus

Journalismi

2020 | 42 sivua, 7 liitesivua

Dani Branthin

KUVITUSKUVILLA VAIHTELUA VIDEOON

– Nuorten näkökulmia uutisten kuvallisuuteen

Opinnäytetyössäni selvitin, millä tavalla toteutettuna uutisvideot kiinnostavat nuoria.

Tutkimuskysymyksenä opinnäytetyössäni oli, millä tavoin toteutettuja uutisvideoita nuoret haluavat nähdä televisiossa. Lisäksi selvitin, mistä välineistä nuoret haluavat mieluiten seurata uutisia ja onko uutisten kuvallisuudella tärkeä rooli.

Tutkimus toteutettiin sähköisellä kyselylomakkeella, joka lähetettiin Webropol-alustalla Kanta- ja Päijät-Hämeen alueella sijaitseviin lukioihin sekä kahteen ammattioppilaitokseen. Valtaosa vastaajista oli 15–20-vuotiaita, mutta joukkoon mahtui myös yksi yli 30-vuotias.

Ennen kyselylomakkeeseen vastaamista nuorten piti katsoa kolme ennalta valitsemaani videota. Niistä yksi noudatti perinteistä uutiskerronnan linjaa, yksi oli toteutettu kännykällä ja yhden videoista teki turkulainen tubettaja Siru-Liina Karlin. Kolmen eri tavalla toteutetun videon avulla selvitettiin sitä, mikä toteutustapa on helpommin lähestyttävä ja mitä asioita nuoret uutisvideoissa arvostavat.

Tuloksista selvisi, että nuoret arvostavat perinteisellä tavalla toteutetun videon mielekkäimmäksi uutisvideoksi, koska se koetaan luotettavimpana uutisvideon muotona. Vastaajat näkivät kännykällä kuvatun uutisvideon kömpelönä ja tubettajan tekemän videon epäluotettavana, mutta kuitenkin helpoimmin lähestyttävänä.

Tuloksista voi päätellä, että jo vuosia käytössä olleen perinteisen kuvakerronnan juurtuminen televisiokatselutottumuksiimme saa nuoret arvostamaan uutiskuvallisuuden tärkeyttä.

ASIASANAT:

journalismi, mobiilijournalismi, alueuutinen, videokuvaus

BACHELOR'S | ABSTRACT

TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Degree programme in Media Arts

Journalism

2020 | 42 pages

Dani Branthin

VARIATION IN VIDEO WITH B-ROLLS

– Young adults' perspective of the visuality on the news

In my thesis I wanted to discover which way implemented videos are most interesting to young adults. The research question in my thesis was what kind of news videos young adults want to see on television. In addition, I wanted to find out which medium young adults prefer to use to follow the news and how big importance does visuality have for them.

The study was executed as a survey with an electrical questionnaire sent via Webropol platform to high schools and two vocational schools located in Kanta-Häme and Päijät-Häme regions. Majority of the respondents were between 15 and 20 years old while the oldest respondent was above 30 years old. Before filling the questionnaire, the participants were to watch three videos I had chosen beforehand. One of the videos followed the traditional narrative of a news video, one was made with a mobile phone and one was made with local Youtuber from Turku, called Siru-Liina Karlin.

With the help of these three different news videos I wanted to determine which method of execution is the easiest to approach and which are the most appreciated aspects of news videos seen by young adults. The results show that young adults considered the traditional news video being the most meaningful and reliable option. The respondents considered the video made with a mobile phone clumsy. The video made by the Youtuber was considered the easiest to approach but unreliable the same time.

A conclusion that traditional visual narrative rooted in our television watching habits results in young adults' valuation for visuality in news videos can be made based on the study results.

KEYWORDS:

journalism, mobilejournalism, news, video

SISÄLTÖ

SISÄLTÖ	4
KUVIOT	5
1 JOHDANTO	6
2 YLEISRADIO	7
2.1 Televisiouutisten alku Suomessa	7
2.2 Alueuutiset	7
2.3 Kuvituksen kehitys Ylen uutisvideoissa	8
3 SOSIAALINEN MEDIA JA UUTISET	9
4 TUTKIMUKSEN ESITTELY	10
4.1 Aiheiden valinta	10
4.2 Tutkimusmenetelmä	11
5 ANALYYSI ESIMERKKIVIDEOISTA	13
5.1 Tubettajan video	13
5.2 Ylen aamun suora	15
5.3 Alue-tv-uutinen	19
6 KYSELYTUTKIMUKSEN TULOKSET	22
6.1 Televisionkatselutottumukset	23
6.2 Mistä uutisia seurataan	25
6.3 Kuvallisuus nuorten näkökulmasta	27
6.4 Ylen aamun suora	28
6.5 Kuvituskuvalla lisäarvoa alueuutiseen	31
6.6 Tubettajien seuranta	32
6.7 Mieleen jääneet asiat	34
6.8 Suosituin vaihtoehto	35
6.9 Tekstinä vai videona?	36
LOPUKSI	38

LÄHTEET	41
----------------	-----------

LIITTEET	1
-----------------	----------

Liite 1. Opiskelijoille lähetetty sähköinen kyselylomake.

KUVIOT

Kuvio 1. Vastaajien ikäjakauma.	22
Kuvio 2. Kuinka usein vastaajat katsovat uutisia televisiosta.	24
Kuvio 3. Mistä nuoret hankkivat uutiset.	26
Kuvio 4. Kuinka tärkeänä kuvituskuvat koetaan uutisvideossa.	27
Kuvio 5. Kuinka tärkeää on, että toimittaja näkyy haastattelutilanteessa.	28
Kuvio 6. Mistä aamun suoran tunnisti kännykällä kuvatuksi.	30
Kuvio 7. Kuinka paljon kuvituskuva toi lisäarvoa.	32
Kuvio 7. Kuinka moni vastaaja seuraa tubettajia.	33
Kuvio 9. Mikä videoista koettiin helpoimmin lähestyttäväksi.	34
Kuvio 10. Mitä vaihtoehtoa vastaajat arvostivat eniten.	36
Kuvio 11. Ymmärtääkö teksti- vai videoutisen helpommin.	37

1 JOHDANTO

Ihmisten tavat seurata uutisia ovat muuttuneet vuosien varrella. Enää ei kokoonnuta yhdessä koko perheen kesken sohvalle katsomaan illan uutislähetystä, vaan teknologian kehittymisen myötä uutistarjonta on jokaisen saatavilla muun muassa älylaitteiden mahdollistamana. Mediatalojen on mukauduttava muutoksiin. Opinnäytetyössäni selvitän, millä tavoin toteutettuja uutisvideoita nuoret haluavat nähdä televisiossa. Lisäksi selvitän, mistä välineistä nuoret haluavat mieluiten seurata uutisia ja onko uutisten kuvallisuudella tärkeää roolia.

Yleisradion vaikeimmin tavoitettava kohderyhmä on 15–29-vuotiaat. Tämä sukupolvi on elänyt digitalisoituneen yhteiskunnan ympäröimänä. Heidän arkeaan rytmittää mediatapahtumien seuraaminen mobiililaitteilta. Yle on pyrkinyt vastaamaan median julkaisualustojen moninaistumiseen muun muassa Yle Areenalla, joka mahdollistaa televisio-ohjelmien katsomisen älylaitteiltakin. Yle Kioski on vuonna 2015 aloitettu palvelu, joka tekee nuorien seuraamille sosiaalisen median julkaisualustoille verkkovideoita ajankohtaisista uutisaiheista (Yle 2017).

Opinnäytetyötä varten kuvattiin kolme erilaista uutisvideota, joista kaksi noudattaa Ylen visuaalista linjausta. Yksi videoista toteutettiin yhteistyössä turkulaisen tubettaja Siru-Liina Karlinin kanssa. Videot lähetettiin osana sähköistä kyselylomaketta Kanta- ja Päijät-Hämeen alueella sijaitseviin lukioihin sekä kahteen ammattioppilaitokseen. Vastaaajia pyydettiin analysoimaan katsomiensa kolmen eri tavalla toteutetun videon kuvallisuutta.

Olen työskennellyt Yle Turun sekä Yle Hämeen aluetoimituksissa toimittajana sekä kuvaaja-leikkaajana. Työ on saanut minut huomaamaan muutaman vuoden aikana tapahtuneen muutoksen uutisten visuaalisuudessa. Tämä herätti kiinnostuksen selvittää, mitä mieltä nuoret ovat.

2 YLEISRADIO

2.1 Televisioutisten alku Suomessa

Suomessa televisiolähetykset alkoivat vuonna 1956, jolloin Tekniikan edistämissätiö (TES-TV) aloitti lähetykset kahtena päivänä viikossa. Yle seurasi aktiivisesti sivusta lähetysten alkuaskelia ja aloitti koelähetykset vuonna 1957. (Pernaa 2019, 15.)

Jo koelähetysten ensimmäisistä päivistä lähtien Ylen kanavalla lähetettiin Kamerakierrosta, joka oli sekoitus uutis- ja ajankohtaisohjelmaa. Kamerakierroksilla käytiin Ylen omien kuvanvaihtajien voimin Suomen pienillä paikkakunnilla haastattelemassa tavallisia ihmisiä. Merkittävää oli myös se, että Kamerakierrokseen hankittiin kuvamateriaalia ulkomailta. (Pernaa 2009, 20; Rantala 2007, 152–161.)

Pernaa toteaa, ettei Kamerakierroksessa ollut niinkään merkittävässä osassa journalistinen sisältö, vaan visuaalisuus. Ulkomaan uutisissa taas visuaalisuus ja journalismi olivat paremmin yhdistettävissä. (Pernaa 2019, 22.)

Ylen oman uutistuotannon tuottama uutislähetys Suomessa nähtiin 1.9.1959, kun Yleisradio aloitti jokapäiväisen uutistoiminnan. Ensimmäisen lähetysten kesto oli noin kolme minuuttia, ja materiaalin Yleisradiolle tuotti Suomen tietotoimisto STT (Pernaa 2009, 15.) Aluksi Kamerakierros kulki rinnan illan televisioutislähetysten kanssa. Ohjelmassa näytettiin lyhyitä sähkökuvia Suomen maakunnista ja myöhäisillan pidemmässä uutislähetyksessä materiaalia sekä Suomesta että ulkomailta. Vuonna 1960 Kamerakierros jäi kokonaan pois. Myös myöhäisillan uutislähetys piteni. (Pernaa 2019, 22.)

2.2 Alueuutiset

Kamerakierros ja uutistoiminnan alkuaikoina eri paikkakunnilla käytetyt kuvanvaihtajat loivat pohjaa Ylen nykyisille alueuutisille, jotka alkoivat vuoden 2000 alussa kokeiluna. Ensiksi mukana olivat vain Pohjois-Suomi, Lounais-Suomi sekä Keski-Suomi. Vielä samana vuonna päätettiin käynnistää koko maan kattavat alueuutiset. (Ekman 2015, 2.)

Aluksi videot kuvattiin filmille, mutta pian digitaalitekniikka syrjäytti analogiset videonauhut. Suurin ero 50 vuotta aiemmin lähetettyyn Kamerakierrokseen oli se, että alueuutiset

toteutettiin paikallistoimituksen voimin sen sijaan, että kuvattu materiaali olisi lähetetty Helsinkiin leikattavaksi. (K. Gustafsson, henkilökohtainen tiedonanto 14.1.2020.)

Vuonna 2015 alueuutislähetykset siirtyivät nauhoitettavaksi Tampereen Mediapolikseen. Yle Turun toimittaja Kimmo Gustafsson muisteli vuonna 2020, että ennen lähetykset tehtiin suorina kuuden paikkakunnan omilta studioilta. Nykyään uutisvideo työstetään alue-toimituksissa valmiiksi ja lopputulos lähetetään Tampereelle. Tv-lähetykset on jaoteltu toimitusten yhdistymisten myötä Suomen maakuntien mukaan omiksi ohjelmikseen.

2.3 Kuvituksen kehitys Ylen uutisvideoissa

Aiemmin uutiskuvat ja niiden saanti määräisivät uutisaiheen valintaa. Toimittajat kurkistivat varovaisten kysymysten avulla suomalaiseen yhteiskuntaan. Yleensä riitti, kun kamera vietiin haastattelupaikalle ja annettiin filmin pyöriä. Toimittaja ei ollut niinkään tärkeässä roolissa alkupään uutislähetyksissä, vaan kuvilla näytettiin katsojalle tapahtumaa haastateltavan samalla selittäen tapahtumien kulkua. Yksinpuhelut saattoivat kestää kahdeksan minuuttiakin. Uutistoiminnan alussa oltiin kuvauksen osalta kokeilevia. (Pernaa 2019, 42).

Videontekijät ymmärsivät, että ihmisiin vaikutetaan ja maailmaa muutetaan nimenomaan tunteiden avulla (Hietala 2007, 56). Kamerakerroksen aikana nähtiin muun muassa liikkuvassa autossa tehty haastattelu, samalla kun kamera kuvasi kaupungin katukuvaa (Yle 2007; Pernaa 2019, 42). Nykyään liikkuvan katukuvan kuvaaminen liikkuvasta autosta olisi rutiinia kehittyneen kameratekniikan myötä. Silti uutiskuvallisuus ei ole muuttunut: edelleen kuvallisuudella pyritään herättämään tunteita ja näyttämään maailmaa sellaisena kuin se on. Alueuutisten kohdalla onkin käytetty iskulauseita: me näytämme ja me kerromme.

3 SOSIAALINEN MEDIA JA UUTISET

Mediatutkijat ovat yhtä mieltä siitä, että ihmisistä on tullut sosiaalisen median sovellusten sekä median kulttuurin muutoksen myötä yhä enemmän sisällöntuottajia. (Seppänen & Väliaverronen 2014, 25.) Lähes jokaisen mukana kulkeva puhelin mahdollistaa nykyään kuvaamisen, äänittämiseen ja videoiden jakamisen sekunneissa eri jakopalveluihin. Tämä näkyy myös uutistuotannossa, sillä television uutislähetyksestä voi nähdä päivittäin katsojan lähettämän sääkuvan tai verkkouutisen yhteydessä tapahtumapaikalle sattuneen henkilön tuottamaa kuvamateriaalia.

Medioiden yhteen sulautuvuutta nimitetään medioiden konvergenssiksi. Yksi sen muoto on viestintärakenteen muutos. Siinä missä aiemmin viestintä tapahtui harvoilta monille (toimitukselta lukijoille), niin nyt kuka tahansa voi tuottaa omaa journalistista sisältöä esimerkiksi Youtubeen. (Seppänen & Väliaverronen 2014, 26.)

Vuonna 2019 tehdyn Väestön tieto- ja viestintätekniiikan käyttötutkimuksen mukaan yhteisöpalveluiden käyttö vähenee iän myötä. 86 prosenttia 16–34-vuotiaista oli käyttänyt yhteisöpalveluita viimeisen kolmen kuukauden aikana. Kyseisestä tutkimuksesta käy lisäksi ilmi, että 80 prosenttia väestöstä käytti internetiä matkapuhelimellaan (Tilastokeskus 2019a.) Nuorille on helpompaa olla ilman televisiota, kuin internetiä. Mediatilat ovat alkaneet keskittyä yhä enemmän uutisisältöjen jakamiseen netissä eri tavoin, jotta myös nuoret saadaan tavoitettua. Täytyy huomioida, että nuoret eivät ole lopettaneet uutisten tai journalismin kuluttamista. Ainoastaan hankintakanavat ovat muuttuneet sukupolvien myötä (Tilastokeskus 2019b; Matikainen 2011, 21).

Nuoret ja mediakulutus 2019 -tutkimuksesta selviää, että uutisisältöjen kulutus on riippuvaista muun muassa iästä, sukupuolesta sekä koulutustaustasta. Nuoret valikoivat uutisensa omien kiinnostuksenkohteidensa ja arvomaailmansa mukaan. Uutisten viiheteellistäminen koetaan hyväksi, sillä liian vaikeasta asiasta puhuminen voi aiheuttaa pikemminkin negatiivisia tunteita uutisten lukemista kohtaan.

Nuoret arvostavat käyttäjien luomaa mediasisältöä. Syynä voidaan pitää helppoa mahdollisuutta samaistua sisällöntuottajan omiin tunteisiin ja näkemyksiin. Nuoret pitävät kuitenkin erillään uutistoimittajien tekemän virallisemmän uutisisällön ja käyttäjien itse tekemän, joka voidaan laskea vähemmän objektiiviseksi. (Matikainen 2011; Nuoret ja mediakulutus 2019).

4 TUTKIMUKSEN ESITTELY

4.1 Aiheiden valinta

Valitsin esimerkeiksi kolme videota. Niistä kaksi on julkaistu Ylen kanavilla. Kolmannen videon toteutti 19-vuotias turkulaistubettaja Siru-Liina Karlin. Videot eivät ole sisällöltään samanlaiset, mutta antavat mahdollisuuden tarkastella erilaisia tapoja toteuttaa uutisvideoita nuoria kiinnostavalla tavalla.

Ylen videoiden valinta aiheutti haastetta, sillä vaihtoehtoja olisi ollut paljon. Halusin valita alueuutisesimerkiksi videon, jossa on selkeästi käytössä vielä perinteisiä visuaalisia kerronnan elementtejä, kuten kahdeksan kuvakoon järjestelmä. Haastateltava on uutisissa pääosassa. Toimin itse alueuutisesimerkissä sekä toimittajana että kuvaaja–leikkaajana. Näin ollen minulla oli vielä tuoreessa muistissa, millaisia kuvallisia ratkaisuja tein esimerkkivideon tuotannon aikana.

Ylen aamun suora valikoitui sen persoonallisen toteutustavan ansiosta. Yle Kajaanin toimittaja Jarmo Nuotio rikkoi visuaalisia kerronnan tapoja muun muassa haastattelemalla selkänsä takana seisovaa henkilöä katsoen kuitenkin itse tiiviisti kameran linssiin. Videon kruunaa Nuotion kiipeäminen painavahkon ja jokseenkin epäkäytännöllisen kuvanvakaaja-gimbaalin kanssa ahtaaseen latukoneen ohjaamoon.

Ylen aamu-tv koki uudistumisen vuonna 2019. Ohjelman nimi muuttui Ylen aamuksi, ja samalla studio sekä koko ohjelman rakenne muutettiin. Yhdeksi osuudeksi tuli joka-aamuinen noin kolmen minuutin suora lähetys, jonka toteuttamisesta vastaa kukin aluetoimituksista vuorollaan. Aamun suora on suositeltu toteutettavaksi siten, että toimittaja kuvaisi sen yksin kännykällä: toimittajia on ryhdytty kannustamaan toimittamaan ja kuvaamaan uutisvideonsa yksin. Mobiilikuvaamiseen tarvittavat lisävarusteet ovat kehittyneet yksinkäyttöä ajatellen sopiviksi viimeisten vuosien aikana, joten yksin videon toteuttaminen on mahdollista kohtalaisen pienellä vaivalla.

Siru-Liina Karlin tunnetaan Youtubessa nimimerkillä siruaurora. Hänellä oli seuraajia aktiiviaikoina yli 100 000. Näin ollen Karlin tuntee Youtube-videoiden lainalaisuudet nuoria kiinnostavat trendit. Annoin Karlinille lähes vapaat kädet videon tekoon. Ainoa ehto oli, että hänen videonsa tulisi olla asiatyylinen ja alle 30-vuotiaita nuoria kiinnostava toteutustavaltaan sekä sisällöltään.

4.2 Tutkimusmenetelmä

Tutkimusmenetelmänä opinnäytetyössäni käytettiin sähköisesti toteutettua kyselytutkimusta. Kohderyhmänä olivat Ylen vaikeimmin tavoitettu kohderyhmä, eli 15–29-vuotiaat nuoret. Kysely lähetettiin opiskelijoille, jotka opiskelivat toisella asteella Kanta- ja Päijät-Hämeen alueella. Hämeenlinnassa sijaitseva työpaikkani oli yksi ratkaisevista tekijöistä siihen, miksi päädyin valitsemaan juuri Hämeen alueen koulut. Aluksi kysymykset lähetettiin vain Kanta-Hämeen alueella sijaitseviin oppilaitoksiin, mutta tutkimustulosten määrän kasvattamiseksi aluetta laajennettiin myös Päijät-Hämeeseen. Vastaaminen tapahtui anonymisti ja vapaaehtoisesti.

Oppilaitokset lähtivät kyselytutkimukseen mukaan innokkaasti, vaikka koronaviruksen aiheuttama etäopetukseen siirtyminen vaikuttikin vastausten määrään. Juuri opinnäytetyön teon aikaan opiskelijoille oli lähetetty useita kyselytutkimuksia ja opintoihin liittyviä viestejä Wilman kautta. Saamani viestin tavoitti yli 7000 opiskelijaa ja vastauksia lomakkeeseen tuli 101.

Tutkimus avattiin 6.huhtikuuta, ja sulkeutui 20.huhtikuuta. Kysymyslomake koostui yhteensä 19 kysymyksestä. Vastaajien sukupuolta tai eksaktin tarkkaa ikää ei selvitetty. Tuloksissa otettiin huomioon, että vastaajien joukko on varsin pieni ja kyselyyn ovat voineet jättää vastaamatta kaikki ne, jotka eivät ole kiinnostuneita uutisista. Vastaukset antavat kuitenkin suuntaa sille, katsovatko nuoret televisiosta uutisia ja miten paljon kuvan laadulla on merkitystä nettivideoaikana. Koin tärkeäksi selvittää miten nuoret uutisen mieltävät, sillä kaikki eivät välttämättä tiedä mikä uutinen on, tai millaiset kriteerit sen tulisi täyttää.

Nuoret ovat yhä enemmän alkaneet seurata uutisia välineistä, jotka kulkevat heidän mukanaan helposti taskussa (Nuoret ja mediakulutus 2019). Nykyiset uutissivustot jakavat paljon myös uutisvideoita nettisivuillaan. Jotta video olisi kiinnostava, on perinteisen ajattelutavan mukaan videosta tehtävä visuaalisesti ja asiasisällöllisesti kiinnostava. Mielestäni oli tärkeää lähteä selvittämään sitä, kuinka tärkeää nuorille uutisvideoiden visuaalisuus on ja millaisia asioita he uutisvideon kuvallisuudessa arvostavat. Nuoret saattavat kokea uutisvideoiden rakenteen tärkeyden eri tavalla kuin vanhemmat television katselijat.

Tarkoituksenani ei ollut selvittää sitä, millaisia uutisaiheita nuoret haluavat nykyään mediassa nähdä, vaan millainen uutisvideokerronnan muoto on mielekkäintä heille. Pyrin

myös selvittämään sitä, millä julkaisualustalla nuoret uutisia mieluiten nykyään katsoisivat.

Perinteisen mallin mukaan uutisen tulee olla objektiivinen ja kantaaottamaton. Sen tulee tarjota ihmiselle tietoa luotettavasti yhteiskunnan tapahtumista. Yle alkoi ottaa vuonna 2015 kokeilevia askelia uudenlaisen journalismin tekoon Yle Kioski -uutis- ja ajankoh-taispalvelun myötä. Samana vuonna opetuskäyttöön suunnitellun Yle Uutisluokka Triplet -palvelu tuli saataville (Yle Triplet 2015).

Kioskin tarkoituksena on tavoittaa verkon, radion, television sekä sosiaalisen median käyttäjät, jotka eivät aktiivisesti seuraa uutisia, mutta seuraavat mielellään, kunhan uutiset tarjotaan heille mielekkäällä tavalla. (Yle 2015.) Yle mainitsee, että Kioskin tarkoitus on olla keskusteleva ja ongelmiin pyritään löytämään ratkaisuja sekä uusia näkökulmia. Triplet luotiin helpottamaan opettajien arkea. He voivat sovelluksen avulla esitellä lapsille ja nuorille uutisia. (Yle 2015.) Sovellus on noussut suureen arvoon opiskelijoiden jouduttua etäopetukseen koronaviruksen tähden keväällä 2020. Tripletin käyttäjien katsottavaksi tulee päivittäin kolme Ylen uutisvideota sekä niihin kuuluvia tehtäviä. (Yle 2020).

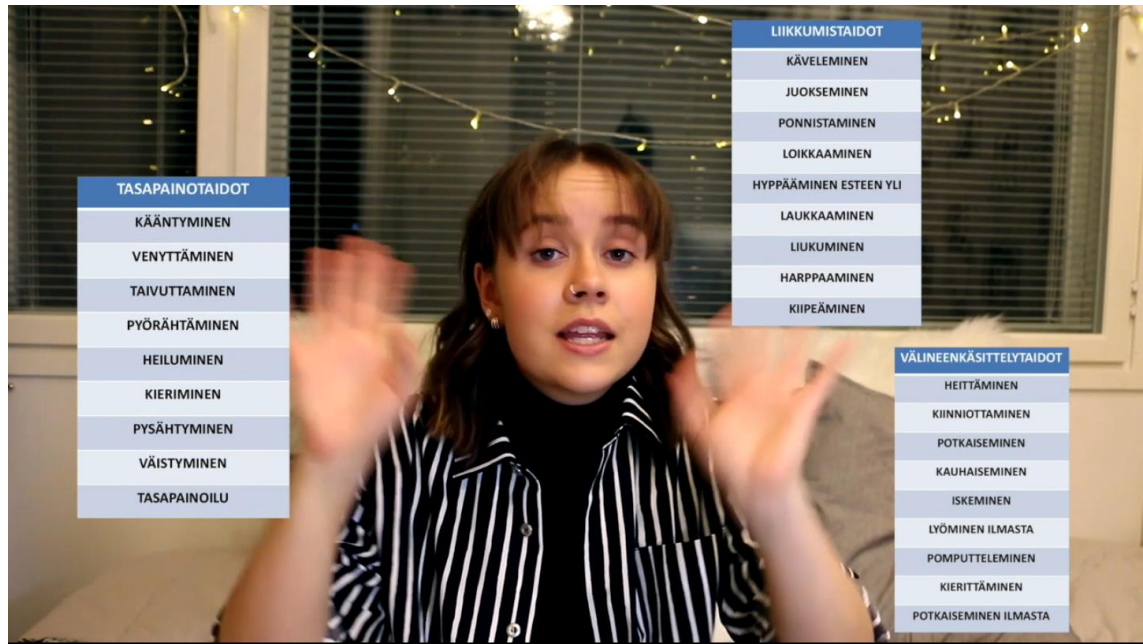
5 ANALYYSI ESIMERKKIVIDEOISTA

5.1 Tubettajan video

Amerikkalainen Jennifer Rigley on yksi ensimmäisistä henkilöistä, joka tuli tunnetuksi puhuessaan nettikameran välityksellä ihmisille 1990-luvulla. Nettiyhteyksien nopeutuminen, Youtuben perustaminen ja kamerapuhelimien yleistyminen 2000-luvulla lisäsi netti-videon tekijöiden määrää räjähdysmäisesti. (Kankaanpää 2017, 10; Paasonen 2002, 110–111).

Pyysin tubettaja Siru-Liina Karlina tekemään uutisvideon opinnäytetyötäni varten. Hän sai lähes vapaat kädet videon toteuttamiseen. Ainoana ehtona videolle oli, että sen tulisi kiinnostaa alle 30-vuotiaita nuoria ja sen tulisi olla tarpeeksi asiatyylinen ajettavaksi Ylen uutisissa. Tarkoitus oli myös nähdä, millä tavalla 19-vuotias toteuttaa itse uutisvideon.

Karlin aloittaa videonsa kertomalla syitä, miksi nuorten liikunnan väitetään vähentyvän teini-ikää lähestyttäessä. Välittömästi tämän jälkeen hän tyrmää väitteet. Karlin esittää omia vasta-argumentteja sille, miksi väitteet nuorten liikunnan vähentymisestä ovat ”huuhaata”. Hän käyttää visuaalisena tehokeinona nopeaa zoom-efektiä vahvistaakseen ”tietysti se on” -mielipidettään. Karlin kertoo omien näkemystensä kautta perustelut väitteilleen siirtyäkseen kertomaan infotaulukoiden kautta faktatietoja siitä, miten lapset kehittyvät eri osa-alueilla (kuva 1). Karlinin todetessa olevansa laiskottelija, kommenttia tehostaakseen hän on editoinut kuvaan neljä asiayhteyteen sopivaa meemiä (kuva 2). Lopuksi Karlin tekee yhteenvedon ja kehottaa nuoria liikkumaan.



Kuva 1. Karlin käyttää videolla tehokeinona paljon käsiään kertoessaan omista kokemuksistaan. Lisäksi hän teki videolle infografiikkaa, joka katsojan näkökulmasta helpottaa asian ymmärtämistä.



Kuva 2. Meemit ovat yksi tehostekeino Karlinin videossa. Meemillä tarkoitetaan erityisesti sosiaalisessa mediassa laajalle leviäviä viestejä, jotka perustuvat tavallista kuvaa ja tekstiä yhdistelevän humoristisen idean muunteluun (Kielitoimiston sanakirja 2020).

Vaikka Karlinin video ei täytäkään perinteisiä uutisvideon journalistisia kriteerejä, tulee videon silti suhtautua vakavasti. Karlin tiedosti, että uutisten tulee olla objektiivisia eikä

toimittaja saa kertoa omia mielipiteitään. Karlin koki perinteisellä tavalla toteutetun uutisvideon sopivan huonosti tubettajan tekemäksi sisällöksi, koska tubettajilla on tapana kertoa asioita omien kokemusten ja mielipiteidensä kautta (Karlin 2020).

Karlinin tuottamassa videossa on havaittavissa multimodaalisuutta, eli usean eri ilmaissumuodon yhdistymistä. Videolla näkyvä infografiikka tuo katsojalle paljon selkeämmin ymmärrettäväksi asian, jonka selittäminen voisi olla huomattavasti hankalampaa kielellisesti. Karlin käyttää myös meemejä, jotka ovat nettimaailmasta tuttuja, usein humoristisia ja visuaalisesti näyttäviäkin kuvia. Vuonna 2010 Saskatchewanin yliopiston tutkimuksessa vertailtiin koristeellisen sekä pelkistetyn esityksen ymmärrettävyyttä. Tutkimuksessa kävi ilmi, että molemmat olivat yhtä helposti ymmärrettäviä, mutta visuaalisesti näyttävämpi grafiikka jäi paremmin mieleen ja oli katsojien mielestä helpommin lähestyttävä. (Javanainen 2015, 15; Koponen, 2011.)

5.2 Ylen aamun suora

Ylen aamu-tv muuttui Ylen aamuksi vuoden 2019 loppupuolella. Samalla ohjelman ilme ja konsepti muuttuivat. Yhtenä osuutena mukaan tuli joka aamu kahdeksan jälkeen jokaisen aluetoimituksen vuorollaan tekemä reportaasi-tyyppinen suora lähetys. Uudistus tarkoitti sitä, että Ylen jo aiemmin toimituksiin videokuvausta varten hankitut puhelimet tulivat toden teolla käyttöön. Tarkoitus oli, että toimittaja voisi yksin lähteä juttukeikalle ottaen taskuun puhelimen ja selkäreppuun jalustan sekä tarvittavat lisävarusteet kuvausta varten.

Valitsemani esimerkkivideo on esitetty Ylen aamussa 21.1.2020. Yle Kajaanin toimittaja Jarmo Nuotio kävi Paltamolla, missä kunnanjohtaja on hypännyt latukoneen ohjaimiin.



Kuva 3. Yle Kajaanin toimittaja Jarmo Nuotio kävi Paltamolla katsomassa, kuinka sujuu Paltamon kunnanjohtajalta latukoneella ajo. Nuotio kuvasi jutun kännykällä, eli mojolla (mobiilijournalismi).

Nuotio aloittaa raporttinsa Paltamosta kertomalla ensin missä hän on ja miksi. Nuotio on kameran edessä pitäen samalla mobiilikuvaamisessa käytettävää DJI Osmo 3 -gimbaalia (kuva 6). Gimbaali on mekaaninen kuvanvakain, joka pyrkii poistamaan kuvasta heilahdukset ja tärinän (Digi-kuva 2018.) Kuvausohjelmistojen saatavuuden ja yhteensopiisuuden takia Yle käyttää mobiilikalustolla kuvaamiseen Applen iPhone-puhelimia. Nuotio kuvasi latukoneen sisällä iPhone 11 Max -puhelimella. Ulkopuolella kuvalähteenä oli iPhone SE.



Kuva 4. Paikoin toimittaja oli selkä haastateltavaan päin. Langaton mikrofoni on noin tulitikkiuaskin kokoinen.

Mobiilijournalismia ja sen kehitystä on tutkittu jonkin verran viime vuosina. Muun muassa Panu Karhunen tutki Oxfordin yliopiston Reuters-instituutissa sitä, onko toimittajien mahdollista päästä lähemmäksi kohdetta ja tarinaa käyttämällä kevyttä kuvauskalustoa. Karhunen toteuttamassa kenttäkokeessa kävi ilmi, että ihmisten on helpompaa suhtautua pienen ja huomaamattomaan kännykkään. Puhelimet ovat arkipäivää ihmisten arjessa, joten ihmiset eivät koe puhelinta televisiokamerana niin luotaantyöntävänä, kuin isoa tuotantokameraa (Stipendiblogi 2017.) Nuotio on toimittajana kokenut myös kännykän hyväksi tavaksi tehdä journalismia.

Haasteista huolimatta (niitä tulee vastaan, teit sitten millaisella kalustolla tahansa) mojo on antanut enemmän kuin on vienyt. Tietysti yhden ihmisen tehdessä kaiken (kuvaus, äänitys ja toimittaminen), ei huomiokyky yksinkertaisesti riitä kaiken huomioimiseen. Välillä jotain jää huomaamatta kuvassa, välillä taas haastattelussa. Kuvan taso on kuitenkin täysin riittävä, eli kunhan toimittaja vaan pääsee laitteiden kanssa sinuiksi, puhelin on täysin käyttökelpoinen. Useasti se on myös perinteistä parempi, varsinkin lähitilanteissa ja siinä, miten haastateltavan saa rentoutumaan. Eli mojon käyttöönotto tuotantoihin on ollut pelkästään hyvä lisä, kun vain aina muistaa suhteuttaa tilanteet ja tarpeet. Mojolla ei tarvitse kuuhun kurkottaa, ainaakaan vielä. (Nuotio 2020.)



Kuva 5. Jutussa käytettiin kahta kameraa. Vasemmanpuoleisessa kuvaruudussa näkyy haastattelutilanne ja oikeanpuoleisessa kuvassa ulkokuvaa latukoneesta.

Kuten Nuotion tekemästä videosta voi havaita, ei hänen videossaan noudateta perinteisiä videokerronnan sääntöjä, kuten kahdeksan kuvakoon järjestelmää. Tämä on toki ymmärrettävää, sillä kyseessä on suora lähetys ja toimittajan kuvatessa yksin puhelimen selfiekameralla, on kuvakokojen vaihdos lähes mahdotonta. Mobiilijournalismin uranuurtaja Yusuf Omar on todennut meidän olevan Youtube-sukupolvi, jonka on helpompi ottaa vastaan erilaiset ja muuttuneet kuvakerronnan tavat. Myös tarinankerronnan tyylit ja säännöt voidaan rikkoa. (Gudvangen 2018.)



Kuva 6. DJI Osmo 3 -gimbaalikahva, johon on kiinnitetty iPhoneen lisäksi lisävalo sekä langattomien mikrofoniin vastaanottimet.

5.3 Alue-tv-uutinen

Ylen alue-tv-uutiset noudattavat kuvakerronnaltaan perinteistä uutisvideon kerrontaa. Alueuutisten pidemmissä lähetyksissä on yleensä kaksi pidempää juttua, joiden kesto on noin kaksi minuuttia. Yleensä videot noudattavat hyvin samanlaista kaavaa. Uutisvideo alkaa joko toimittajan stand-upilla, jolloin toimittaja on itse kuvassa kertomassa aiheesta, tai juttu voidaan aloittaa myös ennalta nauhoitetulla alkuspiikillä, joka liitetään editointivaiheessa videoon.

Perinteisesti uutisvideossa toimittajan ja haastateltavan puheenvuorot vuorottelevat. Toimittajan välispiikeillä voidaan tiivistää haastateltavan pitkiä kommentteja. Uutisaihetta konkretisoiva kuvituskuva yhdessä toimittajan ja haastateltavien puheen kanssa luovat eheän kokonaisuuden.

Esimerkki on esitetty Yle Lounais-Suomen alueuutisissa huhtikuussa 2019. Videossa Turun VTS-keskuksen laatupäällikkö kertoo, miten meriliikennettä valvova VTS-keskus onnistui estämään useita vaaratilanteita keskuksen tarkkaavaisuuden ansiosta.



Kuva 7. Videon alussa käytettiin GoPro action-kameraa.

Uutinen alkaa laajalla kuvalla Turun Ruissalon rannasta. GoPro action-kamera asetettiin kuvaamaan timelapse-videota rantahiekkaan. Kuvausnopeudeksi asetettiin yksi kuva sekunnissa normaalin 25 kuvan sijasta. Näin laivan kulkuun saatiin nopea liike-efekti. Alun kuvalla kuvitettiin toimittajan alkuspiikki. Välittömästi tämän jälkeen haastateltava tulee kuvaan.

Jälleen toimittajan tullessa ääneen, esitetään spiikkien päällä kuvituskuva laivoista sekä Turun VTS-keskuksesta.

Toimin videossa sekä toimittajana että kuvaaja–leikkaajana. Yksintekeminen tuo omat haasteensa. Voi olla vaikeaa asemoida itsensä niin, että pystyy kurottamaan mikrofonia tarpeeksi lähelle haastateltavaa mutta samalla olemaan kameran takana siten, että ruudusta näkee kuvan pysyvän kelvollisena. Valitsin perinteisen Sennheiserin haastattelu-mikrofonin, sillä se tallentaa ääntä herkästi laajan hertta-kuvion ansiosta.

Ylen aluetoimituksissa käytetään pääosin kevyttä tuotantokameraa, Panasonic AJ-PX230EJ P2HD:tä. Kamera soveltuu erityisen hyvin uutistyöhön sen ketteryyden ja hyvien ominaisuuksiensa tähden.

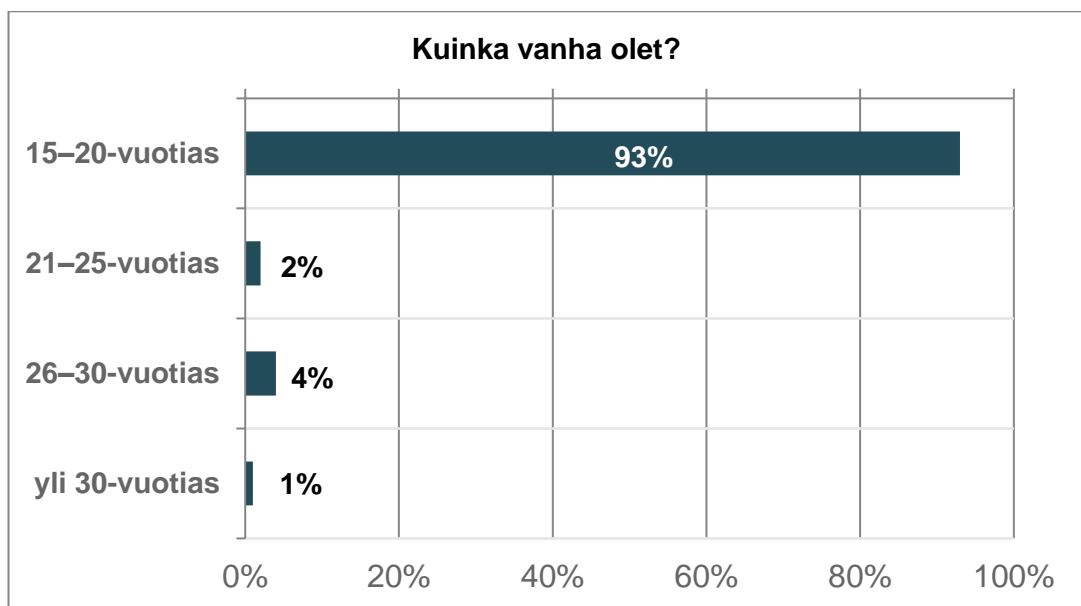


Kuva 8. Toimittaja seisoo kameran vieressä samassa linjassa kameran linssin kanssa, jotta haastateltavan rintamasuunta pysyy kohden kameraa.

6 KYSELYTUTKIMUKSEN TULOKSET

6.1 Vastaajien ikäjakauma

Kyselyyn vastasi yhteensä 101 henkilöä (n=101). Sähköinen kyselylomake lähetettiin Kanta- ja Päijät-Hämeen alueella sijaitsevien lukioiden lisäksi kahteen ammattiin valmistavaan toisen asteen oppilaitokseen, joissa viestini tavoitti myös vanhempia opiskelijoita. Tästä huolimatta iso osa vastaajista koostui 15–20-vuotiaista (93 %).



	n	Prosentti
15–20-vuotias	94	93,07%
21–25-vuotias	2	1,98%
26–30-vuotias	4	3,96%
yli 30-vuotias	1	0,99%

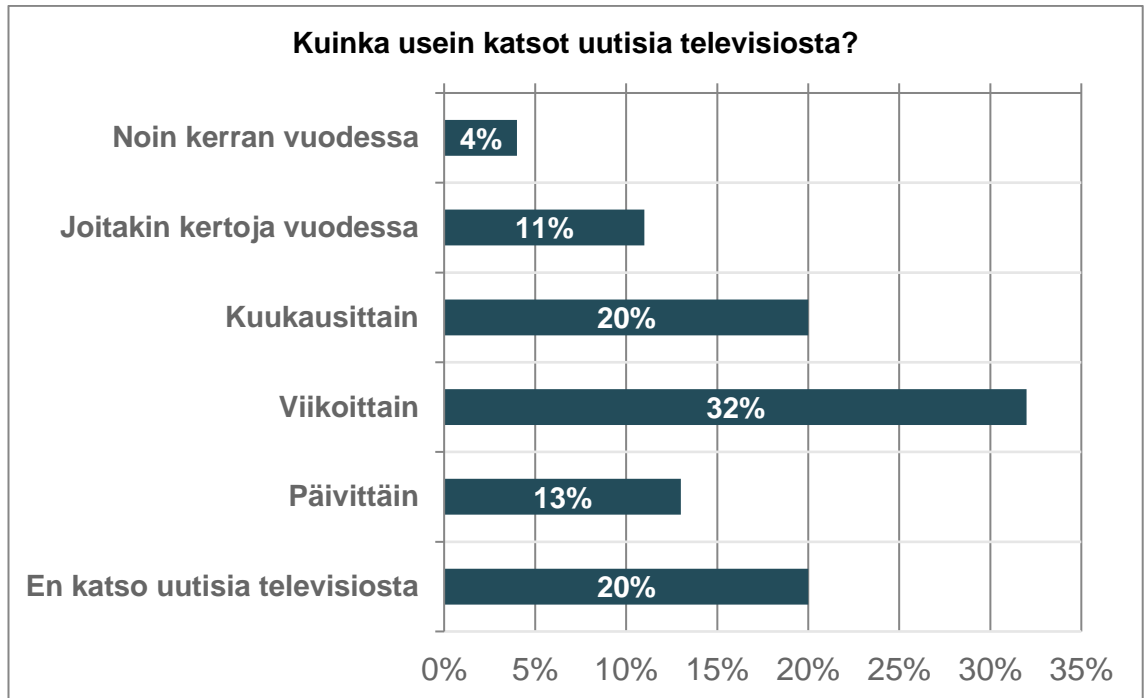
Kuvio 1. Vastaajien ikäjakauma.

6.2 Televisionkatselutottumukset

Vastaajan tuli valita kuinka usein katsoo uutisia televisiosta. Mielestäni tämä on tärkeä kysymys, sillä jo vuosia on puhuttu lineaarisen televisionkatselun vähentymisestä erityisesti nuorten keskuudessa, sillä netin monet jakoalustat ovat tuoneet mahdollisuuden perehtyä uutisiin muulla tavoin.

32 prosenttia vastaajista sanoi katsovansa uutiset televisiosta viikoittain. Yksi syy suureen katselumäärään saattaa olla koronaviruksen aiheuttama epätietoisuus ja tiedonjano. Neljä prosenttia sanoo, katsovansa uutisia televisiosta vain kerran vuodessa. Joidakin kertoja vuodessa televisiosta uutisia katsoi 11 prosenttia ja kuukausittain 20 prosenttia. 13 prosenttia vastaajista kertoi katsovansa päivittäin uutisia televisiosta ja 20 prosenttia ei katso televisiosta uutisia lainkaan. Tulokset kertovat siitä, että television olemassaoloa ja sen tärkeyttä ei ole unohdettu.

Avoimeen tekstikenttään saivat kertoa vastauksensa kaikki ne, jotka sanoivat seuraavansa uutisia netin sivustoilta tai sovelluksista, tai jostain muusta lähteestä. Vastauksissa tuli ilmi, että suurimpien mediatalojen sivustot ovat nuorten suosiossa. Muutama vastaaja kertoi seuraavansa uutisia Instagramista, Youtubesta sekä sosiaalisesta mediasta. Myös vuonna 2019 julkaistussa Nuoret ja mediakulutus -tutkimuksessa saatiin samankaltaisia tuloksia. Siinä kävi ilmi, että sosiaalisen median sovellukset ovat nousseet tärkeäksi välineeksi uutisten välittämisessä (Nuoret ja mediakulutus 2019).



	n	Prosentti
Noin kerran vuodessa	4	3,96%
Joitakin kertoja vuodessa	11	10,89%
Kuukausittain	20	19,8%
Viikoittain	33	32,68%
Päivittäin	13	12,87%
En katso uutisia televisiosta	20	19,8%

Kuvio 2. Kuinka usein vastaajat katsovat uutisia televisiosta.

Neljänteen kysymykseen vastaajat saivat itse kirjoittaa millaisena uutisen kokevat. Valitsin kysymystyyppiä avoimen vastauksen. Monivalintakysymys olisi saattanut olla liian ohjaileva.

Suurimmassa osassa vastauksia kävi ilmi, että uutisen tulisi olla uusi ja ajankohtainen asia:

nettiin tai lehteen julkaistava 'tiedoite', jossa kerrotaan ajankohtaisesta asiasta. Mielestäni uutinen on se minkä teksti on totta.

uutinen on ns. asiateksti, jossa kerrotaan uusimpia asioita lähiaikana tapahtuvista asioista, jotka koskevat joko tiettyä ihmisryhmää tai koko maata tai jopa globaalisti isompaa määrää koko maailmassa. Kuten tämän hetkisenä pääuutisena pyörii eri koronaviruksen tiedotteet ym.

Uutisissa kerrotaan ympärillämme tapahtuvista asioista. Usein miellän, että uutinen on oikea uutinen sen perusteella, missä se on julkaistu.

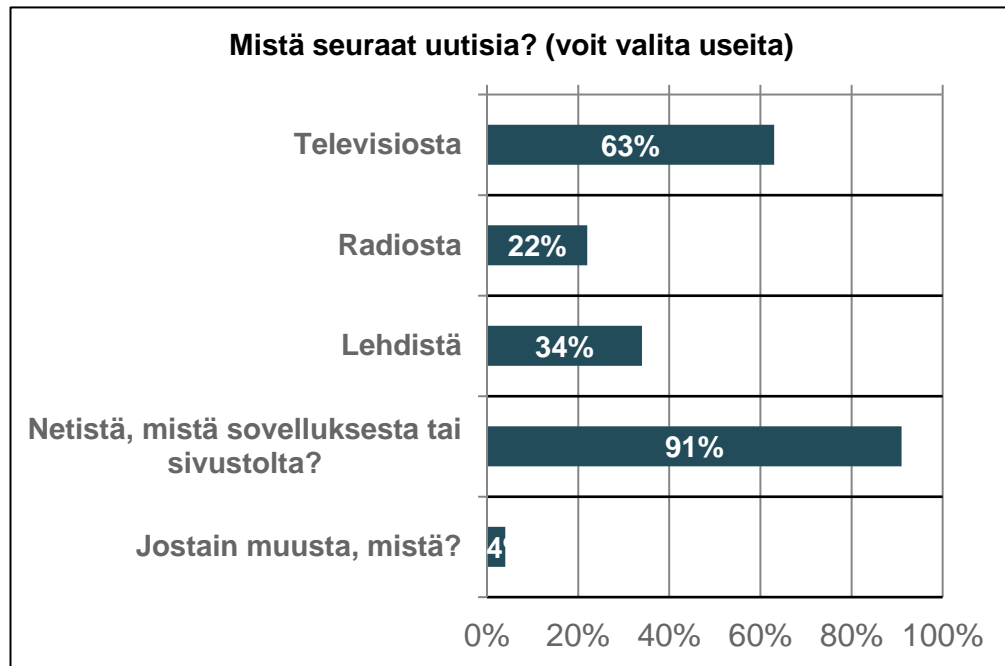
Vastaukset antavat osviittaa siihen, että nuoret tunnistavat valeuutisen ja tietävät uutiskriteerit. Täytyy kuitenkin huomioida, että nuoret ovat tottuneet hankkimaan uutisensa myös sosiaalisen median eri kanavista, joka edesauttaa valeuutiseen erehtymiseen (Markkinointi ja Mainonta 2018).

6.3 Mistä uutisia seurataan

Viidennessä kysymyksessä selvitettiin, mistä eri median kanavista tai alustoista vastaajat uutisia seuraavat.

91 prosenttia vastaajista sanoi katsovansa uutisensa netistä. Netti kulkee jokaisena mukana paikasta riippumatta. Nuoret kertoivat, että heille mieleisintä on hankkia uutisia sosiaalisesta mediasta sekä suurien mediatalojen sivustoilta. Sovellukset mahdollistavat uutistarjonnan räätälöinnin henkilökohtaiseksi. Toiseksi suosituin väline oli televisio, josta uutisia seurasi 63 prosenttia. Televisio saatetaan kokea edelleen helpommin lähestyttäväksi, sillä sohvalle voi istua ja heittää aivot narikkaan. Voi keskittyä katsomaan liikkuva kuvaa ja kuuntelemaan ääntä. Lehdistä uutisia luki 34 prosenttia. Radio ei tulosten perusteella ollut järin suosittu uutisväline 22 prosentin osuudella. Nuoret ja mediakulutus 2019 -tutkimuksessa todetaan, että nuoret valitsevat mediakanavat omien tunnetilojen ja kulloistenkin tarpeiden mukaan (Nuoret ja mediakulutus 2019).

Erityisen suosittuja ovat suurien mediatalojen sivustot ja uutissovellukset. Suosiossa olivat erityisesti Yle ja iltapäivälehdet. Muutama vastaaja kertoi hankkivansa uutisensa helpoimmin Facebookista, Redditistä, Instagramista ja kavereilta. Ainoastaan kaksi vastaajaa kertoi seuraavansa yksittäisiä ulkomaalaisia uutissivustoja.



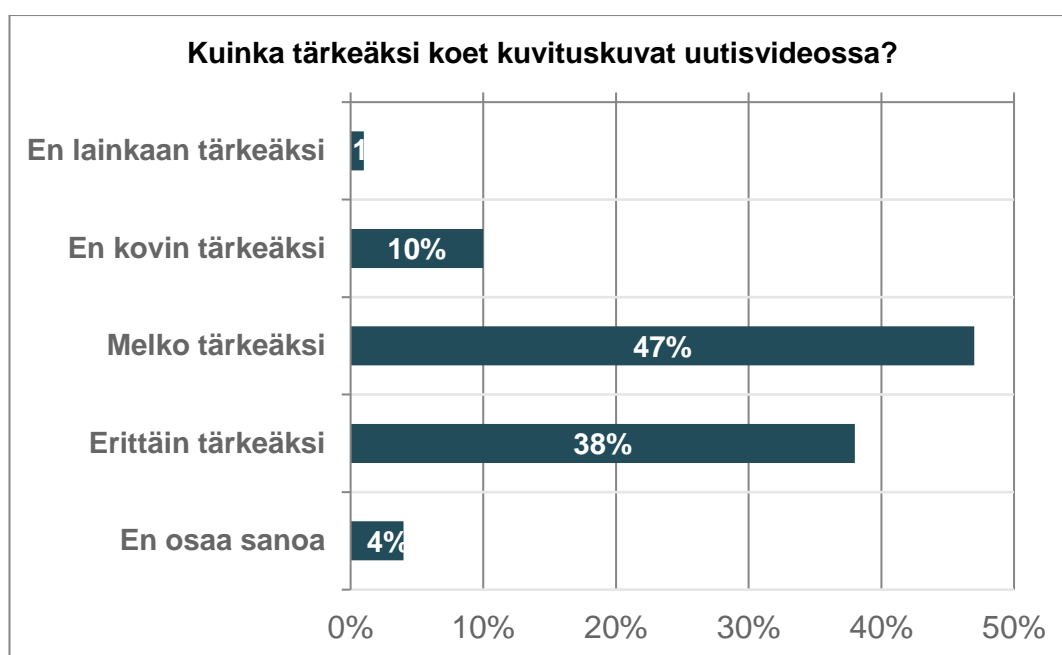
	n	Prosentti
Televisiosta	64	63,37%
Radiosta	22	21,78%
Lehdistä	34	33,66%
Netistä, mistä sovelluksesta tai sivustolta?	92	91,09%
Jostain muusta, mistä?	4	3,96%

Kuvio 3. Mistä nuoret hankkivat uutiset.

6.4 Kuvallisuus nuorten näkökulmasta

Kyselylomakkeen seuraavassa vaiheessa nuorilta tiedusteltiin, kuinka tärkeäksi he kokevat kuvituskuvat uutisvideoissa. Tämän jälkeen heidän tuli katsoa kolme eri tavalla toteutettua videota: puhelimella kuvattu Ylen aamun suora, perinteisellä tavalla kuvattu alueuutinen sekä tubettajan tekemä video. Kustakin uutisvideosta kysyttiin sitä koskevia kysymyksiä.

Kävi ilmi, että nuoret arvostavat uutisissa kuvallisuutta, sillä se tuo videota selkeämmin ymmärrettäväksi. Ainoastaan yksi vastaaja (1 %) ei kokenut kuvien olevan lainkaan tärkeitä. 10 vastaajaa (10 %) ei kokenut kuvia kovin tärkeäksi, melko tärkeäksi kuvat koki 47 vastaajaa (47 %), erittäin tärkeäksi 37 vastaajaa (38 %) ja 4 vastaajaa (4 %) ei osannut sanoa.



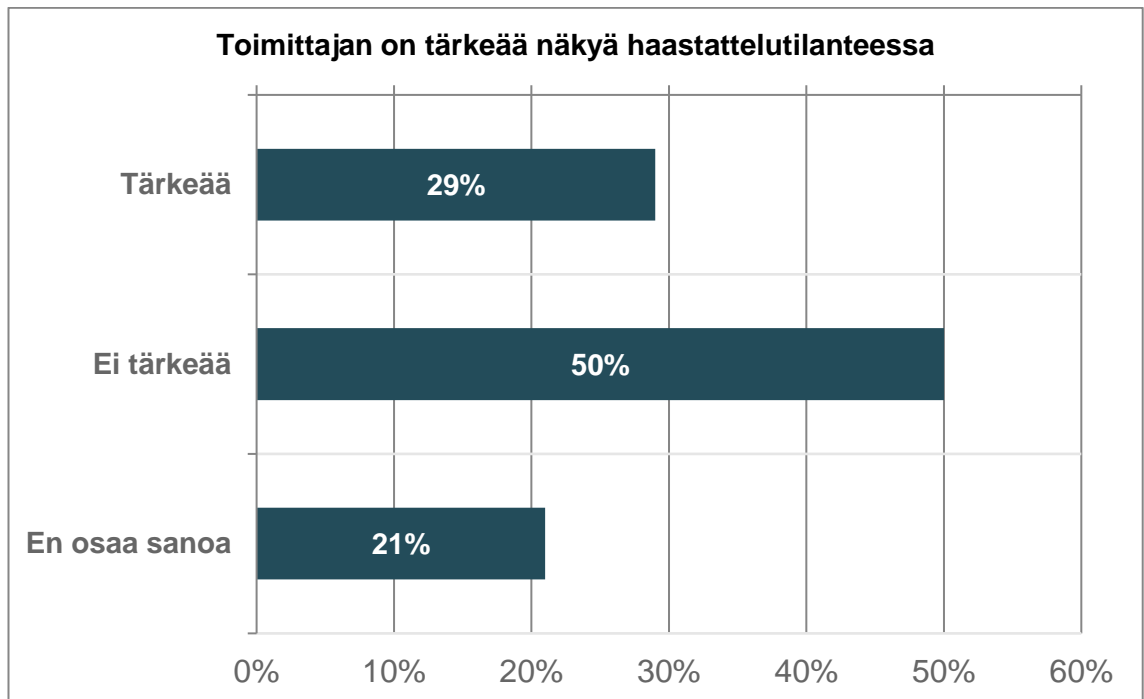
	n	Prosentti
En lainkaan tärkeäksi	1	0,99%
En kovin tärkeäksi	10	9,9%
Melko tärkeäksi	48	47,53%
Erittäin tärkeäksi	38	37,62%
En osaa sanoa	4	3,96%

Kuvio 4. Kuinka tärkeänä kuvituskuvat koetaan uutisvideossa.

6.5 Ylen aamun suora

Vastaajille kerrottiin, että uutisia on ryhdytty yhä enemmän kuvaamaan mobiilikalustolla. Kännyköiden etu uutiskuvaamisessa on niiden helppo liikuteltavuus ja materiaalin nopea lähetys eteenpäin.

Toimittajan on tärkeä näkyä haastattelutilanteessa -kysymyksellä selvitettiin, kokevatko nuoret mitään yhdenkaltaisuutta tubettajan tekemän videon sekä Ylen aamun mobiilikalustolla kuvatun videon välillä. 29 vastaajaa (30 %) oli sitä mieltä, että toimittajan on tärkeää näkyä haastattelutilanteessa ja 48 vastaajaa (49 %) ei kokenut sitä tärkeäksi. 21 vastaajaa (21 %) ei osannut sanoa.



	n	Prosentti
Tärkeää	29	28,71%
Ei tärkeää	51	50,5%
En osaa sanoa	21	20,79%

Kuvio 5. Kuinka tärkeää on, että toimittaja näkyy haastattelutilanteessa.

Yhdeksännessä kysymyksessä vastaajaa pyydettiin kirjoittamaan mitä kuvallisia seikkoja Ylen aamun haastattelusta jäi mieleen. Moni vastasi mieleen jääneen erityisesti latukoneen. Kuitenkin vastauksista nousi esiin Ylen aamun videokuvauksen poikkeuksellinen laatu.

Kuva oli aika pimeää ja koko ajan pyrittiin pitämään sekä haastatellun että haastattelijan naamat ruudussa.

Kuva oli epävakaata

Video oli hyvin ns. alkeellinen, mikä teki siitä vähemmän vakavan.

Toimittaja pähyili kameraan kokoajan

Yksi vastaajista kertoi selkeästi näkevänsä ulkoa kuvatun videon olleen tuotettu ammattimaisella kalustolla ja latukoneen sisällä puhelimen kehnolla kameralla. Mielestäni tämä on huomionarvoinen seikka, sillä todellisuudessa toteutukseen käytettiin ainoastaan kahta puhelinta. Sekä latukoneen ulkopuolella olleessa iPhone SE:ssä että sisällä käytetyssä iPhone 11 Max Pro:ssa on valmistajan mukaan kummassakin 12 megapikselin kamera. Uskon vuonna 2016 julkaistun SE:n kameratekniikan olevan vanhanaikaisempaa, kuin vuonna 2019 julkaistussa Max Pro:ssa. Mielestäni tämä paljastaa sen, että kännyköiden kuvausominaisuudet eivät ole soveltuvia yhä edelleenkin erityisesti hämärässä kuvaamiseen.

Vastaajia pyydettiin kertomaan, miten Ylen aamun videosta kävi ilmi kännykällä kuvaaminen. 54 vastaajaa (55 %) sanoi kuvan heilahtelleen. Toisaalta vastaajat myös kokivat kuvan näyttäneen elävämmältä ja värien olleen erilaiset. Osa vastaajista (21 %) ei olisi tunnistanut videota puhelimella kuvatuksi.



	n	Prosentti
Kuva heilahteli	56	55,45%
Kuva näytti elävämmältä	30	29,7%
Värit olivat erilaiset	32	31,68%
En tunnista videota puhelimella kuvatuksi	21	20,79%
Toimittaja oli itse kuvassa ja kuvasi selfiekameralla	44	43,56%
Jostain muusta, mistä:	11	10,89%

Kuvio 6. Mistä aamun suoran tunnisti kännykällä kuvatuksi.

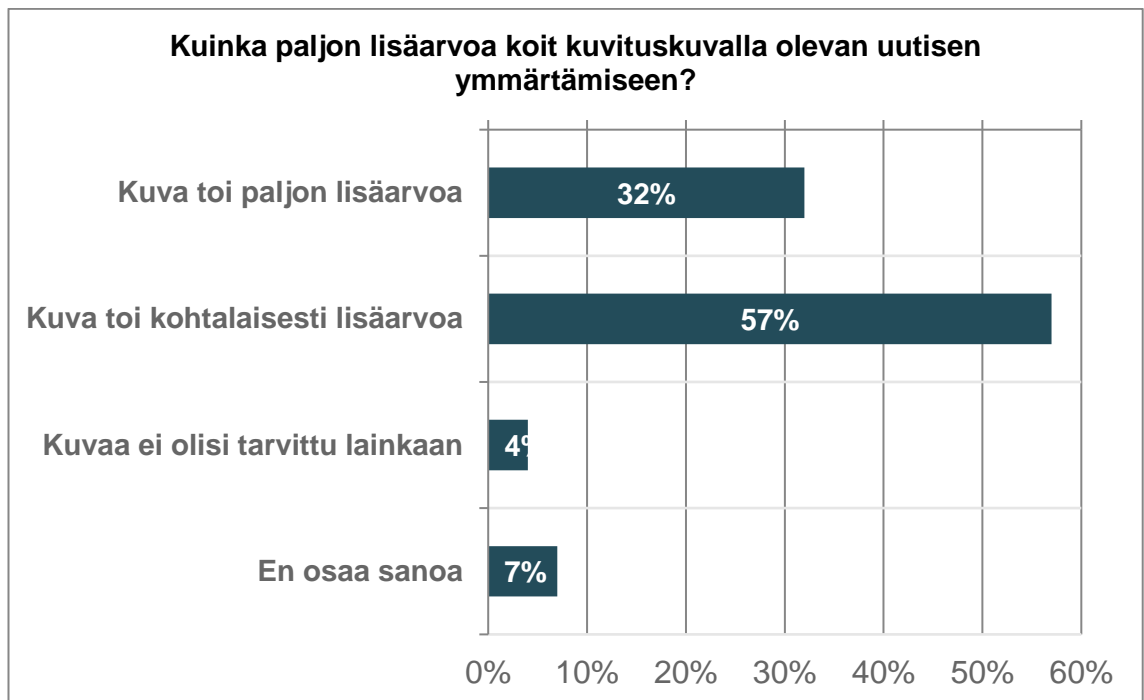
Vastausten perusteella ei voida tehdä johtopäätöstä siitä, että ainoastaan kännykällä kuvatessa kuva heiluu. Myös isommalla kameralla käsivarakuvaaminen on heiluvaa, jos kameraa ei ole tuettu jalustaan. Sen sijaan värien erilaisuus verraten tuotantokameroilla

tehtyyn videoon saattaa olla silmin nähtävissä. Yksi vastannut totesi huonompilaatuisen kuvan kelpaavan hänelle, mutta vanhemmille katsojille välttämättä ei yhtä hyvin.

6.6 Kuvituskuvalla lisäarvoa alueuutiseen

Ylen alueuutisia tehdään pääosin yhä edelleen noudattaen perinteisiä kuvakerronnan tapoja. Yleensä toimittaja on kuvan ulkopuolella ja haastattelee kameran edessä seisovaa haastateltavaa. Haastattelujen päällä näkyy kuvituskuvaa, joka konkretisoi haastateltavan sanomaa.

Nyt vastaaja joutui pohtimaan, kuinka paljon lisäarvoa hän koki kuvituskuvan tuoneen uutisvideon ymmärtämiseen.



	n	Prosentti
Kuva toi paljon lisäarvoa	32	31,68%
Kuva toi kohtalaisesti lisäarvoa	58	57,43%
Kuvaa ei olisi tarvittu lainkaan	4	3,96%
En osaa sanoa	7	6,93%

Kuvio 7. Kuinka paljon kuvituskuva toi lisäarvoa.

Kahdeksas kysymys: ”mitkä kuvalliset seikat jäivät sinulle erityisesti mieleen alueutisten videosta” jatkavat samalla linjalla aiempaan kysymykseen saatujen vastausten kanssa. Avokysymyksissä korostui erityisesti kuvituskuvien laadukkuus ja havainnollisuus. Myös asiasisältö jäi vastaajien mukaan paremmin mieleen.

Vastaukset eivät olleet yllättäviä, sillä uutisvideossa kuvituskuvalla on tärkeä rooli. Se konkretisoi ja tuo katsojan silmien eteen kuvallisen kerronnan keinoin sen, mistä puhutaan. Silti on yllättävää, että nuoret vastaajat arvostivat videon toteutusta, vaikka he ovatkin tottuneet katsomaan netistä eri tavoin toteutettuja videoita.

Siinä pyrittiin enemmän kuvaamaan itse uutisen kohdetta eli laivaa, mutta edelleen myöskin haastattelua.

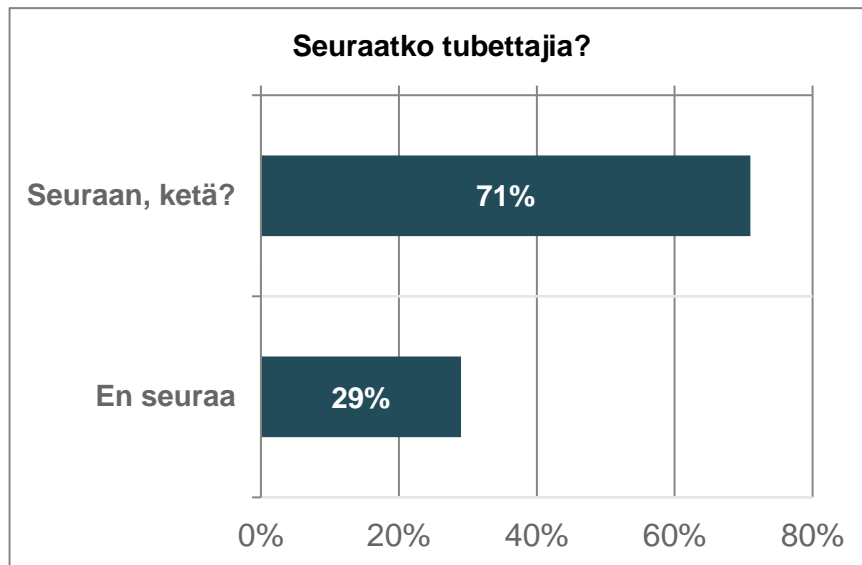
Kuvituskuvat toivat vaihtelua videoon.

Se oli paljon siistimpi, kuin aamun uutinen, mutta samalla taas jotenkin jäykkä.

6.7 Tubettajien seuranta

Nuorilta kysyttiin heidän orientoitumisestaan tubettajien seuraamisessa. 71 vastaajaa (72 %) vastasi seuraavansa tubettajia ja 27 vastaajaa (28 %) ei seuraa. Lisäksi he joutuivat seuraavassa kysymyksessä kertomaan ketä tai keitä tubettajia he seuraavat.

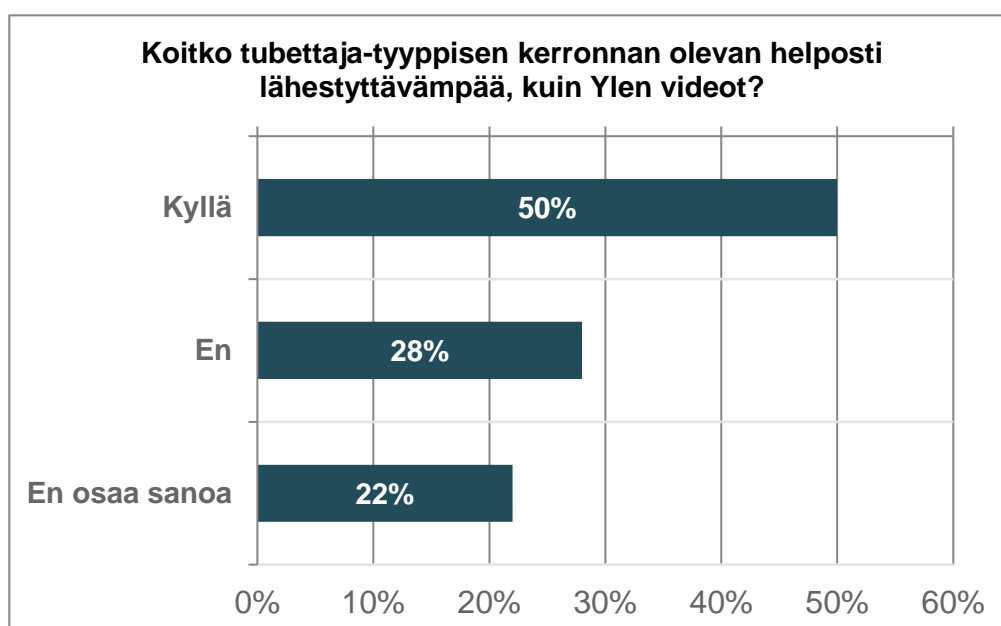
Käy selväksi tubettajien olevan 15–20-vuotiaiden suosiossa. Yksi syy lienee se, että nuorten on helppo suhtautua sisältöön, joidenka aiheet pyörivät omaa elämää koskettavien teemojen ympärillä. Vastaajat kertoivat seuraavansa yhtä lailla suomalaisia kuin ulkomaalaisiakin tubettajia.



	n	Prosentti
Seuraan, ketä?	72	71,29%
En seuraa	29	28,71%

Kuvio 8. Kuinka moni vastaaja seuraa tubettajia.

Kysymyksessä 14 selvitettiin, onko tubettajan video helpommin lähestyttävä, kuin Ylen videot. 52 prosenttia kertoi tubettajan tekemän videon olevan helposti lähestyttävämpää.



26 prosenttia prosenttia koki Ylen videot helpommin lähestyttäväksi ja 22 prosenttia ei osannut sanoa.

	n	Prosentti
Kyllä	51	50,5%
En	28	27,72%
En osaa sanoa	22	21,78%

Kuvio 9. Mikä videoista koettiin helpoimmin lähestyttäväksi.

Kysymykseen 15 saatujen vastausten perusteella nuoret pitävät erillään uutistoimistojen ja netinkäyttäjien tekemät uutiset. He kokevat, että netinkäyttäjän tekemän uutissisältö on vähemmän objektiivista. (Matikainen 2011; Nuoret ja mediatutkimus 2019). Erityisesti nuoret korostivat, että videossa tunnelma on rennompaa ja kuin juttelisi kaverille.

Muutama kommentista oli varsin oivaltava:

Jos uutisia aletaan levittää Youtubessa, niiden levinneisyys on pääasiassa kanavan tilaajien varassa, jollei hän mainosta kanavaansa.

Katson mieluummin oikean uutistoimiston tekemiä uutisia. Olen tottunut niihin, joten vaikuttavat turvallisemmalta.

Ylen videota toivat uutiseen perinteistä kerrontaa, jota pidän uutisen tunnusmerkkinä. Tubetus on ehkä helpommin lähestyttävää, mutta vaikeammin faktana otettavaa.

Sen kertoi oman ikäryhmän jäsen ja osui paremmin omaan ajatusmaailmaan. Sanat olivat enemmän myös arkikielisempiä.

6.8 Mieleen jääneet asiat

Vastaajat saivat kertoa, mitä heille erityisesti jäi tubettajan videosta mieleen. Ilmeni, että mieleen olivat erityisesti jääneet kuvituskuvat, havainnollistavat taulukot sekä zoom-efekti, jolla tubettaja Siru-Liina Karlin korosti sanomaansa. Myös vapaamuotoinen editointi sai kiitosta. Vastaukset vahvistavat sitä olettamusta, että nuoret arvostavat kuvallisuutta videoissa yhdessä asiasisällön kanssa.

Tarkka kuva ja kuvituskuva.

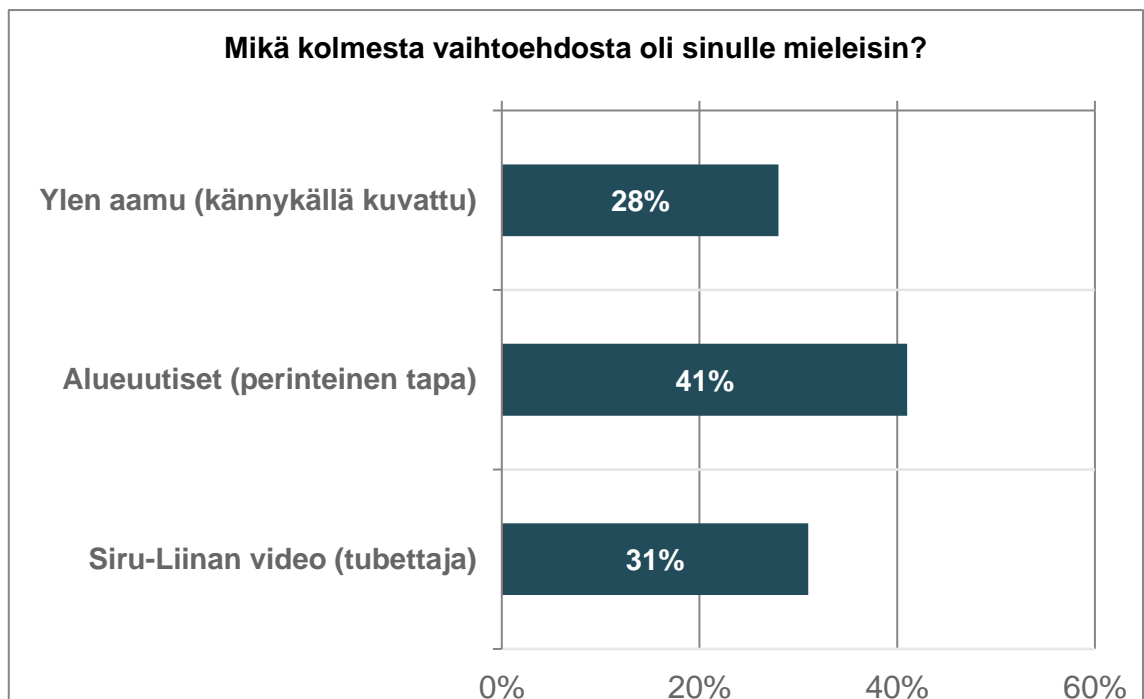
Hän oli editoinut paljon viihdettä videoonsa kuvaamaan sanomaansa sekä harrastustoimintaa.

Kuvituskuva oli hyvä lisäys, mutta ei minulla tullut edelleenkään sitä 'uutisfiilistä'. Tausta ja pukeutuminen vaikuttivat asiaan ja myös se, että hän kertoi omista kokemuksistaan.

6.9 Suosituin vaihtoehto

Kysymyslomakkeen loppupuolella vastaajat saivat valita kaikista kolmesta vaihtoehdosta mieleisimmän. 41 prosenttia arvosti Ylen alueuutisten videota eniten. 32 prosenttia koki tubettajan videon parhaaksi ja Ylen aamun suorasta tykkäsi eniten 27 prosenttia vastaajista.

On mielenkiintoista, että nuoret arvottavat alueuutiset itselleen mieleisimmäksi, mutta kuitenkin helpommin lähestyttävämmäksi tubettajan tekemän videon (kuvio 9). Nuorten on helpompi lähestyä oman ikäisen tekemää videota, kuin vaikeaa kapulakieltä esittäviä televisiouutisia. Toisaalta taas nuoret ymmärtävät kaksi erilaista genreä: televisiouutisista näkee faktapohjaista uutissisältöä, kun tubettajan tekemä sisältö on enemmän subjektiivista ja kevyempää. Myös kyselylomakkeen viidennen kysymyksen vastaukset tukevat päätelmää. Vastaajat kertoivat katsovansa ja lukevansa uutiset pääosin suurimpien mediatalojen palveluista.



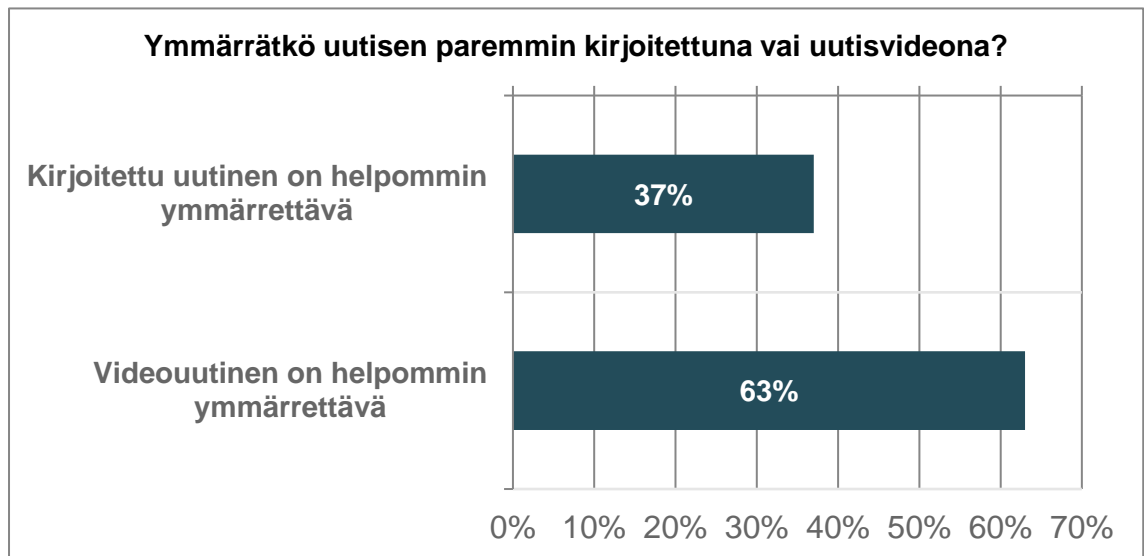
	n	Prosentti
Ylen aamu (kännykällä kuvattu)	28	27,72%
Alueuutiset (perinteinen tapa)	42	41,59%
Siru-Liinan video (tubettaja)	31	30,69%

Kuvio 10. Mitä vaihtoehtoa vastaajat arvostivat eniten.

6.10 Tekstinä vai videona?

Lisäksi kysyttiin, onko tekstiutinen helpompi ymmärtää kuin videoutinen. Saamissani tutkimustuloksissa nuoret arvostivat kuvallisesti toteutetun uutisen helpommin lähestyttäväksi, kuin kirjoitetun uutisen (kuvio 11). Viime vuonna toteutettu Nuoret ja mediakultus 2019 –kysely antoi jokseenkin päinvastaisia tuloksia. Tutkimusta varten haastatellut nuoret kertoivat, että video ei yksinään ole paras tapa välittää varsinaisia uutisisältöä, mutta uutismaisten videoiden välittämiseen se on kuitenkin hyvä keino (Nuoret ja mediakultus 2019.) Pitää ottaa huomioon, että kyselyssä asiaa pohdittiin pääosin puhelimen kautta katsottujen uutisten näkökulmasta.

Saamissani vastauksissa nuoret kertoivat tekstiutisen olevan tietyissä tapauksissa selkeämpi vaihtoehto, sillä tekstin lukeminen ei ole niin paikkasidonnaista, kuin videon. Videon ymmärtäminen vaatii useimmiten myös äänen, joten julkisella paikalla ilman kuulokkeita uutisvideon katsominen ei välttämättä ole mielekästä. Lisäksi uutisvideon kelaaminen edestakaisin on hankalaa. (ks. myös Nuoret ja mediakultus 2019.)



	n	Prosentti
Kirjoitettu uutinen on helpommin ymmärrettävä	37	36,63%
Videouutinen on helpommin ymmärrettävä	64	63,37%

Kuvio 11. Ymmärtääkö teksti- vai videoutisen helpommin.

Vastaajien mielestä videouutinen on parempi vaihtoehto. Videota katsoessa on mukana useampi aisti, jolloin informaatio jää paremmin mieleen. Lisäksi vastauksista käy ilmi, että kuvituskuvalle on tärkeä merkitys uutisen ymmärtämisessä.

Tekstistä pystyy selaamaan helpommin koko sisällön ja itseä kiinnostavat kohdat, mutta videosta ei tiedä yhtään, että missä kohtaa tulee tärkeimmät tiedot ja siksi usein ei pysty edes kelaamaan sen vuoksi.

Videoutista on kiva seurata, ja video elävöittää mukavasti vähän tylsempiäkin uutisia.

Kirjoitetussa uutisessa voit nopeammin selata uutisesta sinua kiinnostavat kohdat läpi.

LOPUKSI

Vuonna 2009 Heta Mäkelä teki hyvin samankaltaisen opinnäytetyön. Hän selvitti kolmen erityyppisen verkkoon ladatun uutisvideon avulla sitä, ovatko mediatalojen nettisivuilleen lataamien videoiden katsojina ainoastaan nuoret. Mäkelän tutkimuksesta kävi ilmi, että nuoret lukevat mielellään uutisensa. Myös videoiden löytämisen vaikeus koettiin 11 vuotta sitten haastavaksi. Tutkimuksesta kävi ilmi myös, että nuoret kyllästyivät videoon, jos se ei ollut visuaalisesti kiinnostavaa. (Mäkelä 2009.) Mäkelän tutkimuksesta on jo vuosia, mutta silti saamani tulokset ovat hyvin samankaltaisia.

Opinnäytetyössäni lähdin selvittämään, millä tavalla toteutettuna uutisvideot kiinnostavat nuoria. Keskityin erityisesti siihen, millä tavalla nuoret suhtautuvat eri tavoin toteutettuihin videoihin. Opinnäytetyön aiheen valintaan myötävaikutti oma työni uutisvideoiden parissa Ylen aluetoimituksissa.

Kyselytutkimuksen avulla saatujen tulosten perusteella voidaan todeta nuorten seuraavan uutisia televisiosta suhteellisen ahkerasti. Asiaan on saattanut vaikuttaa kyselylomakkeen julkaisun aikaan maailmalla vallinnut koronavirus-pandemia, joka kasvatti ihmisten tiedonjanoa. Hallituksen tiedotustilaisuudet olivat nähtävissä sekä televisiosta että netistä suorina striimeinä. Tämä käy myös ilmi Tv-mittaritutkimuksesta, jonka pitkäaikaistilastoista voi nähdä selvän piikin nuorten osuudessa Ylen uutisohjelmissa viikosta 11 eteenpäin (Yle News Lab 2020.) Päivänä, jolloin hallitus totesi Suomen olevan poikkeusoloissa koronavirustilanteen vuoksi, alueuutiset oli päivän toiseksi katsotuin ohjelma 1 354 000 katsojan osuudella. 10–24-vuotiaiden osuus katsojista oli 39 000 ja 25–44-vuotiaiden osuus 228 000. (Finnpanel 2020a).

Kyselyyn vastanneet olivat 15–31-vuotiaita Kanta- ja Päijät-Hämeen lukiossa sekä ammattioppilaitoksissa opiskelevia nuoria. Aikuistumisen kynnyksellä nousee yhä tärkeämmäksi asiaksi alkaa seurata maailman tapahtumia, jolloin median rooli nousee tärkeään osaan. Lukion mediakasvatus tukee tätä oppimisprosessia. Netti ja televisio ovat suosituimmat välineet uutisten katseluun. Tuloksia tukee myös Nuoret ja mediankulutus 2019 -tutkimus, jossa saatiin hyvin samankaltaisia vastauksia.

Vastausten perusteella uutisvideossa ei ole niinkään väliä onko toimittaja kuvassa, vai ei. Pikemminkin se saatettiin kokea häiritsevämmäksi, kuin pelkän haastateltavan näky-

minen. Erityisen häiritseväksi koettiin puhelimella kuvatun videon heikohko laatu verrattuna kahteen verrokkivideoon. Toisaalta mobiilijournalisti Yusuf Omar toteaa kännykällä kuvatun videon kaikkine puutteineen olevan hyväksyttävämpää, kun ihmiset ovat tottuneet katsomaan videoita yhä enemmän Youtubesta (Gudvangen 2018).

Mobiilikalustolla kuvatussa materiaalissa näkyvät kuvalliset puutteet vaikuttavat kuvakokemukseen jopa enemmän, kuin oman kokemuksen ja aluetoimituksissa käytyjen keskustelujen perusteella osasin olettaa. Vaikka nuoret ovat tottuneet katsomaan erilaista materiaalia internetin eri lähteistä, vastaavan kuvan näkeminen Ylen välisessä voikin aiheuttaa ihmetystä.

Suosituimmaksi videoksi nousi alueutisten video, joka noudatti perinteisiä uutiskerronnan tapoja ja tyyliä. Vastaajien mukaan tämä video toi uutiseen enemmän luotettavuutta ja uskottavuutta. Tuloksista kävi ilmi mielenkiintoinen seikka: nuoret kokivat tubettajan videon olevan helpommin lähestyttävä, mutta silti alueutisten videota pidettiin parhaana. Ristiriitaa voidaan selittää muun muassa vakiintuneella tavalla toteuttaa uutisia. Kysymyslomakkeeseen vastanneet 15–30-vuotiaat ovat eläneet kahden eri televisiohistoria-aikakauden vaihteessa. Televisiotutkija John Ellisin mukaan 1990-luvun yhteiskunnallisia ja perinteisiä tapoja välittävästä televisiosta alettiin siirtyä yhä enemmän yksilöllisempään mediaväliseen. (Seppänen & Väliverronen 2012, 52.) Nuorten odotuksia hyvästä teknisestä laadusta lisää se, että videon on toteuttanut Yle.

Nuoret vastaajat ovat kokeneet elämänsä aikana television uutisvälineenä luotettavaksi ja tubettajan videot toisaalta vain ajanvietteeksi. Nuoret ja mediakulutus 2019 -tutkimuksesta käy ilmi, että nuoret myös valitsevat katsottavat aiheet enemmän sisällön ja kiinnostavuuden mukaan (Nuoret ja mediakulutus 2019). Tämä tukee ajatusta, jossa nuoren on helpompi ymmärtää ja samaistua saman ikäisen videontekijän kertomiin asioihin, jotka ovat enemmän läsnä katsojan omaa elämää. Vastaukset antavat viitteitä myös nuorten kehittyneestä videolukutaidosta. He osaavat katsoa ja kokea erilaisia videogeneraattoreita rinnakkain.

Vastaajille tubetus oli tuttua. Siru-Liina koettiin samaistuttavana, mutta toisaalta häntä ei pidetty yhtä uskottavana, kuin alueutisia. Voidaan päätellä, että alusta ja toteutustapa luovat oletusarvon sisällöstä ja uskottavuudesta.

Pitää ottaa huomioon, että nuoret ovat saattaneet vastata kyselylomakkeelle katsovansa uutisia, jotta eivät leimautuisi sivistymättömäksi. Tätä ajatusta tukee myös Nuoret ja me-

diakulutus 2019 -tutkimuksestakin ilmi tullut seikka, jonka mukaan nuoret seuraavat uutisia, koska muutkin tekevät niin ja he eivät halua erota joukosta (Nuoret ja mediakulutus 2019).

Uskon, että vielä joskus tubettajaa voidaan hyödyntää uutistentekijänä. Journalistin ohjeet kuitenkin ohjaavat edelleen journalismia ja sen kulttuuria. Näin ollen omien näkemystensä kautta uutisia kertova tubettaja tuskin tulee olemaan illan uutislähetysten vakiokasvo toistaiseksi. Ylen alueellisen uutis- ja ajankohtaistoiminnan päällikkö Jyri Kataja-Rahko ei kuitenkaan näe poissuljettuna asiaa.

Meidän täytyy koko ajan määritellä uutista uudelleen. Tällä hetkellä me ei tehdä mielipiteellisiä uutisia. Olemme kahdessa eri maailmassa: tubettajat pohjaavat suosiotaan heidän omiin mielipiteisiinsä. Joka kuukausi uutisen määritelmä elää, ja siihen pitää pystyä reagoimaan. (J. Kataja-Rahko, henkilökohtainen tiedonanto 6.4.2020.)

Koronaepidemia muutti Ylen uutisten kuvallisuutta kertaheitolla vuonna 2020 lähemmäksi tubettaja-tyyppistä uutisvideota, kun haastatteluja alettiin tehdä tietokoneen videopuhelinsovellusten kautta. Haastattelun saamiseksi ei enää siis tarvita edes kännykkää tai kameraa, vaan yksinkertaisimmillaan riittää videopuhelun nauhoitus. Uskon heikkolaatuisesta videopuhelu-kuvasta tulevan yksi osa Suomen ja maailman uutislähetysten kuvaa, koska netin välityksellä haastattelemine on helppoa ja kustannustehokasta.

Näemme jatkuvasti uutisissa perinteisellä tavalla toteutettuja videoita, jotka luovat meille käsityksen ”oikeasta tavasta” tehdä uutisia. Visuaalisen kulttuurin muuttuessa yhä enemmän kännykällä kuvaamiseen, muuttuvat myös ihmisten asenteet eri tavalla toteutettuja uutisvideoita kohtaan. Viiden vuoden päästä saattaa tubetuksen tilalle olla tullut jokin uusi videotrendi, perinteinen uutiskuvallisuus on vaihtunut kokonaan kännykkäkuvaamiseen ja yleisöstä on saattanut tulla yhä enemmän median sisällöntuottajia.

LÄHTEET

Digikuva 2018. Hyvä syy käyttää gimbaalia. Nettiartikkeli. Viitattu 25.1.2020. <https://digikuva.fi/valokuvauslaitteet/hyva-syy-kayttaa-gimbaalia>

Ekman, P. 2015. Ylen alueellisten TV-utisten tuotannon keskittäminen – toiminnallinen ja tekninen selvitys. Opinnäytetyö. Tietojenkäsittelyn koulutusohjelma. Helsinki: Haaga-Helia ammattikorkeakoulu. Viitattu 23.1.2020. https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/101618/Opinnaytetyo_Ekman.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Finnpanel 2020a. Katsotuimpien ohjelmien TOP-listat 10–24-vuotiaat. Tilasto. Viitattu 7.5.2020. <https://www.finnpanel.fi/tulokset/tv/kk/ohjika/2020/3/10-24.html>

Finnpanel 2020b. Katsotuimpien ohjelmien TOP-listat 25–44-vuotiaat. Tilasto. Viitattu 7.5.2020. <https://www.finnpanel.fi/tulokset/tv/kk/ohjika/2020/3/25-44.html>

Gudvangen, Hilde. 2018. The future of news reporting is live, flawed, and authentic. Uutinen. Viitattu 25.1.2020. <https://mediacitybergen.no/home/yusuf-omar-workshop-mcb-media-lab/>

Gustafsson, K. 2020. Haastattelu. Yle Turun toimittaja Kimmo Gustafssonia haastatteli 14.1.2020. Dani Branthin.

Hietala, V. 2007. Media ja suuret tunteet. Johdatusta 2000-luvun uusromantiikkaan. Helsinki: BTJ Finland Oy.

Javanainen, N. 2015. Kuvituskuva infografiikassa. Opinnäytetyö. Muotoilun koulutusohjelma. Joensuu: Karelia-ammattikorkeakoulu. Viitattu 24.1.2020. https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/94938/Javanainen_Niina.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Kankaanpää, I. 2017. Aito ja ihana? - Videobloggaajat autenttisuuden vaikutelman tuottajina. Pro gradu -tutkielma. Historian, kulttuurin ja taiteiden tutkimuksen laitos. Helsinki: Helsingin yliopisto. Viitattu 25.1.2020. <https://www.utupub.fi/bitstream/handle/10024/136313/IdaKankaanpaa.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

Karhunen, P. 2017. Closer to the story? Accessibility and mobile journalism. Tutkielma. Reuters Institute Fellowship Paper. England. Oxford University. Viitattu 28.2.2020.

Kataja-Rahko, J. 2020. Haastattelu. Ylen alueellisen uutis- ja ajankohtaistoiminnan päällikköä Jyri Kataja-Rahkoa haastatteli 6.4.2020 Dani Branthin.

Kielitoimiston sanakirja 2020. Meemi. Sähköinen sanakirja. Viitattu 23.1.2020. <https://www.kielitoimistonsanakirja.fi/#/meemi>

Matikainen, J. 2011. Muuttuvat mediat – haasteelliset sukupolvet. Helsinki: TAT-ryhmä/Infor Oy.

Mäkelä, H. 2009. Nuorison suosima uutisvideo? Tutkimus nuorten käsityksistä hyvästä uutisvideosta ja uutisvideoiden katsomisen syistä. Pro gradu -tutkielma. Tiedotusopin laitos. Tiedotusoppi. Tampere: Tampereen yliopisto. 13.2.2020. <https://trepo.tuni.fi/bitstream/handle/10024/81439/gradu04191.pdf;jsessionid=F585174D3B8F13C76E566A9A5A92CCDE?sequence=1>

Nuoret ja mediakulutus 2019. Nuorten, 19–24-vuotiaiden, mediakulutuksen erityispiirteet, odotukset ja arvostukset uutisia ja uutismaista sisältöä kohtaan. Tutkimus. Åkerlundin säätiö. Viitattu. 27.2.2020. https://akerlundinsaatio.fi/wp-content/uploads/2019/11/NUORET-JA-MEDIAKULUTUS_TUTKIMUS_ARTIKKELI_edit.pdf

Pernaa, V. 2009. Uutisista, hyvää iltaa: Ylen tv-uutiset ja yhteiskunta 1959-2009. Helsinki: Karttakeskus.

Seppänen, J. 2005. Visuaalinen kulttuuri. Tampere: Vastapaino.

Seppänen, J. & Väliverronen, E. 2014. Mediayhteiskunta. Tampere: Vastapaino.

Stipendiblogi 2017. Kännykkätoimittaja päihitti TV-kuvausryhmän – testi paljasti yhden puutteen mobiilijournalismissa. Artikkel. Stipendiblogi. Viitattu: 25.1.2020.

Tilastokeskus 2019a. Suomen virallinen tilasto (SVT): Väestön tieto- ja viestintätekniikan käyttö [verkkojulkaisu]. 2019. Liitetaulukko 15. Internetin käyttötarkoitusten yleisyys 2019, %-osuus väestöstä 1). Helsinki: Tilastokeskus. Viitattu 23.1.2020. http://www.stat.fi/til/sutivi/2019/sutivi_2019_2019-11-07_tau_015_fi.html

Tilastokeskus 2019b. Televisio saa kuuden vuosikymmenen jälkeen yhä 60 prosenttia suomalaisista päivittäin äärelleen. Artikkel. Viitattu 23.2.2020. <http://www.stat.fi/tietotrendit/artikkelit/2019/televisio-saa-kuuden-vuosikymmenen-jalkeen-yha-60-prosenttia-suomalaisista-paivittain-aaarelleen/>

Yle News Lab 2020. UA miten meillä menee – koronauutisointi ja yleisöluvut. Google Docs. INTRANET. Viitattu 7.5.2020.

Yle 2015a. Ylen alueelliset tv-uutiset uuteen aikaan – Lounais-Suomen ja Hämeen uutiset aloittavat Tampereen Mediapoliksessa. Uutinen. Viitattu 23.1.2020. <https://yle.fi/uutiset/3-8232842>

Yle 2015b. Ylen uusi uutis- ja ajankohtaispalvelu Kioski avautuu tänään. Uutinen. Viitattu 24.1.2020. <https://yle.fi/uutiset/3-7743246>

4. Mikä on mielestäsi uutinen? *

5. Mistä seuraat uutisia? (voit valita useita) *

- Televisiosta
- Radiosta
- Lehdistä
- Netistä, mistä sovelluksesta tai sivustolta?
- Jostain muusta, mistä?

6. Kerro omin sanoin, millaisia asioita haluaisit uutisissa käsiteltävän? *

Kuvituskuva:

Kuvituskuvalla tarkoitetaan uutisvideossa kuvaa, jonka tarkoitus on havainnollistaa ja näyttää katsojalle realistisia kuvia uutisaiheesta. Yhdessä haastattelun kanssa kuvituskuvat muodostavat eheän uutisjuttukokonaisuuden.

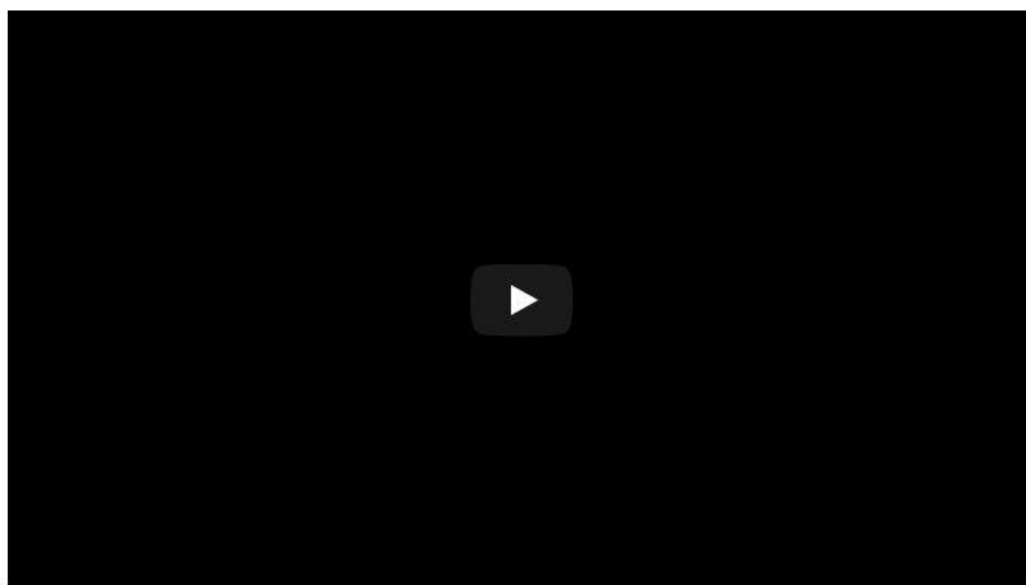
7. Kuinka tärkeäksi koet kuvituskuvat uutisvideossa? *

- En lainkaan tärkeäksi
- En kovin tärkeäksi
- Melko tärkeäksi
- Erittäin tärkeäksi
- En osaa sanoa

Esimerkkivideot

On olemassa monia eri tapoja toteuttaa uutisvideo. Nyt näet kolme erilaista tapaa. Videoista kaksi ensimmäistä on esitetty Ylen uutislähetyksissä ja viimeinen video on turkulaisen tubettajan Siruliinan tekemä.

Katso kolme eri videota alla olevista linkeistä, ja siirry sen jälkeen vastaamaan kysymyksiin.



Uutisvideo 1: Ylen aamun suora

Uutisvideoita kuvataan yhä enemmän kännyköillä. Niiden etuna on helppo liikuteltavuus ja materiaali saadaan lähetettyä nopeasti toimitukseen.

8. Toimittajan on tärkeää näkyä haastattelutilanteessa *

- Tärkeää
- Ei tärkeää
- En osaa sanoa

9. Mitkä kuvalliset seikat jäivät sinulle erityisesti mieleen Ylen aamun videosta? *

10. Kuinka Ylen aamun suorasta kävi ilmi, että se on kuvattu puhelimella?

Voit valita useita vaihtoehtoja *

- Kuva heilahteli
- Kuva näytti elävämmältä
- Värit olivat erilaiset
- En tunnista videoa puhelimella kuvatuksi
- Toimittaja oli itse kuvassa ja kuvasi selfiekameralla
- Jostain muusta, mistä:

Uutisvideo 2: Alueuutiset

Alueuutisia tehdään monesti edelleen perinteisellä uutisvideokerronnan tavalla, missä toimittaja on kuvan ulkopuolella ja haastattelee kameran edessä seisovaa henkilöä. Haastattelujen päällä näkyy kuvituskuvaa, joka konkretisoi haastateltavan sanomaa.

11. Kuinka paljon lisäarvoa koit kuvituskuvalla olevan uutisen ymmärtämiseen? *

- Kuva toi paljon lisäarvoa
- Kuva toi kohtalaisesti lisäarvoa
- Kuvaa ei olisi tarvittu lainkaan
- En osaa sanoa

12. Mitkä kuvalliset seikat jäivät sinulle erityisesti mieleen Alueuutisten videosta? *

Uutisvideo 3: Tubettajan video

Tubettaja Siru-Liina Karlin puhuu kameran edessä, kuin kuka tahansa tubettaja. Hänen esimerkkivideostaan käy ilmi, miten tulevaisuudessa uutisia saatetaan tehdä yksinkertaisimmillaan.

13. Seuraatko tubettajia? *

- Seuraan, ketä?
- En seuraa

14. Koitko tubettaja-tyyppisen kerronnan olevan helposti lähestyttävämpää, kuin Ylen videot? *

- Kyllä
- En
- En osaa sanoa

15. Perustele vastauksesi *

16. Mitkä kuvalliset seikat jäivät sinulle erityisesti mieleen Siru-Liinan videosta? *

17. Mikä kolmesta vaihtoehdosta oli sinulle mieleisin? *

- Ylen aamu (kännykällä kuvattu)
- Alueuutiset (perinteinen tapa)
- Siru-Liinan video (tubettaja)

18. Ymmärrätkö uutisen paremmin kirjoitettuna vai uutisvideona? *

- Kirjoitettu uutinen on helpommin ymmärrettävä
- Videouutinen on helpommin ymmärrettävä

19. Perustele vastauksesi *
