

Opinnäytetyö (AMK)

Media-ala, journalismi

2023

Katri Tihilä

Miten toimittaja kertoo tarinan somevideossa?

– Instagram-kirjeenvaihtajuus Maailman
Kuvalehdelle



Opinnäytetyö (AMK) | Tiivistelmä

Turun ammattikorkeakoulu

Media-ala, journalismi

2023 | 42 sivua

Katri Tihilä

Miten toimittaja kertoo tarinan somevideossa?

- Instagram-kirjeenvaihtajuus Maailman Kuvalehdelle

Opinnäytetyössä tarkastellaan millaista kerronta ja ilmaisu ovat sosiaalisessa mediassa julkaistavassa videojournalismissa.

Uutisten seuraaminen sosiaalisen median kautta on yleistynyt erityisesti nuorilla. Somealustat tuovat journalismiin myös uusia audiovisuaalisia kerrontatapoja ja muokkaavat toimittajien ilmaisua.

Opinnäytetyössä toteutettiin Maailman Kuvalehden Instagram-kanavalle kolmiosainen journalistinen videosarja. Videot tehtiin Kaakkois-Aasiassa syksyllä 2022 osana lehden kirjeenvaihtajakonseptia.

Tuloksissa ilmenee, että journalistinen kerronta sosiaalisen median videoformaateissa vaatii tiiviyyttä ja selkeää näkökulmaa. Somevideoille sopii toimittajan oma luonnollinen ilmaisu, mutta puheen pitäisi silti olla tarpeeksi yksinkertaista ja selkeää.

Erytiesesti somevideoiden lyhyt kesto haastaa reportaasimaista tarinankerrontaa, toimittajan ilmaisua sekä journalistista sisältöä. Laajojen aiheiden kärki kannattaa terävöittää hyvällä suunnittelulla ja käsikirjoituksella.

Asiasanat:

journalismi, sosiaalinen media, Instagram, tarinankerronta, esiintyisyys

Bachelor's Thesis | Abstract

Turku University of Applied Sciences

Media arts, journalism

2023 | 42

Katri Tihilä

Journalistic storytelling in social media videos

- Working as an Instagram correspondent for Maailman Kuvalehti

The thesis examines journalistic storytelling and screen performance of journalists in video journalism published on social media.

Following the news through social media has become more common, especially for young people. Social media platforms also bring new audiovisual methods to journalism and shape the screen performance of journalists.

A three-part journalistic video series was created for Maailman Kuvalehti and published on Instagram. The videos were made in Southeast Asia in the fall of 2022 as part of the magazine's correspondent concept.

The results show that journalistic storytelling in social media video formats requires a concise and clear perspective. The journalist's own natural expression and speech are suitable for social media videos, but the speech should still be simple and clear.

In particular, the short duration of social media videos challenges reportage-like storytelling, the journalist's screen performance and journalistic content. Broad topics should be sharpened with good planning and scriptwriting.

Keywords:

journalism, social media, Instagram, storytelling, screen performance

Sisältö

Käytetyt lyhenteet tai sanasto	6
1 Johdanto	7
2 Toimeksianto ja tutkimuskysymykset	9
3 Tietoperusta	11
3.1 Journalismi sosiaalisessa mediassa	11
3.2 Instagram journalismin alustana	12
3.3 Journalistinen kerronta ja juttutyypit sosiaalisessa mediassa	13
3.4 Videojournalismin dramaturgia ja rakenne	13
3.5 Toimittajan ilmaisu	15
3.6 Muutokset videojournalismissa	17
4 Videoiden teko	19
4.1 Suunnittelu ja käsikirjoitus	20
4.2 Kuvaukset	21
4.3 Editointi ja jälkityöt	27
5 Havainnot ja pohdinta	29
5.1 Journalistisen tarinankerronnan tiivistyminen	29
5.2 Aloitus sosiaalisessa mediassa	31
5.3 Haastateltavien rooli lyhyillä videoilla	32
5.4 Toimittajan puheen tyyli ja sisältö somevideoilla	33
5.5 Toimittajan eleet ja persoona	35
6 Yhteenveto ja johtopäätökset	37
Lähteet	40

Kuvat

Kuva 1. Ilmastoahdistus-videon kuvituskuvaa.	23
Kuva 2. Kuvituskuvaa metsäkato-videolta.	24
Kuva 3. Kuvituskuvaa muovijäte-videolta.	25
Kuva 5. Esimerkkikuva video-otoista	26

Taulukot

Taulukko 1. Julkaistut videot Maailman Kuvalehden Instagramissa.	19
Taulukko 2. Esimerkki ilmastoahdistus-videolta käsikirjoituksen ja lopullisen puheen välillä.	34

Käytetyt lyhenteet tai sanasto

some	sosiaalinen media
Instagram Reels	Reels, eli kela, on lyhytkestoinen videoformaatti Instagram-sovelluksessa, joka voidaan julkaista myös käyttäjän syötteessä.
Instagram Stories	Stories, eli tarinat, ovat pystysuuntaisia videoita tai kuvia, jotka näkyvät Instagram-sovelluksen yläreunassa. Tarinat katoavat 24 tunnissa, mutta ne voidaan myös tallentaa kohokohtiin.

1 Johdanto

Mitä juuri oikeastaan näin tai kuulin? Näin saatan välillä havahtua Instagram-kelojen ikuisen rullan syövereistä. Olen ohittanut virrassa kymmeniä toisiaan toistavia meemivideoita ja kiiltokuvamaisia matkailuinfluencereiden klippejä. Journalistina olen pohtinut, että kiinnostaisivatko somessa ihmisiä myös videot, joissa olisi yhteiskunnallisesti merkittävää asiaa houkuttavalla tavalla kerrottuna.

Näistä ajatuksista inspiroituneena lähdin Kaakkois-Aasiaan toteuttamaan videosarjaa. Halusin yhdistää videoissa toimittajan reportaasimaisen läsnäolon ja merkityksellisen ympäristöjournalismin.

Taiteellisenä lopputyönä toteutin journalistisen videosarjan Maailman Kuvalehden Instagram-kanavalle. Tavoitteenani oli tehdä toimeksiantajalle kolme videokokonaisuutta ja verkkoartikkelia Kaakkois-Aasiasta. Keskeisenä ajatuksena oli käsitellä ilmaston- ja ympäristömuutosta; erityisesti miten paikalliset ihmiset kokevat oman ympäristönsä nykyisen tilanteen, ja miten he suhtautuvat tulevaisuuteen.

Taiteellisen työn ammatillisena tavoitteenani oli kehittää omaa ilmaisua toimittajana sekä journalistisen kerronnan taitojani. Lisäksi tavoitteenani oli oppia freelancerina ja reporterina työskentelystä ulkomailla. Kirjallisen raportin tavoitteena taas on tarkastella sosiaalisessa mediassa julkaistavan videojournalismin tarinankerrontaa ja ilmaisua laajemmalla tasolla. Peilaan taiteellista työtäni aiempaan tietoperustaan, ja tarkastelen havaintoja, joita olisi hyvä huomioida journalististen somevideoiden teossa.

Sosiaalisen median ja journalismin yhteys on tärkeä tutkimusaihe, sillä esimerkiksi nuoret seuraavat uutisia yhä enemmän somesta (Digital News Report 2022). Sosiaalisessa mediassa myös liikkuu paljon valheellista sekä virheellistä tietoa, joten luotettavien journalististen tahojen läsnäolon merkitys somessa kasvaa. Erityisen ajankohtaista tämä on aikana jolloin Euroopassa on käynnissä sota, ja informaatiovaikuttaminen on päivittäistä.

Monet suomalaiset mediatalot ovat jo hypänneet esimerkiksi Instagramin ja Tiktokin virtaan, mutta videoiden journalistista kerrontaa ja ilmaisua on pohdittu vasta vähän. Lisäksi sosiaalisen median tyyli myös muokkaa perinteistä journalismia, ja tuo siihen jatkuvasti uusia piirteitä.

2 Toimeksianto ja tutkimuskysymykset

Tein taiteellisena lopputyönäni kolmiosaisen journalistisen juttusarjan Maailman Kuvalehden Instagram-kanavalle. Videojournalismiin painottuva juttusarja sisältyi Maailman Kuvalehden kirjeenvaihtajakonseptiin, ja tein jutut Kaakkois-Aasiassa Malesiassa ja Thaimaassa syksyllä 2022.

Maailman Kuvalehti on Fingo ry:n kustantama aikakauslehti, joka ilmestyy neljä kertaa vuodessa (Maailman Kuvalehti 2023). Lehti julkaisee artikkeleita myös verkossa, ja sosiaalisessa mediassa sillä on Instagram-, Facebook- ja Twitter-tili. Instagram-kanavalla oli lähes 4000 seuraajaa huhtikuussa 2023. Suurin osa syötteen sisällöstä on kuvajulkaisuja, jotka ovat maistiaisia varsinaisista artikkeleista ja tehtävänä on ohjata käyttäjä myös verkkosivuille.

Lähestyin lehteä Instagram-videosarjan tarjouksella syksyllä 2022. Maailman Kuvalehti (2023) omien sanojensa mukaan kertoo tarinoita maailmalta ja pyrkii syventämään uutisvirtaa, joten koin juttuideoideni sopivan lehden sisältöön. Maailman Kuvalehti ei ollut vielä tehnyt ensisijaisesti Instagramissa julkaistavaa videojournalismia, joten sain myös vapaasti suunnitella ja ehdottaa videoiden muotoa. Suunnitelmassa ehdotin, että haastattelut olisivat gallupmaisia kohtaamisia erilaisten ihmisten kanssa. Näin myös jo ehdotusvaiheessa, että toimittaja olisi läsnä videoilla. Lopullinen tyyli muotoitui yhteistyössä toimituksen kanssa, ja Maailman Kuvalehti päätti aloittaa kirjeenvaihtajakonseptin Instagramiin. Itseni lisäksi syksyllä 2022 oli kirjeenvaihtaja myös Keniasta ja konsepti on jatkunut keväällä 2023.

Itselläni jokaiseen juttukokonaisuuteen sisältyi yksi Instagram Reels-video, 6-7 videon Instagram Stories-kokonaisuus sekä lyhyt verkkoartikkeli. Juttusarjan teemana oli ympäristönmuutos ja tulevaisuus. Tavoitteena oli saada tavallisten ihmisten ääntä esille, ja miten he kokevat ilmaston ja ympäristön tulevaisuuden.

Halusin alun perin julkaista videot nimenomaan Maailman Kuvalehden Instagram-alustalla, sillä kyseinen kanava seuraajineen oli jo olemassa. Uuden

alustan perustaminen olisi vaatinut paljon pohjatyötä ja seuraajamäärän kasvattamista.

Tavoitteena opinnäytetyön kirjallisessa raportissa on reflektoida omaa työprosessiani sekä tarkastella millaisia keinoja toimittaja voi käyttää sosiaalisessa mediassa julkaistavassa videojournalismissa. Haastattelin työtäni varten myös Yle Uutisten toimittaja Sara Salmea, jonka [somevideot](#) erityisesti Yle Helsingin Instagram-tilillä ovat toimineet itselleni referenssinä työskentelyssä.

Keskityn kirjallisessa työssäni erityisesti kahteen tutkimuskysymykseen:

- 1) Millaista journalistinen kerronta on sosiaalisessa mediassa julkaistavassa videojournalismissa?

Ensimmäiseksi perehdyn siihen, millaista on audiovisuaalinen journalistinen kerronta sosiaalisessa mediassa. Esimerkiksi millaisia ratkaisuja videoilla tehdään rakenteessa ja dramaturgiassa, kun some-alustat antavat tietyt puitteet.

- 2) Millaista on toimittajan ilmaisu sosiaalisessa mediassa julkaistavassa videojournalismissa?

Toisessa tutkimuskysymyksessäni keskityn siihen, millaista toimittajan läsnäolo, kieli, puhetyyli ja non-verbaalinen viestintä videoilla on. Tutkin esimerkiksi, miten ilmaisu eroaa perinteisistä uutisvideoista, ja miten oma ilmaisuni videoilla näkyy.

3 Tietoperusta

3.1 Journalismi sosiaalisessa mediassa

Toistaiseksi valtaosa suomalaisista mediataloista on käyttänyt sosiaalista mediaa lähinnä omien juttujen jakoon sekä juttuideoiden etsintään, mutta nähtävillä on nykyisin myös ensisijaisesti sosiaalisen median alustoille tehtävää journalismia. Kyseiset juttutyypit voivat ammentaa sosiaalisen median ilmaisumuodoista, mutta ne erottuvat journalismiksi, kun julkaisija on sitoutunut journalistin ohjeisiin. (Utismedian liitto 2021.)

Uutisten seuraaminen on viime vuosina siirtynyt tasaisesti älypuhelimien näytölle. Vuonna 2022 sosiaalinen media oli maailmalla 18-24-vuotiaiden ensisijainen uutisten lähde (39 % vastaajista) jättäen taakseen uutisverkkosivustot ja uutissovellukset (34 % vastaajista). Vuonna 2022 myös 45 % suomalaisista käytti sosiaalista mediaa yhtenä uutislähteenä. (Digital News Report 2022, 42, 77.)

Digital News Reportin mukaan (2022, 24-30) toistaiseksi suurin osa yleisöistä haluaa lukea uutiset teksteinä, mutta journalismin tulo sosiaaliseen mediaan on myös lisännyt erilaisia videomuotoja. Nuoremmat sukupolvet seuraavat hieman enemmän audiovisuaalisessa muodossa olevia uutisia esimerkiksi Instagramin ja Tiktokin kautta, mitä selittää esimerkiksi se, että he viettävät enemmän aikaa sosiaalisessa mediassa. Raportissa mainitaan, että videoita suositaan myös siksi, että katsominen koetaan helpommaksi sekä kiinnostavammaksi, ja videoilla voidaan nähdä kokonaisempi tarina. Lisäksi tarinoihin tulee eloa, kun videolla voidaan nähdä myös ihmisiä, jotka raportoivat uutisia.

Digitaalisen journalismin trendeissä näkyy myös julkaisijoiden vahva kiinnostus lyhytmuotoisiin videoihin. Vuonna 2023 julkaisijat aikovat panostaa visuaalisista sosiaalisen median alustoista eniten Tiktokiin, Instagramiin ja Youtubeen. (Newman 2023.)

Maailmanlaajuisesti sosiaalisen median alustoista Facebook-sovellusta käytetään edelleen eniten uutisten seuraamiseen, mutta suosio on laskenut viime vuosina. Visuaalisuuteen keskittyvät Tiktok ja Instagram taas ovat kasvattaneet osuuttaan nuorten 18-24-vuotiaiden uutisten lähteenä viime vuosina. Tiktokin suosio on vahvasti kasvussa maailmalla, ja sen sisällön nähdään kehittyneen myös monipuolisempaan suuntaan, eikä sitä nähdä enää vain tanssivideoiden alustana. Esimerkiksi BBC perusti Tiktokiin kanavat huomattuaan Ukrainan sotaan liittyvän misinformaation leviämisen. (Digital News Report 2022, 24-25.)

3.2 Instagram journalismin alustana

Instagram on vuonna 2010 perustettu kuvien ja videoiden jakamiseen tarkoitettu sovellus. Nykyisin sovellus on Meta-yhtiön omistuksessa. (Blystone 2022.)

Instagram on alustana suunniteltu ensisijaisesti mobiililaitteille, ja sovelluksen ominaisuudet ovat muuttuneet vuosien myötä. Vuoden 2023 alussa sovelluksessa pystyi julkaisemaan korkeintaan minuutin pituisia ja vuorokauden aikana katoavia Stories-videoita. Syötteeseen pystyy lataamaan jopa tunnin pituisia videoita, mutta sovelluksella tehdyt ja editoidut Reels-videot ovat korkeintaan 90 sekunnin pituisia.

Instagram oli vuonna 2022 neljänneksi suosituin somealusta Suomessa, ja 8 % suomalaisista käyttäjistä käytti sitä myös uutisten seuraamiseen (Digital News Report 2022, 77). Vuonna 2022 maailmanlaajuisesti Instagramia käytti uutisten seuraamiseen 12 % vastaajista ja TikTok-sovellusta 4 %, ja kummassakin sovelluksessa oli havaittavissa kasvua edeltäviin vuosiin (Digital News Report 2022, 24).

Suurin osa Instagramin journalistisen sisällön tarkoituksesta on ollut ohjata seuraajia median verkkosivuille (Vázquez-Herrero ym., 2019, 9). Salosen (2019, 57) pro gradu -tutkielmassa ilmenee, että suomalaisten mediatalojen pääsyy Instagram-alustan käyttöön oli nuoren yleisön tavoittaminen sekä mediatalon brändin tunnettavuuden edistäminen.

3.3 Journalistinen kerronta ja juttutyypit sosiaalisessa mediassa

National Geographicista ja Instagramistakin tunnetun toimittaja Neil Shean mukaan yleisö ei tule Instagramiin niin sanottua ”normaalia” journalismia varten. Hän neuvoo, että Instagramissa ihmettely on voimakas tunne, jota kannattaa hyödyntää. (Upola 2018.)

Uutismedian liitto (2021) luokittelee journalismiksi sosiaalisessa mediassa esimerkiksi niin sanotut minidokumentit, jotka vastaavat laajempia uutisartikkeleja. Verkossa esiintyvä mobiilitarina taas on saanut muotonsa Instagram Stories-osiosta ja on suunniteltu ensisijaisesti älypuhelimella koettavaksi (Uutismedian liitto 2021).

Omissa videoissani on myös reportaasin ominaisuuksia. Reportaasille ominaista on läsnäolon tuntu, ja että toimittaja on paikan päällä kuvailemassa tunnelmaa sekä ympäristöään. Uutismedialiiton mukaan (2021) videoreportaasien teko on yleistynyt ja niissä visuaalisuus on olennaisessa osassa.

Vázquez-Herreron ym. (2019, 7) tunnistivat eri medioiden suosituimmiksi Instagram Stories-juttutyypeiksi niin sanotut ”sisäänheitojuttutyypit”, joiden tehtävänä oli ohjata liikennettä median verkkosivuille. Nämä jakautuivat kahteen eri luokkaan, joista yleisin oli varsinaisen artikkelin maistiainen eli esittelyjuttu (introductory, 85,6 %) ja toisena tiivistelmäjuttutyyppi, joka saattoi olla myös katsaus esimerkiksi viikon uutistapahtumista (summary story, 5,4 %). Kolmanneksi yleisin juttutyyppi oli reportaasi-tarina (5 %). Kyseinen juttutyyppi sisälsi syvempää tietoa ja audiovisuaalista materiaalia, ja esimerkiksi ranskalainen Le Monde ja yhdysvaltalainen Washington Post erottuivat reportaasien tekijöinä Instagramissa.

3.4 Videojournalismin dramaturgia ja rakenne

Uutisen rakenne toimii usein uutiskolmio-mallilla, jossa tärkein asia kerrotaan ensimmäiseksi (Ailio 2015, 17). Journalistisessa kerronnassa hyödynnetään

nykyisin myös muitakin muotoja, ja esimerkiksi tarinamuoto on tehokas tapa omaksua tietoa (Vänttinen 2019, 71). Tunnetuimpia dramaturgian malleja on Aristoteleen kolmen näytöksen muotoon ja Freytagin pyramidiin perustuva Ola Olssonin soveltama kuuden vaiheen draamankaari, jossa alkusysäyksen jälkeen tarina kiihtyy ristiriitojen kärjistymiseen asti, josta seuraa jonkinlainen ratkaisu tarinaan (Ailio 2015, 21).

Olssonin draamankaaren kuusi vaihetta eriteltynä:

1. Alkusysäys
2. Esittely
3. Syventäminen
4. Kiihdytys ja ristiriitojen kärjistyminen
5. Ratkaisu
6. Häivytytys

Esimerkiksi tarinallisissa lehtijutuissa varsinaista huippuhetkeä ei aina ole, sillä tosielämän tapahtumien pakottaminen dramaturgian malliin voi siirtää jutun fiktion puolelle. Tarinan kulminaatio saattaa näkyä myös jonkinlaisena käänteenä tai oivalluksena. (Lassila-Merisalo 2020, 77.)

Tarina herättää tunteita ja saa yleisön kiinnostumaan. Lisäksi niillä voidaan helpottaa vaikeidenkin asioiden ymmärtämistä. (Vänttinen 2019, 71.)

Tarinamuodossa olevien sisältöjen on huomattu erottuvan internetin kilpailevien sisältöjen joukosta. Sosiaalisessa mediassa ihmisiä ovat kiinnostaneet esimerkiksi minuutin mittaiset tarinalliset uutisvideot ja tunteisiin vetoavat esimerkit. (Upola 2018.)

Videon tai minkä tahansa juttutyypin aloituksen merkitys on kiistanon (Ailio 2015, 23, Upola 2018, Lassila-Merisalo 2020, 62). Somevideolla jopa ensimmäiset sekunnit merkitsevät eniten ja katsojat päättävät niiden perusteella katsotaanko videota loppuun (Salmi 2023, Honkonen 2022).

Kirjallisissa artikkeleissa aloitukseen vaikuttaa myös otsikko, mutta sosiaalisessa mediassa sitä ei välttämättä ole ensimmäisenä nähtävissä. Videon aloituksen pitäisi toimia yksinään.

Upolan (2018) mukaan verkossa tarinan alun merkitys painottuu enemmän kuin perinteisissä välineissä.

"Alun on koukuttava ja perusteltava hyvin nopeasti, miksi tämä juttu kannattaa ehdottomasti lukea, katsoa tai kuunnella. Mitä saan, jos jatkan tästä?" (Upola 2018)

Kiinnostuksen herättämisen lisäksi alku esittelee henkilöt ja asetelman. Keskipohdan tehtävä on syventää ja viedä tarinaa eteenpäin. Lopussa on jonkinlainen ratkaisu, joka voi myös jäädä avoimeksi.

Yle Kioskin toimittaja Aleksi Rantamaa neuvoo, että kaikkia kiinnostavia asioita ei kuitenkaan kannata laittaa videon alkuun, sillä katsoja saattaa lopettaa videon katsomisen milloin tahansa. Kiinnostavia asioita tarvitaan siis myös keskivaiheeseen ja loppuun. (Upola 2018)

3.5 Toimittajan ilmaisu

Toimittajat ollaan totuttu perinteisesti näkemään ruudussa esimerkiksi uutisankkureina, raportoimassa paikan päältä tai avaamassa juttu niin sanotulla "standup"-puheenvuorolla. Lisäksi toimittajan tekemät audiospiikit ovat yleisiä journalistisissa videoissa.

Iso-Taluksen (2022, 55) mukaan ruudulla esiintyminen on lisääntynyt sosiaalisen median myötä. Moni tavallinen ihminen on noussut tunnetuiksi esiintyjiksi esimerkiksi Tiktokin kautta, eikä julkinen esiintyminen ruudulla ole rajattua vain valituille henkilöille. Myös toimittajan persoona on yhä enemmän läsnä journalismissa (Upola 2018). Oma kokemukseni toimittajana esiintymisessä on se, että esiintyn osittain omana itsenä, mutta silti tietynlaisessa roolissa. Upolan (2018) mukaan toimittajalla työroolin ja

henkilökohtaisen minän ero on harvoin esimerkiksi niin selkeä kuin näyttelijöillä henkilökohtaisen minänsä kanssa.

Vänttinen (2019, 65) teki YAMK-lopputyössään havainnon, että Instagramin journalistisista julkaisusta tulee henkilökohtaisempia ja lähestyttävämpiä, kun toimittaja esiintyy julkaisuissa omalla nimellään ja kasvoillaan. Henkilökohtainen ote voi tuoda seuraajille tunteen, että he kokevat tapahtumat paikan päällä toimittajan kanssa.

Toimittajan esiintymiseen liittyvät itselleni tietyt ennako-oletukset, esimerkiksi, että toimittajan tulisi puhua selkeästi artikuloiden ja reippaalla rytmillä.

Huhtasen ja Pykäläisen opinnäytetyössä (2022, 20) haastateltiin suomalaisia uutisankkureita, jotka totesivat ilmaisun muuttuneen rennommaksi viimeisten vuosikymmenien aikana.

Vuodesta 2020 alkaen somealustoille journalismia tehnyt Ylen toimittaja Sara Salmi (2023) näkee, että somessa esiintyvän journalistin kannattaisi pyrkiä olemaan luonnollinen oma itsensä. Salmen mukaan katsoja aistii herkästi, mikäli yrittää esittää jotain muuta kuin on, ja se vie myös uskottavuutta videolta.

Salmi itse pyrkii puhumaan sosiaalisen median videoilla selkeästi, mutta itselleen luonnollisella rytmillä:

”Pyrin siihen, että kuulostaisin mahdollisimman paljon itseltäni. Semmoinen tietynlainen ohjenuora on kuin puhuisi kaverille.” (Salmi 13.3.2023)

Salmi kertoo, että puheeseen eniten haasteita tuo ristiriita luonnollisen puheilmaisuuden ja tarkan käsikirjoituksen välillä. Käsikirjoitus voi pitää sisällään tiettyjä tärkeitä asioita, jotka pitää kertoa jutussa. Tarkan käsikirjoituksen puhuminen voi toisaalta aiheuttaa puheessa niin sanotun ”uutisnuotin” eli tietynlaisen rytmin, johon olemme tottuneet perinteisissä uutisissa. Paikan päällä kuvatuissa ja reagoivissa jutuissa ilmaisu tuntuu hänestä luonnollisemmalta ja ajoittain helpommalta.

Sosiaalisen median videoissa Salmi pyrkii käyttämään ”ei niin virallista” kieltä; hän välttelee vaikeita sanoja ja suosii helppoja lauserakenteita ilman

lauseenvastikkeita. Sanavalinnoissaan hän pyrkii käyttämään itselleen tuttua kieltä, eikä valitse sanoja esimerkiksi kohderyhmän mukaan.

Salmi miettii myös omia eleitänsä ja ilmeitään somevideoissa, sillä hän tekee videoita myös vakavistakin aiheista, joihin ei esimerkiksi sovi hymyily. Ilmeistä voidaan hänen mukaansa tehdä jopa johtopäätöksiä, esimerkiksi että hän haluaa ottaa kantaa tiettyyn aiheeseen.

Toimittajan eleiden voidaan tulkita kertovan toimittajan tunteista. Esimerkiksi Pantin (2010, 176) tutkimuksessa suomalaisten mediatalojen edustajat ymmärsivät haastateltavien tunteiden tuomisen uutisjuttuihin, mutta eivät sallineet tunteiden näyttämistä journalisteille, sillä se voisi vaarantaa toimittajan objektiivisuuden ja riippumattomuuden.

Yle Kioskin toimittajat kertoivat Journalisti-lehdessä, että journalistisilla Tiktok-videoilla toimii, jos toimittaja reagoi uutiseen. Toisaalta heidän mielestä reaktion tulisi olla ”neutraali” ja varsinaisen tunnetilan (kuten ilahtumisen) sijaan toimittaja voisi esimerkiksi kommentoida tapahtuman historiallisuutta. (Honkonen 2022.)

3.6 Muutokset videojournalismissa

Salonen (2019, 53) pohtii pro gradu-tutkielmassaan, että internetin kulttuuri ja estetiikka vaikuttavat journalistiseen esitystapaan myös sosiaalisessa mediassa. Journalistit saavat samoilla alustoilla toimiessaan vaikutteita myös somen muilta tekijöiltä, kuten amatöörisisällöntuottajilta. Esimerkiksi verkkovideoissa ei ole aina nähty tarvetta toimittajan läsnäololle, mutta somealustojen ja live-videoiden suosion myötä juontajan/esittelijän roolin merkitys on kasvanut (Hill & Bradshaw 2019, 123).

Sosiaalisen median tyyli vaikuttaa journalististen juttujen kerronnan sävyyn, ja voi muuttaa myös perinteisen median käytäntöjä. Perinteisten julkaisuiden on pohdittava juttujensa houkuttelevuutta ja ymmärrettävyyttä, sillä ihmiset ovat tottuneet somessa esimerkiksi tuttavallisempaan ja henkilökohtaisempaan

tyyliin. Perinteisen median kieli voi tuntua etäiseltä, kun ihmiset tottuvat somen kieleen. (Upola 2018)

Salmi (2023) näkee, että somevideoiden tyyli eroaa perinteisimmistä uutisvideoista nopeudeltaan. Leikkaustyyli voi olla myös rosoisempaa somealustoilla (Salmi 2023, Honkonen 2022).

Salmesta (2023) perinteisissä uutisvideoissa toimittajan kieli saattaa olla jäykempää ja virallisempää. Somevideoissa taas toimittajan puhe voi olla nopeampaa, puhekielisempää ja eleitä on enemmän. Hän pohtii, että luonnollisempaa ilmaisua siedetään nykyisin enemmän myös perinteisissä välineissä ja sitä voidaan myös toivoa tv-toimittajilta nykyisin enemmän.

Yksi haasteellisimmista asioista hänestä somessa on videoiden mitta, sillä se ei jätä juurikaan varaa niin sanotulle tyhjälle tilalle.

”Se mitta myös karsii sitä oman itsensä tuomista, koska mä en voi jättää sinne mitään semmoista löysää tai rönsyjä.” (Salmi 13.3.2023)

Ratkaisuna Salmi (2023) miettii, että videoiden sisältöä tulee karsia ja yhteen videoon laittaa vähemmän asiaa kerralla.

4 Videoiden teko

Seuraavassa kappaleessa kuvailen tarkemmin videoiden tuotantoa ja taiteellisen lopputyöni tekoa.

Taulukko 1. Julkaistut videot Maailman Kuvalehden Instagramissa.

Videon nimi	Ilmastoahdistus ja nuoret (Kuala Lumpur)	Metsäkato ja matkailu (Malesia)	Muovijäte saarilla (Thaimaa)
Lyhyt synopsis	Ilmastoahdistus on nuorten keskuudessa merkittävä ilmiö. Video käsittelee, mitä nuoret korkeakouluopiskelijat Kuala Lumpurissa ajattelevat ilmastokriisistä, ja miten he suhtautuvat tulevaisuuteen.	Metsäkato uhkaa Malesiassa. Videossa haastattelussa on ympäristövaikuttaja ja retkiopas Kavin, joka kokee, että matkailun kehittäminen voisi auttaa myös metsien suojelussa.	Kaakkois-Aasian rannoilla ei voi välttyä muovivirokselta. Mitä paikalliset saaren asukkaat ajattelevat muovijätteestä?
Kuvauspaikka	Kuala Lumpur, Malesia	Kuala Lumpur ja Penangin kansallispuisto, Malesia	Koh Muk-saari, Thaimaa
Reels-video (noin 90 sekuntia)	1 kpl Linkki videoon.	1 kpl Linkki videoon.	1 kpl Linkki videoon.

Stories videot (13-36 sekunnin pituisia)	6 kpl	7 kpl	7 kpl
Videoiden eri osiot	Toimittajan puhe, kuvituskuva, haastattelukuvat	Toimittajan puhe, kuvituskuva, haastattelukuva	Toimittajan puhe, kuvituskuva, haastattelukuvat
Haastattelutavat	6 henkilöä	1 henkilö	3 henkilöä

4.1 Suunnittelu ja käsikirjoitus

Videoiden suunnittelu ja käsikirjoittaminen vaihteli eri videoiden kohdalla. Jokaisen jutun kohdalla perehdyin ympäristöaiheiden taustatutkimukseen ja/tai tilastoihin. Tarkastelin esimerkiksi erilaisten ympäristöjärjestöjen tuottamaa dataa, ja tutkin myös paikallisten medioiden uutisia ja alueellisia tietolähteitä aiheista. Metsäkato-videon kohdalla minulla oli myös mahdollisuus tehdä etukäteen taustahaastattelu haastateltavalleni, minkä avulla pystyin jo paremmin rajaamaan ja suunnittelemaan videon näkökulmaa. Pääasiassa tein taustatutkimusta ennen kuvauksia, mutta huomasin myös palaavani lisätiedon äärelle, sillä haastateltavat saattoivat tuoda minulle uusia näkökulmia aiheisiin.

Omat puheosuuteni olin suunnitellut ja käsikirjoittanut alustavasti etukäteen, mutta kirjoitetut lauseet muuttuivat usein vielä suuhun sopivimmiksi puhuessani niitä läpi. Haastateltaville olin tehnyt kysymysrungot etukäteen, ja olin hahmotellut käsikirjoitukseen kohtausluettelon. Haastateltavien lopulliset vastaukset muuttivat välillä paljonkin videoiden näkökulmaa sekä rakennetta. Muovijäte-video oli vähiten käsikirjoitettu, ja tein videota enemmän siltä pohjalta, mitä havaitsin ja kuulin paikan päällä. Alun perin olin ajatellut, että video liittyy vahvemmin matkailuteemaan, mutta muovijätehavaintojeni vuoksi päätin vaihtaa näkökulmaani.

Suunnittelin, että Reels-videot toimivat aina myös omina teoksinaan, sillä kaikki eivät ehdi katsomaan Stories-videoita. Alun perin suunnittelin niin, että Reels-videot toimivat tiivistelmänä Stories-osuudesta ja kuvatekstiin voidaan tuoda lisätietoa, joka ei mahdu Reels-videolle.

4.2 Kuvaukset

Tein kaikki kuvaukset kevyellä mobiilikuvaukskalustolla: iPhone 11 Pro Max älypuhelimella, Rode Wireless Go II langattomilla mikrofoneilla sekä pienellä kolmijalkajalustalla. Pyrin tekemään haastattelut videoiden aiheisiin sopivissa ympäristöissä, sekä haastateltavien luonnollisessa miljöössä.

Ensimmäisen ilmastoahdistus-videon haastattelut tehtiin vox pop-tyylillä, joten haastatteluita oli määrällisesti enemmän ja ne olivat lyhyempiä. Löysin haastateltavat Kuala Lumpurin Sunway-yliopiston ympäristöstä.

Toisen metsäkato-videon haastattelu oli yhden henkilön syvempi haastattelu, jonka olin sopinut jo etukäteen. Haastatteluvideo kuvattiin Kuala Lumpurissa haastateltavan sijainnin vuoksi. Pyrin löytämään ympäristöaiheeseen sopivan miljöön, ja kuvasin haastattelun kaupungin kasvitieteellisessä puutarhassa.

Kolmannen muovijäte-videon haastateltavat löysin Thaimaan Koh Mukin saarelta ilman ennakkosopimista. Olin viettänyt saarella pari päivää, ja pyrin tutustumaan paikallisiin ihmisiin. Näiden haastatteluiden tekemisessä oli eniten haasteita, sillä haastateltavat eivät voineet puhua omalla äidinkielellään. Tämä vaati minulta enemmän spiikkaamista jälkikäsitelyssä, jotta haastateltavien viesti tulisi katsojille selkeäksi. Isommilla resursseilla haastattelut olisi voitu tehdä tulkin kanssa.

Ohjasin haastateltavia katsomaan haastattelutilanteessa minua kameran sijaan. Olen huomannut, että erityisesti eri medioiden verkko- ja somevideoissa on yleistynyt se, että haastateltava katsoo suoraan kameraan. Päädyin silti ohjeistamaan haastateltavaa katsomaan minua, sillä koin vuorovaikutuksen olevan helpompaa näin. Ilmastoahdistus-videossa olisi ollut helpompaa pyytää

haastateltavia katsomaan suoraan kameraan, sillä jouduin pitämään jalustassa olevaa kameraa kädessäni samaan aikaan haastatellessani.

Yleisesti arvioin kuvauksiin menneen noin puolesta työpäiväistä yhteen työpäivään, ja eniten aikaa meni kuvituskuvien ottamiseen. Kyseistä ajankäyttöä oli myös vaikeinta arvioida, sillä kuvasin usein esimerkiksi kävellessäni kaupungilla ja havainnoidessani ympäristöä. Ilmastoahdistus- ja muovijäte-videoissa kuvasin kuvituskuvaa useamman päivän ajan liikkeessäni kyseisissä paikoissa. Metsäkato-videon kohdalla kuvasin kuvituskuvan ennalta määriteltynä aikana kansallispuistossa.

Välillä oli haasteellista saada sellaista kuvituskuvaa, joka kuvaisi videossa olevia laajoja aiheita, kuten ilmastokriisin vaikutuksia tai metsäkatoa. Halusin käyttää videoissa omaa audiovisuaalista materiaaliani, enkä turvautua esimerkiksi kuvapankkeihin.

Ensimmäisessä videossa haastateltavat kertovat ajatuksistaan liittyen ilmastonmuutokseen. Abstrakteista ajatuksista (esimerkiksi ilmastoahdistus) tai konkreettisista luonnonilmiöistä (esimerkiksi tulvista) oli vaikeaa saada kuvituskuvaa tietyllä aikataululla. Kuvituskuva keskittyikin kuvaamaan heidän kouluympäristöään (Kuva 1.), sillä nostin videolla näkökulmaksi nuorten opiskelijoiden ajatukset ilmastokriisistä. Abstraktien ajatuksien kuvituksen pyrin ratkaisemaan luomalla metaforia kuvituskuvan avulla. Olin esimerkiksi lisännyt taustalle kuvituskuvaa, jossa ihmiset istuvat metrossa katsomassa omia puhelimiaan, kun haastateltava kertoo ”*On olemassa ihmisiä, jotka ehkä välittävät [ilmastonmuutoksesta], mutta he elävät omaa elämäänsä ja keskittyvät omiin asioihin*” (Kuva 1.).



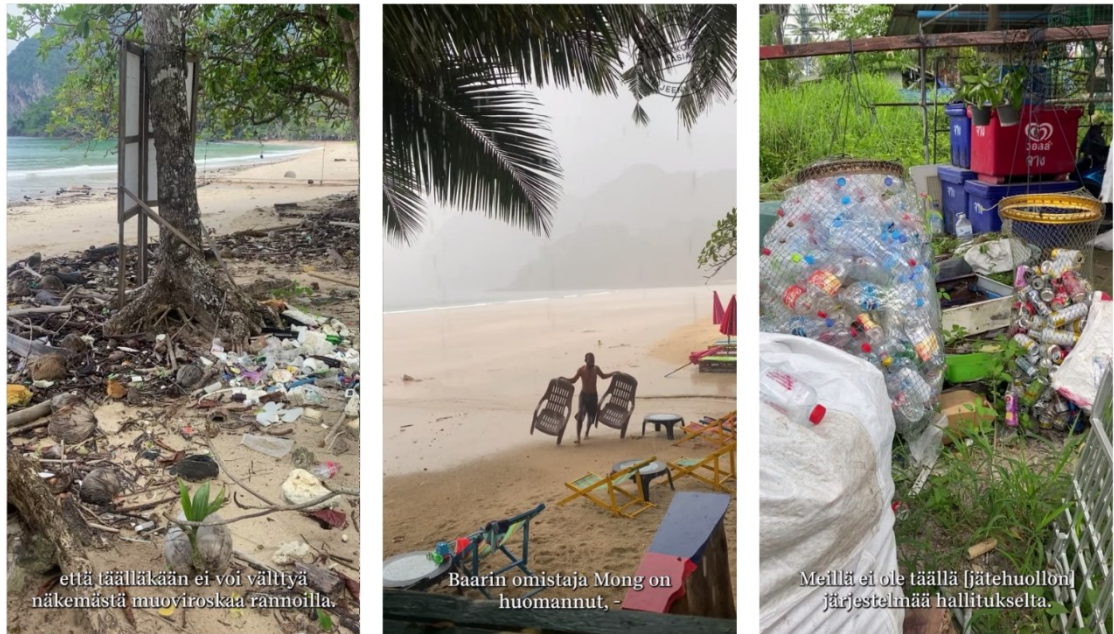
Kuva 1. Ilmastoahdistus-videon kuvituskuvaa. Vasen kuva on Sunway-yliopistolta, jonka miljöössä näkyi myös YK:n kestävän kehityksen tavoitteet. Keskimäinen kuva on koulun lähistöltä kadulta, missä näkyy kaupungin ruuhkia. Kolmas kuva on kaupungin metrosta.

Toisessa videossa oli haasteena kuvata metsäkadon aiheuttamia ongelmia. Esimerkiksi palmuöljyntuotanto ja isot hakkuut eivät varsinaisesti näy kuvituskuvassa, vaikka niistä keskustellaan videolla. Sain videolle muutamia yksityiskohtia kuvaamaan puiden hakkuita, mutta nämä yksittäiset puut eivät kuvaa ilmiön laajuutta. (Kuva 2.) Päädyin kuvaamaan suurimman osan kuvituskuvasta luonnonympäristössä Pohjois-Malesian Penangin kansallispuistossa. Kyseessä on suosittu retkeilykohde, ja videolla keskustellaan myös matkailun yhteydestä luonnonsuojeluun. Lisäksi otin muutamia kuvituskuvavideoita haastateltavasta, esimerkiksi lähikuvaa kasvoista ja kun hän kävelee haastattelupaikalle. Päädyin käyttämään näitä kuvia vain vähän, sillä ympäristö ei ollut haastateltavalle eikä minulle erityisen tuttu, ja näin ollen tekemisen ohjaaminen oli vaikeaa. Jos olisin päässyt haastateltavan kanssa esimerkiksi hänen ohjaamalle vaellukselle, niin olisin käyttänyt tuota videomateriaalia.



Kuva 2. Kuvituskuvaa metsäkato-videolta. Vasemman puoleisessa kuvassa näkyy yksittäisiä kaatuneita ja hakattuja puita kansallispuistossa. Keskimmaisessä näkyy kuvituskuvaa retkeilyseurueesta. Viimeisenä on kuvituskuvaa haastateltavasta Stories-videolla.

Kolmannessa muovijäte-videossa pystyin kuvaamaan parhaiten ilmiötä kuvituskuvan avulla, sillä muovijäte oli Koh Mukin saarella selkeästi nähtävissä ja omat havaintoni paikan päällä vaikuttivat myös jutun näkökulmaan. Kuvituskuvasta ei ollut puutetta ja pystyin osoittamaan kuvassa myös haastateltavien kertomia asioita, kuten roskasäkit, jotka pitää viedä veneellä mantereelle. (Kuva 3.) Otin videota varten kuvituskuvaa myös itse haastateltavista, sillä haastattelin heitä heidän arkisessa ympäristössään. En varsinaisesti ohjannut heitä tekemään asioita vaan kysyin haastateltavilta, että voinko hetken aikaa seurata ja kuvata heitä työssään.



Kuva 3. Kuvituskuvaa muovijäte-videolta. Vasemman puoleisessa kuvassa omia havaintoja muovijätteestä rannalla, keskimmäisessä kuvassa kuvituskuvaa yhdestä haastateltavasta ja viimeisenä kuvituskuvaa roskasäkeistä, jotka pitää viedä mantereelle.

Oma läsnäolo videoilla ja puhuminen kameralle toimittajana olivat suunnitelmassa jo alusta alkaen. Puhuminen kameralle tuntui mielestäni luontevalta ratkaisulta somealustalla sekä reportaasimaisessa kirjeenvaihtajakonseptissa.

Kuvasin näitä osuuksia aiheisiin sopivissa ympäristöissä ja todellisissa paikoissa. Koin tärkeäksi, että myös toimittajana raportoin paikan päältä enkä esimerkiksi hotellihuoneesta. Tämä kertoo myös katselijalle, että olen todella ollut kyseisissä paikoissa havainnoimassa.

Osaan videoista olin miettinyt tarkemmin jo käsikirjoituksen ja mitä aion puhua. Puheeni muokkaantuivat kuvatessani videoita, sillä kirjoitettua tekstiä piti muuntaa enemmän puhekieleen sopivaksi ja yksinkertaisemmaksi. Vaikka olin harjoitellut lauseita jo niitä kirjoittaessa, niin silti kameran edessä esiintyessä huomasin etteivät ne tunnu aina luonnolliselta. En lukenut puhettani paperilta, vaan pyrin muistamaan tekstien sisällön suunnilleen ulkoa. Tekstin opettelussa

minua helpottaa se, että ymmärrän sisällön ja pyrin kertomaan asian omin sanoin. En juurikaan harjoitellut ottoja etukäteen kuin pari kertaa ennen varsinaista kuvaamista. Koin helpommaksi ratkaisuksi tehdä mieluummin useita ottoja ja kokeilla kameran edessä. Uusia ottoja otin esimerkiksi, mikäli puhuin epäselvästi, ympäristö aiheutti häiriötä tai jos en kokenut videolla olevan tarpeeksi energiaa. Tein videoista puhutun sisällön puolesta aina myös hieman erilaisia versioita, sillä viimeinen versio toteutuisi editointivaiheessa.

Itseni kuvaaminen tuntui suhteellisen helpolta, sillä pystyin ottamaan vastuun omasta ajankäytöstäni ja tiesin herkemmin milloin otto oli hyvä. Toisen henkilön kuvatessa keskityn usein myös paljon kuvaajan toimintaan ja ohjaukseen. Itse pidän tärkeänä sitä, että puhujana katson varsinaiseen kameraan enkä itseäni älypuhelimien ruudusta. Katsojalle ei tule katsekontaktia, mikäli puhuja ei puhu kameralle. Kyseisessä tilanteessa yleisö ei ole näkyvillä, joten on olennaista



myös kuvitella puhuvansa esimerkiksi tietylle henkilölle, kuten omalle tuttavalle.

Itseni kuvaaminen ja kameralla puhuminen helpottuivat kirjeenvaihtajuutta tehdessä.

Aluksi saatoin tuntea oloni hieman kiusalliseksi, esimerkiksi kuvatessani itseäni keskellä katua ihmisvilinässä. Viimeisillä videoilla en oikeastaan edes erityisemmin huomionnut muiden katseita tai huomiota.

Myös kuvausottojen määrän vähentyminen kuvasti sitä, että työ helpottui.

Kuva 4. Esimerkiksi kolmannen jutun Stories-kokonaisuuden vikaa videota varten kuvasin yhteensä 16 ottoa. Osa oli eri versioita lopetukseen ja osa epäonnistuneita otoksia.

4.3 Editointi ja jälkityöt

Videoiden tuotannossa eniten aikaa vei jälkityöt ja editointi. Editoin videot Adobe Premiere -ohjelmalla. Tämä työvaihe saattoi videosta riippuen kestää kahdesta kolmeen työpäivään. Jälkityöt sisälsivät esimerkiksi tiedostojen lajittelua ja valikointia, spiiikkauksia, käsikirjoituksen muokkaamista, itse kuvan ja äänen editointia, tekstittämistä sekä videoiden tulostusta (exporting).

Lopullinen tuotos hahmottui parhaiten editointivaiheessa. Tässä kohdassa huomasin, mitä todella mahtuu 90 sekuntiin ja mitä hieman pidempään Stories-osuuteen. Ensin keskityin editoimaan Stories-kokonaisuutta ja näistä materiaaleista työstin tiivistetyn Reels-videon. Kumpaankin formaattiin käytin samoja materiaaleja, mutta Stories-kokonaisuuteen mahtui yleensä enemmän.

Ilmastoahdistus-videon kohdalla kesti eniten editoinnissa, sillä tämä oli ensimmäinen kerta, kun toimeksiantaja näki konkreettisia tuotoksia.

Ensimmäisestä raakaversiosta sain palautetta, että esimerkiksi Stories-videoita pitää tiivistää ja karsia. Toimeksiantajan palaute oli tärkeää, sillä saatoin itse olla liian kiintynyt materiaaliin ja somevideoiden sisältöjen pitäisi olla tiiviitä.

Kyseisellä videokokonaisuudella oli tarkin käsikirjoitus, jossa pysyin aikailla omien puheiden osalta, mutta karsin haastateltavien puheesta paljon.

Haasteena oli erityisesti se, että haastateltavia oli paljon ja sain yllättävän pitkiäkin vastauksia. Ensimmäisen videon kommentit helpottivat myös kahden muun kokonaisuuden editointia, ja ymmärsin myös paremmin toimeksiantajan toiveet.

Videoiden rajoitetun keston takia pyrin poimimaan haastateltavilta yleensä vain kiinnostavimmat sekä selkeimmät sitaatit. Monesti haastateltavien puhe oli pohdiskelevaa, eikä videon kesto antanut sille paljoa myöten. Lisäksi englantia ei ollut monen äidinkieli, mikä saattoi aiheuttaa haastateltaville haasteita puheessa. Tämän vuoksi tein myös paljon spiiikkejä, joissa tiivistin haastateltavien puhetta. Kiteytin videoiden kokonaissanomaa ja näkökulmaa jälkikäteen nauhoitetuilla spiiikeillä ja kameralle kuvatuilla puheosuuksilla. Muovijäte-videossa pohdin erityisesti sitä, kuinka paljon näytän haastateltavia

suhteessa omaan puheeseen. En halunnut luopua monistakaan haasteltavien puheista, sillä alusta alkaen olin halunnut tuoda ääneen paikalliset ihmiset. Lopulta tässä kokonaisuudessa haastateltavia kuullaan enemmän Stories-videoissa kuin Reels-videolla, jonka piti olla tiiviimpi.

Editoinnissa aikaa vei myös erityisesti tekstitysten ja grafiikkojen tekeminen. Näiden asettelussa ja kokoasetuksissa oli haasteita, ja ensimmäisellä Reels-videolla tekstitykset ovat liian alhaalla. Tehdessä ensimmäistä kertaa tällaista olisi hyvä esimerkiksi kokeilla omalla tilillä julkaista piiloitettu video, jotta asettelun näkisi vielä itse sovelluksessa. Tekstitykset ovat olennaisia saavutettavuuden kannalta, mutta sosiaalisessa mediassa videot ovat myös suurimmaksi osin tekstitettyjä.

5 Havainnot ja pohdinta

Seuraavassa kappaleessa peilaan havaintojani työprosessista aiempiin lähteisiin ja havaintoihin. Tarkastelen työprosessia erityisesti kahden tutkimuskysymyksen kannalta, sekä teen havaintoja hyvistä ja huonoista käytännöistä.

- 1) Millaista journalistinen kerronta on sosiaalisessa mediassa julkaistavassa videojournalismissa?
- 2) Millaista on toimittajan ilmaisu sosiaalisessa mediassa julkaistavassa videojournalismissa?

Journalistisesta kerronnasta olen tehnyt omien havaintojeni perusteella huomioita tarinankerronnan tiivistymisestä somealustalla, aloituksen merkityksestä ja haastateltavien roolista videoilla.

Ilmaisusta ja toimittajan esiintyjyydestä olen huomionut puheen tyyliä ja sisältöä, tunteiden näyttämistä sekä esiintymisroolin vaihtelua toimittajaminän ja persoonan välillä.

5.1 Journalistisen tarinankerronnan tiivistyminen

Omat videoni yhdistelevät tietoperustassa mainittujen (esimerkiksi Vázquez-Herrero ym. 2019, Uutismedian liitto 2021) sosiaalisen median juttutyyppejä. Niissä yhdistyvät esimerkiksi reportaasin ja minidokumenttien ominaisuuksia. Dramaturgian puolesta tavoitteenani oli tehdä videoita, jotka pitäisivät katsojan otteessaan. Tavoittelin, että videot tarjoavat myös ratkaisuja, eivätkä jätä vain uusia kysymyksiä ilmaan.

Reels-videoiden ja Stories-kokonaisuuksien dramaturgiat eroavat hieman toisistaan. Tarinankerronta kaventuu huomattavasti lyhyemmässä Reels-mitassa, eikä jätä tilaa reportaasimaiselle tunnelman tai paikan kuvaukselle. Nämä videot muistuttavat vahvemmin uutisvideoiden rakennetta, joissa siirrytään tärkeimmästä asiasta taustoihin. Stories-videoilla on enemmän

toimittajan reportaasimaista puhetta ja havaintoja, kun taas Reels-videoilta on poistettu esimerkiksi toimittajan lopputerveiset. Metsäkato- ja muovijätevideoissa on Stories-kokonaisuudessa mukana myös toimittajan summaus. Sain toimeksiantajalta toiveen tehdä toiseen ja kolmanteen juttuun reportaasimaiset lopetukset, joissa kerron esimerkiksi, että minne seuraavaksi mennään. Loppunivonta eroaa sinällään uutisvideosta, jossa ei useinkaan toimittaja enää esiinny lopuksi.

Reels-videoilla mennään vahvemmin suoraan asiaan ja aluksi esitetään tietty väite. Stories-kokonaisuuksissa sen sijaan 1-2 ensimmäistä videota ovat aiheen tai paikan esittelyä. Stories-videoilla kerronta on laajempaa ja kuvailevampaa, lisäksi näissä on enemmän rauhaa äänimaisemalle ja kuvituskuvalle. Esimerkiksi metsäkato Reels-videoilta on leikattu videosta pois kohta, jossa esittelen haastateltavan. Haastateltavan tiedot näkyvät planssissa sekä Reels-videon kuvatekstissä. Stories-videoilla sen sijaan kerron tavanneeni ympäristövaikuttajan ennen menemistäni kansallispuistoon, mikä kertoo enemmän reportaasimaisesti toimittajan toiminnasta. Muovijäte-jutussa kerron ensimmäisessä Stories-videossa siitä millainen paikka Koh Muk-saari on omasta mielestäni, mutta Reels-videolla mennään suoraan muovijätteen ongelmana.

Lisäksi haastateltavat ovat enemmän äänessä Stories-videoilla, ja esimerkiksi muovijäte-videoilta on Reels-versiossa jätetty kokonaan pois yhden haastateltavan oma puhe. Aiheen esittelylle ja syventämiselle on annettu kaikissa jutuissa suhteellisen paljon tilaa. Jos pohtii tarinallisen draaman kaaren kannalta, niin videoilla ei tarjota hyvin intensiivistä ristiriitojen kärjistymistä. Toisaalta tässä kohdassa voi olla myös esimerkiksi haastateltavien kärkkäimpiä sitaatteja (Ailio 2015, 24). Esimerkiksi ensimmäisessä videossa koen kulminaatiopisteeksi kohdan, jossa nuori opiskelija kertoo pelkäävänsä ilmastonmuutosta ja pitää tilannetta vakavana. Kuitenkin videot tarjoavat jatkuvasti kohtaus kohtaukselta uutta tietoa ja vievät katsojaa eteenpäin. Reels-videoiden lopetuksiin saadaan jokaisessa videossa kiinnostavat sitaatit haastateltavilta, jotka myös summaavat mielestäni aihetta.

5.2 Aloitus sosiaalisessa mediassa



Kuva 4. Esimerkki videoiden kansikuvasta, joka näkyy myös Maailman Kuvalehden Instagramin syötteessä.

Verkossa ja sosiaalisessa mediassa videoiden aloituksen merkitys kasvaa, sillä katsoja käytännössä voi milloin tahansa siirtyä seuraavaan sisältöön (Salmi 2023).

Kaikki Reels-videot ja Stories-kokonaisuudet alkavat niin sanotuilla kansikuvavideoilla, joissa näkyy kuvituskuva-videoita, paikan nimi ja Maailman Kuvalehden kirjeenvaihtaja -logo. (Kuva 4.) Näin kansikuvien tehtävänä erottaa sisältö muusta materiaalista sosiaalisessa mediassa ja kertoo katsojalle, että he ovat kirjeenvaihtajavideon äärellä. Kansikuvan tavoitteena oli myös selkeyttää Maailman Kuvalehden Instagram-kanavalla, että mitä sisältöä videolla on tiedossa.

Jälkikäteen tarkasteltuna videoiden aloitus olisi pitänyt miettiä tarkemmin, sillä kansikuva-aloitus ei todennäköisesti riitä herättämään kiinnostusta itse videon katsomiseen. Aiemmat lähteet (Salmi 2023, Honkonen 2022) ovat korostaneet videoiden alkua erityisesti sosiaalisessa mediassa, ja videon ensimmäiset sekunnit määrittelevät katsotaanko videota ollenkaan. Kansikuvavideoon menee muutama sekunti, joten jo tuo aika on voinut saada katsojan siirtymään eteenpäin.

Olennaista kerronnan selkeyden kannalta olisi tehdä Reels-videoille syötteeseen visuaalinen kansikuva, mutta todennäköisesti sitä ei tarvitsisi upottaa videoon itsessään. Konteksti videon sisällöstä voi syntyä jo katsojan nähdessä tilin nimen sekä logon esimerkiksi videon yläkulmassa. Stories-videoita katsellessa sisällön konteksti on selkeämpi, sillä käyttäjät ovat valinneet minkä tilien tarinoita seuraavat.

Jos ei huomioida videoiden kansikuvia, niin videot alkavat aina joko kuvituskuvalla ja toimittajan spiikeillä, tai toimittajan kasvoilla ja puheella. Jokainen Reels-video alkaa suoraan ongelman esittämisellä. Esimerkiksi muovijäte Reels-videolla nähdään heti vedessä olevaa roskaa ja toimittajana kerron, kuinka en ole voinut välttyä muoviroskalta Koh Mukin saarellakaan. Yksi toimivista alkukoukuista on mennä suoraan asiaan (Ailio 2015, 22) tai esittää väite (Lassila-Merisalo 2020, 71), mikä voi myös herättää kiinnostuksen. Toisaalta olen pohtinut voiko ongelmalähtöinen aloitus ilmasto- ja ympäristöaiheessa karkoittaa katsojan.

Itsessään Stories-videoiden kokonaisuudet pyrkivät muodostamaan jutun rakenteen, ei pelkästään yksittäinen Stories-video. Silti myös jokaisen yksittäisen tarinavideon aloituksen pitäisi koukuttaa katsoja (Salmi 2023). Stories-videoilla kansikuvien jälkeen nähdään ensimmäiseksi toimittaja ja kuullaan esimerkiksi toimittajan tervehdys. Lisäksi ensimmäisessä Stories-kokonaisuudessa on toimittajan oma esittely koko juttusarjalle. Näillä videoilla ei mennä yhtä suorasti videon pääasiaan, vaan aloitetaan toimittajan tai paikan esittelyn kautta, mikä toisaalta ei välttämättä toimi tarpeeksi kiinnostavana alkukoukkuna. Muovijäte-videolla aloitan kertomalla, että Koh Muk on todennäköisesti yksi sympaattisimmista paikoista, joissa olen käynyt. Tämä on positiivinen aloitus, mutta kiinnostuksen herättämiseksi tätäkin aloitusta olisi voinut terävöittää.

Aloituksissa olisi voinut käyttää rohkeammin luovuutta ja luopua uutismaisuudesta. Jälkikäteen tarkasteltuna aloitukseen olisi voinut esimerkiksi lisätä videolle toimittajan tunnelmakuvausta hikisestä sademetsästä tai haastateltavan mieleenpainuvan sitaatin.

5.3 Haastateltavien rooli lyhyillä videoilla

Alusta asti halusin saada videoissa kuuluviin ja näkyviin paikallisten ihmisten ajatukset, ja en tarkoituksellisesti tehnyt esimerkiksi viranomaisten tai asiantuntijoiden haastatteluita. Keskustelin toimeksiantajan kanssa etukäteen

siitä, miten teen videot niin, että en toiseuta ihmisiä ja kerro ilmiöistä vain omasta asemastani. Koen, että tämän asian pohtiminen ja tiedostaminen etukäteen oli erittäin tärkeää. Yhtenä ratkaisuna pohdin, että pyrin tuomaan videoihin monipuolisesti nimenomaan haastateltavien ääntä ja aktiivista toimijuutta. Mielestäni pelkästään oma esiintymiseni videoilla ei olisi toiminut yhtä hyvin tässä aiheessa, vaan haastateltavien näkyvä rooli oli myös merkityksellistä. Pohdin, että videot olisivat olleet yksiulotteisia, mikäli videoilla pelkästään suomalainen ihminen kertoisi paikan päällä Kaakkois-Aasialaisten ihmisten kokemuksista.

Haastateltavien saaminen itse ääneen ja näkyviin lyhyessä videoformaattissa oli haasteellista. Teemat ja vastaukset olivat laajoja sekä pohdiskelevia, joten useamman haastateltavan vastauksien esittäminen oli vaikeaa. Reels-videoille pystyin poimimaan vain kiinnostavimmat sitaatit, ja editointi oli selkeästi helpompaa, kun haastateltavia oli vähemmän. Tässä korostuu journalistisen kerronnan ja somevideoiden tiivyyden isoimpia ristiriitoja, sillä toimivan lyhyen videon rakentaminen saattaa vähentää haastateltavien osuutta. Tässäkin olisi hyvä pohtia etukäteen esimerkiksi haastateltavien määrää, jos tavoitteena on syventää tiettyä teemaa. Vox pop-tyylisessä videossa kysymykset voisivat ennakkoon olla hyvin rajattuja ja vastaukset voivat pysyä hyvinkin lyhyinä. Lisäksi haastatteluissa voisi hyödyntää erilaisia tapoja perinteisen haastattelukuvan sijaan, esimerkiksi kävelemällä haastateltavan kanssa tietyssä paikassa.

5.4 Toimittajan puheen tyyli ja sisältö somevideoilla

Mielikuva ilmaisusta sosiaalisessa mediassa voi olla se, että se on rentoa ja spontaania. Omassa työprosessissa opin, että journalistisen videon tekeminen someen vaatii kuitenkin tiukasti mitoitettua, yksinkertaistettua ja selkeää puhetta. Toimittaja Sara Salmi (2023) toi haastattelussa esille, että toimittajan ei tulisi pelätä yksinkertaisesti puhumista, sillä rautalangasta vääntämistäkin kaivataan journalismissa.

Useimmiten sosiaalisen median kuluttaja siirtyy sisällöstä toiseen, ja videon äärelle ei välttämättä jäädä useampaan kertaan. Näin ollen videoille ei kannata tuoda liian vaikeasti ymmärrettäviä numeraalisia arvoja ja hankalia termejä. Työskennellessäni havaitsin, että vaikeat asiat kannattaa ilmaista hyvin yksinkertaisesti ja konkreettisten esimerkkien kautta. Esimerkiksi metsäkato-videolle keräsin hyvin paljon taustamateriaalia, mutta poimin joukosta vain tärkeimmät asiat ja ilmaisin ne yksinkertaisin lausein.

Huomasin työskentelyssä myös, että oma puhetyyli oli rennompaa verrattuna perinteisiin uutisvideoihin. Konkreettisesti tämä tuli esille, kun tein yhteen videoista spiikkiä jälkikäteen, johon olin jo aiemmin tehnyt puhevideon paikan päällä. Spiikin puhetyyli oli huomattavasti virallisempi ja rytmiltään erilainen kuin paikan päällä kuvatun videon puhetyyli. Ero videon kerronnassa oli niin huomattava, että päädyin lopulta simuloimaan samanlaista tilannetta kuin videolla, jotta saisin samantyyllisen spiikin. Näin ollen päädyin äänityskomeron ja kirjoitetun tekstin sijaan ulos kävelemään ja puhumaan spiikkiä samalla tavalla kuin puhuin kameralle aiemmin.

Päädyin myös muokkaamaan omaa puhettani kuvatessani videota, vaikka olin jo saattanut kirjoittaa käsikirjoitukseen valmiita repliikkejä. Ero käsikirjoituksen ja todellisen puheen välillä oli merkittävin ensimmäisen videon kohdalla, jossa oli myös tarkin käsikirjoitus. (Taulukko 2)

Taulukko 2. Esimerkki ilmastoahdistus-videolta käsikirjoituksen ja lopullisen puheen välillä.

Käsikirjoitus	Lopullinen puhe videolla
Moikka mä oon Katri, tervetuloa Maailman kuvalehden kirjeenvaihtajan matkaan! Loppuvuodesta täällä Instagram- kanavalla kuullaan multa tarinoita Kaakkois-Aasiasta päin.	Moikka mä oon Katri! Ja loppuvuoden toimin Maailman Kuvalehden kirjeenvaihtajana, ja raportoin teille täältä Kaakkois- Aasiasta päin.

Ihan ensimmäisenä oon saapunut Kuala Lumpurin vilskeeseen!	Tällä hetkellä mä olen Kuala Lumpurissa, eli Malesian pääkaupungissa.
Malesian pääkaupunki tunnetaan tuttavallisemmin nimellä KL ja asukkaita on reippaat 1,8 miljoonaa.	Tää tunnetaan tuttavallisemmin nimellä KL, ja tääl on sellaiset reippaat 1,8 miljoonaa asukasta.

Taulukon vertailussa huomaa, että todellinen puhe on yksinkertaisempaa ja lauseet ovat lyhyempiä. Videolla puheen rytmittäminen muuttui helpommaksi, kun lauseet oli pilkkonut pienempiin osiin. Puhelikielistä tekstiä voi olla haastava käsikirjoittaa, joten näkisin, että yksi mahdollisuus on myös kirjoittaa itselleen ranskalaisilla viivoilla asiat, joita haluaa sanoa. Esimerkiksi, että kerron videolla olevani Kuala Lumpurissa ja siellä on 1,8 miljoonaa asukasta. Nämä asiat kannattaa yrittää kertoa videolle kuin kertoisi niitä jollekin ihmiselle, esimerkiksi omalle ystävälle, kuten Salmi (2023) myös neuvoo. Tämä on luonnollisesti haastaavaa, sillä videolle kuvatessa et ole kontaktissa toiseen henkilöön vaan joudut kuvittelemaan henkilön kenelle puhut.

Pidän tässä projektissa yhtenä tärkeimmistä opeista sitä, että esiintyessä toimittajana ei tarvitse yrittää puhua ihmeellisemmin kuin normaalisti tai keksiä nokkelia sanamuotoja. Itse saatan erityisesti käsikirjoittaessa sortua helposti liian monimutkaisten ilmaisuiden kirjoittamiseen, jotka ovat lopulta kaukana omasta luonnollisesta puheesta.

5.5 Toimittajan eleet ja persoona

Toimittajalta on aiemmin saatettu odottaa tietynlaista neutraaliutta esiintymisessä, ja esimerkiksi tunteiden näyttäminen on nähty negatiivisena (Pantti 2010, 176). Journalistiset somevideot haastavat tätä käsitystä, sillä

toimittajan reaktiot ja eleet voivat olla elävämpiä. Esimerkiksi Stories-videoillani on selkeästi enemmän nähtävillä tunteita ja eleitä: innostuneisuutta kävellessäni kansallispuistossa tai huolestuneisuutta puhuessani ilmastoahdistuksesta. Stories-videoissa, joissa kerroin esimerkiksi olinpaikastani, oli helpompaa tuoda mukaan esimerkiksi positiivisempia tunteita, leikittelevämpää puhetyyliä ja eleitä. Siirtyessäni itse aiheeseen esimerkiksi ilmastomuutoksesta tai metsäkadosta, videolta voidaan huomata sävyn ja ilmaisun muuttuminen vakavampaan. Reels-videot taas on leikattu sen verran lyhyiksi ja nopeiksi, ettei niihin mahdu toimittajan pidempiä puheita. Tämä vertautuu Salmen (2023) mainitsemaan tilanteeseen, jossa liian tiukka kesto vie tilaa omalta ilmaisulta.

Toimittajan puheelta vaikutetaan edelleen odotettavan esimerkiksi selkeyttä, mutta omana luonnollisena itsenä esiintyminen on entistä hyväksyttävämpää. Itse koin prosessissa, että en voinut olla täysin luonnollinen oma itseni esiintyessäni, sillä itse asian täytyy tavoittaa videon katsoja ja se vaatii selkeyttä. Oma henkilökohtainen ilmaisuni ei ole niin tiivistä ja nopeaa. Minun pitää hieman puskea itseäni kokoajan nopeampaan rytmiin, mutta erilaisilla rytmeillä leikkittely on myös osa esiintymistaitoa. Välillä aikataulupaine ja ympäristö antoivat ilmaisulle tietynlaista dynamiikkaa ja painostivat minua suoriutumaan kuvauksista nopeammin sekä energisemmin.

6 Yhteenveto ja johtopäätökset

Taiteellisen työni tavoitteena oli toteuttaa Maailman Kuvalehden Instagram-kanavalle journalistinen juttusarja Kaakkois-Aasiasta. Tavoitteenani juttujen sisällöissä oli kohdata erilaisia ihmisiä ja käsitellä ilmaston- sekä ympäristömuutosta heidän näkökulmastaan. Lisäksi henkilökohtaisena tavoitteenani oli kehittää journalistisen kerronnan taitojani sekä omaa ilmaisua videoesiintymisessä. Työ kehitti myös osaamistani vaihtelevassa ympäristössä työskentelystä ja nopeastakin reagoinnista, sillä jouduin välillä hyvin kiireisesti keksimään haastateltavat ja lähteä kuvaamaan. Siinä mielessä joustavat somealustat ja kevyt mobiilikuvauskalusto sopivat mielestäni erittäin hyvin esimerkiksi yksin ulkomailla tehtäviin juttuihin. Mielestäni onnistuin näissä tavoitteissa, ja videot saivat hyvää palautetta toimeksiantajalta. Videoiden teossa olisi voinut parantaa erityisesti suunnittelu- ja käsikirjoitusvaihetta. Näin olisin voinut lyhentää editointiin kuluvaan aikaan sekä keksiä myös luovempia ja katsojaa palvelevia ratkaisuja videoiden dramaturgiaan ja toteutukseen. Lisäksi olisin voinut hyödyntää paremmin somealustojen tarjoamia mahdollisuuksia vuorovaikutukseen yleisön kanssa.

Kirjallisen opinnäytetyön havainnot avaavat laajemmin journalistisen sisällön tarinankerrontaa ja ilmaisua sosiaalisessa mediassa tällä hetkellä.

Journalistinen tarinankerronta somevideoilla on työni ja havaintojeni perusteella tiivistä, nopeaa ja sen pitää katsoja otteessaan heti alusta loppuun.

Ilmaisu voi olla puhekielistä, henkilövetoista ja luonnollista, mutta se vaatii silti selkeyttä ja yksinkertaisuutta.

Somevideoiden nopea rytmi määrittää videoista myös sen tyyppisiä, ettei niissä ole juurikaan tilaa hengittää tai jättää mitään ylimääräistä. Tämä voi myös karsia videoiden persoonallisuutta ja tarinallisuutta. Havaitsin, että erityisesti 90 sekunnin Reels-videoista joutuu karsimaan hyvin paljon sisällöstä, ja reportaasimainen kerronta on haastavaa. Stories-videokokonaisuuksiin mahtui hieman enemmän esimerkiksi paikan ja henkilöiden kuvausta.

Lisäksi videoiden lyhyt kesto vaikuttaa lopulta journalistiseen sisältöön, sillä muoto voi viedä tilaa tiedolta ja haastateltavien ääneltä. Esimerkiksi tässä taiteellisessa työssä oli haasteita pitää kiinni haastateltavien puheesta ja omasta ilmaisusta videon keston raameissa.

Kiihtyvän tahdin ja videoiden lyhentyvän keston ratkaisu voi olla se, että yhdellä videolla esitetään vähemmän asiaa kerralla, kuten toimittaja Salmi (2023) on havainnut työssään. Yksi tarina, kysymys tai näkökulma. Journalistisen näkökulman kannattaa olla terävämpi, ja tämä vaatii enemmän suunnittelua sekä käsikirjoittamista. Isoa aihetta, kuten ilmastoahdistusta tai metsäkatoa, pitää siis lähestyä hyvin tarkalla kärjellä.

”Älä yritä sanoa kaikkea maailmasta, vaan kannattaa pyrkiä siihen, että sanoo jonkun asian ja sen mahdollisimman yksinkertaisesti ja ymmärrettävästi.” (Salmi 13.3.2023)

Tämän työn tuloksia voidaan hyödyntää journalististen somevideoiden suunnittelussa, sekä aloittaessa samanlaista prosessia. Lisäksi se avaa ajatuksia millaiseen suuntaan journalismin kerrontaa kannattaa tulevaisuudessa viedä. Itse olen oppinut tätä työprosessia tehdessä, että monipuolisesti erilaisten juttutyyppeiden tekeminen auttaisi tekemään myös luovempaa kerrontaa. Upolan mukaan (2018) esimerkiksi tietynlainen opittu kirjoitustyyli voi jäädä päälle. Videon rakenteen ajattelu esimerkiksi draaman kaaren kautta voi auttaa hahmottamaan kiinnostavimpien kohtien asettelussa. Lisäksi henkilökohtaisen sisällöntuotannon tekeminen esimerkiksi someen voi auttaa oman ilmaisun kehittämisessä (Upola 2018).

Tulevaisuudessa somevideoiden nopea rytmi sekä valtava ja keskenään kilpaileva sisältö pistävät myös journalismin todennäköisesti muutokseen. Aiempien tutkimusten osalta (Upola 2018, Salonen 2019, 57) on saatu jo viitteitä siitä, että sosiaalisen median tyyli voi myös muuttaa mahdollisesti journalismin kerrontaa, tyyliä ja sävyä. Selkeä merkki siitä on jo se, että medioiden verkkosivustoilla on mobiilitarina juttutyyppejä, jotka ovat saaneet alkunsa sosiaalisesta mediasta (Utismedian liitto 2021). Seuraamme alalla

myös jatkuvasti klikkaus- ja katselulukuja, mikä voi muuttaa journalismia sellaiseksi, että tehdään sen tyylistä sisältöä, joka kerää katselulukuja ja tykkäyksiä – kuten sosiaalinen mediakin toimii.

Trendit vaihtelevat valtavasti ja uusia somealustoja julkaistaan jatkuvasti, joten on vaikea ennustaa miten journalistinen kerronta kehittyy somealustoilla, ja esimerkiksi miten lyhyiksi journalistiset videot voivat mennä. Minuutissa on jo haasteita esittää erilaisia näkökantoja ja taustoja. Tiktok harkitsee tulevaisuudessa myös esimerkiksi videoformaattiansa pidentämistä kilpaillakseen Youtuben kanssa ja luovansa enemmän mainosmahdollisuuksia sisällöntuottajille (Newman 2023). Yksi merkittävä huolenaihe ovat myös somealustojen sisältöjä ohjaavat algoritmit, ja miten alustojen omistajat hallitsevat käyttäjiensä dataa.

Tärkeänä tulevaisuuden aiheena nousee esille, miten sosiaalinen media lisää toimittajavetoista journalismia. Esimerkiksi jatkossa voidaan seurata kiinnostavasti esiintyvän toimittajan uutisvideoita somessa. Tätä trendiä on jo vahvemmin nähtävissä ulkomailla, jossa on useita tunnettuja uutistiktokkaajia (Honkonen 2022). Suomessa tosin on herätty myös tähän, ja journalismin rekrytoinneissa on nostettu valteiksi toimittajan persoonallinen ote sekä vahva oma ääni (Virranta 2022).

Jatkotutkimusaiheena voisi tarkastella katsojien sitoutumista sisältöön somealustojen analytiikan perusteella, sillä tämä näkökulma oli rajattu tästä työstä pois. Näin saataisiin enemmän tietoa siitä, minkälaiset journalistiset videot ja aiheet somessa kiinnostavat. Tällä hetkellä somessa julkaistavassa journalismissa erottuvat esimerkiksi erilaiset kevyet ihmettelyn aiheet. Tulevaisuudessa olisi tärkeää löytää keinoja monisyisten ja vaikeiden aiheiden laadukkaalle ja vetoavalle journalistiselle kerronnalle, sillä uutisten seuraaminen somessa on todennäköisesti tullut jäädäkseen.

Lähteet

Ailio, J. 2015. Vähän parempi video. Opas laadukkaaseen videon suunnitteluun ja toteutukseen. Turun ammattikorkeakoulun oppimateriaaleja 102.

<https://julkaisut.turkuamk.fi/isbn9789522165831.pdf>

Blystone, D. 2022. Instagram: What It Is, Its History, and How the Popular App Works. Investopedia. Viitattu 10.4.2023.

<https://www.investopedia.com/articles/investing/102615/story-instagram-rise-1-photo0sharing-app.asp>

Hill, S. & Bradshaw, P. k. 2019. Mobile first journalism: Producing news for social and interactive media. Abingdon, Oxon: Routledge, Taylor & Francis Group.

Honkonen, M. 2022. Näin syntyy journalistinen Tiktok-video. Journalisti-lehti.

Viitattu 6.5.2023. <https://journalisti.fi/artikkelit/2022/09/nain-syntyy-journalistinen-tiktok-video/>

Huuhtanen, A. & Pykäläinen, I. 2022. Eleet ja ilmeet uutisankkurin työssä. Opinnäytetyö (AMK). Journalismin koulutusohjelma. Helsinki: Haaga-Helia ammattikorkeakoulu. Viitattu 8.5.2023.

https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/753610/Huuhtanen_Pykalainen.pdf?sequence=2

Isotalus, P. 2022. Minne menet ja mistä tulet medioitu vuorovaikutus? Prologi – Viestinnän ja vuorovaikutuksen tieteellinen aikakauslehti, 18(1), 50–56.

<https://doi.org/10.33352/prlg.122247>

Uutismedian liitto. 2021. Journalismi sosiaalisessa mediassa. Viitattu 10.4.2023.

<https://juttutyypit.fi/nakokulmia-journalismiin/journalismi-sosiaalisessa-mediassa/>

Lassila-Merisalo, M. 2020. Tarinallinen journalismi. Tampere: Vastapaino.

Maailman Kuvalehti. 2023. Viitattu 8.5.2023. <https://maailmankuvalehti.fi/mika-maailman-kuvalehti/>

- Newman, N. 2023. Journalism, media, and technology trends and predictions 2023. Reuters Institute for the Study of Journalism. Viitattu 10.4.2023.
<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/journalism-media-and-technology-trends-and-predictions-2023#header--0>
- Newman, N. et al. 2022. Reuters Institute Digital News Report 2022. Reuters Institute for the Study of Journalism. Viitattu 10.4.2023.
https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2022-06/Digital_News-Report_2022.pdf
- Pantti, M. 2010. The value of emotion: An examination of television journalists' notions on emotionality. *European journal of communication* (London), 25(2), pp. 168-181. <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0267323110363653>
- Salmi, Sara. 2023. Yle Uutisten toimittaja. Haastattelu Helsingissä 13.3.2023.
- Salonen, H. 2019. Journalismi Instagramissa. Miten sosiaalinen media ja mobiiliteknologia muuttavat journalismia. Pro gradu -työ. Informaatioteknologian ja viestinnän tiedekunta. Tampere: Tampereen yliopisto. Viitattu 10.4.2023.
<https://trepo.tuni.fi/bitstream/handle/10024/116102/SalonenHenri.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- Upola, T. 2018. Livenä ja läsnä. Verkon uudet juttutyypit. Helsinki: Art House. Viitattu 10.5.2023. Saatavilla <https://www.bookbeat.fi/kirja/livena-ja-lasna-124090>
- Vázquez-Herrero, J., Direito-Rebollal, S., & López-García, X. 2019. Ephemeral Journalism: News Distribution Through Instagram Stories. *Social Media + Society*, 5(4). <https://doi.org/10.1177/2056305119888657>
- Virrantä, R. 2022. Kuusihenkinen toimitus alkaa tehdä journalismia suoraan sosiaaliseen mediaan Helsingin Sanomissa: "On korkea aika uudelleen käynnistää Nyt". Suomen Lehdistö. Viitattu 8.5.2023.
<https://suomenlehdisto.fi/kuusihenkinen-toimitus-alkaa-tehda-journalismia-suoraan-sosiaaliseen-mediaan-helsingin-sanomissa-on-korkea-aika-uudelleen-kaynnistaa-nyt/>

Vänttinen, M. 2019. Instagram Stories uutiskerronnassa. Visuaalista ja sitouttavaa sisältöä nuorelle kohderyhmälle. Opinnäytetyö (YAMK).

Mediatuottamisen koulutusohjelma. Helsinki: Metropolia ammattikorkeakoulu.

Viitattu 10.4.2023.

<https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/264660/Opinna%CC%88ytetyo%CC%88-Marjo-Va%CC%88nttinen-Mediatuottaminen-YAMK.pdf?sequence=>