

Mobiilivideot uutisjournalismissa

Heidi Forsberg & Minna Nord



Tekijät Heidi Forsberg & Minna Nord	
Koulutusohjelma Journalismin koulutusohjelma	
Opinnäytetyön nimi Mobiilivideot uutisjournalismissa	Sivu- ja liitesivumäärä 58 + 2
<p>Opinnäytetyömme käsittelee mobiilijournalismia uutistoimituksessa. Mobiilijournalismilla tarkoitamme tässä työssä toimittajan älypuhelimella kuvaamaa videotallennetta tai live-lähetystä, jota käytetään journalistisiin tarkoituksiin. Opinnäytetyö tarkastelee mobiilijournalismia ja sen tekemistä päivittäisessä työssä Ylellä ja MTV Uutisissa toimittajien omien kokemusten pohjalta. Tutkimissamme mediaorganisaatioissa mobiilijournalismia tehdään osittain eri tavoin ja tavoittein, mutta yhteneväisyyksiäkin löytyy.</p> <p>Teimme opinnäytetyötä varten haastattelututkimuksen Ylen ja MTV Uutisten mobiilijournalisteille. Työmme taustoittavassa osiossa on käsitelty tietoperustana lähdekirjallisuutta painetuista teoksista sekä verkosta. Tietoperustamme rakentuu journalismin murrokseen, jonka jälkialtoja elämme edelleen vuonna 2021. Älylaitteiden käyttö journalismissa on osaltaan journalismin murroksen seurausta, toisaalta taas teknologisoituvan yhteiskunnan luonnollinen jatke.</p> <p>Kiire määrittelee hyvin pitkälle mobiilijournalismin käyttöä. Nopeasti tietoon tuleva uutiskeikka lähdetään useimmiten tekemään mobiilijournalismin keinoin. Esimerkiksi onnettomuuspaikalle on lähdeittävä nopeasti uutiskilpailun takia. Tällöin matkaan lähetetään toimittaja mojo-setin kanssa. Eräs haastateltavista toimittajista kuvasi tätä "kilpajuoksuksi muiden toimitusten kanssa".</p> <p>Laadukkaaseen lopputulokseen mobiilijournalisti tarvitsee kuitenkin älypuhelimien lisäksi useita lisävarusteita. Lisävälineillä täydennetään älypuhelimien niin sanottuja puutteita. Tämä taas vie osan mobiilijournalismin helppoudesta ja keveydestä. Tekniikan hallitsemisen lisäksi mobiilijournalistilta vaaditaan visuaalista silmää, jotta lopputulos näyttää mahdollisimman laadukkaalta, sekä paineensietokykyä tilanteissa, joissa täytyy hallita monta asiaa yhtä aikaa. Toimittajat pitävät rutiinin saamista mojo-videoiden tekemiseen tärkeänä oman ammatillisen kehittymisen kannalta.</p> <p>Mobiilijournalismin haasteena pidetään sen nopeatempoisuutta. Faktantarkistuksen rooli korostuu, kun yhä enenemässä määrin sosiaalisen median kautta etsitään ja löydetään uutisaiheita. Väärää tietoa liikkuu internetissä paljon, ja journalisteilla ja medialla on vastuullinen rooli levittää totuudenmukaista tietoa ja kitkeä valeutiset.</p> <p>Mobiilijournalismin ei ole tarkoitus korvata tv- tai videokameroita, vaan paikata niitä kohtia, joissa videokameralla kuvaaminen on esimerkiksi liian kankeaa tai tapahtumapaikalle lähtemisen täytyy olla nopeaa. Mobiilijournalismi monipuolistaa ja täydentää mediassa näkyvää kuvamateriaalia. Mobiilijournalismilla voidaan paikata myös toimituksen alueellisessa verkostossa olevia aukkoja.</p>	
Asiasanat Mobiilijournalismi, mojo-video, toimitustyö, soolojournalismi, MTV Uutiset, YLE	

Sisällys

1	Johdanto	1
1.1	Tutkimuskysymykset, opinnäytetyön tavoite ja taustatekijät	2
1.2	Tutkimusmenetelmistä	4
1.3	Tutkitut mediaorganisaatiot	6
1.3.1	MTV Oy.....	6
1.3.2	Yleisradio Oy.....	7
1.4	Käsitteet ja niiden määritelmät	7
1.4.1	Mobiilijournalismi.....	7
1.4.2	Mojo-video	8
1.4.3	Soolojournalismi.....	9
2	Kehitys kohti mobiilijournalismia	11
2.1	Lyhyesti median murroksesta.....	12
2.1.1	Telia ostaa MTV Oy:n	13
2.1.2	Median käyttötapojen muuttuminen.....	13
2.1.3	Median rahoitus, mainonta ja maksumuurit	14
2.1.4	Televisio.....	18
2.2	Mobiilijournalismin ensiaskeleet	20
3	Mobiilijournalismi nykypäivänä	22
3.1	Teknologia kehityksen keskiössä	22
3.2	Älypuhelin toimittajan työvälineenä	22
3.3	Jokapaikan journalismi.....	23
4	Mobiilijournalismi tekijöiden näkökulmasta	25
4.1	Menetelmävalinnat ja teemahaastattelun toteutus.....	25
4.2	Mobiilijournalismi Ylellä ja MTV Uutisissa.....	26
4.3	Mobiilijournalistin arki.....	28
4.3.1	Resurssit: Koulutus, välineet ja tekniikka.....	29
4.3.2	Mobiilijournalistin työtavat ja ominaisuudet.....	34
4.3.3	Millaisissa tilanteissa mobiilijournalismia käytetään?.....	37
4.4	Mobiilijournalismin mahdollisuudet	39
4.5	Mobiilijournalismin rajallisuus	41
4.6	Mobiilijournalismin laatu	42
5	Johtopäätökset.....	44
5.1	Mobiilijournalismin tulevaisuus	45
5.2	Muutosvastarinta.....	48
6	Työn arviointi.....	50
6.1	Luotettavuus	50
6.2	Oma oppiminen.....	52

6.3 Jatkotutkimusehdotuksia.....	53
Lähteet	55
Liitteet.....	59
Kuvat.....	60

1 Johdanto

Ensimmäinen yleisön mielenkiinnon saanut älypuhelimella kuvattu elokuva, *Unsane*, julkaistiin vuonna 2018. Media-alan ammattilaiset ympäri maailmaa olivat ihmeissään. Kuinka ohjaaja Steven Soderbergh toteutti elokuvan kuvaamisen pelkällä älypuhelimella? *Unsane* ei suosioistaan huolimatta kuitenkaan ollut ensimmäinen älypuhelimella kuvattu elokuva: esimerkiksi jo vuonna 2015 julkaistu Sean Bakerin elokuva *Tangerine* on kuvattu älypuhelimella. Kuuluisa Soderbergh vain toi luomuksensa suuremman yleisön tietoisuuteen Hollywoodiin ja ympäri maailman. Viimeistään sen jälkeen älypuhelimella kuvatun videokerronnan käytöstä on tullut laajalti hyväksyttyä ja käytettyä myös elokuva-alan ulkopuolella. (Vellinga s.a.)

Älypuhelimien käyttö on lisääntynyt myös toimittajan työssä. Kehitys on huomattavissa niin yleisenä suuntauksena kuin yksittäisten toimittajien työskentelytavoissakin. Esimerkiksi Petja Pirhonen tarkasteli vuonna 2020 julkaistussa opinnäytetyössään älypuhelimien vaikutusta toimittajan työhön. Pirhosen kyselyyn vastasi yhteensä 48 journalistia koko Suomen alueelta. Opinnäytetyön mukaan 72,9 % toimittajista piti älypuhelimista merkittävänä välineenä työssään ja 66,7 % kertoi älypuhelimien muuttaneen heidän työskentelytapojaan (Pirhonen 2020, 20-21). Myös journalismin opetuksessa kehitys on huomioitu. Haaga-Helian journalismin koulutusohjelmassa opintosuunnitelmaan kuuluu Journalism project in English -kurssi, jolla opiskellaan nimenomaan *mojo*-videon eli mobiililaitteella kuvatun videon luomista eli käsikirjoittamista, kuvaamista ja editointia.

Opinnäytetyömme keskittyy alussa kuvailemaamme ilmiöön: älypuhelimia käytetään ammattimaisten videoiden, jopa elokuvien, kuvaamiseen ja tuottamiseen. Omien havaintojemme ja yleisen suuntauksen perusteella älypuhelimia käytetään myös toimittajan työssä enenevässä määrin verkkovideoiden, uutisinserttien ja *live*-lähetyksen kuvaamiseen. Tämän kehityksen pohjalta halusimme tarkastella sitä, millä tavalla älypuhelin on vaikuttanut liikkuvan kuvan muodossa esitettävän journalismin eli esimerkiksi verkkovideoiden ja televisioutisten ja -ohjelmien tekemiseen. Kutsumme näitä älypuhelimella kuvatun liikkuvan kuvan eri muotoja opinnäytetyössämme yleisillä termeillä *mobiilivideo* tai *mojo*-video (mobiililaitteella kuvattu video).

Keräsimme opinnäytetyötämme varten tutkimusmateriaalia haastattelemalla mobiilivideoiden parissa työskenteleviä toimittajia. Halusimme selvittää, millä tavoilla älypuhelimia käytetään videoiden kuvaamiseen ja juttujen työstämiseen, ja mitä se vaatii niin toimittajalta kuin toisaalta koko toimitukselta. Tekniikan kehitys on ollut nopeaa ja jatkuu sellaisena

yhä kiihtyvällä tahdilla, joten yritämme opinnäytetyössämme hahmotella, millaista journalismi ja mobiilijournalismi on tulevaisuudessa. Käytetäänkö muutaman vuoden päästä enää perinteisiä tv-kameroita ollenkaan, kun nopea journalismi vaatii myös laitteilta ketteryyttä ja mobiililaitteet kehittyvät kovaa vauhtia. Ero kameroilla ja kännykkäkameroilla saatettavan kuvanlaadun välillä pienenee koko ajan.

Seuraavaksi esittelemme tarkemmin tutkimuskysymykset, opinnäytetyön tavoitteen ja merkityksen sekä taustatekijät. Sen jälkeen esittelemme aihepiiriin liittyvän tietoperustan, johon opinnäytetyömme haastattelututkimus nojaa. Kolmannessa osiossa esittelemme tutkimuksen toteutuksen laajemmin sekä esittelemme tutkimuksen tulokset ja havainnot. Neljännessä osiossa vedämme yhteen tutkimuksen johtopäätökset. Viimeisessä osiossa tarkastelemme tutkimuksen luotettavuutta ja omaa oppimistamme sekä teemme jatkotutkimusehdotuksia.

1.1 Tutkimuskysymykset, opinnäytetyön tavoite ja taustatekijät

Havaintojemme sekä sittemmin aiheesta lukemamme tutkimustiedon ja alan kirjallisuuden perusteella mobiililaitteet ja niillä tehty journalismi ovat viimeistään viimeisen vuosikymmenen aikana murtautuneet jokaisen toimituksen arkeen. Mobiililaitteilla tehty journalismi on lisääntynyt ja jopa tullut jäädäkseen. Uuden, hyvin kokonaisvaltaisen työvälineen, älypuhelimien, käyttäminen työssä vaatii toimittajalta ja toimitukselta resursseja niin rahallisesti, aineellisesti kuin henkisesti.

Älypuhelin on arkinen väline lähes jokaiselle meistä. Työvälineenä se kuitenkin muuttaa toimittajien työskentelytapoja, juttujen syntymisprosesseja ja laittaa mediat tarkastelemaan resurssien järkevää käyttöä. Älypuhelin haastaa jopa journalismin ansaintalogiikan, sillä se muuttaa tapoja, joilla sisältöjä kulutetaan. Sitä voidaankin pitää median murroksen viimeisimpänä askeleena.

Älypuhelimien myötä erityisesti videomuotoisten sisältöjen kulutus on kasvanut. Videojournalismia täytyy tehdä nopeammin ja ketterämmin kuin koskaan aiemmin. Ja mikä olisi-kaan siihen kätevämpi väline, kuin älypuhelin. Nopean mobiilijournalismin on kuitenkin alan sisällä koettu myös heikentävän journalismin laatua.

Tämän taustatiedon pohjalta rajasimme opinnäytetyömme tutkimusaiheen mobiililaitteella kuvattavien journalististen videoiden, mojo-videoiden, tekemiseen. Mobiilijournalismia voi olla kuitenkin myös muu mobiililaitteella tallennettu materiaali, kuten kuvat ja audio. Koska mojo-videoiden tekeminen vaatii monenlaisia resursseja, halusimme tutkia, miten toimitta-

jat kokevat mobiilijournalismin tekemisen vaikuttavan heidän työhönsä ja millaisia työkentelytapoja toimituksessa on omaksuttu. Muodostimme opinnäytetyömme keskeisimmät tutkimuskysymykset: 1.) ”Miten mobiilijournalismi vaikuttaa toimittajan työhön?”, 2.) ”Millaisia resursseja mobiilijournalismi vaatii?” ja 3.) ”Millaisia mahdollisuuksia mobiilijournalismi luo?”.

Opinnäytetyömme tutkimus nojaa teoriaosuudessa esittämäämme aiemmin tutkittuun tietoon älypuhelinien merkityksestä journalismissa sekä journalismin tähänastiseen teknologiseen kehitykseen. Palaamme tutkimustamme pohjustavaan teorian tietoon ja alan kirjallisuuteen työmme teoriaosuudessa.

Valitsimme MTV Uutiset ja Ylen opinnäytetyössämme tutkittaviksi mediaorganisaatioiksi. MTV Uutiset hyödyntää journalismissaan uusia keinoja. Viime vuosina yhtiö on esimerkiksi lanseerannut uuden MTV Uutiset Live -nettipalvelun, jossa pyörii vuorokauden ympäri ajankohtaista uutistarjontaa. MTV Uutiset Livestä näkyy 30 minuutin ohjelma arkisin myös lineaarisessa televisiossa. Valintaamme vaikutti myös henkilökohtainen tuntemuksemme organisaation toimintatavoista – tiesimme, että MTV Uutiset Liven ja myös tv-uutisten materiaalia tuotetaan mobiilijournalismin keinoin. Tämän vuoksi uskoimme saavamme opinnäytetyömme kannalta hyvää tutkimusmateriaalia MTV Uutisten toimittajilta.

Ylellä mobiilijournalismia on kehitetty pitkäjänteisesti vuosista 2015–2016. Nykyään mobiilijournalismia hyödynnetään Ylellä laajamittaisesti niin netissä, tv:ssä kuin muissakin välineissä. Mojo on Ylellä tarkkaan konseptoitua ja siihen on laadittu kolmen tason mobiilijournalismin ohjelma. Uutiset ja ajankohtaisohjelmat Suomi -toimituksen tavoitteena on, että kaikki toimittajat saavat mobiilijournalismiin vähintään perustason koulutuksen. Koulutuksesta vastaa mojo-asiantuntijarinki ympäri Suomen Ylen aluetoimituksissa.

Rajaamme opinnäytetyömme pääasiassa mojo-videoihin, joiden ensisijainen julkaisu paikka on verkossa tai tv-uutisissa. Mojo-videot voivat olla sekä tallenteita että livevideoita. Rajaamme tarkastelusta pois sekä Ylen että MTV:n sosiaalisen median kanavat, mutta sivuamme sosiaalisen median videoita lyhyesti.

Opinnäytetyömme tavoitteena on tarjota katsaus mobiilijournalistien toimintatapoihin ja mobiilijournalismin mahdollisuuksiin toimittajien näkökulmasta kahdessa eri uutistoimituksessa. Opinnäytetyömme tulosten ja johtopäätösten perusteella alan käytäntöjä voidaan mahdollisesti kehittää tulevaisuudessa tutkimuksen kohteena olevissa toimituksissa tai muissa uutistoimituksissa. Opinnäytetyömme lopputuloksena syntyy kuvaus mobiilijourna-

listien toimivista työtavoista ja mobiilijournalismiin tarvittavista resursseista uutistoimituksessa. Työ peilaa mobiilijournalismin kehittymismahdollisuuksia ja uutistoimittajan työnkuvan muuttumista lähitulevaisuudessa. Tarkastelemme työssä myös soolojournalismin vaikutusta työn laatuun, silloin kun toimittaja tekee koko työprosessin yksin, eli kuvaa, toimittaa, haastattelee ja editoi jutun yksin.

1.2 Tutkimusmenetelmistä

Toteutimme opinnäytetyömme yhteydessä laadullisen tutkimuksen teemahaastattelun keinoin. Laadullinen tutkimus eli kvalitatiivinen tutkimus on tieteellisen tutkimuksen menetelmäsuuntaus, jossa pyritään ymmärtämään tutkittavan kohteen laatua, ominaisuuksia ja merkityksiä kokonaisvaltaisesti. Laadullinen tutkimus antoi opinnäytetyömme kannalta paremmat lähtökohdat aiheen lähestymiseen kuin kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimus. Kaipasimme täsmällisten ja tilastollisten tulosten sijaan toimittajien omakohtaisia kokemuksia. Pystyimme keräämään niitä toteuttamalla laadullisen tutkimuksen teemahaastatteluna, jossa haastatelluilla on mahdollisuus kuvailla kokemuksiaan. (Proakatemia essee-pankki 2017.)

Teemahaastatteluksi kutsuttu tutkimushaastattelumenetelmä on Suomessa suosittu tapa kerätä laadullista aineistoa (Valli 2018, 27). Teemahaastattelu on yksi aineistonhankintamenetelmä laadullisessa tutkimuksessa. Sen tavoitteena on kerätä haastateltavilta kokemuksia tietystä aihepiiristä eli teemasta antamalla tilaa vapaalle keskustelulle ja puheelle tiettyjen teemojen sisällä. Teemahaastattelussa tutkittavat teemat voi listata esimerkiksi ranskalaisin viivoin ja apukysymyksin – haastattelun ei pitäisi olla pikkutarkkojen kysymysten esittämistä ennalta suunnitellussa järjestyksessä, vaan pikemminkin vapaata keskustelua teemojen sisällä. Teemahaastattelu onkin niin sanottu puolistrukturoitu menetelmä. Haastattelun teemat ovat kaikille haastateltaville samat, mutta strukturoidun haastattelun kysymysten tarkka muoto ja järjestys puuttuvat. Teemahaastattelu sopii tilanteisiin, joissa halutaan tietoa esimerkiksi vähemmän tunnetuista ilmiöistä. Se kuitenkin vaatii huolellista perehtymistä aiheeseen ennen haastattelujen toteuttamista, jotta tutkittavista teemoista ja haastateltavista on tarpeeksi hyvä tuntemus ennen haastattelua. Haastattelun teemat ja myös haastateltavat valitaan aiheeseen perehtymisen pohjalta. (Hirsjärvi & Hurme 2015, 47–48; Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006.)

Teemahaastattelua pystytään analysoimaan teemoittain, mutta ennalta määritellyt haastatteluteemat eivät välttämättä pysy analysoinnin jälkeen samana. Analysoinnin pohjalta tutkimusaineistoa saattaa kannattaa teemoittaa uudella tavalla. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006.) Teemahaastattelua pystytään hyödyntämään niin kvalitatiivisessa kuin

kvantitatiivisessa tutkimuksessa riippuen siitä, miten haastatteluvastauksia analysoidaan (Hirsjärvi & Hurme 2015, 48).

Jotta tutkittavasta aiheesta saa mahdollisimman paljon tietoa, tulisi haastateltavilla olla tietoa tai kokemusta ilmiöstä mahdollisimman paljon. Tämä tarkoittaa, että haastateltavia ei valita satunnaisesti, vaan harkitusti ja tarkoituksenmukaisesti. Etukäteen valitut teemat perustuvat tutkimuksen viitekehykseen eli tutkittavasta jo tiedettyyn asiaan (Tuomi & Sarajärvi 2018, 88).

Teemahaastattelu antoi haastattelemillemme journalisteille mahdollisuuden itse kuvailla työskentelytapojaan mobiilijournalisteina sekä työnsä herättämiä ajatuksia. Haastateltavaksi valikoitui yhteensä kuusi toimittajaa, jotka työskentelevät isoissa uutistoimituksissa kahdessa eri mediatalossa eli Ylellä ja MTV Uutisissa. Neljä haastattelemaamme toimittajaa työskentelee MTV Uutisten toimittajana joko MTV Uutiset Live -nettilähetyksissä tai tv-uutisissa, ja tekevät työssään säännöllisesti mobiilijournalismia. Yleltä haastatelimme kahta mobiilijournalismin parissa työskentelevää toimittajaa. Heistä molemmat työskentelevät Yle Pohjois-Suomen aluetoimituksessa.

Otantamenetelmänä käytimme eliittiotantaa eli haastateltaviksi valikoituivat henkilöt, joilta uskoimme saavamme parhaiten tietoa tutkittavasta ilmiöstä. Eliittiotanta on teemahaastattelussa yleisin otantamenetelmä, koska teemahaastattelun luonteen takia on tärkeää valita haastateltaviksi ihmisiä, joilta uskotaan saatavan parhaiten aineistoa teemaan liittyen (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006). Eliittiotanta oli tutkimuksemme lopputuloksen kannalta paras vaihtoehto, sillä muissa otantamenetelmissä vastaajat olisivat valikoituneet sattumanvaraisemmin. Tutkimuksemme kannalta oli olennaista tietää etukäteen, että haastateltavat pystyvät vastaamaan kysymyksiin, jotka käsittelivät omakohtaisia kokemuksia mobiilijournalistin työstä.

Aineiston valinta ja rajaus tulee aina voida perustella. Kuten miksi juuri nämä ihmiset valittiin tutkittaviksi? (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006.) MTV Uutisista haastateltaviksemme valikoitui MTV Uutisten vastaavan toimituspäällikön ehdottamia journalisteja, jotka ovat mobiilijournalismista kiinnostuneita, sen parissa työskenteleviä ja siihen koulututtuneita toimittajia. Haastattelemamme MTV Uutisten toimittajat ovat tehneet juttuja niin verkkoon, tv-uutisiin kuin MTV Uutiset Live -palveluun mobiilijournalismin keinoin. Jokaisella toimittajalla oli kokemusta myös muissa valtakunnallisissa medioissa työskentelystä. Haastateltavat henkilöt tekevät säännöllisesti "tavallisen" toimittajan työn lisäksi mobiilijournalismia joko MTV Uutiset Livessä tai MTV Uutisissa.

Yleltä haastateltaviksemme valikoitui kaksi toimittajaa. He tekevät päivittäin töitä mobiilijournalismin parissa ja ovat olleet mukana kehittämässä Ylen mojo-konseptia jo pitkään. Haastattelemamme Ylen toimittajat tekevät mojoa niin verkkoon, tv-uutisiin kuin myös esimerkiksi ajankohtaisohjelmiin.

Molempien mediatalojen haastateltavat olivat niin sanottuja pitkän linjan toimittajia, jotka olivat työskennelleet toimittajana tai muissa media-alan tehtävissä 7–25 vuotta. Haastateltavista eräs oli aikaisemmin ollut ajankohtaiskuvaaja ja leikkaaja vuosien ajan. Toimintatavat voivat erota muissa mediaorganisaatioissa jonkin verran tarkastelumme kohteena olevasta Ylestä ja MTV:stä. Tutkimustuloksiamme ei siis voi suoraan yleistää koskemaan kaikkia medioita.

Tutkimuksemme antaa kuitenkin osviittaa kahden ison valtakunnallisen mediatalon toimittajien näkemyksistä mobiilijournalismin suhteen. Työmme tuloksia voi hyödyntää muiden mediaorganisaatioiden mojo-työskentelyn kehittämiseen.

Koska tutkimuksemme on toteutettu eliittiotannalla, tulee sen lopputuloksen tulkinnassa ottaa myös tämä huomioon. Tutkimuksen tulokset ja opinnäytetyössä lainattavat kommentit ovat journalistien omakohtaisia kokemuksia – niitä ei siis pysty suoraviivaisesti yleistämään koskemaan kaikkia mobiilijournalisteja eikä näin pienestä joukosta pysty vetämään tilastollisia johtopäätöksiä. Tutkimuksen vastaukset antavat toimittajien omia näkökulmia siihen, mitä mobiilijournalistit työstään ajattelevat. Määrällinen tutkimus ei antaisi samantaisia vastauksia.

1.3 Tutkitut mediaorganisaatiot

Valitsimme MTV Uutiset ja Ylen opinnäytetyössämme tutkittaviksi mediaorganisaatioiksi, koska tiesimme, että näissä kahdessa isossa valtakunnallisessa mediassa tehdään mobiilijournalismia päivittäin.

1.3.1 MTV Oy

MTV Oy on suomalainen mediayhtiö, jonka juuret ulottuvat suomalaisen tv-toiminnan alkuvuosikymmeniin 1950-luvulle. MTV Oy, silloiselta nimeltään Oy Mainos-TV-Reklam Ab, perustettiin 29.4.1957. MTV oli yksi ensimmäisistä eurooppalaisista kaupallisista tv-yhtiöistä. (MTV 2019.)

Yhtiö aloitti toimintansa näyttämällä ohjelmiaan Ylen kanavilla: yhtiö vuokrasi Ylen jakeluverkkoa yli kolmen vuosikymmenen ajan. Vuonna 1993 MTV sai ensimmäisen oman televisiokanavansa, MTV3:n, joka tunnetaan tuttavallisemmin Maikkarina. Nykyisistä maksuttomista tv-kanavista MTV3, Sub ja AVA kuuluvat MTV-konserniin. MTV:n omistaa Telia Company AB, joka osti konsernin joulukuussa 2019. (MTV 2019.)

MTV on kasvanut yli kuuden vuosikymmenensä aikana monipuoliseksi mediabrändiksi. Yhtiön mediaperheeseen kuuluu maksuttomien tv-kanavien lisäksi esimerkiksi maksullinen C More –palvelu sekä MTV-palvelu (ent. Katsomo). MTV:lle uutisia tuottanut Mediahub Helsinki Oy yhdistyi MTV:n kanssa lokakuussa 2019. Uusi MTV Uutiset tuottaa uutisia muun muassa MTV3:lle ja mtvuutiset.fi-palveluun (ent. www.mtv.fi). Mtvuutiset.fi-palvelussa toimii myös MTV Uutiset Live, jossa pyörii ajankohtaista uutistarjontaa vuorokauden ympäri. Suorien lähetysten määrä on kasvanut viime vuosina. (MTV 2019.)

1.3.2 Yleisradio Oy

Yle on perustettu vuonna 1926 ja sen pääomistaja on Suomen valtio. Ylen tehtävät on määriteltävä laissa Yleisradio Oy:stä. Laki linjaa Ylelle julkisen palvelun ohjelmatoiminnan suuntaviivat ja erityistehtävät. Ylen toimintaa rahoitetaan Yle-verolla, joka on yhdelle henkilölle korkeintaan 163 euroa vuodessa.

Ylellä on neljä kanavaa televisiossa: Yle TV1, Yle TV2, Yle Fem ja Yle Teema kolmella kanavapaikalla: Yle TV1, Yle TV2 ja Yle Teema & Fem. Ylen tarjontaan verkossa kuuluu uutispalvelun lisäksi esimerkiksi Yle Areena ja Elävä arkisto. Ylellä on 24 aluetoimitusta: 18 suomenkielistä, 5 ruotsinkielistä sekä saamenkielinen toimitus. (Yle 2014.)

1.4 Käsitteet ja niiden määritelmät

Mobiilijournalismiin liittyy joitakin keskeisiä käsitteitä, jotka toistuvat opinnäytetyömme läpi. Avaamme seuraavissa luvuissa, mitä näillä käsitteillä tarkoitamme tässä opinnäytetyössä.

1.4.1 Mobiilijournalismi

Yksinkertaisimmillaan mobiilijournalismilla tarkoitetaan journalismia, jonka toimittaja on tuottanut yksin älypuhelimella. Mobiilijournalismiin lasketaan mukaan kaikki mobiililaitteilla tuotetut journalistiset tuotteet, kuten videot, kuvat ja audio. Tuotteet voidaan editoida suoraan mobiililaitteella tai jälkikäteen jollakin toisella laitteella. Mobiililaitteesta voidaan myös

lähettää suoraa lähetystä televisioon, verkkosivuille tai sosiaaliseen mediaan. Mobiilijournalismista käytetään lyhennettä *mojo*, joka tulee englannin kielen sanoista *mobile journalism*.

Mobiililaitteet kannustavat monikanavaiseen luovaan työskentelyyn. Kuvia, videoita, audioklippejä ja grafiikoita voidaan tuottaa ja editoida älypuhelimella sekä ladata laitteelta suoraan palvelimiin, kuten toimituksen julkaisujärjestelmään tai sosiaaliseen mediaan. Toimittaja voi vastata älypuhelimella myös yleisön ja muiden kontaktien kysymyksiin, viesteihin ja kommentteihin sosiaalisessa mediassa, viestisovelluksissa ja sähköpostilla. Puhelimella pystyy myös tekemään haastatteluja sekä nauhoittamaan niitä. Älypuhelimella journalisti voi kehittää video- ja radiojournalismin sekä valokuvauksen taitoja ilman perinteistä kallista laitteistoa. Toimituksissa mobiililaitteiden käytöllä voi olla jopa osastojen, kuten somedeskin ja videodeskin, välisiä perinteisiä rajoja hälventävä vaikutus. (Mobile Journalism Manual. The guide for reporters and newsrooms s.a.)

Englannin kielen käsite *mobile journalism* käsitetään usein laajempänä käsitteenä kuin suomenkielinen mobiilijournalismi. Jo ennen älypuhelimien tuloa käsitettä käytettiin kuvaamaan uudenlaista ketterää journalismia, johon käytettiin mukana helposti kuljetettavia laitteita, kuten pientä videokameraa tai ääninauhuria. Englanninkielisessä maailmassa käsite viittaaakin enemmänkin mielentilaan ja laitteiston *liikuteltavuuteen* (mobility) kuin niinkään kalustoon, jolla journalismia tehdään. Nykykielessä *mobile journalism* kuitenkin viittaa nimenomaan mobiililaitteilla tehtävään journalismiin.

1.4.2 Mojo-video

Mojo-videolla tarkoitetaan mobiililaitteella, yleensä älypuhelimella tai tablet-tietokoneella, kuvattua videoklippä, josta editoidaan journalistinen video. Mojo-videoita käytetään niin verkkomediaossa, sosiaalisessa mediassa kuin televisiossakin. Osa journalisteista tekee koko videoprosessin, eli kuvaa ja editoi videot, puhelimella, kun taas osa kuvaa materiaalin puhelimella, mutta tekee editoinnin ja viimeistelyn toisella laitteella (Mobile Journalism Manual. The guide for reporters and newsrooms s.a.). Olennaista mojo-videon onnistumisen kannalta on, että älylaitteessa on kamera, verkkoyhteys sekä riittävästi tallennustilaa (Pitkänen 2018, 6).

Älypuhelimesta on tullut tavallinen työväline televisiouutisia- tai ohjelmia tekeville journalistille. Älypuhelin mahdollistaa korkealaatuisten ja mielenkiintoisten uutisinserttien kuvaamisen. Puhelimella saa visualisesti näyttävän lopputuloksen, joka kuitenkin vaatii mobiilijournalistilta mielikuvitusta sekä liikkumista. (Mobile Journalism Manual. The guide for reporters and newsrooms s.a.; Paronen 2018, tiivistelmä.)

Myös laadukkaan suoran lähetyksen tekeminen kentältä suoraan tv-uutisiin tai esimerkiksi Facebookiin on mahdollista. Menetelmä on helpottanut erityisesti kirjeenvaihtajien työtä, jotka pystyvät mobiilisti lähettämään suoraa lähetystä tapahtumapaikalta ilman apuvoimia, kuten erillistä kuvaajaa. Toimituksesta on helppo ja nopea lähteä tapahtumapaikalle.

Kun journalistilla on tarvittavat perustiedot ja -taidot ovat hallinnassa, kuka tahansa toimituksesta voi periaatteessa lähteä kuvauskeikalle kännykän kanssa. Kun helpommat uutiskeikat voi hoitaa yhden toimittajan miehityksellä, tv-kalustoa vapautuu vaativampien projektien käyttöön. Tämän lisäksi ketteryytensä ansiosta älypuhelimella voi kuvata sellaisissakin paikoissa, joissa tv-kamera olisi kömpelö, kuten talojen katoilla tai ahtaissa tiloissa. (Paronen 2018, 53.)

Erilaisilla älypuhelimeen liitettävillä apuvälineillä pystytään parantamaan kuvanlaatua ja paikkaamaan älypuhelimien heikkouksia kuvausvälineenä. Tällaisia apuvälineitä ovat esimerkiksi mikrofonit, lisävalot, jalustat, gimbaalit tai GoPro-toimintakamera. Apuvälineiden käyttö kuitenkin helposti vaarantaa mojon liikkuvuuden. Mitä enemmän välineistöä toimitajalla on mukanaan, sitä vaikeammin liikuteltavaa se on (Karhunen 2017, 21).

1.4.3 Soolojournalismi

Soolojournalismi on etenkin paikallisissa tv-uutisissa käytetty työtapana. Se tarkoittaa, että yksi toimittaja hakee tietoa, kirjoittaa, kuvaa, äänittää ja editoi journalistisen kokonaisuuden niin sanottuna ”yhden hengen tiiminä”. Soolojournalismia on ollut olemassa jossakin muodossa jo ensimmäisistä televisiouutisista lähtien, mutta se on kasvattanut suosiotaan sittemmin, etenkin suurissa mediataloissa. Soolojournalismia peilataan helposti uutistykentelyyn, jossa perinteisesti juttuja tehdään vähintään kahden hengen ryhmissä. Soolojournalistista on käytössä englannin kielellä useita samaa tarkoittavia termejä, kuten multimedia journalist, video journalist, mobile journalist, backpack journalist ja one-man band. (Blankenship 2016, 2.)

Tässä opinnäytetyössä käytämme suomennettua versiota soolojournalisti/-journalismi, jota esimerkiksi Ruska Paronen (2018) käytti omassa opinnäytetyössään. Vaihtoehtoiset termit, kuten reppujournalismi, saattavat antaa hieman erilaisen kuvan esimerkiksi käytössä olevasta välineistöstä ja toimittajan työnkuvasta. Mobiilijournalisti on usein soolojournalisti, joka käyttää työvälineenään mobiililaitetta ja työstää älypuhelimella kuvatun videon alusta loppuun saakka yksin.

Yksi syy soolojournalistien palkkaamiseen ja kouluttamiseen on taloudellinen. Jotkut mediatalot ovat muuttaneet usean toimittajan tiimejä soolojournalisteiksi säästääkseen palkkakustannuksissa. Mediatyhtiöt olettavat, että ne pystyvät tuottamaan enemmän sisältöä samalla kustannuksella soolojournalisteja käyttämällä. Soolojournalisti ei kuitenkaan välttämättä ole nopeampi kuin kuvaaja-toimittaja-työpari – työpari voi olla jopa tuplasti nopeampi kuin yhden henkilön toimitustiimi. Soolojournalismin tuottavuudesta ei ole vielä tehty kunnollista tutkimusta, mitä voi pitää ongelmallisena. (Karhunen 2017, 8.)

Blankenshipin (2016, 29–30) mukaan uutisten taso laskee soolojournalismin seurauksena. Kun toimittaja joutuu tekemään kaiken kiireessä ja vielä yksin, on todennäköisempää, että hän käyttää niin sanottuja yhden pysähdyksen lähteitä juttujen kokoamiseen.

Soolojournalismi määritellään usein myös niin sanotusti itselle tekemisenä. Soolojournalisti voi olla videokuvaaja tai kirjoittaja, joka julkaisee tuottamaansa materiaalia omalla alustallaan, esimerkiksi blogissa tai nettisivuilla. Henkilö, joka kuvaa itseään kädessä pidettävällä kameralla ja kertoo sille tarinoita, on soolojournalisti. Soolojournalismissa merkille pantavaa on se, että sillä saadaan aikaan henkilökohtaisempi lopputulos, kuin työryhmän, johon kuuluu kuvaaja, äänittäjä, toimittaja ja tuottaja, kanssa. (Gentile 29.8.2010; Media Room Hub 2018.)

Tässä opinnäytetyössä soolojournalistilla tarkoitetaan toimittajaa, joka työskentelee toimituksen alaisuudessa työntekijänä tai freelancerina, mutta tuottaa juttukokonaisuudet pääosin yksin.

2 Kehitys kohti mobiilijournalismia

Median kulutustottumukset ja käyttötavat, mutta myös median tekemisen tavat ovat muuttuneet olennaisesti 1990-luvulta tähän päivään. Kun vielä 1900-luvun lopulla printtimedia, televisio ja radio hallitsivat mediakenttää, nyt niiden elintilasta suuren siivun ovat vallanneet monenlaiset median uudet muodot. Mediasisältöjä kulutetaan yhä enenevässä määrin älypuhelimella tai muilla mobiililaitteilla internetissä ja sosiaalisessa mediassa. Mediasisältöjen tekeminen ei ole enää pelkästään ammattimaisten toimittajien käsissä, vaan kulumme paljon sisältöjä, joita ovat tuottaneet median käyttäjät itse. Digitalisaation myötä toimittajien asema tiedon portinvartijoina on heikentynyt ja lukijat voivat etsiä vapaammin heitä kiinnostavaa sisältöä.

Niin sanotuista vaikuttajista, kuten esimerkiksi tubettajista, somepersoonista ja bloggajista, on muodostunut perinteisen median rinnalle laadukkaita, osin kaupallisia sisältöjä tuottava joukko, joka haastaa perinteisen median olemassaolon. Seppäsen ja Väliiverrosen (2012, 37) mukaan myös perinteinen media oli aluksi yhteisöllistä ja harrastajamaista, ja vasta myöhemmin ammattimaistui ja kaupallistui. Samoin on käymässä sosiaaliselle medialle, jonka yhteisöpalvelut olivat syntyessään julkaisualusta harrastajamaiselle ja ei-kaupalliselle sisältöjen jakamiselle (Seppänen & Väliverronen 2012, 36).

Älypuhelin on tuonut median kuluttamisen sellaisiin arjen hetkiin, joissa se ei aiemmin ollut läsnä, ja etenkin sosiaalinen media on muokannut tapaa, jolla ihmiset päätyvät median pariin (Kangas 2019, 16). Median käsitteestä on tullut epämääräinen ja rönsyilevä. Nykyään median käsitteellä viitataan ”monenlaisiin teknisesti välittyneisiin ja verkottuneisiin viestinnän muotoihin” (Seppänen & Väliverronen 2012, 20). Tämä on pakottanut perinteisen median tarkastelemaan ja muokkaamaan sisältöjään, niiden tuottamistapoja ja sopivia julkaisualustoja.

Opinnäytetyömme kannalta on hyvä tarkastella viimeisten vuosikymmenien mediakehitystä sen verran, että voimme ymmärtää, miten ja miksi kehitys on johtanut nykyisen kaltaiseen mediamaisemaan, jossa mediasisältöjen kuluttaminen ja myös tuottaminen tapahtuu yhä useammin mobiililaitteilla. Ymmärtäessämme sen, voimme myös paremmin peilata median tulevaa kehitystä mobiilijournalismin saralla.

Uudet raportointityökalut ovat aina muuttaneet toimittajien toimintatapaa ja nopeuttaneet uutistoimitusprosessia, kuten historia osoittaa. Nykypäivään verrattuna uutiset kulkivat hi-

taasti viime vuosisadalla. (Quinn, 2009, 4.) Media ja sen kuluttamiseen käytettävät tekniset välineet ovat kehittyneet viimeisinä vuosikymmeninä hurjaa vauhtia. On syytä olettaa, että kehitys jatkuu.

Nyt, vuonna 2020 esimerkiksi virtuaalitodellisuus ja lisätty todellisuus valtaavat alaa. Pysyäkseen mukana kehityksessä, perinteisen median ja journalistien on sopeuduttava yhä uudelleen ja uudelleen uusiin teknologioihin ja sisältöjen kulutuksen tapoihin. Mobiililaitteista on tullut paitsi sisältöjen kuluttamiseen, mutta myös niiden tuottamiseen käytetty laite. Opinnäytetyömme tutkimusosuudessa kysymme mobiilijournalisteilta, millaisia kehittymismahdollisuuksia he näkevät mobiilijournalismissa.

2.1 Lyhyesti median murroksesta

Median historiaan mahtuu monia murroksia ja kriisejä aina painokoneiden keksimisestä digitalisaatioon saakka. Median murroksesta puhuttaessa viitataan yleensä viimeisimpään median murrokseen, joka on edelleen osittain käynnissä. Median käyttö on siirtynyt yhä enemmän verkkoon, ja internetin ilmainen sisältö on vienyt yleisöä pois maksullisen sisällön piiristä. Mediatyhtiöt käyvät läpi historiansa rajuinta rakenteellista muutosta, kun sisällöt tavoittavat kuluttajat kaikkialta, jopa vessasta.

Journalismin ja toimittajan työn perusajatus pysyi samanlaisena vuosikymmeniä, vaikka teknologiassa ja ympäröivässä maailmassa tapahtui mullistuksia. Median rakenteissa alkoi kuitenkin 1900-luvun lopulla tapahtua huomattavia muutoksia. Kun journalismin pääasiallinen tehtävä oli siihen saakka ollut toimia kansalaisten tiedonvälittäjänä, joutui periaate antamaan tilaa taloudellisille intresseille. Media alkoi markkinoitumaan. Muutosta on nimitetty myös uutisteollisuuteen siirtymiseksi, sillä journalismin tuotantoa määrittelevät osakekursseihin sidotut taloudelliset tavoitteet. (Herkman 2009, 32.)

Herkman on luonnehtinut suomalaisen mediakentän rakennemuutosta hyvin. Neuvostoliiton horjuessa ja idän ja lännen välisen vastakkainasettelun väistyessä Suomi avautui kansainvälisille markkinoille 1980-luvulla. Pörssihuuma ja valtiollisen suunnitelmatalouden sivuuttanut kilpailutalous kukoistivat, mutta kukoistus päättyi 1990-luvun alussa lamaan, kun Suomen pankkijärjestelmä romahti. Lama vain kasvatti talouden merkitystä yhteiskunnassa. Suomi oli markkinoiden kansainvälistymisen myötä globaaleiden markkinasuhtanteiden armoilla. 1990-luvun lopun nousukausi, IT-kuplan puhkeaminen 2000-luvun taitteessa, uusi nousukausi ja 2008 alkanut kansainvälinen lama vakiinnuttivat Suomen paikan kansainvälisillä markkinoilla. Siirtymä näkyi myös suomalaisessa mediassa jo 1980-luvulta alkaen, kun ensimmäiset kaupalliset radiokanavat aloittivat toimintansa ja sanomalehdistö alkoi ketjuuntua kaupallisesti. 1990-luvulla markkinoiden avautuminen laajeni

myös televisioon, kun MTV3 ja muutamaa vuotta myöhemmin Nelonen aloittivat toimintansa. (Herkman 2009, 33–34; Jyrkiäinen 1994.)

Yleisradion valta-asema televisiotoiminnassa oli uhattuna viihdettä lähettävien kaupallisten kanavien puristuksessa. 90-luvulla Suomeen syntyi kaksi suurta mediakonsernia, Alma Media ja SanomaWSOY, joiden toiminta ulottui aina lehdistöstä verkkoviestintään ja kirjapainoon. Näihin konserneihin kuuluivat monien tunnettujen mediatuotteiden ohella myös MTV3 (Alma Media) ja Nelonen (SanomaWSOY). Kun ennen lehdet olivat itsenäisiä julkaisijoita, nyt suuret mediatilat olivat tulleet jäädäkseen. Sanomalehdet, aikakauslehdet, televisio- ja radiokanavat sekä muut mediatuotteet ryhmittäytyivät konsernien alle. (Herkman 2009, 33–34; Jyrkiäinen 1994.)

2.1.1 Telia ostaa MTV Oy:n

Vuonna 2018 ruotsalainen Telia Company AB osti MTV Oy:n ja tuotantoyhtiö Mediahub Helsinki Oy:n. Tuolloin Mediahub tuotti MTV Uutisia. Kauppahinta oli 9,2 miljardia kruunua eli noin 889 miljoonaa euroa. Kaupan toteutuminen edellytti kilpailuviranomaisten hyväksyntää, joten kauppa toteutui joulukuun 2. päivä vuonna 2019. MTV Oy:n silloinen toimitusjohtaja Jarkko Nordlund kommentoi marraskuussa 2019 yrityskauppaa MTV Uutiset Livessä hyvin mielenkiintoiseksi, sillä media-yhtiö yhdistyi modernin teleyhtiön kanssa. Yhdistyminen antaa Nordlundin mukaan MTV:lle mahdollisuuden kehittää uudenlaisia tuotteita. Tulevaisuuden mahdollisuuksia luo etenkin Telian palvelut mobiili- ja laajakaistayhteyksineen. (MTV Uutiset 2018, MTV Uutiset 2019.)

2.1.2 Median käyttötapojen muuttuminen

Median murros muutti myös lukijoiden median käyttötavat. Älypuhelimet ja sosiaalinen media ovat muuttaneet ihmisten ajankäyttöä ja median kulutusta. Digitaalinen muoto on tehnyt median kuluttamisesta ajasta ja paikasta riippumatonta. Älypuhelin on tuonut median kuluttamisen sellaisiin hetkiin, joissa se ei aiemmin ollut läsnä. Etenkin sosiaalinen media on muokannut tapaa, jolla ihmiset päätyvät median pariin. Sanomalehtien lukeminen on jo yleisempää matkapuhelimella kuin tabletilla tai tietokoneella. (Kangas 2019, 16–17.) Käyttötapojen muutoksessa keskeisintä on, että ihmisille tarjotaan koko ajan saatavilla olevaa uutispalvelua.

Kun suomalaiset sanomalehdet alkoivat julkaista verkkoversioitaan 1990-luvun puolivälissä, suurin osa päätyi tarjoamaan kaiken sisältönsä ilmaiseksi internetissä. Asiaan vaikutti moni seikka. Tuolloin Internet oli uusi teknologia, jonka käyttäjämäärät olivat nope-

asta kasvuvauhdista huolimatta vielä pieniä. Sanomalehdet eivät ehkä uskoneet, että ilmainen verkkolehti söisi paperilehtien levikkejä, kun internetin käyttäjiä oli niin vähän. Sanomalehdille ei myöskään ollut tarjolla valmiita bisnesmalleja verkkoon. Vuosituhannen vaihtuessa ja internetin suosion nopeasti kasvaessa sanomalehdet kuitenkin huomasivat olevansa uuden haasteen edessä: paperilehtien levikit sukelsivat ja mainostajat siirtyivät tavoittelemaan kuluttajia verkkoon. (Kangas 2019, 19.)

Internet on tuonut 2000-luvulla mukanaan loputtomasti ilmaista sisältöä lukijoille. Mediatalot ovat muuttuneet pörssiyrityksiä, joiden tavoitteena on tuottaa voittoa. Menestyäkseen ne tarvitsevat journalistisista sisällöistä rahallista tulosta. Internetin ilmaiset sisällöt kuitenkin vievät lukijoita mediataloissa tehtävältä journalismilta. Mediakilpailu kiristyy, yleisöt pirstaloituvat ja tekniikka kehittyy nopeasti. Se on tarkoittanut muutoksia myös toimittajan työhön. (Väliverronen 2009b, 7.) Lehdistöissä huomattiin, että mainostuloihin pohjautuva liiketoimintamalli ei välttämättä ole kestävällä pohjalla, vaan myös lukijoilta täytyy pyytää maksua verkossa.

Vasta 2010-luvulla sanomalehdet alkoivat enenevässä määrin veloittaa journalismista verkossa pystyttämällä maksumuureja sivustoilleen. Lehtitalojen ristiriita on, että ne kilpailevat ilmaisilla nettisisällöillä ja ovat siten karkottaneet omia sisällöstä maksavia asiakkaitaan. Lukijoiden on vaikea luopua jo saavutetuista eduista, joten kelkkaa on enää vaikeaa kääntää. Kehityksen häviäjiä ovat sekä tekijät että lukijat. Kun maksullisista sisällöistä maksava yleisö on vähentynyt, medioiden on täytynyt keksiä muita keinoja rahoituksen saamiseen. Mainostulot ovat jo pitkään ennen online-aikaa olleet erityisesti sanomalehtien tulonlähde, mutta journalististen sisältöjen siirtyessä internetiin ja muuttuessa ainakin osittain ilmaisiksi, on verkkojulkaisujen mainostilalla pyritty paikkaamaan menetettyjä tilausmyyntituloja.

2.1.3 Median rahoitus, mainonta ja maksumuurit

Vuonna 2015 Suomen Lehdistö -lehden tekemän selvityksen mukaan kolmasosalla seitsemänpäiväisistä lehdistä oli maksumuuri, ja loput olivat ottamassa sen käyttöön lähiaikoina. Yhteensä seitsemänpäiväisiä sanomalehtiä oli 28 eli yhdeksällä suomenkielisellä päivälehdellä oli tuolloin maksumuuri verkossa. Lehtien päätoimittajien mielestä puhtaasti mainosrahoitteinen verkkopalvelu ei riitä varmistamaan tulovirtoja, minkä vuoksi maksumuureja on otettu käyttöön. Selvityksen mukaan maksumuuria ei kuitenkaan pidetä yksinään riittävänä ratkaisuna verkon ansaintapulmiin. Sen rinnalla kehitetään koko ajan uusia ei-journalistisia ansaintamalleja, kuten verkkokauppoja. (Suomen Lehdistö 2015.)

Käytännössä maksumuuri tarkoittaa sitä, että sisältö tai osa sisällöstä on maksullista ja lukija maksaa esimerkiksi yhdestä artikkelista tai hänellä on kestopilaus median verkkouutisiin. Verkkomedian maksullisuuteen suhtaudutaan yleisesti negatiivisesti. Maksuhaluttomuuteen vaikuttavat monet tekijät.

Lukijat ovat pitäneet verkkosanomalehtiä sisällöltään painettuja lehtiä suppeampina ja laadultaan heikompina. Verkkomedian kuluttamista kuvaa klikkauskulttuuri. Otsikoita selataan nopeasti, linkkejä klikkaillaan ja sisältöä silmäilläään sen enempää keskittymättä. Painetun lehden kanssa sen sijaan vietetään aikaa, se luetaan tarkemmin ja siltä odotetaan laajempia ja taustoittavampia juttuja. (Haaramo 2014, 2.) Netin klikkauskulttuurissa lukijat eivät välttämättä edes huomioi minkä median sivuja kulloinkin selaavat vai selaavatko vain linkkejä sosiaalisessa mediassa.

Kankaan mukaan mainostajat ovat seuranneet lukijoita internetiin, mikä on ajanut journalismin perinteisen ansaintalogiikan kriisiin. Sanomalehdet eivät ole pärjänneet verkossa Facebookin ja Googlen kaltaisille globaaleille yrityksille, jotka vievät ison osan suomalaisten mediatalojen mainoseuroista. Paperilehdet ovat menettäneet tilaus- ja mainostuloja, eivätkä digitilauksista ja verkkomainonnasta saatavat tulot ole riittäneet korvaamaan tuota menetystä. (Kangas 2019, 7.)

Mainostajille verkko- ja paperilehtiä houkuttelevampi mainospaikka on esimerkiksi Facebook, jossa pystyy kohdentamaan mainoksen juuri halutulle kohderyhmälle hyvinkin tarkkaan esimerkiksi iän, sukupuolen, asuinpaikan, koulutuksen tai muun demografisen tiedon perusteella. Googlessa puolestaan nousee ensimmäiseksi hakutulokseksi maksettuja mainoslinkkejä, jotka ovat perinteiseen mainontaan verrattuna siitä oivia, että ne useimmiten liittyvät hakutulokseen – siis siihen asiaan mitä henkilö valmiiksi etsii. (Kangas 2019, 15.)

Mediabrändin merkitys vähenee, kun sosiaalinen media toimii eräänlaisena kiinnostavan sisällön kuraattorina ja suosittelijana. Sisällön jakajalla on usein suurempi merkitys kuin sen julkaisijalla, mikä kääntää perinteisten medioiden toimintalogiikan pääläelleen. Kankaan mielestä asian yksi puoli on myös se, kuinka lukijalle jää mieleen se, mitä hän on lukenut, mutta hän ei muista mistä on sen lukenut. (Kangas 2019, 15.)

Kangas kysyi Pro gradu -tutkielmassaan miten lukijat ylipäättänsä suhtautuvat verkkojournalismiin ja maksumuureihin. Tutkielmassa selvisi, että yli 70 prosenttia vastaajista oli sitä mieltä, että journalismin pitäisi olla ilmaista verkossa. Maksumuurit ärsyttivät vielä useam-

paa, lähes neljää viidestä vastaajasta. Tottumus siihen, että journalistiset sisällöt ovat ilmaisia verkossa, on edelleen syvällä lukijoiden asenteissa. Maksumuurien lisääntyessä lukijat kokevat, että heiltä on viety jotain, mitä heillä aiemmin oli. Ilmaisen sisällön suuri määrä hidastaa edelleen lukijoiden maksuhalukkuuden kehittymistä. Kaksi kolmesta vastaajasta oli sitä mieltä, että journalismista ei kannata maksaa netissä, koska saman sisällön saa ilmaiseksi jostain muualta. (Kangas 2019, 73-74.) Saavutetuista eduista on siis vaikeaa luopua lukijanakin.

Kankaan Pro gradun kyselyyn vastanneet olivat kiinnostuneita saamaan yhdellä kuukausimaksulla mahdollisimman paljon sisältöä. Suosituimmat tilausvaihtoehdot vastaajien keskuudessa olivat sanomalehden verkkotilaus, joka sisältää kaiken sivuston materiaalin, tai mahdollisuus päästä yhdellä kuukausimaksulla käsiksi useamman lehden sisältöihin. Lukijat olivat valmiita maksamaan sanomalehden verkkoversion tilauksesta keskimäärin 6–10 euroa, mikä on vähemmän kuin tilaukset tällä hetkellä maksavat. Suomalaisten päiväleh- tien verkkotilaus maksoi helmikuussa 2019 keskimäärin 15,70 euroa kuukaudessa. Kallein oli 19 euroa ja halvin 9 euroa. Ne, jotka jo maksavat lehdistä osoittivat suurempaa maksuhalukkuutta kuin ei-tilaajat. Verkkoleh- tien tilaajista useampi olisi valmis maksamaan verkkolehdestä yli 10 euroa, kun ei-tilaajat maksaisivat maksimissaan viisi euroa. (Kangas 2019, 75.)

Journalistisilla medioilla on pulmanaan ratkaista, miten journalismi tulevaisuudessa rahoitetaan. Sanomalehtien liiton liittojohtaja Jukka Holmberg totesi Ylen haastattelussa (Yle 2017), että verkkoon tuotettava sisältö täytyy rahoittaa jollakin keinolla.

“Kun lukeminen siirtyy printistä digitaaliseen maailmaan, on entistä tärkeämpää, että sinne saataisiin siirrettyä myös tilaajasuhde”, Holmberg sanoi.

Holmbergin mukaan nykyisin noin 10 prosenttia sanomalehtien tuloista tulee verkosta. Tuosta 10 prosentista mainostulojen osuus on yli 60 prosenttia. Näin ollen sanomalehtien kokonaistuloista tilaajilta saatavat digitulot eli verkkoleh- tien tilausmaksut ovat vain muutam- an prosentin. Ne muodostuvat suurelta osin yhdistelmätilauksista, joissa tilaus sisältää sekä printtilehden että digilehden. (Yle 2017.)

Muissa Pohjoismaissa digitaalinen kehitys on Suomea pidemmällä. Verkon osuus media- mainonnassa on muissa Pohjoismaissa jo puolet, kun Suomessa se on alle 30 prosenttia. Kehitys on kuitenkin viime aikoina ollut myönteistä sanomalehtien pitkän syöksyn jälkeen. Haastetta ansaintaan tuovat suuret kansainväliset toimijat, kuten Google ja Facebook. Ne

vievät mainosrahat monessa tapauksessa suomalaisilta mediataloilta, mutta globaalit yritykset eivät maksa veroja Suomeen. (Yle 2017.)

Vaikka verkkolehtiä on ollut jo 25 vuotta, edelleen 90 prosenttia tuloista tulee printistä. Puhtaita digilukuoikeuksia on toistaiseksi hyvin vähän. Kehityksen suunta on printistä digiin, mutta muutos tulee kestäväksi pitkään. (Yle 2017.) Helsingin Sanomat uutisoi syyskuussa 2020, että sen tilaajamäärä on kasvanut yli 400 000 tilaajaan ensimmäistä kertaa sitten vuoden 2013. Kasvu on tullut pääasiassa täysin digitaalisista tilauksista ja nyt noin joka kolmas HS:n tilauksista on puhtaasti digitaalisia. Kasvu on tullut nuoremmista ikäryhmistä ja saavutettu muun muassa strategialla, jossa pyritään ymmärtämään, millaisia sisältöjä lukija haluaa lukea verkossa ja mobiilissa. (Helsingin Sanomat 2020.)

Väliverrosen mukaan alan sisällä on koettu, että journalismin laatu heikkenee ja asiajournalismi vähenee. Samalla sanomalehtien levikit ovat olleet pitkään laskussa, mainostulot vähentyneet ja television yleisöt pirstoutuneet. Kilpailu alalla on kiristynyt, mihin on monia syitä. Perinteisten uutismedioiden toimintaan vaikuttaa ennen kaikkea internet, jonka kautta sisältöjen jakaminen laajalle alueelle on ylivertaisen halpaa ja nopeaa. Pärjätäkseen kilpailussa mediatalojen täytyy tehdä enemmän uutisia vähemmällä määrällä työntekijöitä ja toimittajien täytyy tuottaa juttuja moniin eri välineisiin. (Väliverronen 2009a, 13.) Opinnäytetyömme haastatteluissakin ilmeni, että toimittajat tekevät samalla kerralla juttuja moneen eri välineeseen ja samaa materiaalia voidaan hyödyntää useamassa mediassa eli radiossa, televisiossa ja tekstinä nettisivuilla ja mobiilissa. Televisiossa on entistä yleisempää, että kanavan eri ohjelmat hyödyntävät samaa toimittajan toimittamaa sisältöä, kuten MTV3:lla uutiset voivat "lainata" materiaalia, jota on jo käsitelty vaikkapa Viiden jälkeen-ohjelmassa.

Journalismin, erityisesti uutisjournalismin, keskeinen periaate on nopeus. Online-aikaan siirtymisen jälkeen nopeuden vaatimus on lisääntynyt entisestään. Uutiskilpailun voittaa se, joka ehtii julkaista uutisen ensimmäisenä. Toimittajille tämä tarkoittaa sitä, että juttuja on tuotettava yhä enemmän useampaan välineeseen. Aikapaine onkin toimittajien kokemusten mukaan yksi keskeisimmistä syistä journalismin laadun heikkenemiseen. Muuttuva työympäristö vaatii työtapoihin perehtymistä ja aikaa ajattelulle ja keskustelulle, mutta resurssien vähyyden takia sille ei juurikaan ole aikaa. (Jyrkiäinen 2008, 36; Väliverronen 2009a, 30.)

Uutisaiheet, joita voi pitää journalismin pääraaka-aineena, on osoittautunut historian saatossa jatkuvasti uusiutuvaksi luonnonvaraksi. Se, miten uutisaiheita jalostetaan ja kuka

niistä maksaa nyt ja tulevaisuudessa, on hankalampi kysymys. Journalististen instituutioiden asema julkisuuden ja uutisvirtojen ohjailijoina on heikentynyt ja toimittajat niiden edustajina ovat menettäneet monopoliasemansa tiedonvälittäjinä. (Väliverronen 2009a, 31.)

2.1.4 Televisio

Perinteisen television asiapitoiset ohjelmat ja uutiset menettävät katsojia, mutta viihdeohjelmat ja sarjat kukoistavat. Parhaita jakelukanavia ovat perinteisen lineaarisen television sijaan kuitenkin suoratoistopalvelut, sosiaalinen media ja muut mobiilikatselun mahdollistavat alustat. Televisioutisten on ollut hankalaa löytää paikkansa uudessa ympäristössä. (Nielsen & Sambrook 2016, 5.)

Televisio laitteena muodostui nopeasti yleistymisensä jälkeen 1950-luvulta eteenpäin oleelliseksi osaksi perheiden elämää. Sen äärellä on kautta historian vietetty aikaa yhdessä perheenjäsenten kanssa ja televisio-ohjelmat ovat informoineet, viihdyttäneet ja yhdistäneet perheitä. Televisio integroitui osaksi arkisia rutiineja ja siitä muodostui ennen kaikkea perheiden media. Tämän lisäksi televisio on aina ollut myös osa julkisia tiloja, kuten baareja tai odotustiloja. Nykyään televisio kulkee mukana minne vain mobiililaitteessa. (Kortti 2016, 288–289.)

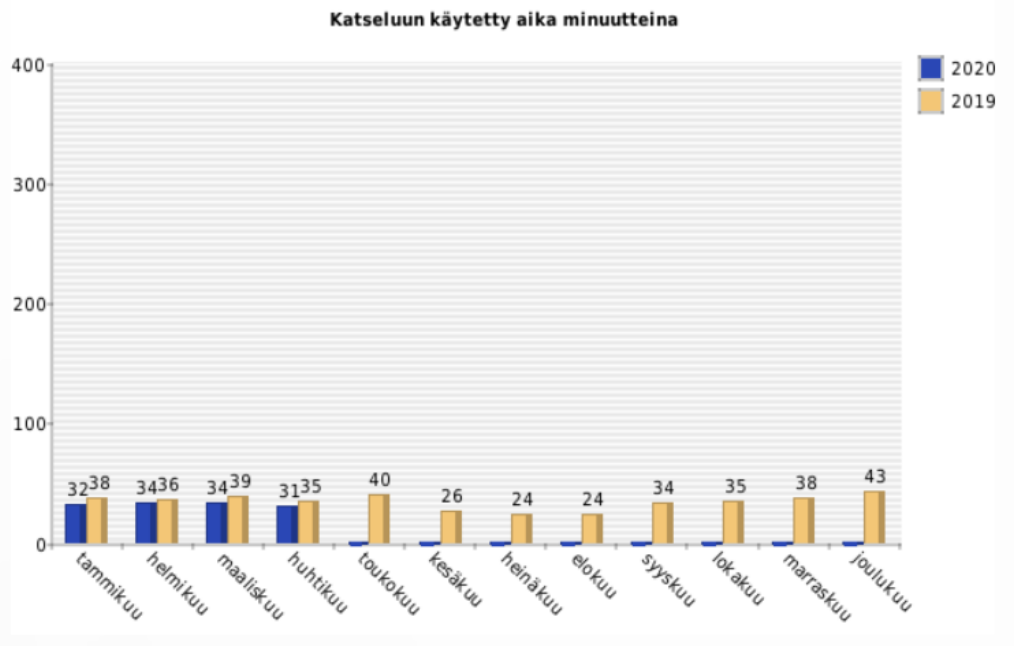
Television kuolema on ollut käsitteenä pinnalla jo pidemmän aikaa. Suomessa lineaarisen television katsojaluvut vähenevätkin etenkin nuorempien ikäluokkien kohdalla. Vuonna 2019 suomalaiset katsoivat televisiokanavia keskimäärin 162 minuuttia päivässä, kun vuonna 2002 vastaava luku oli 170 minuuttia. Television kokonaiskatselumäärissä ei ole tapahtunut suurta pudotusta, mutta nuoret, niin sanotut diginatiivit, katselevat lineaarisen television ohjelmavirtaa huomattavasti keskimääräistä vähemmän (kts. Kuva 1). (Finnpanel 2020.)

Katseluun käytetty aika

Kuukausittainen katseluun käytetty aika ikäryhmittäin

10-24-vuotiaat

Edellinen kuukausi



Kuva 1. Kuvakaappaus Finnpanelin TV-mittaritutkimuksesta toukokuulta 2020. Television katseluun käytetty aika minuutteina vuorokaudessa 10–24-vuotiailla. Vuonna 2019 suomalaiset katsoivat televisiota keskimäärin 162 minuuttia päivässä, kun alle 25-vuotiailla televisionkatseluun käytetty aika oli vain hieman yli 30 minuuttia (3.6.2020)

Kortin (2016, 290) mukaan televisiolla mediana on kuitenkin edessään hyvä tulevaisuus, sillä televisio on ennen kaikkea kotien sydän ja asia, jonka äärellä rentoudutaan. Nuoremmat sukupolvet ovat löytäneet ja löytävät edelleen uusia tapoja television katseluun. Sosiaalisella ja digitaalisella medially voi olla jopa TV:n katselua vahvistava rooli. Älytelevisiot, joissa toimivat suoratoistopalvelut, YouTube ja monet muut palvelut vahvistavat television yhteisöllistä roolia. Second screen -katselu eli toisen laitteen käyttäminen samaan aikaan esimerkiksi ohjelman kommentointiin sosiaalisessa mediassa on myös tv-elämystä laajentava elementti. Perinteinen lineaarinen televisio voi olla menettämässä katselijakuntaansa, mutta televisio mediana muuttuu ajan mukana ja jatkaa eloaan. (Kortti 2016, 290–291.) Opinnäytetyössä mobiilijournalismin esimerkkitapauksena käyttämämme MTV Uutiset Live on myös uudenaikainen, ajasta ja paikasta riippumaton tapa tehdä ja katsella uutisia.

2.2 Mobiilijournalismin ensiaskeleet

Journalistien työhön on aina vaikuttanut teknologian kehitys ja teknologiset välineet ovat olleet työssä keskeisiä. Kirjoituskoneet, nauhurit, kamerat ja tietokoneet ovat kaikki olleet jossakin vaiheessa kehitystä tärkeitä journalistin työkaluja. Karhusen (2017, 11) mukaan mobiilijournalismi syntyi uuden mobiiliteknologian ja videojournalismin keskiössä. Videojournalismi ei ole nykypäivänä uusi uutissisällön muoto. Myös soolovideojournalismia on tehty jo pitkään. Erityisesti Yhdysvalloissa paikalliset tv-kanavat ovat käyttäneet soolojournalisteja uutistuotannossa jo vuosikymmenten ajan (Blankenship 2016, 2).

Videojournalismi on syntynyt jo 1970-luvulla, kun uusi studiokameroita kevyempi ja liikuteltava videokamerateknologia tuli markkinoille. 70-luvulla ensimmäiset niin sanotut ENG-kamerat (electronic newsgathering) mullistivat videokuvaamisen, sillä niissä video nauhoitettiin videonauhalle filmin sijasta. Pitkään videokuvaamiseen kuitenkin tarvittiin 2–5 henkilön tiimi: ainakin toimittaja ja kuvaaja sekä ääni- ja kuvateknikko. Kuvauskalusto oli aluksi raskasta ja vaikeasti liikuteltavaa, sillä se koostui erillisestä kamerasta, nauhurista ja akuista. 1980-luvulla journalistit alkoivat käyttää Sonyn Betacam -kalustoa, jossa nauhuri oli rakennettu kameran sisään, mikä pienensi kaluston kokoa merkittävästi. (Karhunen 2017, 11.)

Kamerateknologia kehittyi edelleen. Vuonna 1988 yksi videojournalismin uranuurtajista, Michael Rosenblum, jätti työnsä tuottajana CBS Newsillä ja matkusti palestiinalaisten pakolaisleirille Gazaan. Hän kuvasi palestiinalaisten kansannousun tapahtumia pienellä videokamerallaan, sillä hän halusi nähdä, olisiko televisiojournalismia mahdollista tehdä kuten printtijournalismia: kynän ja lehtiön vain korvaisi tässä tapauksessa videokamera. (Rosenblum 2007a.)

Rosenblum tunnetaan kritiikistään perinteisiä televisiouutisia kohtaan. Blogissaan Rosenblum (2007b) kysyy, miksi televisiouutiset näyttävät kaikkialla maailmassa samalle vuosikymmenestä toiseen, vaikka televisio mediana antaisi mahdollisuudet mihin tahansa. Hänen mukaansa kyse on tuotannon hinnasta. Vuosikymmenten ajan televisiotuotanto oli kallista ja hankalaa, minkä vuoksi luovuudelle ei jäänyt tilaa. Rosenblumin mukaan konservatiivinen suhtautuminen tv-tuotantoon on perua noilta ajoilta, kun kuvaamiseen tarvittiin suuri tiimi ja budjetti. Nykyään televisioon voidaan tuottaa sisältöjä ketterästi ja vain murto-osalla noista kustannuksista. Tämän vuoksi kokeilemiselle ja luovuudelle pitäisi antaa tilaa myös televisiouutisissa. (Rosenblum 2007b.)

Arabikevään 2011 tapahtumia pidetään usein lähtölaukauksena mobiilijournalismin synnylle tai ainakin yleistymiselle. Tuolloin sosiaalinen media valjastettiin kansalaisjournalismin käyttöön vallanpitäjiä vastaan ja sosiaaliseen mediaan ladattiin tuhansittain kuvia ja videoita tapahtumista. Videoiden tulva herätti myös median. Arabikevään 2011 tapahtumat osoittivat, että kuka tahansa, jolla on älypuhelin ja verkkoyhteys pystyy tekemään joukkoviestintää. (Korpela-Välisaari 2017, 9–10.)

Perinteisen median asema tiedon portinvartijana on heikentynyt myös siksi, että tieto leviää internetissä nopeasti juuri kansalaisten älypuhelimella kuvaamien ja sosiaalisessa mediassa jaettujen videoiden ja kuvien avulla.

3 Mobiilijournalismi nykypäivänä

Onlinevideoiden tarjonta sekä kulutus on kasvanut merkittävästi viimeisen vuosikymmenen aikana. Suoratoisto- ja videopalvelut ovat kasvattaneet suosiotaan räjähdysmäisesti ja ne uhkaavat jopa television asemaa. Mediayritykset yrittävät keksiä keinoja, joilla katsojia pystyy koukuttamaan videosisältöihin ja niin ollen juuri kyseisen median kuluttajiksi. (Karhunen 2017, 5; Nielsen & Sambrook 2016, 3.)

Myös nopeusvaatimus sekä medioiden välinen kilpailu on vienyt kehitystä kohti mobiilijournalismia. Toimittaja, jolla on älypuhelin ja nopea nettiyhteys, voi saada uutisen lehden nettisivuille vain minuuteissa tapahtuman alkamisesta (Quinn 2009, 4).

3.1 Teknologia kehityksen keskiössä

Yksi syy onlinevideoiden suosion kasvuun on teknologia, mikä on tuonut älypuhelimet ja sen mukana videosisällöt monen meistä taskuihin. Nopeammat internet-yhteydet, laitteet ja tiedostonpakkaus ovat mahdollistaneet videosisältöjen määrän räjähdysmäisen kasvun. Verkkoyhteydet ovat halvempia kuin koskaan ennen ja langattomien verkkoyhteyksien toimimiseen pystyy luottamaan. Ericssonin (2019, 13) ennusteen mukaan mobiiliverkkoliikenne kasvaa 27 prosentin vuositaitia vuoteen 2025 saakka. Kasvuun vaikuttaa myös 5G-verkon jalkautuminen markkinoille. Vuonna 2025 noin 45 prosenttia käytetystä mobiilidatasta tulee 5G-verkoista. Sen sijaan videoliikenne mobiiliverkoissa kasvaa ennusteen mukaan noin 30 prosenttia vuosittain vuoteen 2025 saakka. Vuoden 2019 lopulla videoliikenne oli 63 prosenttia kaikesta mobiiliverkkoliikenteestä, mutta ennusteen mukaan vuonna 2025 vastaava luku on noin 76 prosenttia. (Ericsson 2019, 13–14; Nielsen & Sambrook 2016, 12.)

Älypuhelimet ovat mobiiliverkon kehityksen keskiössä, sillä ne kuluttavat suurimman osan käytetystä datasta – vuonna 2019 yli 90 prosenttia ja vuonna 2025 noin 95 prosenttia (Ericsson 2019, 14).

3.2 Älypuhelin toimittajan työvälineenä

Toimittajista 72,9 % pitää älypuhelinia merkittävänä välineenä työssään ja 66,7 % kertoo älypuhelimien muuttaneen heidän työskentelytapojaan (Pirhonen 2020, 20-21). Pirhosen kyselyyn vastasi yhteensä 48 journalistia.

Pirhonen tutki opinnäytetyössään, miten journalistit käyttävät älypuhelinia hyödykseen työtehtävissä. Noin kaksi kolmasosaa Pirhosen kyselyyn vastanneista koki älypuhelimien

vaikuttaneen heidän työskentelyrutiineihinsa ja 72,9 prosenttia piti älypuhelinta merkittävänä välineenä työssään. Vastausten perusteella älypuhelimien käyttö työtehtävissä on hyvin arkista ja normalisoitunutta eli samankaltaista kuin älypuhelimien käyttö yleisesti ihmisillä on. (Pirhonen 2020.)

Toimittajat näkevät älypuhelimien myönteisenä tai neutraalina, työn prosesseja lyhentävänä työvälineenä. Se "sulauttaa" monet työrutiinien kannalta tärkeät toiminnot yksien kuorien väliin. Älypuhelimien käyttötavoissa heijastuu yhteiskunnan ja työelämän tämän hetken keskeisimmät trendit. Älypuhelinta voi hyödyntää yksilöllisesti ja monikäyttöisesti. Käyttötavoissa korostuu toimintojen lomittainen ja päällekkäinen hyödyntäminen, riippumattomuus fyysisistä paikoista sekä vuorovaikutus. (Pirhonen 2020, 2.)

Pirhosen saamista vastauksista käy ilmi, että älypuhelimien eri taltiointivälineiden, kuten kameran tai sanelimen roolit korostuvat erityisesti nopeissa uutistilanteissa ja silloin, kun toimittaja työskentelee yksin. Pirhosen opinnäytetyön tutkimuksen monivalintakysymyksessä älypuhelimien kameraa kertoi käyttävänsä 87,5 prosenttia vastaajista ja videokameraa 52,1 prosenttia. Pienempi osa, 25 prosenttia vastaajista kertoi käyttävänsä editointiohjelmaa tai kuvanmuokkausohjelmia puhelimella. Pirhosen tulokinnan mukaan videoinnin ja äänitteiden rooli on kasvanut journalistien työrutiineissa. (Pirhonen 2020, 33.)

3.3 Jokapaikan journalismi

Älypuhelimien ja sosiaalisen median käyttö on muuttanut tapojamme kuluttaa mediasisältöjä. Tämän lisäksi edellä kuvattu kehitys on antanut kenelle tahansa mahdollisuuden kuvata videoita. Perinteisen median asema tiedon portinvartijana on heikentynyt myös siksi, että tieto leviää internetissä niin äkkiä. Tästä esimerkkinä toimii niin sanotun arabikevään tapahtumat vuonna 2011, jolloin sosiaalinen media valjastettiin kansalaisjournalismin käyttöön. Journalistien sijaan tavalliset ihmiset kuvasivat tapahtumia älypuhelimillaan. Jaetut kuvat ja videot levisivät sosiaalisessa mediassa ympäri maailman.

Jokapaikan journalismi on käsite, joka kuvaa sitä, kuinka kuka tahansa voi uutisoida reaaliajassa mistä vain. Uskalin (13.2.2013) mukaan jokapaikan journalismi käsittää reaaliaikaisen uutisoinnin, sen kommentoinnin ja keskustelut. Sen keskiössä ovat älypuhelimet ja niiden sovellukset, kuten liveblogit, twiittaus ja suora mobiilivideointi. Sopivan paikan saatessa kuka tahansa voi uutisoida mistä vain. Tilanne on aivan uusi koko mediahistoriassa. (Uskali 13.2.2013.)

Uskalin mukaan journalismin suurin testi ovat kriisitilanteet, kuten maanjäristykset tai hurrikaanit, jolloin ihmisten tiedon tarve on suurin. Tällaisissa tilanteissa reaaliaikainen kuva

on tehokkain väline. Viestin välittymiseen ei välttämättä tarvita edes sanoja. Kun media ei pääse itse paikalle vaan käyttää lukijoiden tai katsojien tuottamaa videomateriaalia, voidaan puhua uutisten ulkoistamisesta ja talkoistamisesta. Tällöin yleisö ja toimittaja ikään kuin yhdessä uutisoivat kiinnostavasta tapahtumasta. Jokapaikan journalismin ansiosta journalismi on entistäkin nopeampaa ja monipuolisempaa. Reaaliaikaisella tiedolla on suurta uutisarvoa ja kiinnostavuutta. Siksi jokapaikan journalismi on tärkeää etenkin kriisitilanteissa. (Uskali 13.2.2013.)

Jokapaikan journalismilla voi olla myös varjopuolia. Mediaa voidaan yrittää hyväksikäyttää esimerkiksi rikollisen materiaalin tai dis- tai misinformaation levittämiseen. Toimittajat tarvitsevatkin entistä enemmän eettistä harkintakykyä. Myös mediakasvatus on entistä tärkeämpää medioituvassa yhteiskunnassa, jossa kuka tahansa voi kuvata ja julkaista mitä tahansa. (Uskali 13.2.2013.)

4 Mobiilijournalismi tekijöiden näkökulmasta

Tekniikan kehitys on ollut nopeaa niin journalismin kuin koko ihmiskunnan näkökulmasta, ja se jatkunee sellaisena. Mobiililaitteiden käyttö toimittajan työssä on yleistynyt ja vauhti sen kuin kiihtyy. Millaista journalismi ja mobiilijournalismi on nyt ja tulevaisuudessa?

Kysyimme mobiilivideoita työkseen tekeviltä journalisteilta, millaisia työtapoja he käyttävät ja miten mobiilityöskentelyn lisääntyminen vaikuttaa toimittajien työntekoon. Kysyimme myös sitä, vaikuttaako mobiilijournalismi työn laatuun silloin, kun toimittaja tekee koko työprosessin yksin, niin sanotusti soolojournalismina. Haastatteluvastausten perusteella saamme katsauksen mobiilijournalistien toimivista työtavoista ja mobiilijournalismiin tarvittavista resursseista uutistoimituksessa. Journalistit kertovat näkökulmansa siihen, mikä mobiilijournalismissa toimii ja mikä ei, ja miksi sen haltuunotto on medioille elintärkeää.

4.1 Menetelmävalinnat ja teemahaastattelun toteutus

Opinnäytetyön tutkimusmenetelmäksi valitsimme teemahaastattelun. Teemahaastattelu on yksi aineistonhankintamenetelmä laadullisessa tutkimuksessa. Se antaa haastatelluille journalisteille mahdollisuuden itse kuvailla työtään mobiilijournalisteina sekä työn herättämiä ajatuksia. Haastateltavaksi valikoitui yhteensä kuusi toimittajaa, joista neljä työskentelee MTV Uutisten toimituksessa ja tekevät työssään säännöllisesti mobiilijournalismia. Kaksi haastateltavaa toimittajaa työskentelevät Yle Pohjois-Suomessa ja tekevät työssään mobiilijournalismia lähes päivittäin.

Otantamenetelmänä käytimme eliittiotantaa eli haastateltaviksi valikoituivat henkilöt, joilta uskoimme saavamme parhaiten tietoa tutkittavasta ilmiöstä. MTV Uutisista he olivat vastaavan toimituspäällikön ehdottamia journalisteja, jotka ovat mobiilijournalismista kiinnostuneita, sen parissa työskenteleviä ja siihen kouluttautuneita toimittajia. He ovat työskennelleet MTV Uutiset Livessä sekä tv-uutisten puolella. Haastateltavat Ylen toimittajat olivat Ylen vastaavan verkkotuottajan ehdottama kokenut mobiilijournalismin kehittäjä, sekä tämän ehdottama mobiilijournalisti.

Teemahaastattelussa on joukko asioita eli teemoja, joista halutaan keskustella haastateltavien kanssa. Haastattelutilanteeseen kannattaa ottaa tueksi etukäteen laadittu teemarunko, joka voi olla esimerkiksi lyhyt luettelo (Valli, 2018, 41–42). Laadimme haastattelukysymykset etukäteen (Liite 1) teemahaastattelun tueksi. Avointen kysymysten etu on, että vastausten joukossa voi olla hyviä ideoita. Toinen positiivinen puoli on mahdollisuus

saada vastaajan mielipide selville perusteellisesti (Valli 2018, 114). Haastattelujen edessä teimme myös tarkentavia kysymyksiä saadaksemme kysymyksiimme syvällisempiä vastauksia.

Etsimme haastattelun teemoja kirjallisuudesta ja teorioista, joita olemme esitelleet opin- näytetyön alussa olevassa teoriaosuudessa. Haastattelun teemat muodostuivat myös in- tuition ja oman journalistisen kokemuksemme perusteella.

Opinnäytetyön haastattelut tehtiin sekä kasvokkain, että osaksi etänä verkkokokoustyö- kalu Zoomin välityksellä. Haastatteluja tehtiin yhteensä kuusi kappaletta. Elokuussa vuonna 2020 tehdyt MTV Uutisten toimittajat haastateltiin TV Uutisten toimituksessa. Haastattelut tehtiin kolmena eri kertana. Myöhemmin marraskuussa vuonna 2020 tehdyt Ylen haastattelut tehtiin poikkeusajan ja maantieteellisen etäisyyden vuoksi Zoomilla. Kaikki toimittajat haastateltiin yksittäin. Haastatteluiden kestot vaihtelivat 25 minuutin ja 1 tunnin välillä. Kaikissa haastatteluissa käytettiin pohjana samaa kysymyspatteristoa.

Olemme purkaneet haastatteluvastaukset työhömme sekä referoiden että suoraan laina- ten haastateltujen toimittajien vastauksia. Sitaateissa käytämme merkintää toimittaja 1, toimittaja 2 ja niin edelleen, jotta vastanneita toimittajia ei voi tunnistaa. Toimittajat on nu- meroitu satunnaisessa järjestyksessä.

4.2 Mobiilijournalismi Ylellä ja MTV Uutisissa

Toteuttamamme haastattelututkimuksen perusteella mobiilijournalismia käytetään useissa kanavissa sekä MTV Uutisissa että Ylellä. Tämän kappaleen kuvaukset mobiilijournalis- min tämänhetkisistä tilanteista MTV Uutisissa ja Ylellä on koostettu toteuttamiemme haas- tattelujen perusteella.

Netissä pyörivässä MTV Uutiset Livessä mobiilijournalismia käytetään livelähetyksissä sekä etukäteen kuvatuissa pitkissä pätkissä, joita ajastetaan esimerkiksi viikonloppuihin. MTV Uutiset Live-lähetyksistä näkyy puolen tunnin ohjelma myös lineaarisessa televisi- ossa. Myös osa Maikkarin tv-uutisten eli Seitsemän uutisten ja Kymmenen uutisten ju- tuista on tehty mobiilisti. Toimittaja on voitu esimerkiksi lähettää yksin juttukeikalle maa- kuntaan. Myös mtvuutiset.fi-sivustolle tehdään verkkojuttuja mobiilijournalismin keinoin. Mobiililaitteilla saadaan taltioitua hyvää materiaalia myös sosiaalisen median käyttötarpei- siin, kuten juttujen ”markkinointiin”. Materiaalia voidaan hyödyntää myös konsernin muissa välineissä, ohjelmissa, radiossa ja nettisivuilla. Onkin yleistynyt, että materiaalia käytetään ristiin eikä ole harvinaista, että esimerkiksi iltauutisissa näytetään materiaalia aiemmin päi- vällä tulleesta keskusteluohjelmasta, jossa haastateltiin esimerkiksi asiantuntijaa.

MTV Uutisissa on useita toimittajia, jotka tekevät työssään mobiilijournalismia. Toimittajat tekevät myös niin sanottuja perinteisiä juttuja. Kukaan heistä ei ole erikoistunut vain mobiilijournalismiin. Tilanteen mukaan toimittajat esimerkiksi lähtevät videokeikalle yhdessä kuvaajan ja tv-kameran kanssa pelkän mojo-setin sijaan. MTV Uutisten mobiilivideot voidaan karkeasti jakaa kahteen ryhmään niiden toteutustavan mukaan: livevideoihin ja tallenteisiin.

Ylellä mobiilijournalismia on kehitetty kunnianhimoisesti vuodesta 2016. Ylellä mobiilijournalismi on Pasilan päätoimituksen lisäksi jalkautettu aluetoimituksiin ympäri Suomen. Mobiilisti tehtyjä videoita voi nähdä Ylen verkkosivuilla, alueellisissa uutislähetyksissä sekä pääuutislähetyksissä.

Ylellä on viimeisten vuosien aikana kehitetty kolmitasoinen järjestelmä mobiilijournalismin tekemiseen ja kehittämiseen. Mojo-osaamisen kouluttamisesta on vastuussa 10 henkilön mojo-asiantuntijarinki, joka on hajautettu ympäri Suomen eri alueille. Perustasolla tavoitteena on, että jokainen aluetoimitusten työntekijä pystyy itse kuvaamaan nopeat ensikuvat uutistilanteesta oikeilla asetuksilla ja lähettämään ne tuotantojärjestelmään. Tarvittaessa jokainen pystyy tekemään puhelimella myös suoran lähetyksen.

Toiselle tasolle on koulutettu 3–6 toimittajaa jokaisesta aluetoimituksesta. Toisella tasolla tavoitteena on pystyä tuottamaan tv-sähkeitä, "satasia"¹ ja yksinkertaisia nettivideoita kevyellä mojo-kalustolla, johon kuuluu puhelimen ja nappimikrofonin lisäksi muitakin välineitä. Satasella tarkoitetaan noin sadan sekunnin mittaista uutiskilppiä. Toisen tason mojo-toimittajilla on valmius hyödyntää mojo-kalustoa myös niin sanotun perinteisen kaluston rinnalla, kun tilanteesta vaaditaan esimerkiksi täydentävää kuvaa inserttiin.

Kolmas taso on niin sanottu masterclass-taso, jolla työskentelevät toimittajat ovat mojomoniosaajia. He pystyvät kuvaamaan, äänittämään, leikkaamaan ja toimittamaan jutun täysin itsenäisesti hyödyntäen mojo-kalustoa ja editointi- ja tuotantojärjestelmiä. Ylellä on tavoitteena, että jokaisella alueella olisi viimeistään talven 2020–2021 aikana ainakin yksi tällainen osaaja. Seuraava tavoite on, että jokaisesta aluetoimituksesta² löytyy yksi moniosaaja.

¹Satanen on lyhyt haastattelupätkä. Satasesta leikataan yleensä toimittajan kysymykset pois, ja leikkauskohdat voidaan paikata kuvituskuvalle.

²Ylellä Suomi on jaettu alueisiin, joissa on yksi tai useampi aluetoimitus.

Haastattelujemme perusteella mobiilijournalismia käytetään rikastuttamaan journalistisia sisältöjä ja paikkaamaan puutteita sellaisissa kohdissa, joissa niitä muuten olisi. Toimittajat arvostavat mojo-sisältöjen monikäyttöisyyttä. Samaa sisältöä voidaan hyödyntää konsernin useammassa ohjelmassa tai paikassa, kuten nettisivujen lisäksi tv-uutisissa tai verkkosivuilla videona tai audiona. Tämän vuoksi materiaalia kuvataan yleensä enemmän kuin varsinaiseen juttuun tarvittu määrä.

Toimittajat pitävät mobiilijournalismin tekemistä nopeana ja simppeleinä. Mojo-kalustolla voidaan lähteä matalammalla kynnyksellä liikkeelle, sillä tapa on niin edullinen. Kännykän kanssa pääsee paikkoihin, joihin ison kameran kanssa voi olla fyysisesti mahdotonta mennä. Jutuntekopaikka voi olla myös sellainen, johon ei esimerkiksi kulujen takia lähetettäisi kameramiestä ja toimittajaa.

Journalistinen lopputuote, joka näkyy katselijoille joko televisiossa tai internetissä, monipuolistuu haastateltavien mukaan mobiilijournalismin ansiosta. Toimittaja voidaan lähettää vaikkapa Kemiin tekemään juttua aiheesta, jonka takia paikalle ei laitettaisi toimittajaa ja kuvaajaa, mutta yksi toimittaja mojo-setin kanssa voitaisiinkin laittaa matkaan. Mobiilijournalismilla voidaan paikata toimituksen alueellisessa verkostossa olevia aukkoja.

Oikein käytettynä mobiilijournalismi on hyvä työkalu. Se ei poista oikeiden kuvaajien ja isojen kameroiden tarvetta, mutta se täyttää aukon, joka medially muuten olisi. Näin tarjonnan kirjo mediassa monipuolistuu väkisin.

4.3 Mobiilijournalistin arki

Mobiilijournalismista on tullut arkipäiväinen työskentelytapa uutistoimituksissa. Välineistöä on tarjolla, mojon lähtökohtaisesti kannustetaan ja myös koulutusta järjestetään. Haastattelujemme mukaan mobiilijournalismia käytetään erityisesti nopeissa uutistilanteissa, kun uutispaikalle täytyy päästä lähtemään nopeasti. Tämän lisäksi osalle keikoista mojo on parempi valinta kuin perinteinen kuvaaja-toimittaja-työpari. Tällainen tilanne voi olla esimerkiksi, kun kuvauspaikalle olisi hankala päästä suuremman kameran kanssa tai kun toimittaja haluaa olla mahdollisimman ”näkyvätön” eli sulautua joukkoon.

Kaikki haastattelemamme toimittajat tekevät mobiilijournalismia muun journalismin ohella – he eivät siis tee ainoastaan mojoa, vaikka ovat siihen erikoistuneita. Tämä kuvaa hyvin mobiilijournalistin arkea. Juttuaiheen pohjalta valitaan sen toteutustapa ja mojo-välineis-

töön on oltava valmis tarttumaan lyhyelläkin varoitusajalla. Mobiilijournalistin arki on mu-
kautumista muuttuviin tilanteisiin – ja sen hyödyntämistä journalistisessa sisällössä. Äly-
puhelinta jutuntekuvälineenä ei nähdä rajoitteena, vaan mahdollisuutena.

4.3.1 Resurssit: Koulutus, välineet ja tekniikka

Haastattelemamme MTV Uutisten toimittajat kokivat, että MTV Uutisissa on suhteellisen
hyvät resurssit mobiilijournalismiin. Toimittajat olivat tyytyväisiä tekniseen välineistöön.
Osa toimittajista oli halunnut satsata myös omaan mojo-kalustoon. Resurssien osalta
MTV Uutisten toimituksessa kaivataan eniten monipuolista koulutusta, joka tarjoaisi tekni-
sen osaamisen sijaan näkökulmia sisällöltään laadukkaaseen mobiilijournalismiin.

MTV Uutisissa mobiilijournalismia työssään tekevät toimittajat kertoivat saaneensa työhön
lyhyen workshop-tyylisen koulutuksen, joka keskittyi pääasiassa tekniseen puoleen. Kou-
lutus on ollut toimittajien mielestä jokseenkin riittävä työssä onnistumiseen. Silti laajempaa
ja tekniikan ulkopuolelle, esimerkiksi mobiilijournalismiin sopiviin juttuaiheisiin ulottuvaa
koulutusta kaivattiin. He myös kaipasivat palautetta tehdystä työstä.

Haastatteluissa nousi esiin, että koulutuksen standardoimista pidetään tärkeänä. Näin on
erityisesti Ylellä, jossa mojo-työskentelyyn on luotu konsepti. Tärkeänä pidetään myös,
että havainnot ja toimivat käytännöt tuodaan kaikkien saataville.

Kuvakerronnan perusteet ovat samat kuin muussakin videojournalismissa, mutta
mojossa on käytössä sen verran eri väline, että siihen on tärkeää kouluttaa. Myös
järjestelmät voi olla sokkeloiset, joten niihin on hyvä perehtyä ennen kuin alkaa teke-
mään. On rankkaa kahlata yksin ilman koulutusta. (Toimittaja 6.)

Ylellä mobiilijournalismia tehdään kolmella eri tasolla: perustasolla, kevyellä mojo-tasolla
ja masterclass-tasolla. Osaamisesta huolehtii 10 mojo-asiantuntijan ringki ympäri Suomen.
Mojo tekeminen on tarkasti konseptoitua ja esimerkiksi perustasolla olevan mojo-toimitta-
jan työ on tehty niin helpoksi kuin mahdollista. Perustasolla Ylellä on käytössä Ruotsin
SVT:ltä lisensoitu Starling-kuvaussovellus, joka pakottaa kameran kuvan oikein päin ja
kuvaa oikealla kuvataajuudella (frame rate tai frames per second). Starlingilla toimittaja
pystyy vain tarkentamaan, kuvaamaan ja lähettämään videon järjestelmään. Toimittaja ei
pysty muuttamaan kameran asetuksia sovelluksessa, joten videoiden laatu pysyy sen
osalta vakaana. Video lähtee automaattisesti oikeaan paikkaan ja kuvaamisen vaiva on
minimoitu. Kuvakerronnassa pätee kuitenkin normaalit lainalaisuudet myös perustasolla:
on huomioitava esimerkiksi valon suunta.

Ylellä perustason mobiilijournalistin ei tarvitse hallita kaikkea tekniikkaa. Toimittajan pitää kuitenkin pystyä hallitsemaan monta asiaa yhtä aikaa. Mojo-toimittajalla täytyy olla valmius opiskella teknisempiäkin asioita, jos haluaa kehittyä työssään ja olla ”nörtti”, kuten eräs haastateltava toimittaja itse kuvaili.

Useampi haastateltavista kertoi, että he ovat oppineet eniten mojo-työskentelystä tekeillä käytännön työtä. Kaksi MTV:llä työskentelevistä haastateltavista oli omalla ajalla osallistunut koulutuksiin ja seminaareihin ulkomailla, esimerkiksi MojoCon-konferenssiin. Koulutuksen rahoitus on tapahtunut itse hankitulla stipendillä.

MTV:llä perustavanlaatuaista koulutusta tekijöille kaivattiin, jotta toimittaja voi luoda käsityksen siitä mitä voisi tehdä paremmin seuraavalla keikalla. Koulutusta kaivattiin nimenomaan niille toimittajille, jotka työskentelevät mobiilijournalismin parissa. Toimittajat eivät kokeneet tarpeelliseksi, että joka ikinen toimittaja toimituksessa koulutettaisiin mojo-videoiden tekoon ”kaiken varalta”. Etenkin, kun mojon tekemiseen täytyy saada rutiinia, jotta sen saa toimivaksi. Toisaalta journalistit toivoivat, että jokainen toimittaja kuitenkin ymmärtäisi mojon mahdollisuudet ja tilanteet, joissa sen käyttäminen luo lisää mahdollisuuksia. Ylellä se, että jokainen aluetoimitusten toimittaja koulutetaan mojon perustasolle, on sen sijaan todettu toimivaksi.

Mojoon tarvittavaa laitteistoa on MTV Uutisten toimituksessa saatavilla riittävästi ja sitä hankitaan tarvittaessa lisää jonkin osan rikkoutuessa. Osa haastatelluista toimittajista kertoi kuitenkin hankkineensa itselleen omaa mojo-kalustoa, jota käyttää työssään täydentämään toimituksen välineistöä.

MTV Uutisten toimituksessa on kaappi, josta journalistit lainaavat mojo-repun juttukeikalle lähtiessään. Kaapissa on yhteensä neljä mojo-settiä. Uusi kaappijärjestelmä, jossa laitteet säilytyksen aikana latautuvat, mahdollistaa sen, että käytössä olevat laitteet ovat viimeisen päälle kunnossa mojo-keikalle lähtiessä. Mojo-settien lisäksi jokaisella toimittajalla on työkäytössä älypuhelin sekä Adobe Premiere -editointiohjelma.

Ylellä on käytössä yhteensä noin 100 kappaletta mojo-settejä aluetoimituksissa ympäri Suomen. Sen lisäksi toimittajilla on työkäytössä älypuhelin, jota perustasolla olevat mojo-toimittajat käyttävät kuvatessaan mojo-videoita. Editointiin käytetään mobiiliapplikaatiota nimeltään wevideo.com, jolla siirretään videoita puhelimesta Wevideon pilveen editoitavaksi. Jotkut editoivat videomateriaalin puhelimella tai tabletilla, mutta pääasiassa vain kuvataan puhelimella ja editoidaan läppärillä tai koneella.

Maikkarin mojo-settiin kuuluvat välineet ovat:

- Älypuhelin, tällä hetkellä iPhone 8-malli
- Jalusta
- Mikrofoni
- Kuulokkeet
- Ladattava lisävalo
- Mokkula

Ylen mojo-settiin kuuluvat välineet ovat:

- Älypuhelin, Masterclass-journalisteilla iPhone 11 Pro
- Gimbaali, jonka pohjassa pöytäjalusta ja tarvittaessa kiinni saa myös isomman jalustan
- 2 langatonta mikrofonia
- Kuulokkeet
- Lisävalo



Kuva 2. Kuvakaappaus mojo-välineistä Ylen toimittajan videolta. (25.11.2020)

Gimbaali on mekaaninen kuvanvakain, joka estää kameran värinää ja mahdollistaa vaakan videokuvan tuottamisen myös kameran ollessa liikkeessä. Monet haastateltavista toimittajista olivat ostaneet itse lisätarvikkeita, joita käyttivät keikoilla. Eräs haastatelluista oli hankkinut esimerkiksi painavamman tripodin eli kolmijalan, joka ei kaadu niin helposti kuin kevyempi jalusta.

MTV Uutisissa videoiden kuvaamiseen käytetään tällä hetkellä iPhone 8 -puhelinta. Ylellä masterclass-tason mojo-toimittajilla on käytössään iPhone 11 pro. Kummassakaan mediatalossa videoita ei kuitenkaan kuvata puhelimen omalla kameralla, vaan Filmic Pro -sovelluksella. MTV Uutisissa sitä käytetään, koska se on yhteensopiva videoiden editoimiseen käytettävän Adobe Premierin kanssa ja sillä pystyy säätämään valotusta ja tarkennusta. Näitä ominaisuuksia ei ole automaattisesti jokaisessa kuvaussovelluksessa. Ylellä Filmic Prota käyttävät edistyneemmät mobiilijournalistit. Ylen perustason mobiilijournalisteilla on käytössään yksinkertainen Starling-kuvaussovellus, joka tekee videokuvaamisen helpoksi.

Usein kentältä kuvataan puhelimella suoraa lähetystä. Suoran lähetykseen tekemiseen tarvitaan hyvää ja nopeaa nettiyhteyttä, joten MTV:n mojo-settiin kuuluu moka. Molemissa mediataloissa puhelimella tehtävät livelähetykset kuvataan ja välitetään LiveU-sovelluksella verkon ja tv-uutisten suorissa osuuksissa.

Koska videoita tai lähetyksiä kuvataan usein paikoista, joissa valaistus on heikko, mojo-settiin kuuluu lisävalo. Lisävalo kiinnitetään älypuhelimeen, ja sen ansiosta mojo-kalustolla pystyy kuvaamaan laadukasta videomateriaalia myös hämärissä paikoissa. Haastatteluita kuitenkin pyritään ensisijaisesti tekemään ulkona luonnonvalon saamiseksi.

Mojo-setin jalusta voi olla joko Monopod eli selfiekepin oloinen yksijalka tai tripod, eli kolmijalka, joka kannattelee kännykkää. Settiin kuuluu lisäksi pieni ulkoinen mikrofoni äänenlaadun parantamiseksi sekä nappimikrofonit haastateltavalle ja haastattelijalle. MTV:llä välineiden yhteensopivuudessa on haastateltavien mukaan ollut haasteita. Tämän takia esimerkiksi langattomia mikrofoneja hyödynnetään. Haastateltavat toimittajat kuitenkin kokivat, että tarvittavaa laitteistoa on uutistoimituksessa riittävästi ja sen kunnosta ei sinänsä oltu huolissaan. Toimittajien mukaan tarvittavat välineet ovat aina löytyneet ja tarvittaessa niitä on ostettu lisää.

Mojo-keikalle lähtiessä on huomioitava, että kaikki tarvittava tekniikka on varmasti mukana. On myös varmistettava, että akut ovat täynnä, eli kännykässä, mikrofonissa ja muissa laitteissa on täydet virrat. Varavirtaa on myös hyvä pitää mukana.

Haastattelujen mukaan toimittajia huolettaa välillä kaluston toimivuus. Välineet kulkeutuvat toimittajalta toiselle, jolloin niistä ei välttämättä pidetä niin hyvää huolta kuin omista tavaroista. Keikalle lähtiessä on siksi tärkeää varmistaa, että kaikki tarvittavat välineet ovat mukana ja kunnossa ja, että niissä on tarpeeksi virtaa.

Aina keikalle lähtiessä on hyvä varata mukaan kaiken maailman nyssyköitä, pussukoita ja narua. Voi vaikka sen varavirran laittaa pussukkaan ja köytystä sen jalustaan kiinni, kun ei sen piuha yllä maahan asti. Pitää olla aina varautunut siihen, että kaikki ei mene kuin Strömsössä. Mitä tahansa voi tapahtua ja täytyy olla valmius ratkaista ongelmia. (Toimittaja 3.)

Kekseliäisyyttä toimittajilta kysytäänkin. Joskus juttuidea tulee vapaa-ajalla ja silloin sen toteutukseen voi tarvita luovuutta. Korona-ajan turvavälien säilyttämiseksi eräs toimittaja sitoi nappikuulokkeen villalangalla kiinni leppäkeppiin. Lähetys tuli ulos Kymmenen uutisista. Katsojilta ei tullut palautetta tästä mikkitelineen korvikkeesta, tai ainakaan se ei ole kantautunut toimittajan korviin asti.

Mobiilijournalismin voidaan katsoa säästävän työtunteja. Mobiilijournalismia tehdään usein yksin soolojournalismina, kun perinteisen videokameran kanssa tehtävään videoklippiin tarvittaisiin vähintään kaksi tekijää eli toimittajan lisäksi kuvaaja, todennäköisesti myös editoija. Mobiilijournalistina toimiessa toimittajan työmäärä yhtä juttua kohden lisääntyy. Varsinaisen toimittajan työn lisäksi hän toimii tilanteessa kuvaajana, valaisijana, äänittäjänä ja useasti myös jutun editoijana.

Mojo nopeuttaa varsinkin lähtönopeutta toimituksesta tapahtumapaikalle. Toisaalta toimittajien mukaan joskus esimiehet luulevat mojo-työskentelyn helposti epärealistisenkin nopeaksi, joka on tarkoittanut mobiilijournalisteille ylitöiden tekoa. Kuten totesimme tietoperustan alussa luvussa 1.4.3. Soolojournalismi ei välttämättä ole nopeampaa kuin kuvaaja-toimittaja-työparin työskentely. Työpari voi olla jopa tuplasti nopeampi kuin soolojournalisti, sillä silloin yhteen asiaan keskittyminen on tehokkaampaa (Karhunen 2017, 8). Mojo onkin sopiva työtapo erityisesti silloin, kun uutiskeikalle on lähdettävä nopeasti eikä erillistä kuvaajaa ole saatavilla, tai kun kuvataan sellaisessa paikassa, johon perinteisen kameras kanssa on vaikea päästä – ei niinkään työn tehostamiseksi.

Mojoa ei voi käyttää kaikilla keikoilla. On tilanteita, joihin se ei sovi, on keikkoja, joihin kannattaa lähteä työparilla. Korostan aina, että pitää miettiä tilanne etukäteen ja mikä kalusto siihen sopii. Jos lähdetään väärään tilanteeseen mojolla, siitä voi tulla inhottava kokemus. Mojo-keikalle ei pitäisi lähteä sillä ajatuksella, että laadusta tingitään siinä kohtaa. (Toimittaja 6.)

Journalismin, erityisesti uutisjournalismin, keskeinen periaate on nopeus. Online-aikaan siirtymisen jälkeen nopeuden vaatimus on lisääntynyt entisestään: uutiskilpailun voittaa se, joka ehtii julkaista uutisen ensimmäisenä. Jyrkiäisen ja Väliiverrosen mukaan tämä tarkoittaa sitä, että toimittajan on tuotettava juttuja yhä enemmän useampaan välineeseen. Aikapaine onkin toimittajien kokemusten mukaan yksi keskeisimmistä syistä journalismin laadun heikkenemiseen. Muuttuva työympäristö vaatii työtapoihin perehtymistä ja aikaa ajattelulle ja keskustelulle, mutta resurssien vähyyden takia sille ei juurikaan ole aikaa. (Jyrkiäinen 2008, 36; Väliverronen 2009a, 30.)

Mojoa ei saisi lähestyä liian itsestäänselvytenä, johon kuka tahansa kykenee. Annetaan mahdollisuus päästä tekemiseen sisään eikä heitetä kylmään veteen. Se ei palvele tekemistä ja lopputulosta, jos ollaan sellaisissa tilanteissa, että heitetään toimittaja kylmiltään tekemään. (Toimittaja 6.)

4.3.2 Mobiilijournalistin työtavat ja ominaisuudet

Kiire määrittelee hyvin usein mobiilijournalismin käyttöä käytännön työssä. Välitöntä reagoitua vaatimaan uutistapahtumaan lähdetään toimituksesta enenevässä määrin hoitamaan mobiilijournalismin keinoin. Esimerkiksi onnettomuuspaikalle on lähdeävä nopeasti toimituksesta kovan median välisten uutiskilpailun takia ja erillistä kuvaajaa ei välttämättä ole silloin vapaana. Eräs haastateltavista toimittajista kuvasi tätä ”kilpajuoksuksi muiden toimitusten kanssa.”

Uskalin mukaan journalismin suurin testi ovat kriisitilanteet, kuten maanjäristykset tai hurrikaanit, jolloin tiedon tarve on suurin. Tällaisissa tilanteissa reaaliaikainen kuva on tehokain väline. Kun oivalletaan mistä on kysymys, viestin välittymiseen ei välttämättä tarvita edes sanoja. Reaaliaikaisella tiedolla on suurta uutisarvoa ja kiinnostavuutta. (Uskali 13.2.2013.)

Tavalliselle juttukeikalle lähtiessä kuvaajat varataan ja tilataan etukäteen toimittajan työpariksi, mahdollisuuksien mukaan jo edellisenä päivänä. Kaksi haastateltavista kertoi, että kuvaajan mukanaolo juttukeikalla vie toimittajan stressiä pois ja silloin toimittaja voi keskittyä paremmin itse asiaan ja haastateltavaan. Kysyttäessä moni haastateltava ottaisi mieluummin kuvaajan mukaan keikalle ainakin tapauskohtaisesti. Eräs haastateltava kiteytti asian näin: ”Jos on mahdollista ottaa kuvaaja, niin kyllä. Mutta tarvitsenko kuvaajaa? En.” (Toimittaja 2.)

Eräs haastateltava painotti sitä, että jokaisen juttukeikan yhteydessä olisi hyvä miettiä etukäteen se, millä välineistöllä keikka on mielekkäintä toteuttaa.

Kävin tänään kuvaajan kanssa keikalle, ja eilen kävin mojona. Haluan aina miettiä tilanteeseen sopivan tavan ennalta. Ja se on onneksi mahdollista. Oon onnellisessa asemassa, kun voin sanoa noin. Mojo ei ole aina ratkaisu ja kaikkeen se ei sovi. Lähtökohtaisesti tykkään käydä keikoilla yksin ja siitä, että oon kaikesta itse vastuussa. Varsinkin näin etäaikana se helpottaa. (Toimittaja 6.)

Mobile Journalism Manualin mukaan puhelimen avulla toimittaja pystyy kehittämään video- ja radiojournalismin sekä valokuvauksen taitoja ilman perinteistä kalliista laitteistoa. Toimituksissa mobiililaitteiden käytöllä voi olla jopa osastojen, kuten somedeskin ja videodeskin, välisiä perinteisiä rajoja hälventävä vaikutus. (Mobile Journalism Manual. The guide for reporters and newsrooms s.a.) Eräs Ylen toimittaja kertoikin tekevänsä juttuja pääasiassa suurempina kokonaisuuksina – hän hankkii mojolla materiaalit kaikkiin välineisiin. Hän kirjoittaa pitkiä artikkeleita, kuvaa kuvia ja videoita sekä tallentaa ääniä. Hänen mukaansa mojo-työssä usein unohtuu, että videon ääntä on mahdollista käyttää vaikka radiossa tai podcastissa.

Kun journalisti lähtee yksin mojo-keikalle, teknisen puolen lisäksi on myös ehdittävä miettimään miltä haastattelu tulee näyttämään ja että journalistinen puoli toimii, oli kyseessä sitten tallenne tai live-lähetys. Kokonaisuutta on pystyttävä hallitsemaan niin teknisesti kuin sisällöllisesti. “Pitää miettiä miten siitä työnteosta tulee kaikkein helpointa, kun niitä vehkeitä on kuitenkin aika paljon mukana” (Toimittaja 1).

Haastattelujemme vastausten mukaan mobiilijournalistilta vaaditaan moniosaamista, rohkeutta lähteä keikalle, nopeutta sekä halua ja kykyä kuvalliseen ilmaisuun. Mobiilijournalisti ei saa häkeltä, vaikka tekniikan kanssa voi tapahtua mitä tahansa. Mobiilijournalistin odotetaan olevan innokas, nopeasti omaksuva, liikkuva persoona. Kaikesta pitää selvittää yksin, sekä teknisesti, että sosiaalisesti. Esimerkiksi humalainen häirikkö täytyy saada hädettyä ilman työparin apua. Mobiilijournalistin arkeen kuuluu monen asian samanaikainen hallitseminen.

Jos on haastattelutilanne päällä, niin kuuntelet mitä se ihminen sanoo. Mietit seuraavaa kysymystä, tsekkaillet toisella silmällä, että kaikki menee talteen, tasot vilkkuvat, eikä ole mitään kummallista. Sitten jos siihen tulee vielä jotain ylimääräistä ulkopuolista, niin se vaatii hyvää hermoa. (Toimittaja 3.) Mojo on puoliksi journalismia ja puoliksi uuden teknologian hyödyntämistä ja hallitsemista. Se helpottaa hommaa, jos on vähän nörtti. (Toimittaja 5.)

Lisäksi haastateltavien mukaan mobiilijournalistilta toivotaan tietynlaista kekseliästä ajatusmaailmaa, jonka avulla toimittaja näkee puhelimen kameran mahdollisuutena eikä rajoitteena. Esimerkiksi vielä joitakin vuosia sitten Ylellä oli tavoite, että kännykällä kuvattua ei erottaisi muusta videomateriaalista. Nyt Ylen mojo-konseptiin on kirjattu, että puhelimen kuvausvälineenä saa näkyä lopputuloksessa. Toimittaja voi esimerkiksi kesken suoran lähetyksen vaihtaa puhelimen takakamerasta etukameraan ja sillä tavalla luoda videokerrontaan uusia ulottuvuuksia.

Mobiilijournalistin pitää pystyä löytämään kekseliäitäkin ratkaisuja keikoilla. Älypuhelin ei saa olla rajoite, vaan toimittajan täytyy pystyä tekemään mitä vain. Ei ”joudunko tekemään tän puhelimella” vaan ”mitä kaikkea voin tehdä tällä puhelimella” on ehkä se juttu. (Toimittaja 2.)

Mobiilijournalismissa kannattaa käyttää luovuutta. Kännykkä ”saa näkyä” kuvaamisessa. Hyödyntää kännykkää enemmän kuin hävittää sitä kuvauksesta. Pioneerityölle on tarvetta, sillä kaikki haastateltavat ihmiset eivät ole vielä tottuneet mobiilijournalisteihin. Joitakin puhelimen pienuus välineenä auttaa rentoutumaan. Se, että kaivetaan esiin kännykkä, voikin olla vapauttava hetki ihmiselle. Mutta ”joskus haastateltavat ovat epäuskoisia, kun paikalle saapuu lähetysauton sijaan nainen ja tikunnokkaan laitetaan kännykkä” (Toimittaja 4).

Toisaalta useampi mobiilijournalisti kertoi joidenkin haastateltavista menevän niin sanotusti lukkoon, kun kameramies tulee lähelle kuvaamaan ison kameran kanssa. Pieni mojo-kalusto voi helpottaa haastateltavan jännitystä. Jotkut ovat kuitenkin olleet jopa pettyneitä siitä, ettei toimittajalla olekaan mukana isoa kameraa. Joillekin haastateltaville on helpompaa, kun on pieni kamera. Kukaan ei ole sanonut mitään pahaa [mojo-]kalustosta.

”Joillekin se voi kuitenkin olla jopa pettymyksen hetki, koska on varautunut siihen, että nyt tulee tv-kamera ja tehdään telkkariin. Silloin on osattava kertoa se, että myös älypuhelimella voidaan tehdä yhtä laadukasta tavaraa, eikä se ole mikään hätäratkaisu.” (Toimittaja 6.)

Opinnäytetyömme haastattelujen aikaan vallitseva koronavirustilanne on mobiilijournalistien mukaan helpottanut keikalle menoa pelkän mojo-välineistön kanssa. Toimittajien on ollut helppo kertoa haastateltaville, että vallitsevan tilanteen ja turvavälien vuoksi toimittaja myös kuvaa haastattelun itse kameramiehen sijaan. Mobiilijournalismin käyttö onkin lisääntynyt korona-aikana, jottei haastattelutilanteessa olisi niin montaa henkilöä paikalla ja turvavälit on helpompi säilyttää.

Haastattelujen mukaan mobiilijournalistit toivoivat enemmän palautetta työstään, niin hyvää kuin huonoakin. Palautetta kaivattiin suoraan omalta esihenkilöltä ja kollegoilta. Yleisön palaute kulkeutuu harvoin toimittajan korviin asti. Mojo-toimittajat kaipasivat kehitysehdotuksia työhönsä, koska "työ ei ole mitään perustoimittajan hommaa. Joku keräisi esimerkkejä ja palautetta voisi antaa esimerkiksi ryhmässä, jossa katsottaisiin, millaista videokuvaa meillä yleensäkin on." (Toimittaja 1.)

Myös rutiinin saamista mojo-videoiden tekemiseen pidettiin tärkeänä oman ammatillisen kehittymisen kannalta. "Itsellä on paineet, että pitää olla hyvää jälkeä. Rima nousi korkeammalle televisiojournalismia tehdessäni." (Toimittaja 4.)

4.3.3 Millaisissa tilanteissa mobiilijournalismia käytetään?

Uutistoimituksessa mobiilijournalismi on yksi journalismin muoto. Kiire on usein leimaava tekijä mojo-keikalle lähtiessä. Toimittajan on helppo napata välinereppu selkään ja lähteä keikalle yksin, eikä tarvitse jäädä odottelemaan ketään. MTV Uutisissa mobiilijournalismin määrästä ei pidetä kirjaa, vaan mojo-videoita toteutetaan resurssien, kiinnostavuuden ja toimittajan osaamisen mukaan.

Videojournalismi ei ole enää uusi uutisisällön muoto. Myös soolovideojournalismia on tehty jo pitkään. Blankenshipin (2016, 2) mukaan erityisesti Yhdysvalloissa paikalliset tv-kanavat ovat käyttäneet soolojournalisteja uutistuotannossa jo vuosikymmenten ajan. Ylellä mojoa tehdäänkin aktiivisesti erityisesti aluetoimituksissa, joissa toimittajia on vähemmän ja välimatkat ovat ehkä pidempiä.

Ylellä mojoa käytetään ihan tavallisilla uutiskeikoilla, kuten Ylen aamun suorissa lähetyksissä alueilta, kirjeenvaihtajien suorissa raporteissa tai muissa videoissa ympäri maailmaa. Mojon tekemistä ei ole Ylellä rajattu vain johonkin tai joihinkin tiettyihin tilanteisiin, vaan mojo-kalusto on kalustoa siinä missä muukin. Kuitenkin erityisesti nopeat uutiskuvat pyritään yleensä taltioimaan kännykällä, koska se on yksinkertaisesti nopein tapa. "Lähimpänä uutispaikkaa olevalla toimittajalla on yleensä vain kännykkä mukana, harvoin oikeaa kameraa, ja hän sinne totta kai menee" (Toimittaja 5).

MTV Uutisissa television puolella mobiilijournalismin käyttö ennen korona-aikaa on ollut hyvin satunnaista. Aiemmin mojoa on tehty enemmänkin vain nettijuttuihin. Toimittajien kertoman mukaan esimiehillä oli aika kauan myös hieman vanhanaikainen näkemys siitä, mitä mobiilisti voi tehdä. Älypuhelimella kuvatusta materiaalista nousi aina esille luulo, että se on suttuista kuvaa.

MTV Uutisten esimiesten kommenteissa mobiilijournalismia on joskus verrattu somen yleiseen postausvirtaan, jossa kuvien ja videoiden laatu vaihtelee hyvin suuresti. Mobiilijournalismi ei kuitenkaan ole sama asia kuin sosiaalisen median videomateriaali yleisesti. Mobiilijournalismia tehdään lähtökohtaisesti laadukkaammin: kännykän lisäksi käytetään jallustaa, mikrofonia, lisävaloa ja muita ammattikuvaajien apuvälineitä. Ellei kyseessä ole live-lähetys, juttu myös editoidaan. Tämän lisäksi sisältöjä saatetaan täydentää heikompi-laatuisella materiaalilla, jota on saatu esimerkiksi yleisöltä, mutta jonka olemassaolon arvo on tärkeämpi kriteeri kuin sen laatu.

Ylellä korona-aika on korostanut mobiilijournalismin parhaita puolia. Kalustoa on aina käytettävissä, kun kaikilla toimittajilla on ”tv-kamera” eli puhelin ja siinä pilvipohjainen tuotantojärjestelmä aina mukanaan. Toimittajat eivät ole olleet riippuvaisia kuvaajista, kun mojonkonsepti on jalkautettu onnistuneesti laajalle toimituksiin.

”Mobiilijournalismi vapauttaa resursseja muuhun käyttöön. Aikaisemmin yhden videon kuvaamiseen tarvittiin kaksi henkilöä, nyt vain yksi henkilö. Se vapauttaa toisen tekemään jotain muuta.” (Toimittaja 5.)

Haastatellut kokivat, että pinttyneet ajatukset mobiilijournalismin heikkoudesta ja huonosta laadusta olisi tärkeää muuttaa, sillä mobiilijournalismissa on huikea potentiaali sen monipuolisuuden ja liikkuvuuden vuoksi alati kiristyvässä uutiskilpailussa.

Toimittajien haastatteluissa nousi esiin toive siitä, että jokainen toimittaja ymmärtäisi miten suuri potentiaali videossa ja erityisesti puhelimella kuvatussa videossa on. Parissa vuodessa tilanne on kuitenkin muuttunut paremmaksi Maikkarillakin – videojournalismiin suhtaudutaan hyvin, sillä ymmärretään, että sitä ihmiset kuluttavat.

Älypuhelimet ja sosiaalinen media ovat muuttaneet ihmisten ajankäyttöä ja median kulutusta. Digitaalinen muoto on tehnyt median kuluttamisesta ajasta ja paikasta riippumattonta. Älypuhelin on tuonut median kuluttamisen sellaisiin hetkiin, joissa se ei aiemmin ollut läsnä. Etenkin sosiaalinen media on muokannut tapaa, jolla ihmiset päätyvät median pariin. (Kangas 2019, 16–17.)

Korona-aika ajoi toimittajat etätöihin, jolloin oli luontevaa tehdä juttuja ”mojosti”. Toimittajat kertoivat haastateltaville, että näin poikkeusaikana jutut tehdään pääasiassa yksin ja haastateltavat ovat olleet ymmärtäväisiä sen suhteen. Toimittajat ovat itse asettaneet paineita omasta onnistumisesta, joka on lisännyt stressiä työstä. Toisaalta tilannetta kuvattiin vapauttavaksi, kun sai kuvata itse ja editoida kotona ja työskennellä haluamaansa tahtiin.

Silti kaksi kuukautta etätyöskentelyä ja pelkästään mobiilijournalismin teko koettiin ras-
kaaksi työskentelytavaksi. "Se oli hakemista ja tekemistä. Vaikka olin tehnyt viikoittain
some-juttuja, se että tekee [mojoa] telkkariin nostaa riman aivan eri tasolle." (Toimittaja 4.)

4.4 Mobiilijournalismin mahdollisuudet

Haastateltujen toimittajien mukaan mobiilijournalismi antaa rajattomat mahdollisuudet:
Kännykän kanssa pääsee paikkoihin, joihin ison kameran kanssa voi olla jopa fyysisesti
mahdotonta mennä. Jutuntekopaikka voi olla myös sellainen, johon ei esimerkiksi kulujen
takia lähetettäisi kameramiestä ja toimittajaa. Mobiilijournalismin tekeminen on nopeaa ja
simppeleä ja välineet saa kasaan nopeasti.

Jos lähdän joskus juttukeikalle perinteisen videokameran kanssa, siinä on aina se
oma säätäminen. Älypuhelimella kanssa kaikki taas tapahtuu nopeasti, ja monesti
haastateltavakin voi kysyä, että joko sä oot valmis, kun yleensä toimittajat laittaa ka-
moja kasaan pidempään. (Toimittaja 2.)

Maailmalla mobiilijournalismia käytetään usein juuri kriisialueilla tai muissa paikoissa,
joissa kuvaaminen olisi muuten hankalaa. Esimerkiksi Ylellä on maailmalla monia ulko-
maan kirjeenvaihtajia, jotka kuvaavat kännykällä kriisialueilla. He pitävät kännykän suu-
rimpana etuna, että sillä voi kuvata hankalissa paikoissa.

Kännykkä on kevyt ja pieni. Sillä pääsee paikkoihin, joihin isolla kameralla ei pääse.
Kännykällä voi kuvata vaikkapa veden alla. Sillä saa erilaisia kuvakulmia varsinkin
yhdessä gimbaalin kanssa. Se mahdollistaa uudenlaisia kuvakerronnallisia juttuja.
(Toimittaja 5.)

Kehityksen edetessä älypuhelinien kameroiden laatu paranee entisestään. Myös nopeam-
mat tietoverkot, kuten markkinoille parhaillaan jalkautuva 5G, mahdollistavat yhä nopeam-
man tiedonsiirron ja suorat lähetykset suoraan kentältä.

Tutkimuksemme perusteella parhaimmillaan mobiilijournalistit kokevat työnsä olevan help-
poa ja hauskaa. Lisäksi toimittaja saa päättää itse monesta asiasta, mikä koetaan positiiv-
visena asiana. Silloin on mahdollisuus toteuttaa asioita hyvin monin eri tavoin.

Kontaktointi ihmisiin, suunnittelen jutut. Olen ollut onnekas, kun mikään äppi ei ole
kaatunut ja teknisesti kaikki on sujunut hyvin keikoilla. Teen henkilökohtaisesti mie-
luummin puhelimella kuin videokameralla ja läppärillä. Vaikka videokamera on laa-
dukkaampi kuin kännykän kamera, niin olen varmempi kännykkäkameran kanssa.
Kännykällä osaan aivan kaiken. (Toimittaja 3.)

Yksin työskenteleminen, soolojournalismi, koettiin pääasiassa positiiviseksi ja ketteräksi. Yksin työskentelemällä ja kännykällä kuvaamalla voi olla mahdollista päästä lähemmäs kohdetta ja hänen tarinaansa.

Älypuhelimella kuvattu kuva kiinnostaa ihmisiä, koska siitä tulee fiilis, että se on kuvattu juuri nyt ja se on "aitoa kamaa". Esimerkiksi pystykuvasta välittyy spontaanisuus. Puhelimella tehdään sitä, mitä ihmiset kuluttavat puhelimella. (Toimittaja 2.)

Mobiilijournalismi antaa työskentelyrauhan tilanteissa ja paikoissa, joissa ei ehkä kaivataisi mediaa paikalle. Kaikilla muillakin on kännykkä, joten mobiilijournalisti ei työssään silloin kiinnitä niin suurta huomiota. "Joskus materiaalin kuvaamisen hetkellä voi olla hyväksi olla olematta toimittaja" (Toimittaja 3).

Koska sekä Yle että MTV ovat tv-taloja, niissä käytetään paljon ammattikuvaajia. Kii-reessä ei kuitenkaan välttämättä ole aikaa odottaa vapautuvaa kuvaajaa, vaan tapahtumapaikalle täytyy päästä lähtemään mahdollisimman nopeasti. Teknisesti vähän vaatimattomampi kuva tapahtumasta on parempi kuin ei kuvaa ollenkaan. Tämän vuoksi myös lukijoiden kuvia ja videoita käytetään tarvittaessa etenkin nettisivuilla. On kuitenkin muistettava, että etenkin televisioon kuvattaessa on tärkeää, ettei television lainalaisuuksista luovuta, eikä tuotannon laatu heikkene. "Silloin otetaan kännykkä ja jalusta ja hypätään taksiin ja lähdetään kohteeseen" (Toimittaja 1).

Mobiilijournalistin täytyy osata käyttää laitteita ja osata miettiä miltä lopullinen tulos näyttää. Mobiilijournalismin koettiin tuovan tv-uutisiin lisäväriä pienellä kustannuksella, kun mojo-kaluston kanssa juttukeikkoja on ketterämpää tehdä ympäri Suomea ja maailmankin. Mobiilijournalismi monipuolistaa ja täydentää mediassa näkyvää kuvamateriaalia. Esimerkiksi maakuntiin ei ole (taloudellisia) resursseja lähettää sekä toimittajaa että kuvaajaa, mutta toimittaja yksin mojo-setteineen voidaan lähettää keikalle. Mobiilijournalismilla voidaan paikata siis alueellisessa verkostossa olevia aukkoja. "On itsessään arvo, että ollaan muuallakin kuin Helsingissä" (Toimittaja 3).

Mobiilijournalisti voi myös helposti ja nopeasti tehdä työstänsä jonkin oheistuotteen, kuten pienen videon. Sen avulla tulevaa juttua voi promota esimerkiksi omissa sosiaalisen median kanavissa.

4.5 Mobiilijournalismin rajallisuus

Mobiilijournalismin haasteena pidetään sen nopeatempoisuutta. Faktantarkistuksen rooli korostuu, kun yhä enenemässä määrin sosiaalisen median kautta etsitään ja löydetään uutisaiheita. Väärää tietoa liikkuu internetissä paljon, ja median tehtävä on kitkeä väärä tieto ja valeuutiset.

Nopeatempoisuus nousee esiin haastatteluvastauksissa myös sitä kautta, että toimituksessa on ollut väärää käsitystä siitä, että mojo-keikat ovat todella nopeita. Toki mojo-työskentely on jossain määrin nopeampaa, kun toimittaja kuvaa itse, ei tarvitse jonottaa editointiin ja toimittaja tietää olemassa olevan materiaalin juttuunsa. Se ei kuitenkaan tarkoita, että kaikki tapahtuu todella nopeasti. Tämä johtaa helposti ylitöihin, kun työaikaan resursoidaan väärin ja esimiehillä on epärealistiset käsitykset mobiilijournalismin nopeudesta.

Kuten teoriaosuudessa kerroimme, esimerkiksi Blankenshipin (2016, 29–30) mukaan uutisten taso laskisi soolojournalismin takia. Blankenshipin mukaan on todennäköisempää, että yksin kiireessä työskentelevä toimittaja käyttää niin sanottuja yhden pysähdyksen läheteitä juttujen kokoamiseen.

Myös opinnäytetyön haastatteluissa journalismin tason laskemisesta oltiin huolissaan. Mojo-keikalla ollessaan toimittaja ei voi keskittyä yksinomaan haastattelun tekemiseen, joka voi laskea journalismin sisällön tasoa. “Hyvä, että tällainen vaihtoehto (mojo) on tullut, mutta journalismin laatu ei saa kärsiä siitä, että yksi toimittaja tekee kaiken työn itse” (Toimittaja 1).

Tekniikan puolesta kännykän rajallisuus tulee vastaan optiikassa, joka rajaa sitä mitä kännykällä voi kuvata.

On turha lähteä tekemään kännykällä muuttolinnuista juttua. Se muuttolintu, jonka näet paljaalla silmällä, ei se enää sillä videolla näy, kun optiikka ei kännykässä vain kerta kaikkiaan riitä. (Toimittaja 3.)

Toisaalta jos toimittaja lähtee kuvaamaan jääpalloa, voi hän vetää itse luistimet jalkaan. Puhelimella ei voi kuvata zoomin kanssa. Zoomin puuttuminen parhaimmillaan rikastaa kuvakerrontaa.

Toinen mainittu tekninen rajallisuus on valovoima. Tämän vuoksi toimittajat pyrkivät kuvaamaan kaikki mojo-videot aina ulkona luonnonvalossa. Lisävaloa pidetään varmuuden

vuoksi aina mukana – sitä voi joutua käyttämään normaalissa sisätilassakin, vaikka valot olisivat päällä, jotta kuvanlaadusta tulee mahdollisimman hyvä.

“Oikein käytettynä mobiilijournalismi on oikein hyvä työkalu. Se ei poista oikeiden kuvajien ja isojen kameroiden tarvetta, mutta se täyttää aukon, joka meillä muuten olisi.” (Toimittaja 3.)

Haastatteluvastauksissa mobiilijournalismia pidetään hyvänä lisäkeinona toimituksille, ei kuitenkaan ainoana. Vastauksissa korostui se, ettei kaikkea voida alkaa tekemään mojona, vaan se on yksi työkalu muiden joukossa ja sopii tietynlaisiin tilanteisiin.

4.6 Mobiilijournalismin laatu

Useamman haastateltavan mielestä mobiilijournalismin tekninen laatu jää hieman oikean tv- tai videokameran laadusta, mutta sisällön monipuolisuus ja lisäarvo korvaavat sen.

Saa parempaakin sisältöä kuin niillä [kamoilla]. Esimerkiksi kännykällä tehdyt suorat ovat intiimimpiä kuin isolla kalustolla tehdyt. Toimittaja on enemmän läsnä pienen puhelimen kanssa. Toimittaja ja kuvauksen kohde ovat lähempänä toisiaan. (Toimittaja 5.)

Osa toimittajista kokee, että joillakin esihenkilöillä on vanhanaikaisia käsityksiä mojo-videoiden laadusta. Toimittajat uskovat some-virran seuraamisen myös ruokkivan näitä käsityksiä, kun mikä tahansa heiluva kuva kelpaa julkaistavaksi sosiaalisen median kanavissa. Todellisuudessa hyvin kuvattuna mojon tekninen laatu on lähes yhtä hyvää kuin videokameran. “He, jotka puhuvat siitä, ettei kännykällä saa hyvää kuvaa, eivät tiedä mistä puhuvat” (Toimittaja 4).

Toisaalta kaikki toimittajatkaan eivät tunnista uutislähetyksestä inserttiä, joka on tehty mobiilisti, saati katsojat, vaan materiaali näyttää tasalaatuiselta muun materiaalin kanssa. Mobiilijournalistien mukaan kuva on yhtä laadukasta, mutta näyttää vähän erilaiselta. Journalistilta vaaditaan visuaalista silmää tekniikan opetteluun lisäksi. Keskittyminen haastatteluun ja kuvaamiseen yhtä aikaa vaatii veronsa. On virhe luulla, että kenelle tahansa voi laittaa luurin kouraan ja jälki olisi heti priimaa. Mutta haastateltujen mobiilijournalistien mukaan sen oppii, jos on halua ja kiinnostusta oppia.

Toimittajat ovat huolissaan siitä, että mojo pääsisi huonontamaan journalismin sisällöllistä laatua. Mojo-keikoilla toimittaja ei pysty kokonaisvaltaisesti keskittymään haastateltavaan,

vaan joutuu samalla esimerkiksi tarkkailemaan äänenvoimakkuuksia. Siksi esimerkiksi jatkokysymyksen arvoinen kommentti voi mennä ohi ja jatkokysymys jäädä esittämättä. Mobiilijournalismin laadusta ei ole toteutettu tutkimuksia, mutta esimerkiksi Blankenshipin (2016, 29–30) mukaan uutisten taso laskisi soolojournalismin takia. Kun toimittaja joutuu tekemään kaiken kiireessä ja yksin, on todennäköisempää, että hän käyttää niin sanottuja yhden pysähdyksen lähteitä juttujen kokoamiseen. ”Kaikelle on tarkoituksensa ja paikansa, ei kaikkea perinteistä tarvitse korvata kuitenkaan kännykällä” (Toimittaja 5).

Toteuttamiemme haastattelujen perusteella toimittajat pitävät faktantarkistuksen roolia vähintäänkin tärkeänä osana juttuprosessia myös mobiilijournalismissa. Faktantarkistuksen tarve kasvaa lisääntyvän tiedonjaon myötä, kun vääräkin tieto leviää sosiaalisen median kanavien kautta laajalle. Siksi toimittajien on pidettävä kiinni faktantarkistuksesta juttuaiheiden noustessa esiin somessa. Esimerkiksi Jodelissa nimetön henkilö voi laittaa liikkeelle mielenkiintoisen ”uutisen”, mutta media ei voi tarttua aiheeseen ilman tarkistusta.

Kansalaisjournalismin eli yleisön tuottaman materiaalin lisääntyminen haastaa myös faktantarkistuksen roolia. Yleisöltä saatu video tai vihje voi olla hyvin mehukas, mutta sen taustat ja todenmukaisuus pitäisi aina muistaa tarkistaa ennen sen hyödyntämistä. Pahimmillaan mediat voivat päätyä levittämään täysin tekaistua tai toisesta kontekstista otettua videota tai tietoa, jos faktoja ei tarkasteta kunnolla. ”Jos tulevaisuudessa hankitaan enemmän matskua kansalaisjournalismilla, niin aitouden varmistaminen on tärkeää” (Toimittaja 5).

5 Johtopäätökset

Opinnäytetyön alussa asettamamme tutkimuskysymykset olivat: 1.) ”Miten mobiilijournalismi vaikuttaa toimittajan työhön?”, 2.) ”Millaisia resursseja mobiilijournalismi vaatii?” ja 3.) ”Millaisia mahdollisuuksia mobiilijournalismi luo?”.

Selvitimme vastauksia näihin kysymyksiin perehtymällä ensin median murrokseen ja mobiilijournalismin syntyyn aiheesta olemassa olevan kirjallisuuden ja tutkimustyön perusteella. Sen jälkeen toteutimme teemahaastattelun Ylellä ja MTV Uutisissa työskenteleville mobiilijournalisteille. Teemahaastattelu antoi haastatelluille journalisteille mahdollisuuden itse kuvailla työtään mobiilijournalisteina sekä työnsä herättämiä ajatuksia. Otantamenetelmänä käytimme eliittiotantaa eli haastateltaviksi valikoituivat henkilöt, joilta uskoimme saavamme parhaiten tietoa tutkittavasta ilmiöstä. Yleltä haastattelimme kahta mobiilijournalismin parissa työskentelevää toimittajaa, jotka työskentelevät Ylen paikallistoimituksissa. MTV Uutisista haastateltavaksi valikoitui neljä toimittajaa, jotka työskentelevät MTV Uutisten toimituksessa, joko MTV Uutiset Live -nettilähetyksissä, tv-uutisissa tai molemmissa. Kaikki haastateltavat tekevät työssään säännöllisesti mobiilijournalismia.

Yleisesti haastateltavat toimittajat kokivat mobiilijournalismin kevyenä, nopeana ja helpona tapana lähteä keikalle, kunhan tarvittavia laitteita on, ne ovat käyttökunnossa ja niiden käyttö on hallussa. Journalistinen lopputuote, joka näkyy katselijoille joko televisiossa tai internetissä, monipuolistuu haastateltavien mukaan mobiilijournalismin ansiosta. Mobiilijournalisti voidaan lähettää vaikkapa Kemiin tekemään juttua aiheesta, jonka takia paikalle ei lähetettäisi toimittaja-kuvaaja-työparia. Mobiilijournalismilla voidaan siis paikata esimerkiksi toimituksen alueellisessa verkostossa olevia aukkoja. Esimerkiksi Yhdysvalloissa paikalliset tv-kanavat ovat jo pitkään ennen mobiilijournalismin yleistymistä käyttäneet uutistuotannossa sooljournalisteja, yhden toimittajan ”työryhmiä”, jollaisia myös mobiilijournalistit nykypäivänä ovat (Blankenship 2016, 2).

Tutkimuksessamme selvisi, että mobiilivideon tekemiseen älypuhelimien lisäksi tarvitaan lisävälineitä, joilla täydennetään puhelimen puutteita, jotta videon teknisestä laadusta saadaan mahdollisimman hyvä. Mojo-keikalle on hyvä ottaa mukaan älypuhelimien lisäksi ainakin jalusta tai kolmijalka, haastattelumikrofoni, nappimikki, kuulokkeet, lisävalo ja mokkula. Toimituksissa on hyvin saatavilla näitä välineitä mobiilijournalistien tarpeisiin, mutta välineiden toimintakunnosta ollaan välillä huolissaan. Keikalle lähtiessä on hyvä varmistaa, että esimerkiksi akut on ladattu täyteen. Eräs haastateltavista toimittajista oli hankkinut itse kaikki mojo-keikalla tarvittavat välineet. Näin hän voi varmistua, että laitteet ovat

aina toimintakunnossa. Hän kuljettaa välineitä aina mukanaan, myös vapaa-aikana, ja on esimerkiksi pyörämatkallaan kuvannut uutisinserttiin kuvituskuva.

Mojo-kalusteilla voidaan lähteä matalammalla kynnyksellä juttukeikalle, sillä tapa on niin edullinen. Tällöin uutistoimituksen tarjonnan kirjo monipuolistuu väkisinkin. Nopeissa uutistilanteissa pärjää myös pelkällä älypuhelimella ja ulkoisella mikrofonilla, esimerkiksi nappikuulokkeiden mikrofonilla. Nopeissa tilanteissa videon sisältö on tärkeämpää kuin tekninen laatu. Myös Pitkäsen (2018, 6) mukaan olennaisinta mojo-videon onnistumiseen on, että älylaitteessa on kamera, verkkoyhteys ja riittävästi tallennustilaa.

Jyrkiäisen ja Väliiverosen mukaan aikapaine on toimittajien kokemusten mukaan keskeisiä syitä journalismin sisällön laadun heikkenemiseen. Muuttuva työympäristö vaatii työtapoihin perehtymistä ja aikaa ajattelulle ja keskustelulle, mutta resurssien vähyyden takia sille ei juurikaan ole aikaa. (Jyrkiäinen 2008, 36; Väliverronen 2009a, 30.) Myös haastattelumme toimittajat kertoivat, että mojon nopeus ei saa haitata journalistisen sisällön laatua ja paikkansapitävyyttä ja olivat hieman huolissaan asiasta.

Haastatteluissa nousi esiin toive siitä, että jokainen toimituksen toimittaja ymmärtäisi miten suuri potentiaali videossa ja erityisesti puhelimella kuvatussa videossa on. Mobiilijournalismi myös antaa työskentelyrauhan tilanteissa ja paikoissa, joissa ei ehkä kaivattaisi mediaa paikalle. Kaikilla muillakin on kännykkä, joten mobiilijournalisti ei työssään silloin kiinnitä niin suurta huomiota.

Oppimamme perusteella mojo-osaaminen on toimittajalle ehdottomasti etu. Tilanteet uutistoimituksessa voivat vaatia nopeaa reagointia, jolloin on hyvä, jos toimittaja pystyy lähemään tapahtumapaikalle mahdollisimman nopeasti. Kevyen kaluston puolesta mojolla voi kuvata myös paikoissa, jonne ison kameran kanssa ei edes fyysisesti pääsisi.

5.1 Mobiilijournalismin tulevaisuus

Haastateltavat uskoivat mobiilijournalismin lisääntyvän tulevaisuudessa, sillä toimituksen resursseja halutaan hyödyntää mahdollisimman tehokkaasti. Koska videoita tehdään yhä enenemässä määrin internetiin ja mobiilisovelluksiin, videon teknisten laatukriteereiden osalta voidaan tyytyä vähempään. Monessa toimituksessa mobiilijournalismi on jo nyt otettu pysyväksi osaksi toimituksen arkea.

Jokapaikan journalismi on käsite, joka kuvaa sitä, kuinka kuka tahansa voi uutisoida reaaliajassa mistä vain. Jokapaikan journalismi käsittää reaaliaikaisen uutisoinnin, kommentoinnin ja keskustelut. Sopivan paikan sattuessa kuka tahansa voi uutisoida mistä vain. Tilanne on aivan uusi koko mediahistoriassa. (Uskali 13.2.2013.)

Netti on pullollaan katsojien ja lukijoiden videoita, joiden laatu on mitä sattuu. Miksi kevyttä kalustoa ja nopeaa reagointimahdollisuutta tapahtumaan ei hyödynnettäisi myös journalistien toimesta? Netissä tai mobiilisovelluksissa julkaistavia videoita pääosin kulutetaan kännykällä, joten sisällön voi myös hyvin tehdä sillä. Mojo-videot ovat tarpeeksi laadukkaita internetissä tai puhelimella katsottavaksi. Lisäksi laitteiden tekniikka ja kuvanlaatu kohenee hurjaa vauhtia. Mobiilijournalismi mahdollistaa jokapaikan journalismin monipuolisemman käytön. Eräs toimittaja mainitsi, että toimitus voi esimerkiksi "rekrytää" kenet tahansa tavallisen ihmisen mistä päin maailmaa tahansa "silmikseen" raportoimaan jostakin tietystä asiasta tai tapahtumasta. Tällaisella toiminnalla voi olla ennennäkemätön arvo uutisjournalismissa.

Internetissä videon teknisen laadun ei tarvitse olla yhtä hyvä kuin televisiossa, mutta nykyaikaisilla älypuhelimilla päästään jo lähelle sitä. Tulevaisuudessa päästään todennäköisesti videokameran laatuun, sillä videokameran ja kännykän kameran tekniikat lähentyvät toisiaan kovaa vauhtia. Haastatellut toimittajat uskovat mobiilijournalismin lisääntymään tulevaisuudessa. "Esimerkiksi Applen kehitys kulkee siihen suuntaan, että he haluavat palvella nimenomaan ammattimaisesti työskenteleviä mobiilijournalisteja laitteiden kehityksessä" (Toimittaja 5).

Sen lisäksi, että laadullisia vaatimuksia on tekniikan osalta vähemmän ja ne päihitetään älypuhelinin jatkuvasti kehittyvillä kameroilla, mobiilijournalismin voidaan katsoa säästävän myös työtunteja. Mobiilijournalismia tehdään usein yksin soolojournalismina, kun perinteisen videokameran kanssa tehtävään videoklippiin tarvittaisiin vähintään kaksi tekijää. Silti mojo-videon lopputulos ei välttämättä poikkea videosta, jonka tekijöitä on ollut kaksi tai useampi. Haastatellut toimittajat pitivät mobiilijournalismia kustannustehokkaana työskentelytapana suhteutettuna laatuun. Erityisesti vuoden 2020 poikkeusaikana, kun töitä tehdään muutenkin koronatilanteen vuoksi etänä ja yksin, mobiilijournalismin on koettu toimivan työvälineenä erityisen hyvin.

Haastatteluissa nousi esille, että toimittajat arvostavat mojo-sisältöjen monikäyttöisyyttä. Samaa sisältöä voidaan hyödyntää useamassa ohjelmassa tai paikassa, kuten verkkosivujen lisäksi tv-uutisissa tai some-postauksessa. Tulevaisuudessa mediat tulevat laajentumaan yhä enemmän eri sosiaalisen median kanaviin. Syy tähän on se, että yhä useampi

meistä kuluttaa media- ja videosisältöjä älypuhelimella. Videosisältöjen määrä on kasvanut räjähdysmäisesti nopeiden internet-yhteyksien, laitteiden ja tiedostonpakkauksen vuoksi (Nielsen & Sambrook 2016, 12). Jo nyt monilla medioilla on Facebook-sivut, Instagram- tai Twitter-tili tai jopa Snapchat. Myös yhä useammalla medialla on oma uutis- tai muu sovellus, jota käytetään mobiililaitteella. Näille alustoille tehtävälle sisällölle älypuhelimella kuvattu sisältö on etu, sillä niissä sisältöjä kulutetaan älypuhelimella. Siksi älypuhelimella kuvattua videosta tulee välittömämpi vaikutelma.

Uusille alustoille laajentuessa on otettava huomioon niiden erityispiirteet. Monille uusille kanaville on tyypillistä, että niitä käyttävät nuoret.

Tulevaisuudesta ei pysty ennustamaan paljoa. Siitä esimerkkinä TikTok. Nuoret määrittävät sitä, mitä tullaan tekemään. Siksi toimitusten pitää entistä nopeammin tarttua uusiin asioihin ja olla valmis yllättäviin muutoksiin. Veikkaan, että tulevaisuudessa tehdään yhä enemmän videolähtöistä sisältöä, koska sitä porukka katsoo. Erityisesti suora lähetys kiinnostaa, sillä asiat halutaan nähdä ekana. (Toimittaja 2.)

Uusien alustojen kohdalla on kuitenkin varmistettava, että ne ovat turvallisia. Jonkun näköisiä pieniä tietoturvahaukia saattaa olla, kun käytetään kuluttajatasoisia laitteita ammattilaitteiden sijaan. Ylellä tietoturva-asioista vastaava henkilö on kuitenkin ollut laitehankinnoissa mukana.

Esimerkiksi TikTok ei ole tietoturvan kannalta kunnossa. On varmistettava, että ne paikat, joissa mediana ollaan mukana, ovat turvallisia ja ystävällisiä käyttäjille. Uusien alustojen kohdalla on pidettävä tietty varaus. (Toimittaja 2)

Uusien alustojen lisäksi journalismin sisällölliseen laatuun täytyy kiinnittää tulevaisuudessa erityistä huomiota. Uutiskilpailussa, jota mobiilijournalismi entisestään vauhdittaa, täytyy pystyä pitämään kiinni journalismin luotettavuudesta ja paikkansapitävyydestä. Kun myös yleisöltä saadaan paljon vihjeitä ja kuvattua materiaalia, sen aitoudesta pitää varmistua ennen julkaisua, vaikka tavoitteena onkin olla ensimmäinen asiasta kertova media. Kun kuka tahansa pystyy lähettämään medialle materiaalia mistä tahansa päin maailmaa, vaikka reaaliajassa, on faktantarkistuksella ja eettisellä harkintakyvyllä yhä suurempi rooli toimittajan työssä (Uskali 13.2.2013).

Television puolella työskentelevät mobiilijournalistit uskovat perustyön muuttuvan hitaasti. Visuaalisen ilmeen uskotaan kehittyvän, mutta edelleen toimittajat tekevät haastatteluja,

etsivät tietoa ja keräävät kuvituskuvia, kuten tähänkin asti. Tinkimättömästä journalistisesta työstä toimittajat eivät halua luopua tulevaisuudessakaan, vaikka työskentelytavat ja välineet muuttuvat ja kehittyvät. "On vaara, että tippuu kehityksen kelkasta, jos mobiilijournalismia ei oteta vakavasti, koska mobiilijournalismi on osa kehitystä" (Toimittaja 3).

Suora video on nopein keino välittää tietoa, joten videoilla on varmasti jatkossakin rooli journalismissa. Mobiilijournalismin keinoin on mahdollista tehdä esimerkiksi suora lähetyksistä päin Suomea tahansa, kunhan verkko löytyy. Se tuo alueellista tasapainoa ja moniäänisyyttä uutissisältöihin entistä helpommin.

5.2 Muutosvastarinta

Oletuksemme oli, että mobiilijournalismi olisi mahdollisesti herättänyt joissakin haastateltavissa toimittajissa muutosvastarintaa. Oletuksemme perustui siihen, että mobiilijournalismissa toimittaja tekee itse toimittajan työn lisäksi myös ainakin kuvaajan työt, jolloin oma työmäärä yhtä juttua kohti kasvaa ja yhtä aikaa tehtävien asioiden määrä on suurempi. Mobiilijournalismissa toimittaja tekee yleensä kaikki työvaiheet itse haastattelusta ja kuvaamisesta editoimiseen. Haastattelutilanteessa haastattelun lisäksi on pystyttävä kuvaamaan, varmistamaan että äänet toimivat ja seuraamaan myös ympäristöä.

Mobiilijournalistien haastattelut paljastivat, että oletuksemme muutosvastarinnasta oli väärä. Toimittajat tekevät mobiilijournalismia mielellään niin sanotun perinteisen journalismin rinnalla. Mobiilijournalismin ei ole tarkoituskaan haastaa perinteistä video- ja tv-journalismia, vaan täydentää sitä. "Vanhoilta yläläisiltä jos kysyy, niin uskottavuus menee, laatu menee ja kaikki menee. Riippuu siis, keneltä kysyy" (toimittaja 5).

Yllättävää oli se, että osa haastateltavista journalisteista koki muutosvastarinnan tulevan esihenkilöiden suunnasta. Heistä tuntui, että esihenkilöt arvostavat tällä hetkellä videojournalistien työtä. Mobiilijournalistien työtä ei haastateltavien mielestä arvosteta samalla tavalla, jonka toimittajat toivovat tulevaisuudessa muuttuvan. Haastatteluissa ilmeni, että se, tehdäänkö toimituksessa mobiilijournalismia vai ei, on ylemmistä esihenkilöistä kiinni. Toisaalta toimituksen muut toimittajat ovat hyvinkin kiinnostuneita mobiilijournalismista ja ovat pyytäneet haastatelluilta journalisteilta koulutusta mojo-videoiden tekoon.

Oletimme myös, että joku haastateltavista toimittajista tai joku heidän kollegoistaan olisi voinut olla mobiilijournalismia vastaan, mutta emme löytäneet sellaista henkilöä haastatel-

tujen joukosta. Haastatteluista ei käynyt ilmi, että kukaan haastateltujen toimittajien kollegoista olisi myöskään mojo-kehitystä vastaan. Haastatteluissa selvisi, että muut toimittajat ovat pikemminkin uteliaita tietämään lisää mobiilijournalistien työstä. Kun mobiilijournalismia tekevät toimittajat ovat keskustelleet muiden kollegojensa kanssa mobiilivideoista, nämä eivät ole välttämättä edes tunnistaneeet valmista materiaalia tv-uutisissa mobiilisti tehdyksi.

Tulevaisuuden uhkana toimittajat näkivät liian perinteisen ajattelun, jossa ei huomata tai halutaan sivuuttaa mobiilijournalismin tuomat mahdollisuudet. On paljon korkeimpien esihenkilöiden asenteesta kiinni, tehdäänkö uutistoimituksessa mojo-videoita. Eräiden haastateltavien kokemuksen mukaan joillakin esihenkilöillä on vanhanaikainen käsitys mobiilijournalismista. Jotkut heistä kuvittelevat sosiaalisen median sisällön olevan sama asia kuin mobiilijournalismi. Toisaalta luulo kasvattaa myös journalistien paineita onnistua ja näyttää, että mojon lopputulos on hyvää ja laadukasta. Mojo-videoiden tekeminen on tarkkaa hiomista esimerkiksi äänien kanssa yhtä lailla kuin perinteisissäkin videoissa.

Kuten teoriaosuudessa kerroimme, Michael Rosenblum (Rosenblum 2007b) kysyy, miksi televisiouutiset näyttävät kaikkialla maailmassa samalle vuosikymmenestä toiseen, vaikka televisio mediana antaisi mahdollisuudet mihin tahansa. Vuosikymmenten ajan televisio-tuotanto oli kallista ja hankalaa, minkä vuoksi luovuudelle ei jäänyt tilaa. Rosenblumin mukaan konservatiivinen suhtautuminen tv-tuotantoon on perua noilta ajoilta, kun kuvaamiseen tarvittiin suuri tiimi ja budjetti. Nykyään televisioon voidaan tuottaa sisältöjä ketterästi ja vain murto-osalla noista kustannuksista. Tämän vuoksi luovuudelle ja kokeilemiselle pitäisi antaa tilaa myös televisiouutisissa. (Rosenblum 2007b.) Tämä puoltaa mobiilijournalismin tekemistä ja paikkaa uutistoimituksessa.

6 Työn arviointi

6.1 Luotettavuus

Opinnäytetyömme yhteydessä toteutetun tutkimuksen ja työssä esitettyjen haastatteluvastauksien luotettavuutta voi pohtia useammalta kantilta. Valitsimme Ylen ja MTV Uutiset opinnäytetyössämme tutkimuksemme mediaorganisaatioiksi.

Toteutimme opinnäytetyömme yhteydessä laadullisen tutkimuksen teemahaastattelun keinoin MTV Uutisissa ja Ylellä työskenteleville mobiilijournalisteille, yhteensä kuudelle henkilölle. Teemahaastattelu antoi haastatetuille journalisteille mahdollisuuden itse kuvailla työtään mobiilijournalisteina sekä työnsä herättämiä ajatuksia. Otantamenetelmänä käytimme eliittiotantaa eli haastateltaviksi valikoituivat henkilöt, joilta uskoimme saavamme parhaiten tietoa tutkittavasta ilmiöstä.

Eliittiotanta on teemahaastattelussa yleisin otantamenetelmä, koska teemahaastattelun luonteen takia on tärkeää valita haastateltaviksi ihmisiä, joilta uskotaan saatavan parhaiten aineistoa teemaan liittyen (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006). Eliittiotanta oli tutkimuksen lopputuloksen kannalta paras vaihtoehto, sillä muissa otantamenetelmissä vastaajat olisivat valikoituneet sattumanvaraisemmin. Tutkimuksemme kannalta oli olennaista tietää etukäteen, että haastateltavat pystyvät vastaamaan kysymyksiin, jotka käsitelivät omakohtaisia kokemuksia mobiilijournalistin työstä.

Teemahaastattelun avoimen keskustelevan luonteen ja otannan pienen koon vuoksi saamiemme haastatteluvastauksia ei pysty tarkastelemaan määrällisesti. Saamamme tieto on kokemustietoa, jota ei voi yleistää koskemaan suurta joukkoa journalisteja vaan joka antaa näkökulmia mobiilijournalismiin uutistoimituksessa sitä työkseen tekeviltä.

Laadullisessa tutkimuksessa ei pyritä tilastollisiin yleistyksiin, vaan pyritään kuvaamaan jostain ilmiötä tai tapahtumaa, ymmärtämään tiettyä toimintaa tai antamaan mielekäs tulkinta jollekin ilmiölle. Täten laadullisessa tutkimuksessa on tärkeää, että henkilöt, joilta tieto kerätään, tietävät tutkittavasta ilmiöstä mahdollisimman paljon tai heillä on kokemusta asiasta (Tuomi & Sarajärvi 2018, 98).

Kaikki haastattelemamme toimittajat olivat Yleltä ja MTV Uutisten toimituksesta. Valikoimme tutkimuksemme kohteeksi näiden mediatalojen toimituksissa työskenteleviä mobiilijournalisteja, sillä tiesimme etukäteen, että kyseisissä toimituksissa mobiilijournalismia hyödynnetään monipuolisesti sekä television että internetin puolella. Näin pystyimme ole-

maan varmoja haastatteluvastausten laadusta. Se, että haastateltavat ovat kahdesta toimituksesta, on kuitenkin fakta, joka täytyy muistaa tutkimuksen kokonaiskuvaa arvioi-
dessa. Haastatteluvastaukset voivat olla ”värityneitä” tai painottua johonkin tiettyyn asi-
aan sen vuoksi, että se painottuu Ylellä tai MTV Uutisissa työskennellessä. Vastaukset oli-
sivat voineet olla monipuolisempia, jos haastateltavia olisi ollut vieläkin useammasta toimi-
tuksesta. Toisaalta se olisi laajentanut opinnäytetyötämme jo ehkä liikaakin.

Opinnäytetyöprosessin alussa asetimme työllemme keskeiset tutkimuskysymykset, joihin
pyrimme saamaan vastaukset haastatteluissa. Haastattelutilanteita varten laadimme kysy-
myspatteriston (Liite 1. Haastattelukysymykset), jonka mukaan suunnilleen etenimme
haastattelutilanteissa. Teemahaastattelun luonteeseen kuuluu keskustelunomaisuus, jo-
ten etukäteen tehty kysymyslistamme saattoi jälkikäteen ajateltuna olla liian yksityiskohtai-
nen. Saimme tutkimuskysymyksiimme kattavia vastauksia, mutta olisivatko avoimemmat
kysymykset jättäneet enemmän tilaa pohdinnalle ja hedelmälliselle keskustelulle? Kysy-
mykset kuitenkin auttoivat haastattelun etenemisessä.

Haastattelupaikan valinta on olennainen tekijä haastattelun onnistumisen kannalta. Kaikki
käytännön järjestelyt kannattaa tehdä haastateltavalle mahdollisimman vaivattomaksi.
Haastattelutilanteen tilavalinnoissa tulisi ottaa huomioon haastateltavan näkökulma (Valli
2018, 33). Opinnäytetyömme kuudesta haastattelusta osa tehtiin kasvokkain, ja koronati-
lanteen pahentuessa ja pitkien välimatkojen vuoksi osa etänä Zoom-haastatteluina.
Zoom-haastattelut tehtiin kamerat päällä, jotta tilanne olisi mahdollisimman paljon kasvok-
kain tehtävän haastattelun kaltainen. Ylen toimittajat (2 kpl) haastattelimme Zoomin väli-
tyksellä marraskuussa 2020.

MTV Uutisten toimittajat (4 kpl) haastateltiin MTV Uutisten toimituksessa alkusyksystä
2020. Oli toimittajille ajankäytöllisesti järkevää haastatella heitä työpaikallaan. MTV:n toi-
mittajien haastattelut tehtiin kolmena eri kertana. Vallitseva koronatilanne aiheutti omat
haasteensa näidenkin haastatteluiden pitämiseksi. Elokuussa 2020 ensimmäistä haastat-
telua tekemään mennessä Maikkarille ei saanutkaan mennä vierailijoita sisälle koronara-
joitusten vuoksi. Onneksi oli lämmin elokuinen sää, joten haastattelu saatiin tehtyä henki-
löstöruokalan terassilla.

Haastatteluiden kestot vaihtelivat 25 minuutin ja 1 tunnin välillä. Kaikissa haastatteluissa
käytettiin pohjana samaa kysymyspatteristoa.

6.2 Oma oppiminen

Opinnäytetyömme tarkoituksena oli selvittää mobiilijournalismin käytäntöjä tekijöiden näkökulmasta. Opinnäytetyön alussa asettamamme tutkimuskysymykset olivat: 1.) ”Miten mobiilijournalismi vaikuttaa toimittajan työhön?”, 2.) ”Millaisia resursseja mobiilijournalismi vaatii?” ja 3.) ”Millaisia mahdollisuuksia mobiilijournalismi luo?”

Opimme opinnäytetyötä tehdessämme, että mobiilijournalismin ei ole tarkoitus korvata tv- ja videokameroita, vaan täydentää kuvamateriaalia ja paikata niitä kohtia, joissa videokameralla kuvaaminen on liian kankeaa tai aikaa vievää. Mobiilijournalismi on oiva työkalu, kun toimituksesta täytyy päästä nopeasti liikkeelle.

Mobiilijournalismi myös monipuolistaa ja täydentää mediassa näkyvää kuvamateriaalia. Esimerkiksi maakuntiin ei välttämättä ole (taloudellisia) resursseja lähettää sekä toimittajaa että kuvaajaa, mutta toimittaja yksin mojo-setteineen voidaan lähettää maakunta-keikalle. Täten mobiilijournalismilla voidaan paikata alueellisessa verkostossa olevia aukkoja. Voidaan pitää itseisarvona, että kaikki uutisjutut eivät tule pääkaupunkiseudulta.

Yllätyksenä opinnäytetyötä tehdessä tuli, että toimittajat tekivät mobiilijournalismia mielellään niin sanotun perinteisen journalismin rinnalla. Oletuksemme oli, että mobiilijournalismi olisi mahdollisesti herättänyt joissakin haastateltavissa toimittajissa muutosvastarintaa, koska mobiilijournalismi laajentaa toimittajan työnkuvaa, eikä hän pysty keskittymään samalla intensiteetillä varsinaiseen journalistiseen työhön. Toisaalta oletimme, että osa toimittajista olisi tehnyt tai halunnut tehdä pelkästään mobiilijournalismia. Kaikki haastattelumamme toimittajat tekivät mobiilijournalismia niin sanotusti tilanteesta riippuen ja olivat tyytyväisiä siihen. Osa korosti, että mobiilijournalismin käyttöä tulisi punnita aina erikseen keikalle lähtiessä. Joihinkin tilanteisiin mojo sopii paremmin kuin toisiin. Myös korona-ajan vuoksi pelkästään mobiilijournalismina tehty työ koettiin raskaana.

Suurempi yllätys sen sijaan oli, että haastattelujemme perusteella onkin ylemmistä esihenkilöistä kiinni, tehdäänkö toimituksessa mobiilijournalismia vai ei. Haastateltavien toimittajien kokemuksen mukaan joillakin esihenkilöillä on vanhanaikainen käsitys mobiilijournalismista. Haastateltavien mukaan jotkut esihenkilöt kuvittelevat minkä tahansa sosiaalisen median sisällön olevan sama asia kuin mobiilijournalismi. Toisaalta luulo kasvat-
taa myös journalistien paineita onnistua sekä halua näyttää, että myös mobiilijournalismin lopputulos on hyvää ja laadukasta journalismia.

Onnistuimme pohjustamaan tutkimaamme asiaa monipuolisesti eri lähteistä kerätyllä tutkimustiedolla, kirjallisuudella ja muulla materiaalilla tietoperustassa ennen tutkimusosuuden

aloittamista. Perusteellinen perehtyminen aiheeseen ennen haastatteluja loi pohjan muodostaa tutkimuskysymykset olennaisiksi tutkittavan aiheen tiimoilta. Onnistuimme muodostamaan haastattelukysymykset, joilla saimme kerättyä tietoa tutkittavasta aiheesta. Haastattelujen jälkeen onnistuimme ryhmittelemään vastauksista nousseita teemoja. Näin saimme koostettua erilaisia mobiilijournalistin työskentelytapoja ja mobiilijournalismin toimintamalleja.

6.3 Jatkotutkimusehdotuksia

Saimme opinnäytetyössämme vastaukset opinnäytetyön alussa asettamiimme tutkimuskysymyksiin: 1. "Miten mobiilijournalismi vaikuttaa toimittajan työhön?", 2. "Millaisia resursseja mobiilijournalismi vaatii?" ja 3. "Millaisia mahdollisuuksia mobiilijournalismi luo?".

Selvitimme vastauksia näihin kysymyksiin perehtymällä ensin median murrokseen ja mobiilijournalismin syntyyn aiheesta olemassa olevan kirjallisuuden ja tutkimustyön perusteella.

Teimme johtopäätökset haastatteluissa saamiemme vastusten sekä asetettujen kysymysten perusteella. Saimme kahden ison valtakunnallisen uutistoimituksen tietojen avulla suuntaa antavia tuloksia siitä, millainen mobiilijournalismin nykytila uutistoimituksessa on ja miten sitä MTV Uutisten ja Ylen toimituksissa tehdään verkkosivuille ja tv-uutisiin.

Opinnäytetyömme tulokset eivät välttämättä ole laajemmin yleistettävissä olevia, koska jokaisessa uutistoimituksessa on omat käytäntönsä. Mojo-videoita voidaan tietenkin tehdä muissakin toimituksissa kuin uutistoimituksissa, sekä eri välineisiin, kuten internetin eri alustoihin ja televisioon.

Kännykän tuttuus välineenä, mojon nopeus ja helppous, sekä sosiaalinen media mahdollistavat kaikille mahdollisuuden videoiden luomiseen.

Opinnäytetyömme herätti kuitenkin kysymyksiä, kuten tarvitseeko toimittajat koulutusta mojo-videoiden tekoon? Mojo-videoita tehdään nyt hyvin vapaamuotoisesti eikä niiden tekemiseen ole valmista muottia. Mielenkiintoinen jatkotutkimuksen kohde olisikin se, tullaanko mojo-videoille keksimään jatkossa jokin kaava, jonka mukaan niitä tullaan tekemään? Heräsi myös kysymys, tarvitseeko journalismin opetuksessa ottaa tarkemmin huomioon kehitys kohti lisääntyvää mobiilijournalismia?

Tässä opinnäytetyössä tarkastelimme MTV Uutisten sekä Ylen toimittajien työskentelytapoja, jotta pääsimme vertailemaan eri toimitusten työtapoja ja käytänteitä. Myös se,

kuinka yleisöjen lähettämiä mobiilivideoita hyödynnetään toimituksellisessa työssä, olisi ollut kiinnostava tutkimuskohde.

Opinnäytetyömme tulosten ja johtopäätösten perusteella alan käytäntöjä voidaan mahdollisesti kehittää tulevaisuudessa tutkimuksen kohteen olevissa toimituksissa tai muissa uutistoimituksissa.

Lähteet

Blankenship, J. 2016. Solo Journalism and news routines: Using the hierarchical influences model to study the organizational and individual influences of solo journalism in local television news. Väitöskirja. University of North Carolina at Chapel Hill Graduate School. Luettavissa: <https://cdr.lib.unc.edu/concern/dissertations/j67314445>. Luettu: 6.3.2020.

Ericsson 2019. Ericsson Mobility Report November 2019. Luettavissa: <https://www.ericsson.com/4acd7e/assets/local/mobility-report/documents/2019/emr-november-2019.pdf>. Luettu: 23.4.2020.

Finnpanel 2020. TV-mittaritutkimus. Luettavissa: <https://www.finnpanel.fi/tulokset/tv/vuosi/ minuutit/2019/minuutit.html> ja <https://www.finnpanel.fi/tulokset/tv/kk/kat-saika/2020/4/10-24.html>. Luettu: 3.6.2020.

Gentile, B. 29.8.2010. Defining Backpack Journalism – Again. Blogi. Bill Gentile. Luettavissa: <https://billgentile.com/news/defining-backpack-journalism-again/>. Luettu: 6.3.2020.

Haaramo, E. 2014. "Aita kuin aita": maksumuurit verkkomedian kulutuksessa. Luettavissa: <https://helda.helsinki.fi/handle/10138/144393>. Luettu: 8.6.2020.

Helsingin Sanomat, 2020. Helsingin Sanomien tilaajamäärä ylitti 400 000 ensimmäistä kertaa seitsemään vuoteen: "Fakta-pohjaiselle journalismille on kysyntää", sanoo päätoimittaja Kaius Niemi. Luettavissa: <https://www.hs.fi/talous/art-2000006704256.html>. Luettu: 21.12.2020.

Herkman, J. 2009. Journalismi markkinoilla. Konserni- ja mediajournalismia. Teoksessa Väliverronen, E. (toim.). Journalismi murroksessa, s. 32–49. Gaudeamus. Helsinki.

Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2015. Tutkimushaastattelu: Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Gaudeamus.

Jyrkiäinen, J. 2008. Journalistit muuttuvassa mediassa. Journalismin tutkimusyksikkö, Tiedotusopin laitos, Tampereen yliopisto. Kopio Niini Finland Oy. Tampere. Luettavissa: <https://trepo.tuni.fi/bitstream/handle/10024/65349/978-951-44-7385-2.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Luettu: 19.5.2020.

Jyrkiäinen, J. 1994. Sanomalehdistön keskittyminen: joukkoviestinnän ja erityisesti sanomalehdistön keskittymisilmiö, sen kulku ja seuraukset jälkitekollisissa yhteiskunnissa 1980-luvun lopulla. Väitöskirja. Tampereen yliopisto.

Kangas, J. 2019. MIKSI MAKSAA, KUN ILMAISEKSIKIN SAA: Lukijoiden halukkuus maksaa verkkournalismista. Luettavissa: <https://jyx.jyu.fi/bitstream/handle/123456789/66011/URN%3ANBN%3Afi%3Aju-201910244577.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Luettu: 8.6.2020.

Karhunen, P. 2017. Closer to the story? Accessibility and mobile journalism. Tutkimus. Reuters Institute for the Study of Journalism. Oxford. Luettavissa: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2017-09/Karhunen%2C%20Accessibility%20and%20Mobile%20Journalism.pdf>. Luettu: 6.3.2020.

Korpela-Välisaari, S. 2017. Mobiilijournalismi valtaa media-alan. Opinnäytetyö. Metropolia Ammattikorkeakoulu. Luettavissa: <https://core.ac.uk/download/pdf/161419161.pdf>. Luettu: 30.11.2020.

Kortti, J. 2016. Mediahistoria: Viestinnän merkityksiä ja muodonmuutoksia puheesta biteihin. Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.

Media Room Hub 2018. Solo Journalism: The Future of Journalism. Luettavissa: <https://www.mediaroomhub.com/solo-journalism-the-future-of-journalism/>. Luettu 6.3.2020.

Mobile Journalism Manual. The guide for reporters and newsrooms s.a. Understanding Mobile Journalism. Luettavissa: <http://www.mojo-manual.org/understanding-mobile-journalism/>. Luettu 27.2.2020.

MTV 2019. MTV lyhyesti. Luettavissa: <https://www.mtvuutiset.fi/yrittys>. Luettu: 7.7.2020.

MTV Uutiset, 2018. Telia ostaa MTV:n – kauppaan kuuluu myös ruotsalainen TV4. Luettavissa: <https://www.mtvuutiset.fi/artikkeli/telia-ostaa-mtv-n/7000266#gs.8mm994>. Luettu: 15.6.2020.

MTV Uutiset, 2019. Tätä MTV:n siirtyminen Telian omistukseen tarkoittaa suomalaiskuluttajan kannalta: "Olemme uuden tulevaisuuden edessä". Luettavissa: <https://www.mtvuutiset.fi/artikkeli/tata-mtv-n-siirtyminen-telian-omistukseen-tarkoittaa-suomalaiskuluttajan-kannalta-olemme-uuden-tulevaisuuden-edessa/7622852#gs.8mq55v> Luettu: 15.6.2020.

Nielsen, R.K. & Sambrook, R. 2016. What is happening to television news? Reuters Institute for the Study of Journalism. Oxford. Luettavissa: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/what-happening-television-news>. Luettu: 23.4.2020.

Paronen, R. 2018. Älypuhelimesta televisioon – puhelin Yleisradion TV-uutisten kuvauksväliseenä. Opinnäytetyö. Turun ammattikorkeakoulu. Luettavissa: https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/150514/Ruska_Paronen_thesis.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Luettu: 9.4.2020.

Pitkänen, E. 2018. Mobiilijournalismi uutistoimituksessa. Opinnäytetyö. Karelia-ammattikorkeakoulu. Luettavissa: https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/153023/Pitkanen_Eerikki_2018_10_03.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Luettu: 9.4.2020.

Pirhonen, P. 2020. Älypuhelin toimittajan työvälineenä. Opinnäytetyö. Haaga-Helia ammattikorkeakoulu. Luettavissa: <https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/341275/A%CC%88lypuhelin%20toimittajan%20tyo%CC%88va%CC%88liineena%CC%88%20.pdf?sequence=2&isAllowed=y>. Luettu: 22.6.2020

Proakatemia essee pankki 2017. Soluessee: Tutkimusmenetelmät. Luettavissa: <https://essee pankki.proakatemia.fi/soluessee-tutkimusmenetelmat-2/>. Luettu: 20.10.2020

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2018. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Tammi. Helsinki.

Quinn, S. 2009. IFRA Special Report: The mobile journalist – from backpack to pocket journalism. Luettavissa: <https://keralamediaacademy.org/wp-content/uploads/2015/02/The-mobile-journalist.pdf>. Luettu: 11.5.2020.

Rosenblum, M. 2007a. The VJ Registry. Luettavissa: <https://www.rosenblumtv.com/2007/04/the-vj-registry/>. Luettu: 7.5.2020.

Rosenblum, M. 2007b. Why TV News Sucks. Luettavissa: <https://www.rosenblumtv.com/2007/02/why-tv-news-sucks/>. Luettu: 7.5.2020.

Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. 2006. KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietovarasto. Luettavissa:

https://www.fsd.tuni.fi/menetelmaopetus/kvali/L6_3_2.html. Luettu: 14.10.2020

Seppänen, J. & Väliverronen, E. 2012. Mediatyhteiskunta. Vastapaino. Tampere.

Suomen Lehdistö 2015. Kaikille päivälehdille tulossa maksumuuri. Luettavissa <https://suomenlehdisto.fi/kaikille-paivalehdille-tulossa-maksumuuri/> Luettu: 9.6.2020.

Uskali, T. 13.2.2013. Yliopistotutkija, Jyväskylän yliopisto. Vallankumous mediassa - mitä todella tapahtuu? Jyväskylän yliopisto. Yleisöseminaarin tallenne. Katsottavissa:

<https://moniviestin.jyu.fi/ohjelmat/hallinto/viestinta/vallankumous-mediassa/vallankumous-mediassa>. Katsottu: 17.6.2020.

Valli, R. (toim.) 2018. Ikkunoita tutkimusmetodeihin 1, Metodien valinta ja aineistonkeruu: virikkeitä aloittelevalle tutkijalle, s. 27, 33, 41–42, 114. PS-kustannus. Jyväskylä.

Vellinga, W. s.a. MoJo Evolution not Revolution. Thomson Foundation. Luettavissa:

<http://www.thomsonfoundation.org/latest/2018-mojo-evolution-not-revolution/>. Luettu: 12.5.2020.

Väliverronen, E. 2009a. Journalismi kriisissä? Teoksessa Väliverronen, E. (toim.). Journalismi murroksessa, s. 13–31. Gaudeamus. Helsinki.

Väliverronen, E. 2009b. Journalismin muutoksia jäljittämässä. Teoksessa Väliverronen, E. (toim.). Journalismi murroksessa, s. 7–10. Gaudeamus. Helsinki.

Yle, 2017. "Kun sisältöä tuotetaan, se pitää jotenkin rahoittaa" – nettisisältöjen maksumuuri yleistyy sanomalehdissä. Luettavissa: <https://yle.fi/uutiset/3-9600321>. Luettu: 8.6.2020.

Yle, 2014. Yle pähkinänkuoressa. Luettavissa: <https://yle.fi/aihe/artikkeli/yleisradio/yle-pahkinankuoressa>. Luettu: 13.11.2020.

Liitteet

Liite 1. Haastattelukysymykset

Keskeiset teemat/tutkimuskysymykset:

- Miten mobiilijournalismi vaikuttaa toimittajan työhön?
- Millaisia resursseja mobiilijournalismi vaatii?
- Millaisia mahdollisuuksia mobiilijournalismi luo?"

Apukysymykset haastatteluun:

- Kerro taustastasi journalistina
- Millaista mobiilijournalismin tekeminen käytännössä MTV Uutiset livessä on? (Myös käytettävät välineet?)
- Mitä on huomioitava, kun lähtee kuvauskeikalle mobiilivälineiden kanssa? (Esimerkiksi välineet)
- Mitä Mojo-videon hyödyt ovat? (Esimerkiksi nopeus)
- Mitä pidät mobiilijournalistin tärkeimpänä ominaisuutena? (Kuvakerronnan hallitseminen?)
- Oletko saanut koulutuksen mojo-videoiden tekoon? (Jos ei, niin olisitko kaivannut?)
- Millaiset resurssit teillä on mojo-videoiden tekoon? (raha, aika, kalusto)
- Tuleeko koskaan epäonnistumisia? Onko niille tilaa?
- Minkälaisissa tilanteissa mobiilijournalismia käytetään?
- Saako mobiililaitteella kuvattua mielestäsi yhtä laadukasta sisältöä kuin (TV-)kameralla? (Miksi/miksi ei?)
- Tuleeko mobiilijournalismi lisääntymään tulevaisuudessa? Miksi/miksi ei?
- Mikä toimituksen arjessa pitäisi muuttua, jotta mobiilijournalismin mahdollisuuksia voitaisiin hyödyntää enemmän?
- Koetko itse, että mobiilijournalismi muuttaa jollain tapaa journalismia?
- Mihin suuntaan mobiilijournalismi voi lähteä kehittymään? (VR eli virtuaalitodellisuus, AR, eli lisätty todellisuus, interaktiivisuus somessa)
- Mitkä ovat mielestäsi mobiilijournalismin uhat? Entä mahdollisuudet?
- Jos juttukeikalle lähtiessä voisit ottaa kuvaajan mukaan, niin ottaisitko, vai tekisitkö jutun yksin mojona?

Kuvat

Kuva 1. Kuvakaappaus Finnpanelin TV-mittaritutkimuksesta. (3.6.2020)

Kuva 2. Kuvakaappaus Ylen toimittajan videolta. Yksityinen YouTube-video. (25.11.2020)