

KEMI-TORNION AMMATTIKORKEAKOULU

Tämä on uutinen!

Uutisointipäätökset monimediaisessa
toimitusympäristössä

Satu Kontio

Kulttuurialan opinnäytetyö
Viestinnän koulutusohjelma
Medianomi (AMK)

TORNIO 2010

TIIVISTELMÄ

Kontio, Satu 2010. Tämä on uutinen! Uutisointipäätökset monimediaisessa toimitusympäristössä.

Opinnäytetyö. Kemi-Tornion ammattikorkeakoulu. Kulttuuriala. Viestinnän koulutusohjelma. Sivuja 40.

Tarkastelen opinnäytetyössäni, millä perustein uutisia julkaistaan kussakin eri julkaisuvälineessä monimediaisessa toimitusympäristössä. Lisäksi etsin vastauksia kysymyksiin: Mistä uutisaiheet tulevat? Miksi uutisia versioidaan julkaistavaksi eri uutisvälineisiin? Miten erilaiset uutistoimituksen poikkeustilanteet vaikuttavat näihin uutisointipäätöksiin? Tavoitteena on selvittää, mitä tekijöitä on uutisointipäätöksen takana.

Opinnäytetyössäni tutkin Yleisradion paikallistoimitusten toimintamalleja ja niiden käytännön ajattelutapoja uutisointia koskien. Uutisoinnin käytännön teoria rakentuu opinnäytetyössäni ammattitietämyksellisen viitekehyksen kautta. Aineistona tutkimuksessani käytin Yleisradion paikallistoimitusten uutispäälliköiden haastatteluja ja omaa työharjoittelun aikaista opinnäytetyöpäiväkirjaani.

Opinnäytetyöni osoittaa, että uutisointipäätösten takana on paljon tekijöitä, joihin uutispäällikkö ei pysty vaikuttamaan. Käytännön ajattelutavat uutisointia koskien vaihtelevat toimitusten resurssien mukaan. Uutisointipäätökset monimediaisessa toimitusympäristössä eivät ole sidottuja yhteen tiettyyn kaavaan ja teoriaan, sillä toimintatavat muuttuvat käytännössä.

Asiasanat: monimedia, uutinen, YLE, joukkoviestintä, uutistoimitus, uutiskriteeri

ABSTRACT

Kontio, Satu 2010. This is the news! Decisions to reportage in multi-media desk. Bachelor's Thesis. Kemi-Tornio University of Applied Sciences. Business and Culture. Degree Programme of Media Arts. Pages 40.

I examine in my Thesis how multi-media desk justifies the decisions to reportage in different forms of media tools. In addition I find answers to the following questions: Where do the news subjects come from? Why are news remade to be published in various forms of media? How do different kinds of exceptional situations impact on the decisions to reportage? My goal is to find out what the facts behind the reportage decisions are.

I research in my Thesis Yleisradio's local editorial offices' procedures and their practical approaches and attitudes towards reportage. The practical theory of report news is built up in this way. The sources are interviews of Yleisradio's local editorial offices' news executives and my own practical training diary.

My Thesis shows that behind the decisions to reportage are so many various facts that news executives do not have any influence on. Practical ways of thinking concerning the reportage vary in accordance with local editorial offices' resources. Decisions to reportage in multi-media desk do not follow just one and specific pattern or theory, because their policies change in practice.

Key words: multi-media, news, YLE, group communication, news department, news-criteria

SISÄLLYS

TIIVISTELMÄ

ABSTRACT

1 JOHDANTO.....	5
2 MONIMEDIAINEN UUTISTOIMITUS.....	7
2.1 Mistä uutisaiheet tulevat?.....	10
2.2 Uutispäällikön tehtävät.....	11
2.3 Uutiskriteerit.....	13
3 MIKSI UUTISIA UUTISOIDAAN ERI VÄLINEISSÄ.....	16
3.1 Miksi uutisia uutisoidaan eri julkaisuvälineissä?.....	16
3.2 Voiko uutista uutisoida vain yhdessä välineessä?.....	17
3.3 Miten uutisaiheen päämedia eli se, missä välineessä on laajin juttu, määräytyy?.....	18
3.4 Miten aikarajoitukset vaikuttavat uutisointiin?.....	19
4 UUTISOINTIPÄÄTÖKSET ERI JULKAISUVÄLINEISSÄ.....	22
4.1 Aikataulut.....	25
4.2 Kuvallisuuden vaikutus.....	27
4.3 Kohderyhmän vaikutus.....	29
4.4 Miten poikkeustilanteet vaikuttavat uutisointiin?.....	31
5 VASTAUKSET TUTKIMUSKYSYMYKSIIN JA TEORIA.....	34
6 POHDINTA.....	37
LÄHTEET.....	39

1 JOHDANTO

Tarkastelen opinnäytetyössäni Yleisradion monimediaisten toimitusten toimintamalleja ja käytännön ajattelutapoja uutisointipäätöksiä koskien. Olin työharjoittelussa Ylen Keski-Suomen uutisissa ja olen päässyt seuraamaan uutisointipäätösten tekoa läheltä. Valitsin tämän aiheen, koska halusin selvittää, miten uutisaiheiden suuresta määrästä pystytään valitsemaan juuri ne tietyt uutiset julkaistavaksi.

Erilaisten julkaisuvälineiden olemassaolo tekee myös tutkittavasta aiheesta mielenkiintoisen. Havaintojeni perusteella ei ole olemassa yhtä noudatettavaa kaavaa, jonka mukaan tietynlaisia aiheita ja uutisia julkaistaisiin tiettyinä ajankohtina tai tiettyihin medioihin.

Tutkimuksessani on mukana kolme erikokoista Yleisradion uutistoimitusta. YLE Oulu, YLE Pohjois-Karjala ja YLE Turku. Valitsin nämä toimitukset, koska ne ovat keskenään erilaisia. Suurimpia toimituksia nimitetään lähettäviksi paikkakunniksi, koska ne lähettävät alueelliset televisiouutiset, ja pienempiä kutsutaan rinnakkaistoimituksiksi. Lähettävät ja rinnakkaistoimitukset tekevät yhteistyötä uutisten hankinnassa ja tuotannossa. Valitsemalla erilaisia uutistoimituksia sain tutkimukseeni kattavampaa tietoa erikokoisten toimitusten toiminta- ja päätöksentekotavoista.

Kirjoittaessani tätä tutkimusraporttia Ylen organisaation rakenne on uusiutumassa, joten jotkut tutkimuksessani esillä olevat toimintamallit ovat tällä hetkellä muutoksen alla tai tulevat muuttumaan.

Tutkimustehtäväni on: Miten uutisointipäätökset muodostetaan monimediaisessa toimitusympäristössä? Lisäksi etsin vastauksia kysymyksiin: Mistä uutisaiheet tulevat? Miksi uutisia ylipäänsä versioidaan julkaistavaksi eri uutisvälineisiin? Miten erilaiset uutistoimituksen poikkeustilanteet vaikuttavat näihin uutisointipäätöksiin?

Tarkoituksena on selvittää sitä, millä asioilla voi vaikuttaa siihen, mitä uutisoidaan kussakin julkaisuvälineessä monimediaisessa toimitusympäristössä ja hyödyntää sitä mahdollisesti tulevassa toimittajan ammatissani. Tavoitteeni on selvittää uutisointipäätöksen takana olevia tekijöitä.

Opinnäytetyössäni esittelen ensin, mitä elementtejä on julkaistavan uutisen takana. Selitän monimediaisen toimitusympäristön toimintaa ja sitä, mitä uutiseen syntyyn tarvitaan ja kuka tai ketkä tätä kokonaisuutta hallinnoivat. Seuraavaksi käsittelen uutisten eri julkaisuvälineiden eri ominaisuuksia. Lopuksi esittelen tutkimukseni tuloksia ja mahdollisia kehitysehdotuksia. Pohdinnassa käyn läpi tutkimuksessani esiin tulleita ongelmia ja oppimiskokemuksiani. Pohdinnassa arvioidaan myös tutkimukseni luotettavuutta ja käytettävyyttä.

Tutkimukseni viitekehys muodostuu ammatitietämyksen pohjalta, jota olen kerännyt alueuutisten uutispäälliköiden tutkimushaastatteluilla. Aineistona minulla on myös työharjoitteluajana keräämäni havainnot uutistoimituksen toiminnasta. Opinnäytetyössäni tekstiosuus rakentuu haastattelujen analysoinnista ja yhteenvedoista. Tekstissä osoitetaan case-toimitusten toimintamalleja ja käytännön teorioita. Työharjoittelun kautta tekemäni havainnot ja johtopäätökset esittelen viimeisessä luvussa eli Pohdinta-luvussa, jossa kerron omat mielipiteeni ja johtopäätökseni teorian toimivuudesta.

Merkittävin lähteeni ovat uutispäälliköiden haastattelut, jotka toteutin puolistrukturoitui-
na teemahaastatteluina. Metodini antoi mahdollisuuden muuttaa hieman kysymysten muotoa ja järjestystä, koska haastattelemani uutispäälliköt työskentelivät erilaisissa toimituksissa. Lähetin haastattelukysymykset uutispäälliköille ensin sähköpostitse etukä-
teistutustumista varten, jonka jälkeen tein varsinaisen haastattelun puhelimitse. Tämä antoi vastaajalle mahdollisuuden vastata vapaammin, ja minulle vielä mahdollisuuden esittää lisäkysymyksiä, jos siihen ilmeni tarvetta.

2 MONIMEDIAINEN UUTISTOIMITUS

Yleisradion maakuntaradiot kuuluvat YLE:n organisaatiossa YLE Alueet ja uutisradiot – yksikköön. Sen sisällä toimivat maakuntaradioiden lisäksi YLE Radio Suomi ja YLE Sámi Radio.

1.11.2010 alkaen YLE:n organisaatio muuttuu ja alueuutistoiminnan yksikön nimeksi tulee Uutis- ja ajankohtaistoiminta – yksikkö. Alueiden lisäksi yksikössä ovat mukana uutiset, urheilu ja ajankohtaistoiminta. Uutis- ja ajankohtaistoiminta vastaa Yleisradion uutis-, urheilu- ja ajankohtaissisällöistä, aluetoiminnasta sekä sisältöjen kehittämisestä kaikkiin välineisiin. (Yleisradio 2010.)

Yleisradion maakuntatoimituksia eli YLE Alueita on yhteensä 18 kappaletta. Kullakin alueella on omat radiouutisensa ja oma nettijulkaisualustansa. Alueellisia tv-uutisia lähettäviä eli niin sanottuja lähettäviä paikkakuntia on kahdeksan kappaletta. Tv-uutiset kulkevat nimillä Uudenmaan uutiset, Kaakkois-Suomen uutiset, Itä-Suomen uutiset, Pohjois-Suomen uutiset, Pohjanmaan uutiset, Lounais-Suomen uutiset, Hämeen uutiset sekä Keski-Suomen uutiset.

Opinnäytetyössäni käytän lähteinä Kuopiosta lähetettävälle Itä-Suomen uutisille materiaalia tuottavaa toimitusta eli rinnakkaistoimitusta, YLE Pohjois-Karjalaa, Pohjois-Suomen uutisia lähettävää YLE Oulua sekä Lounais-Suomen uutisten tuotantoon osallistuvaa rinnakkaistoimitusta YLE Turkua. Havainnointi aineistona käytän työharjoittelu paikkaani eli Keski-Suomen uutisia, joka lähettää ja tuottaa itse omat uutisensa. YLE Keski-Suomella ei ole yhtään rinnakkaistoimitusta.

Rinnakkaispaikkakunniksi kutsutaan pienempiä maakunnallisia toimituksia, jotka tuottavat valmiita juttuja ja materiaalia alueensa lähettävälle paikkakunnalle. Rinnakkaispaikkakunnat lähettävät omat radiouutisensa. Rinnakkaispaikkakunnilla on omat uutispäällikkönsä, jotka päättävät omista radiouutisistaan, mutta tv-tuotantoon menevistä aiheista keskustellaan yhdessä lähettävän paikkakunnan uutispäällikön kanssa.

Lähettäviltä paikkakunnilta alueelliset tv-uutiset lähetetään pääsääntöisesti arkisin kello 19.00 TV2 kanavalla. Nykyään alueellisia uutisia ennen tulevat valtakunnalliset uutiset.

Lähetyksen pituus on nyky muodossaan kymmenen minuuttia. Radiossa tasatunnein lähetetään valtakunnallisia uutisia ja tuntien puolella välissä tulevat maakuntaradioiden omat alueelliset uutiset. Yleensä viimeiset maakunnalliset radio-uutiset luetaan 16.30, jonka jälkeen uutisia hallinnoi valtakunnan uutiset seuraavaan aamuun kello 6.30:een saakka, jolloin luetaan aamun ensimmäiset alueelliset uutiset.

Tutkimissani Yleisradion monimediaisissa uutistoimituksissa uutisia julkaistaan kolmessa eri välineessä: televisiossa, radiossa ja internetissä. Monimedialla tarkoitetaan joukkoa erilaisia medioita, jotka toimivat jollakin tavalla yhdessä viestintäketjun jossakin vaiheessa, esimerkiksi tuotannossa tai jakelussa (Media Doc Oy 2010a). Monimediaalisuudella taas tarkoitetaan viestintäsisältöjen jakamista usean eri jakelukanavan kautta tuottamalla yhdestä sisällöstä useita eri versioita (Media Doc Oy 2010a).

Media tarkoittaa joukkoviestintä tai joukkoviestimiä kollektiivisena ilmiönä. Joukkoviestimien monikkomuotona käytetään sanaa ”mediat”. Termillä tarkoitetaan myös mekaanista mediaa, joka toimii sekä esittävän että edustavan median fyysisenä välittäjänä. (Media Doc Oy 2010a).

Televisio, radio ja internet ovat keskenään hyvin erilaisia joukkoviestimiä ja julkaisuvälineitä, joita hallinnoidaan samasta uutisdeskistä. Deski eli uutispöytä on toimituksen hermokeskus, jossa istuvat uutislähetyskokoavat toimituksen henkilöt. Uutisdeskissä tv-lähetyskokoavat, internet-sivuja ja radiouutisia kokoavat uutispäällikön ohella usein nettitoimittaja, sähkötoimittaja sekä uutisten lukijat. Kokoonpanot saattavat vaihdella toimituksen koon ja tuotantotapojen mukaan.

Toimitus on journalistien muodostama työyhteisö. Televisio-, radio- ja internettoimittajat työskentelevät samassa ympäristössä päälliköiden johtamana. Aluetoimitusten toimittajien roolit vaihtelevat päivän aikana, esimerkiksi radiotoimittajat toimittavat myös uutisia television puolella. Vuorot vaihtelevat myös viikoittain, jolloin internet uutisia toimittava voi olla seuraava päivänä esimerkiksi radiotoimittaja. Uutisten lukijat kirjoittavat myös sähköisiä uutisiin, etenkin radiouutisen lukija. (Media Doc Oy 2010c.)

Joukkoviestimellä tarkoitetaan joukkoviestinnän kanavaa. Joukkoviestin voi tarkoittaa myös joukkoviestintäsanomia kuljettavaa fyysistä tai teknistä välinettä. Joukkoviestintä

taas on suhteellisen laaja-alaista viestintää, ennen kaikkea tiedottamista. (Media Doc Oy 2010c.)

Uutinen on journalistinen ohjelmatyyppi, jolle on tyypillistä uuden, yllättävän ja merkittävän tiedon kertominen äskettäin tapahtuneesta tai tietoon saadusta, yleisesti kiinnostavasta asiasta. Uutinen viittaa myös asiaan, josta on lähiaikoina odotettavissa uutta informaatiota. (Media Doc Oy 2010b.) Uutisointi tarkoittaa aiheen toimittamista uutiseksi ja uutisen välittämistä uutisena.

Erilaisia television ja radion uutistyyppejä ovat uutisjuttu, sähke ja sähkesatunen. Sähkesatasta kutsutaan myös nimellä kommenttisähke. Internet-uutiset ovat useimmiten juttuja, artikkeleita ja joskus myös hyvin lyhyitä sähke tyyppisiä tiedotuksia.

Juttu on ajallisesti ja näkökulmaltaan tyypeistä laajin. Se vaatii useimmiten eniten aikaa ja resursseja tuotantoon. Jutussa voidaan taustoittaa ja käydä aihetta läpi monesta eri näkökulmasta. Onkin hyvin tavallista, että juttu on lähtökohta, josta versioidaan eri juttutyyppejä eri välineisiin. Jutuilla pyritään jäämään katsojan mieleen, niihin pyritään saamaan vahva näkökulma ihmisen tunteisiin ja kokemuksiin. Alueellisten tv-uutisten jutuilla tavoitellaan tarinamaisuutta (ATVU 2010).

Sähkeet ja sähkesataset ovat lyhyempiä, tiivistettyjä yhteenvetomaisia uutisia. Alueellisten tv-uutisten sähkeitä ei kuviteta väkisin, vaan kuvituksella täytyy yleensä olla jokin tarkoitus. Tarvittaessa katsojaa ohjataan hakemaan lisätietoa sähkeen lisäksi jostain toisesta julkaisuvälineestä.

Toimitustyö ja tuotantotavat eroavat juttutyyppien ja myös eri julkaisuvälineiden välillä. Radio ja internet ovat nopeita, ajassa kiinni olevia, herkästi reagoivia välineitä. Televisio vaatii useimmiten tuotannolta ja toimitukselta enemmän aikaa.

Monimediaisessa toimituksessa uutisten takana on kolme tärkeää tekijää. Uutisen aiheen hankinta, uutisten kokonaisuutta hallitseva uutispäällikkö ja uutisen määrittelevät uutiskriteerit. Nämä uutisenjulkaisuun vaikuttavat merkittävät lähtökohdat ovat niitä seikkoja, jotka eivät näy ulospäin uutisen kuluttajalle, mutta joita ilman uutisia ei olisi yhdesäkään välineessä.

2.1 Mistä uutisaiheet tulevat?

Uutinen tehdään aina aiheesta. Aihealueita ovat esimerkiksi kulttuuri tai urheilu. Aiheita voivat olla esimerkiksi urheilun saralla Jyväskylän Jalkapalloklubin ottelut. Uutisten rakenne lähtee aiheista. Aiheista tehdään jutut, sähköiset, kommentit ja kaikki uutisten elementit. Useimmiten uutisaiheiden tulva on valtava ja siitä joukosta pitäisi pystyä päättämään mikä on uutinen. Toisinaan, kuten kesälomien aikaan Suomessa eli heinä-elokuussa, uutisaiheet saattavat olla vaikeasti haettavissa. Mutta yleensä aiheita joudutaan valikoimaan.

Uutistoimituksille aiheita tulee paljon sähköpostin kautta. Yritykset, yhteisöt, valtio ja yleisö lähettävät toimituksen sähköpostiin tiedotteita, kutsuja ja omia aiheitaan päivittäin. Toimituksilla on käytössä omat palautesähköpostinsa, joihin viestejä tulee. Kaikki toimittajat ja päälliköt pääsevät lukemaan sähköpostia, josta aiheita nostetaan listalle eli erilliseen aihetaulukoon, josta aiheita laitetaan vielä lopulliseen päiväkohtaiseen tuotantoon. Yleensä listalle nostot tekee uutispäällikkö, joka tarkistaa palautepostia yleensä monta kertaa päivässä.

Useasti niin sanotut lista-aiheet ovat tiedotteita tai muita samankaltaisia informatiivisia tekstejä, jotka sisältävät paljon lukuja tai runsaasti muuta informaatiota. Jos aihe päätetään uutisoida, siihen haetaan yleensä joku toisenlainen, yleisöystävällisempi ja laajempi näkökulma. Tiedote tai muu sähköposti ei välttämättä itsessään sisällä uutista tai uutisarvoa, vaan se saattaa antaa lähtökohdan jonkin aiheen kehittelyyn ja jatkojalostukseen.

Uutisaiheet voivat olla myös niin sanotusti omalähtöisiä eli ajatus nousee toimituksen sisältä. Uutispäällikkö tai toimittaja voi tehdä havainnot ympäristöstä ja elämästä, ja tätä kautta saada aiheen uutiselle. Tämä tapa onkin se, mitä kautta aiheita pyritään saamaan kaikista eniten ja mihin tavallisesti tähdätään. Yleensä uutislähetys sisältääkin vähintään yhden tällaisen aiheen, harvemmin lähetykset täyttyvät pelkillä sähköpostista nousevilla infoilla.

Useimmiten tällaiset aiheet ovat ihmisläheisiä ja kansantajuisia, sellaisia, mitkä eniten koskettavat ja kiinnostavat lukijoita, katselijoita ja kuuntelijoita. Monesti ihmisten arki-

sista havainnoista ja tulkinnoista kimmonneet aiheet ovat ajanilmiöitä, joihin uutistoimituksen on helppo tarttua.

Omia aiheita nousee usein esille aamu- ja iltapäivän suunnittelupalavereissa. Kokoukset ovat koko toimituksen yhteisiä kokoontumisia, joista aamupäivän kokouksessa katsotaan tulevan päivän aiheita. Aamulla katsotaan myös, kuka toimittaja lähtee tekemään mitään aihetta. Iltapäivän kokous on enemmän ideointikokous, jossa uusia aiheita saatetaan nousta esille. Toimittajilla ja päälliköillä on tällöin yhdessä mahdollisuus ideointiin ja päätöksiin. Iltapäivällä katsotaan myös tulevia aikoja, lähinnä seuraavaa päivää ja sen aiheita. Pienemmissä toimituksissa soitellaan toimitusten välillä monta kertaa päivässä ja keskustellaan päivän aiheista (Väinämö 2010).

Toimittajat voivat ehdottaa omia aiheitaan tehtäviksi, mutta aina se ei välttämättä päädy juuri tämän toimittajan toimitettavaksi. Usein toimittajan halu tehdä juttu ei riitä jutunteko perusteeksi, vaan aihetta täytyy perustella. Jos aihe liittyy toimittajan erikoisalaan, esimerkiksi sosiaalialaan, toimittajalla on paremmat mahdollisuudet saada aihe ehdotus läpi tuotantoon saakka oman perehtyneisyytensä vuoksi. Uutispäällikkö päättää yleensä minkä aiheen perään lähdetään ja mitä toimittajan kanssa yhdessä kehitellään. (Väinämö 2010; Aaltonen 2010.)

2.2 Uutispäällikön tehtävät

Alueuutisten lähettävällä paikkakunnalla on yleensä enemmän kuin yksi uutispäällikkö. Uutispäälliköitä voi olla esimerkiksi kolme niin kuin on YLE Keski-Suomen uutisilla. Yleensä rinnakkaispaikkakunnilla on yksi tai kaksi uutispäällikköä. Näillä paikkakunnilla vastualueet ja tuotannot ovat pienempiä kuin lähettävillä, joten uutispäälliköiden työvuorojen vaihtuvuudelle ei ole niin usein tarvetta. (Jussila 2010; Väinämö 2010; Aaltonen 2010.)

Uutispäälliköiden työvuorot ja vastualueet vaihtuvat viikon sisällä. Lähettävillä paikkakunnilla vastualueet voivat vaihtua päivittäin. Uutispäällikön tehtäviä ovat esimerkiksi radion päivän uutisista vastaaminen ja illan tv-uutisten ideoiminen yhdessä sen päivän tuotannoissa mukana olevien toimittajien kanssa. Samanaikaisesti tehtäviin kuuluu myös aamukokousten eli yhteisten ideointi- ja suunnittelupalaverien vetäminen.

Uutispäällikön tehtäviin voi kuulua myös iltapäällikön tehtävät. Iltapäällikkö vastaa lähettävällä paikkakunnalla yhdessä ohjaajan kanssa tv-uutislähetysten oikeellisuudesta ja sujuvuudesta. Uutispäällikön tehtäviin kuuluu myös seuraavan päivän aiheiden valmistelu yhdessä toimittajien kanssa ja iltapäivän koko toimituksen yhteisen suunnittelukokouksen pitäminen.

Uutispäällikkö hallinnoi ja koordinoi radio ja tv-uutisia oman toimituksensa sisältöä. Joissakin toimituksissa uutispäällikkö vastaa myös internetiin tulevista uutisista. Uutispäälliköstä käytetään yleisesti myös lyhennettä UP. Pienemmissä eli rinnakkaistoimituksissa hallinnoi myös tv-tuotantoa, mutta ei vastaa lähettävän paikkakunnan uutisista. Lähettävällä paikkakunnalla on oma uutispäällikkönsä. (Jussila 2010; Väinämö 2010; Aaltonen 2010.)

Kuten jo edellä mainittiin, uutispäällikön tehtäviin kuuluu isona osana etukäteissuunnittelu. Uutispäällikkö ideoi seuraavia uutisia tai sopii mahdollisia haastatteluja tulevia päiviä ja uutisia varten. Osa uutispäällikön päivästä kuluu puhelimesta suunnittelutyötä tehden. Suunnitteluun kuuluu myös työnjohtoa ja organisointia. Uutispäällikön päätösvaltaan kuuluu, kuka toimittajista olisi sopiva toimittamaan tiettyä juttua, mihin aikaan ja kuka hänelle laitetaan työpariksi. Suuri osa uutispäällikön päivää on juttujen hiominen toimittajien kanssa. Jutuille haetaan hyvää kärkeä ja hiotaan näkökulmia yhdessä toimittajien kanssa. (Jussila 2010; Väinämö 2010; Aaltonen 2010.)

Näin ollen uutispäällikön pitää olla myös ihmistuntija ja hyvä organisoija. Hän tietää reportterijoukon vahvuudet ja vastuunkantokyvyn. Uutispäällikkö on myös sosiaalinen ja hänellä on paljon valmiita kontakteja, jos ilmenee tarvetta saada nopeita kommentteja jostain tietystä uutisaiheesta.

Uutispäällikkö suunnittelee uutisagenda eli uutisen julkaisupäätöksiä. Joskus uutisagendan suunnitteluun osallistuvat myös toiset uutispäälliköt, riippuen toimituksen uutispäälliköiden määrästä. Yleensä uutispäällikkö on itse vastuullinen perussuunnittelun osalta, joskus suuremmissa uutisissa voidaan aiheiden uutisoinnista keskustella jopa maakuntaradion päällikön kanssa. Jos tapahtuu jotakin yllättävää ja äkisti uutisoitavaa esimerkiksi ilta-aikaan, uutispäälliköillä on täydet oikeudet uutisoida aiheesta ilman kaikkien päälliköiden yhteistä suostumusta. (Aaltonen 2010.)

Suurempien alueiden eli lähettävien paikkakuntien uutispäälliköiden toimenkuvaan kuuluu myös koordinoida aamu- ja iltapäiväpuheluin rinnakkaistoimituksia, joista uutisjutut tulevat lähettävälle paikkakunnille. Puhelimessa käydään läpi päivän aiheita ja niiden tuotantoon panoa ja aikatauluja. Keskustelua tarvitaan, jotta tuotantoon ei laiteta esimerkiksi päällekkäisiä aiheita. (Jussila 2010.)

Suurissa uutistoimituksissa eli lähettävillä paikkakunnilla uutispäälliköitä on useita ja heidän työvuoronsa vaihtelevat viikon uutisoinnin aikana. Toisinaan päällikön vaihtuvuus saattaa näkyä viikon uutisoitavissa aiheissa painotuseroina. Inhimillisyys ja perusuutiskäsitys säilyvät kuitenkin aina samoina. Yleensä mitään radikaalia muutosta ei näy yleisölle, vain aiheiden käsittelyssä saattaa olla pieniä vivahde-eroja. Toinen uutispäällikkö pitää toista aihetta mahdollisesti tärkeämpänä kuin toinen uutispäällikkö eli juttutyypeillä saattaa olla eroja. Toinen arvostaa aiheen jutun mittaiseksi, kun samalla toinen uutispäällikkö tekee jutusta vain sähkösatasen eli kommenttisähkeen. (Jussila 2010; Aaltonen 2010.)

2.3 Uutiskriteerit

Uutisen tunnistamisessa ja arvottamisessa käytetään apuna uutiskriteereitä. Uutiskriteeri tarkoittaa asioille ja tapahtumille annettavaa merkitystä (uutis)journalismin näkökulmasta, mittapuuta uutisten valinnalle ja suhteelliselle arvostamiselle. Uutiskriteereissä on kyse ammatillisista standardeista, joiden avulla uutisoitavat asiat valitaan ja esitetään ja julkaistavien uutisten keskinäiset arvot ratkaistaan. (Media Doc Oy 2010b.)

Ulkoinen uutiskriteeri viittaa asioihin, joilla on vaikutusta ihmisten elämäntapaan riippumatta siitä, ovatko he itse näistä vaikutuksista tietoisia. Uutisen yleinen merkittävyys merkitsee uutisarvostuksen ratkaisemista tietyn vastaanottajajoukon, ei kenenkään yksityisen vastaanottajan, perusteella.

Vastaavasti uutiskriteerien monikerroksisuus viittaa siihen, että uutiskriteeriä rakennettaessa on kiinnitettävä huomiota moniin tärkeysasteeltaan vaihteleviin kriteereihin ja sii-

hen, missä määrin tapahtumien vaikutus koskettaa uutisten vastaanottajia itseään tai ryhminä. (Media Doc Oy 2010b.)

Uutiskriteerit voidaan jakaa myös julkaistavien asioiden tärkeyden, kiinnostavuuden ja tarkoituksenmukaisuuden perusteella. Tärkeyttä käytetään kun kysymyksessä on laajaa ihmisjoukkoa todennäköisesti kiinnostava asia (ajankohtaisuus, läheisyys, tapahtuman näyttävyys ja seuraukset). (Media Doc Oy 2010b.)

Alkuperäiset uutiskriteerit kehittivät Johan Galtung ja Mari Holmboe Ruge vuonna 1965. Kriteereitä on kaikkiaan 12 kappaletta. Kielteisyys, tuoreus, läheisyys, yhdenmukaisuus, selkeys, odottamattomuus, superlatiivisuus, relevanssi, henkilöittävyys, eliteettihenkilöt, edustavuus, faktisuus. Tämän tutkimuksen perusteella tärkeimmät uutiskriteerit paikallisuutistoimituksille ovat; ajankohtaisuus, paikallisuus, vaikuttavuus, yllättävyys, kiinnostavuus, koskettavuus, kuvallisuus (Jussila 2010; Väinämö 2010; Aaltonen 2010).

Uutistoiminnassa on nyt vahvasti esillä kiintoisuuden kriteeri, jonka mukaan uutisoitavia asioita valitaan niiden oletetun mielenkiinnon perusteella (Jussila 2010; Väinämö 2010; Aaltonen 2010). Kiinnostavuuteen sisällytetään henkilökohtainen mielenkiinto ja vetovoima, sympatia, epätavallisuus, kehitys, taistelu, jännitys, korkea ikä ja eläimet (Media Doc Oy 2010b). Tämä on yksi merkittävimmistä kriteereistä, jollei jopa merkittävin.

Kiinnostavuuteen on alettu kiinnittää paljon huomiota tai ainakin entistä enemmän huomiota. Kiinnostavuuden kriteeri on noussut esille paljolti internetin mukana. Uutisaiheita mietittäessä ja uutisointipäätöksiä tehdessä pohditaan, kiinnostaako tämä aihe oikeasti ketään? Eli uutisia ja niiden julkaisua on alettu punnita myös kiinnostavuuden kautta. (Jussila 2010; Väinämö 2010; Aaltonen 2010.)

Niin sanotusta ”pakko” uutisoinnista eli esimerkiksi kunnallisten lista-aiheiden uutisoinnista on pyritty eroon. Enää ei välttämättä ole pakko uutisoida vain aiheen tai aiheen lähteen pakottavuuden takia. Mutta jos tällainen pakko uutisoitava aihe tulee vastaan, pyritään siihen hakemaan kiinnostava näkökulma jokaisen eri välineen uutiseen. (Jussila 2010; Aaltonen 2010.)

Tästä johtuen on ymmärretty, että uutinen voi olla myös kiinnostava, vaikkei aihe itsessään olisikaan yhteiskunnallisesti merkittävä. Kiinnostava ja uutinen eivät saa olla vastakohtia. Liian suuria raameja kiinnostavuudelle ei voi kuitenkaan antaa, sillä toisinaan kiinnostavuuden ja ”hömpän” raja saattaa olla häilyvä. Hömppä-uutisointi mielletään keltaisenlehdistön uutisointityyliksi, jota jotkut pitävät epäuskottavana. Hömppä ja uutinen pitäisi säilyttää eri asioina. (Jussila 2010; Väinämö 2010; Aaltonen 2010.)

Aihe voidaan myös uutisoida, vaikka kaikki uutiskriteerit eivät täytyisikään. Tällaiselle aiheelle tunnusomaista ovat erikoisuus tai pieni kohderyhmä. Aihe tai asia voi olla myös pieni yksityiskohta, mutta silti sen kiinnostavuusarvo antaa sille uutisarvoa. Useimmiten aiheen päätyminen uutisiin on sitä varmempaa, mitä useampi uutiskriteeri aiheen ympärillä täyttyy.

3 MIKSI UUTISIA UUTISOIDAAN ERI VÄLINEISSÄ

Kuten uutispäällikköä käsittelevässä luvussa on jo käynyt ilmi, uutispäällikkö päättää useimmiten yksinoikeudella siitä, mitä uutisoidaan ja missä julkaisuvälineessä. Tämän vuoksi haastattelin tutkimustani varten maakuntatoimitusten uutispäälliköitä. Sen lisäksi, että tutkin sitä, miten he tekevät nämä uutisointipäätökset kolmeen eri välineeseen halusin myös selvittää, miten he arvottavat nämä välineet? Antaako kolme eri julkaisuvälinettä mahdollisuuden kolmeen erilaiseen uutiseen vai tuoko välineiden kirjo pakkoa uutisoida liikaa uutisia?

3.1 Miksi uutisia uutisoidaan eri julkaisuvälineissä?

Tavallisesti maakuntatoimituksen uutisaihetta versioidaan jokaiseen julkaisuvälineeseen eli televisioon, radioon ja internetiin. Yksi syy versiointiin on se, että materiaali on hankittu toista uutista varten, se käytetään myös toisen välineen jutun tekoon. Tämä johtuu osin myös resursseista, koska materiaalin hankintaan menee usein paljon aikaa, ja materiaalia halutaan hyödyntää täyttämään toisen välineen uutisia. (Jussila 2010; Väinämö 2010; Aaltonen 2010.)

Toinen syy versiointiin on materiaalin ja aiheen runsaus. Aihe voi olla niin laaja, ettei kaikki tieto mahdu yhteen radiojuttuun ja aihetta voidaan jatkaa myöhemmin televisio-uutisissa tai internetissä. Muissa välineissä aiheella voidaan tuoda lisäarvoa ja käsitellä sitä eri näkökulmista. Esimerkiksi radiouutiseen voidaan hakea lisäarvoa tv-kuvituksessa tai internetin uutisessa. Tässä kohti pitää noudattaa varovaisuutta sen suhteen, ettei tv-uutisesta tule kuvitetut radiouutiset (Jussila 2010).

Jokaiseen välineeseen olisi hyvä hakea aivan omanlaisena tulokulma. Otsikoinnilla ja välineiden kohderyhmiä miettimällä juttuihin saatetaan saada lisäarvoa kun se julkaistaan toisessa välineessä. Useimmiten juttujen rakenteet ja kirjoitussäännöt asettavat omat rajansa julkaistavan sisällön suhteen.

Internetin etusivu ei ole maakuntaradioilla pelkästään uutissivu. Internet on paikka ottaa kaikki irti uutisaiheesta, sillä mukana ovat yhteensä kaikki radion ja television elemen-

tit; ääni, kuva ja teksti. Mutta internetiin kaikenkattavana julkaisuvälineenä ei pidä aina luottaa sokeasti, sillä kaikki uutismateriaali ei sovellu edes internetiin. Myös internetissä julkaistaviin uutisiin pitää panostaa, pelkästään uutisen keveyteen tai viihteellisyyteen ja tätä kautta houkuttelevuuteen ei pidä luottaa. Myös niin sanotut kovat uutiset kiinnostavat myös internet sivuja lukevia. (Jussila 2010; Väinämö 2010; Aaltonen 2010.)

Hyvä aihe ja monipuolinen materiaali vaikuttavat uutisenjulkaisupäätöksiin positiivisesti eri välineiden kesken. Monipuolisella tarkoitetaan tekstin, kuvan ja äänen hyvää laatua ja määrää. Mitään pakkoa julkaisuun toisessa välineessä ei kuitenkaan ole. Maakuntatoimituksissa ei nähdä ollenkaan tärkeäksi sitä, että jos uutinen on julkaistu toisessa välineessä, se pitäisi tämän vuoksi laittaa jokaiseen mediaan. Kaikki aiheet eivät sovellu julkaistavaksi kaikissa välineissä. (Jussila 2010; Väinämö 2010; Aaltonen 2010.)

3.2 Voiko uutista uutisoida vain yhdessä välineessä?

Yleisin väline, missä uutinen julkaistaan ainoana välineineenä, on internet. Internetiin menee paljon uutisia, joita ei julkaista missään toisessa välineessä. Tämä johtuu useimmiten siitä, että internetissä voidaan julkaista pienempiä aiheita, joiden uutinen ei kantaisi enää radiossa saati televisiossa. Internet on myös nopea väline, jossa uutinen on siinänsä paikallaan juuri sillä hetkellä, mutta sitä ei ole enää tarvetta kertauksen vuoksi julkaista muussa välineessä. Tällaisia pelkästään internet julkaistavia uutisia voivat olla esimerkiksi rikosuutiset tai tilastouutiset. (Jussila 2010; Väinämö 2010; Aaltonen 2010.)

Televisio määrää usein sen, mistä aiheesta lähdetään suurempia uutisia eli uutisjuttuja tuottamaan ja toimittamaan. Televisio ei siis määrää aiheita, vaan usein se määrittää päivän työprosessia, sillä kuvaukset ja haastattelut ovat usein enemmän aikaa vieviä ja työlämpiä kuin taas pelkän radiosähkeen tai radiohaastattelun tekeminen. Harvinaista taas on se, että juttu uutisoidaan pelkästään televisiossa. Useimmiten tämä on maakuntatoimituksissa resurssikysymys ja materiaalikysymys. (Jussila 2010; Väinämö 2010; Aaltonen 2010.)

Tv-jutun tekoon käytetään yleensä paljon aikaa ja työvoimaa, joten siitä riittää materiaalia myös radioon ja internetiin. Tv-jutussa kun on mukana myös ääni ja kuva, jotka siten voivat palvella kaikkia julkaisuvälineitä kerralla. Paikallisuutisten tv-lähetysten pituus

yhdessä illassa on rajoitettu kymmeneen minuuttiin, joten jos aihe on laaja, kaikki asiat eivät mahdu pelkästään tv-uutisiin. Tällöin uutista voidaan julkaista eri näkökulmilla vielä lisäksi eri julkaisuvälineissä.

Radioon menevät yleensä lähestulkoon kaikki aiheet. Radion uutisissa on aikaa monelle pienellekin sähkeelle, joten siellä voidaan mainita asiasta lyhyestikin. Radion uutisissa on myös eniten joustovaraa, joten uutisaiheen uutisointia voidaan laajentaa tai supistaa aina lähetysten välillä. Lisäinformaatiota radion uutisiin voidaan hakea audioista eli kommentteista.

Tällaisia voivat olla jo valmiiksi televisiota varten kuvatun materiaalin ääniraidalta kaapattu kommentti sekä erikseen radiota varten puhelimella tai äänityslaitteella haettu kommentti. Ääni korostaa aiheen merkittävyyttä, mielenkiintoisuutta ja tuo sille lisäarvoa. Mutta kuten jo tässäkin tuotantovaiheessa huomataan, uutinen on siis tulossa myös todennäköisesti toiseenkin välineeseen, eli televisioon, jos ääni otetaan kuvasta.

Radion uutinen ei aina kuitenkaan päädy lisäksi jokaiseen julkaisuvälineeseen. Radiouutisiin mahtuu yhden päivän aikana runsaasti sähkeitä ja eri aiheita. Televisio on huomattavasti rajoitetumpi aikansa suhteen: ajalliselta kestoaltaan, sekä sen seikan kannalta, että tv-uutislähetys lähetetään vain kerran päivässä. Internetissä ei myöskään ehditä julkaista jokaista radion uutisaihetta, eivätkä radion lyhyet sähkeet yleensä sovi internetiin sellaisinaan julkaistavaksi, jos niihin ei ole haettu lisäksi jotain muuta näkökulmaa.

3.3 Miten uutisaiheen päämedia eli se, missä välineessä on laajin juttu, määräytyy?

Yleiskäsitys on se, että uutinen tuotetaan sopivaksi jokaiseen julkaisuvälineeseen. Yleensä uutista ei pyritä ajattelemaan välinelähtöisesti, vaan aihelähtöisesti, mutta tv on yleensä se, joka yleensä määrää sen, mitä aiheita lähdetään tuottamaan ja toimittamaan. Television uutisjuttu on myös tuotannollisesti yleensä se eniten aikaa vievä uutistuotannossa tehtävä juttu, joten yleensä televisiossa on myös laajin versio aiheesta, aikarajoitukset kuitenkin aina huomioiden. (Väinämö 2010.)

Laajin juttu materiaalissa mitattuna voidaan julkaista myös internetissä, koska siellä voidaan julkaista materiaalia erillisinä juttuina ja osina. Esimerkiksi kuvia voidaan liittää

mukaan aivan omana kuvagallerianaan. Internetiin voidaan tuoda myös radiossa tehty haastattelu tai muu äänikokoelma. Tv-uutista pidetään kuitenkin yleensä tärkeimpänä uutisjuttuna välineiden kesken vertaillaessa.

Tähän saattaa liittyä se, että tv-uutinen sisältää informaatiota kaikille ihmisen aisteille. Liikkuvan kuvan tuoma etu on kiistaton vangitsevuutensa vuoksi, mutta aiheita ja aiheen käsittelyä ei pyritä ajattelemaan vain esimerkiksi kuvituksen mukaan, vaan se on yleensä merkittävän erinomainen lisä. Kun tv-jutusta tehdään radio versio, on se myös radion suurin eli uutisjuttu myös radiossa.

Radiossa uutista voidaan käsitellä yhtä laajasti kuin televisioissakin. Uutisjuttuun voidaan ottaa mukaan useita haastateltavia ja näkökulmia voi olla useita. Usein uutista lähdetään tekemään myös radioon samasta tv-jutun käsikirjoituksesta. Toisinaan toimittajat tekevät radiojutun käsikirjoituksen ensin ja tämän jälkeen muokkaavat siitä tv-käsikirjoituksen. Tämä on helpompaa toimittajalle, kun ei kaikkia varten tarvitse lähteä aloittamaan uutta käsikirjoitusta.

Käsikirjoitukset muokataan aina välineeseen ja sen luonteelle sopiviksi. Radiossa hyödynnetään pääsääntöisesti tv-jutun materiaaleista saatuja äänimaisemia ja efektejä. Televisiossa ja internetissä uutista voidaan käsitellä esimerkiksi kuvallisesti vielä laajemmin.

Jos katsoja ja kuuntelija seuraavat paikallisuutisia joka välineestä, saattaa uutisissa tulla vastaan pakostakin toistoa (Väinämö 2010). Samat aiheet ovat siis usein esillä laajimpina uutisina niin radiossa kuin televisiossakin.

3.4 Miten aikarajoitukset vaikuttavat uutisointiin?

Aika on rajallinen television ja radion uutisille. Aika asettaa omat rajoituksensa, sillä kaikki aiheet, joita olisi tarve tai halu uutisoida eivät välttämättä mahdu päivän lähetyksen sisälle. Tämä aiheuttaa karsintaa aiheissa ja aiheen käsittelylle omistetuissa ajoissa.

Jos tapahtuu jotain poikkeuksellista, sille on raivattava uutislähetysistä aikaa. Uutiset, jotka on pakko uutisoida esimerkiksi yleisen tiedottamispakon takia, uutisoidaan ja

muut aiheet saavat väistyä tieltä. Esimerkiksi kun karhun eksyminen kaupungin keskustaan päätetään uutisoida, se on välittömästi pois toisen uutisaiheen ajasta. Joskus myös muuten yleisesti poikkeuksellinen aihe saa lisää aikaa, koska sitä ei käsitellä niin usein. Tällainen aihe voi olla esimerkiksi urheilun aihepiiristä esiin nouseva aihe, jonka oletetaan kiinnostavan alueellisten uutisten yleisöä poikkeuksellisen paljon.

Tv-jutut, sähköet ja kommenttisähköet ovat sekunnilleen määriteltyjä kestoiltaan. Yhteensä kymmenen minuuttia kestävä tv-uutislähetys antaa raamit sen sisällölle. Juttujen kestot voivat elää lähetystä kasattaessa, mutta koko lähetyksen keston kymmenen minuuttia ei saa ylittyä, eikä merkittävästi alentuakaan.

Toiset aiheet saavat enemmän aikaa kuin toiset. Se, mitkä aiheet saavat kuinka paljon aikaa, riippuu yleensä uutispäälliköstä. Uutispäällikkö tekee uutislähetysten aikataulutuksen yleensä heti aamulla. Uutislähetykseen mahtuu yleensä kahdesta - neljään uutisjuttua, muutama sähkö ja sähkösatana. Harvemmin juttuja mahtuu neljä, mutta jos jutut ovat kestoiltaan lyhyitä, useampi juttu mahtuu tällöin lähetykseen.

Uutislähetysten aikaa muokataan sähköillä, joilla täytetään juttujen ja satasten välejä. Sähköet eivät ole vain lähetyksen täyttöä varten kirjoitettuja ja kuvitettuja tekstinpätkiä vaan oleellisia, tärkeitä tietoja sisältäviä uutisia. Jotkut aiheet, kuten esimerkiksi tapahtumista uutisointi sopivat käsittelyltään parhaiten sähköiksi. Sähköeseen saadaan mahtumaan kaikki oleellinen tieto. Aihe ei aina vaadi sähkösatasta tai juttua, vaan sähkökin voi olla tärkeä.

Sähköiden ainoa tehtävä ei siis ole vain taimata eli tasoittaa ajallisesti lähetystä. Sähköillä uutislähetykseen saadaan lisättyä aiheiden kirjoa. Television uutisten sähköet ovat yleensä kuvitettuja, kuvitus ei ole kuitenkaan välttämätön. Sähköet ovat kestoiltaan lyhyitä uutisia, joissa uutisankkuri lukee sähköen ja kuvitus näkyy katsojille. Sähköiksi nimitetään myös ennen varsinaista tv-uutisjuttua tulevaa ankkurin lukemaa tekstiä.

Tällaista sähköttä kutsutaan myös juonnoksi. Juonnon kesto voidaan myös muokata kestoiltaan pidemmäksi tai lyhyemmäksi varsinaisen uutisjutun keston myötä. Toisinaan tv-lähetyksissä jää jutun jälkeen aikaa myös jälkijuonnolle, jossa uutista vielä tarkennetaan. Juontoon voidaan lisätä esimerkiksi viimeisin tieto tai mahdollisesti jutusta epähuomiossa pois jäänyt tärkeä tieto.

Uutisaiheen kuvallisuudella voi saada myös lisääikaa tv-jutulle. Taidenäyttelyn teoksia tai söpöjä eläimiä sisältävä kuvitus tuo sisältöä sanojen tilalle ja se tuo uutiselle lisäarvoa niin paljon, että muutama uutiseen lisätään muutama sekunti lisääikaa pelkälle kuvalle.

Aikarajoitukset näkyvät myös uutisten tuotantovaiheessa. Usein aiheiden perään lähdetään pitkienkin matkojen päähän. Tällöin aikataulussa näkyvät ajallisesti pitkät ajomatkat, jotka ovat pois muusta tuotantoajasta. Varsinkin pienemmissä aluetoimituksissa, esimerkiksi Pohjois-Karjalan aluetoimituksessa, tällaisissa tilanteissa jutun teossa on jo pieni tuotantopakko. Jos alkuperäinen aihe osoittautuisi aiheeksi, jota ei kannata uutisoida, tällöin toimittajan on kehitettävä uutiseen uusi näkökulma, jolloin keikalle ei ole lähetetty turhaan. Tämä takaa sen, että uutiset saavat edes jotain materiaalia, joista uutinen voidaan toimittaa. (Väinämö 2010.)

Tuotantovaihe saattaa olla myös hyvin kiireinen, jos esimerkiksi radio- tai tv-uutisiin tulevaa aihetta päästään tekemään hyvin lyhyellä varoitusajalla. Tällaisia tilanteita voivat olla poikkeustilanteet, kuten esimerkiksi päivällä tapahtuva myrsky, josta haluttaisiin uutisoida heti saman illan lähetyksissä.

Juttukeikalle saatetaan joutua lähtemään hyvin äkillisesti ja toimittajilla saattaa olla vain vähän tai ei ollenkaan aikaa valmistautua jutun tekoon. Uutispäällikkö saattaa tällaisissa tilanteissa tehdä päätöksen uutisoida asia esimerkiksi paikanpäältä heti suorana lähetyksenä. Myöhemmin tällaista aihetta voidaan tarkentaa radio- ja tv-uutisissa, kun toimittaja on päässyt perehtymään aiheeseen ja hänellä on enemmän tietoa sekä materiaalia tapahtuneesta.

4 UUTISOINTIPÄÄTÖKSET ERI JULKAISUVÄLINEISSÄ

Kuten edellä on todettu, uutiset ovat monen tekijän summa. Uutiset ja niiden julkaisuun liittyvät uutisointipäätökset monimediaisessa toimitusympäristössä ovat moninaisten vaikutusten alaisia. Uutisten takana tehdään päätöksiä, jotka johtavat uutisen julkaisuun. Päätösten takana olevat tekijät saattavat vaihdella tärkeysjärjestyksessä eri toimitusten välillä, mutta pääpiirteittäin syyt uutisen julkaisuun ovat samoja.

Uutisointipäätökseen Yleisradion paikallistoimituksissa vahvimmin vaikuttavat useimmiten ajankohtainen aihe sekä joidenkin uutiskriteerien täytyminen. Nämä ovat selkeästi tekijöitä, joita yksikään toimitus ei voi ohittaa uutisointipäätöstä tehdessään. Ajankohtauus on yksi uutisen määrittelijöistä. Ajankohtainen aihe on myös usein selvästi kiinnostavin ja kiinnostavuus on myös yksi paikallistoimitusten tärkeimmistä uutiskriteereistä. (Jussila 2010; Väinämö 2010; Aaltonen 2010.)

Uutiskriteerien täyttymisellä ei kuitenkaan haeta jokaisen kriteerin täyttymistä, vaan uutisointipäätös voidaan tehdä sillä hetkellä tärkeimmiksi koettujen kriteerien perusteella. Useimmiten kiinnostavuus kriteerinä on se, joka huomioidaan kaikkein tärkeimpänä (Jussila 2010; Väinämö 2010; Aaltonen 2010).

Seuraavaksi tärkeimpänä seikkana uutisointipäätökseen vaikuttavat uutisten tuoreus ja ajalliset seikat (Jussila 2010; Väinämö 2010; Aaltonen 2010). Internet-sivun uusiutuminen ja uutislähetysten täyttäminen ovat syitä, joiden perusteella aiheita päätetään uutisoida (Jussila 2010; Väinämö 2010; Aaltonen 2010). Internetissä julkaistavat aiheet ovat luettavissa pitkään julkaisunsa jälkeen, mutta etusivulla näkyviä aiheita halutaan uusia pitkin päivää tuoreuden ja mielenkiinnon säilyttämiseksi.

Uutislähetykset radiossa halutaan pitää joka lähetyskerta erilaisina mielenkiinnon vuoksi, joten niiden aiheet muutetaan joka lähetyskertaan. Tärkeimmät aiheet säilytetään, mutta usein niille pyritään hakemaan lisäarvoa esimerkiksi uutis-audioilla eli kommentteilla, tai uutiselle voidaan hakea eri näkökulmaa.

Kerran päivässä lähetettävät paikalliset tv-uutiset ovat luonnollisesti joka ilta erilaiset sisällöltään. Kuten aikaisemmissa luvuissa on huomioitu, tv-uutislähetys on aina kestol-

taan kymmenen minuuttia. Tämä kymmenen minuuttia lähetysaikaa on täytettävä, joten aiheita on oltava tarvittava määrä.

Uutisointipäätöksiin vaikuttavat taustalla uutispäällikön lisäksi monet eri henkilöt. Vaikka uutispäällikkö tekee varsinaiset uutisointipäätökset useimmiten itsenäisesti, taustalla vaikuttaa kuitenkin koko toimituksen henkilöstö. Uutisointiin vaikuttaakin usein toimituksen yhteinen valinta uutisaiheen suhteen. Yleisesti toimitukset ovat avoimia yhteisöjä, joissa kaikki ideoivat keskenään ja varsinkin aamu- ja iltapäiväpalaverien yhteiset suunnitteluhetket ovat tärkeitä aiheiden ideoinnin suhteen. (Jussila 2010; Väinämö 2010; Aaltonen 2010.)

Toimituksen yhteinen päätös uutisoida jokin aihe, on tärkeä seikka antamaan suuntaa aiheen mielenkiinnon arvioimiseksi. Koska toimituksessa työskentelee erilaisilla taustoilla olevia persoonia, on hieman suurempi toimitus kuin pieni otos paikallisista ihmisistä. Jos aihe herättää keskustelua toimituksessa, on sillä hyvät mahdollisuudet herättää kiinnostusta myös uutisten kuuntelijoiden ja katselijoiden keskuudessa.

Vaikka uutisten ideointi ja suunnittelu tapahtuvat jatkuvasti useamman ihmisen voimin, uutispäällikkö tekee yleisesti viimeisen uutisointipäätöksen. Lähettävillä eli isoilla alue-toimituksilla on yleensä monta uutispäällikköä. He vaihtavat vuoroja tavallisesti viikon sisällä monia kertoja, joten uutispäälliköiden omat mieltymykset saattavat näkyä uutislähetysten koostumuksissa. (Jussila 2010; Väinämö 2010; Aaltonen 2010.)

Aiheet voivat myös valikoitua lähetyksen uutispäällikön oman halun mukaan. Esimerkiksi uutispäällikön mieltymys luontoon tai talouteen saattaa näkyä aiheiden käsittelyssä, tällainen aihe saattaa saada enemmän lähetysaikaa ja vastaavasti jokin muu uutispäällikköä vähemmän kiinnostava aihe voi jäädä vähäisemmälle käsittelylle. (Jussila 2010; Väinämö 2010; Aaltonen 2010.)

Uutisoinnista päättävän uutispäällikön omista mieltymyksistä tiettyjä aiheita kohtaan tehdään enemmän positiivisia uutisointipäätöksiä kuin toimittajan omasta halusta tehdä tietyn aiheen uutisia. Jos toimittaja kokee tärkeäksi jonkin aiheen, hänen halunsa toimittaa siitä uutinen otetaan huomioon uutisointipäätöksiä tehdessä. Toimittajan oma tahto tai pyyntö aiheen suhteen esitetään usein uutispäällikölle, joka päättää aiheen uutisoinnista ja tuotantoon panosta. Halua toimittaa uutisesta juttu täytyy myös pystyä perustele-

maan, eikä vain pelkkä toimittajan oma halu riitä uutisointipäätökseen. (Jussila 2010; Väinämö 2010; Aaltonen 2010.)

Uutisointipäätöksiä tehdessä esiin nousevia, vähemmän tärkeitä seikkoja ovat esimerkiksi radion tuottajan ehdotus tietyistä aiheista, päälliköiden yhteinen valinta tai se, että uutinen olisi julkaistu jo jossain toisessa välineessä. Tuottajat eivät yleensä ehdota aihetta uutisille, vaan uutispäällikkö saattaa kiinnostua radion päivittäisaiheista ja päättää, että aiheesta toimitetaan myös uutinen. Tämä saattaa toistua myös toisinpäin eli radion päivittäistuottaja haluaa teetättää uutisaiheesta laajemman radiojutun. (Jussila 2010; Väinämö 2010; Aaltonen 2010.)

Harvemmin uutisiin saakka päätyy pelkästään päälliköiden yksin ideoima aihe. Tällä tarkoitetaan maakuntaradioiden päälliköiden ja uutispäälliköiden yhteisiä aiheita. Kuten aikaisemmin todettiin, uutispäälliköt tekevät itsenäisiä päätöksiä, mutta maakuntaradion päällikkö osallistuu lopullisiin uutisointipäätöksiin vain poikkeustilanteissa.

Pelkästään päälliköt eivät siis hallinnoi uutiskokonaisuutta. Maakuntaradioiden päälliköt osallistuvat aikansa puitteissa aamu- ja iltapäiväpalavereihin, ja näin ollen osallistuvat myös ideointiin. Mutta aiheen kehittelyyn ja ideointiin tarvitaan koko toimitusta, eli päälliköiden yhteinen valinta aiheen suhteen uutisointipäätöksen kannalta ei ole riittävä. (Jussila 2010; Väinämö 2010; Aaltonen 2010.)

Uutisen julkaisu jo jossain toisessa välineessä ei ole merkittävä seikka uutisointipäätöksen kannalta. Jos uutinen on julkaistu jo radiossa ja internetissä, se ei tarkoita sitä, että aihe olisi uutisoitava myös illan tv-uutislähetyksissä. Esimerkiksi radiossa julkaistuun aiheeseen voidaan palata seuraavana päivänä tv:ssä, jos aihe ei ehtinyt jostain syystä saman päivän uutisiin.

Tai illan tv-uutislähetyksessä ollutta aihetta voidaan käsitellä vasta seuraavana päivänä internetissä. Tv-materiaalista voidaan tehdä videoita ja valokuvia, ja liittää ne vasta tv-jutun lähetysten jälkeen internet-sivuille. Kolme julkaisuvälinettä tuo myös tällä tavoin joustavuutta uutisointipäätöksiä tehtäessä. Yleisesti hyvin ajankohtaiset aiheet pyritään tietenkin julkaisemaan jo samana päivänä kaikissa julkaisukanaviksi suunnitelluissa välineissä.

Kaikilla näillä tekijöillä on oma vaikutuksensa uutisiin ja uutisten julkaisupäätöksiin. Seuraavissa luvuissa käsitellään kaikkein tärkeimmäksi seikoiksi nousseita uutisointipäätösten suhteen. Niitä ovat uutisointiaikataulut, kuvallisuuden vaikutus ja uutisten kohderyhmät (Jussila 2010; Väinämö 2010; Aaltonen 2010).

4.1 Aikataulut

Aikaisemmissa luvuissa on kerrottu siitä, miten aika eli lähetysten pituudet vaikuttavat uutisointipäätöksiin. Seuraavaksi selvitämme sitä, millainen on uutisointipäätösten aikataulu. Tarkastelemme julkaisuajankohtia ja eri julkaisuvälineiden välisiä eroja uutisen julkaisunopeudessa.

Edellisissä luvuissa on selvitetty jo tv- ja radio-uutisten juttujen tuotantoprosessia. Oleellisena osana paikallisuutisten päivän toimintaa kuuluvat juttukeikat, jotka saattavat suuntautua kauaskin toimituksesta. Jos paikalta tehdään suoraa radiolähetystä, seuraavaksi juttu kirjoitetaan tältä samalta käsikirjoitus pohjalta internetiin. Tällöin viimeiseksi julkaisuajankohdassa jää iltauutisten tv-lähetys. Jos juttukeikalta tullessa etusijalla ovat seuraavat radio-uutiset, tällöin aihe on uutisena ensin radiossa, tämän jälkeen taas netissä ja seuraavaksi taas tv:ssä.

Joskus aihe, joka on ennalta hyvin tiedossa ja siihen saadaan tarpeeksi materiaalia hankittua esimerkiksi puhelimitse tai heti tehtävillä katu-gallupeilla, se voidaan kirjoittaa auki internetiin. Internetissä julkaistaan usein ensin myös kiireellisiä ja juuri tapahtuneita uutisia. Yleensä jutut rakennetaan saman eli radio- ja tv-juttu käsikirjoituksen pohjalta ajan säästämiseksi. Näkökulmia tai laajuutta voidaan muuttaa aikataulun ja välineen puitteissa.

Uutisten paikallistoimituksilla on käytössään juttuhylly, jossa on valmiita ja julkaisukelpoisia juttuja. Hylly-uutisia tehdään valmiiksi silloin kun on tilaisuus eli käytännössä päivinä, jolloin on ylitarjontaa muista uutisista ja sen päivän lähetykset täyttyvät nopeasti. Tällöin toimittajia saatetaan laittaa hylly-jutun tekoon eli aiheen perään, joka ei ole välttämättä kovin ajankohtainen.

Hyllyyn on voitu tehdä myös omia niin sanottuja kovia aiheita, joiden julkaisu ajoitetaan tiettyyn päivään. Kovat aiheet eivät ole kuitenkaan hyllyssä kovin kauaa, sillä jokin muu toimitus eli kilpailija on saattanut saada vihjeen samasta aiheesta ja yleisesti uutisten julkaisussa pyritään olemaan ensimmäisiä (Jussila 2010).

Hylly-juttuja uutisoidessa katsotaan, ettei se jää jo tiedossa olevien aiheiden jalkoihin. Yleensä hyllyyn jo valmiiksi tehtyjä juttuja ei jää julkaisematta, mutta se mahdollisuus on myös olemassa. Jos juttu on tehty niin sanottuna ennakko-juttuna ja tämä kyseinen ajankohta lähestyy, tulee hyllyn julkaisun kanssa kiire.

Tällainen voi olla esimerkiksi juttu teatterin ohjelmistoon tulevasta uudesta näytelmästä. Jos juttu tästä on jo kuvattu ja toimitettu, se täytyy julkaista ennen ensi-iltaa. Hylly-juttun julkaisua voidaankin miettiä joskus pidemmälle tulevaisuuteen asti, jo seuraavalle viikolle saakka.

Yleisesti alueitten hyllyssä pyritään pitämään yhdestä kahteen juttua. On myös aikoja, jolloin hyllyyn ei ole saatu tehtyä yhtään juttua. Pienemmissä eli satelliittitoimituksissa ei ole hyllyä ollenkaan, sillä kaikki mitä pienten toimitusten resursseilla saadaan tehtyä, ne myös päätyvät lähettävien paikkakuntien lähetyksiin (Väinämö 2010). Näin toimitaan esimerkiksi Pohjois-Karjalan eli Joensuun toimituksessa, jonka lähettävä paikkakunta on YLE Savo eli Kuopion toimitus.

Hylly-juttuja uutisoidaan tarpeen vaatiessa, voimakkaasti yleistettynä noin kerran puolessatoista kuukaudessa. Hylly-uutinen otetaan hyllyltä ja päätetään julkaista, kun katsotaan hetken olevan sopiva. Tällaisia tilanteita voi tulla vastaan esimerkiksi kesällä, jolloin toiset päivät ovat toisia hiljaisempia.

Myös viikon alussa saattaa olla päiviä, jolloin uutisaiheet ovat vähissä. Lähettävillä paikkakunnilla hylly-juttuja saatetaan joutua julkaisemaan, jos satelliittitoimituksessa on tullut ongelmia eli juttua ei ole saatua tehtyä.

Hylly-uutisen julkaisuun saattaa vaikuttaa myös kuvitus. Suomessa eletään neljä vuodenaikaa ja joskus sää voi olla ratkaiseva tekijä uutisoinnin kuvituksen kannalta. Kuvallisuudesta ja jopa sään vaikutuksesta uutisointipäätökseen kerrotaan seuraavassa luvussa.

4.2 Kuvallisuuden vaikutus

Kuvallisuus on tv-juttua tehdessä yksi jutun teon lähtökohdista. Kuvilla on iso merkitys. Ne tukevat tekstiä ja jopa korvaavat tekstissä sanottavaa. Tv-juttu voidaan rakentaa pelkästään hyvälle kuvalle ja haastateltavalle. Tällöin ei edes tarvita toimittajan omia spiikkejä eli välijuontoja. Haastateltava ja asiaa tukeva kuvitus kertovat kaiken tarvittavan. Kuva, äänet ja leikkaus tukevat tarinaa. Kuvan äänien annetaan kuulua ja ne rakentavat tarinaa yhdessä kuvan kanssa.

Sähkeitä ei kuviteta, jos kuvilla ei ole todellista lisäarvoa tuovaa merkitystä katsojalla sähkeen sanoman kannalta. Vanhasta käytössä olleesta tavasta, jossa sähkeetkin kuvitettiin edes arkistokuvalla, on pyritty eroon. Yleensä pyritään hakemaan aiheesta tuoretta ja ajankohtaista kuvaa. Jos asiallista kuvaa ei ole, sähke jätetään yleensä kuvittamatta.

Huonolla kuvituksella voi myös syödä uutisen sanomaa, jos kuvitus ei ole relevanttia. Katsojan huomio saattaa kiinnittyä kuvituksessa näkyviin, tekstin sanoman kannalta epäoleellisiin, seikkoihin. Ei-informatiiviselle tai ei-selittäväälle kuvituksellekin on paikkansa, esimerkiksi silloin, kun kuva toimii vain katseen vangitsijana.

Kuvituksen puute tai aiheen ei-kuvallisuus eivät ole esteinä positiiviselle uutisointipäätökselle. Kuvituksen kannalta vaikeasti toteutettavia aiheita tulee vastaan, mutta tällöin kuvituksena voidaan käyttää esimerkiksi itse tuotettua grafiikkaa tai havainnekuvia aiheesta. Myös arkistoissa olevat jo aikaisemmin kuvatut kuvat saattavat soveltua tarkoitukseen. Kuvituksena joudutaan käyttämään joskus myös puhelinhaastatteluiden takia haastateltavien valokuvia, jotta kommentoijan kasvot tulevat näkyviin.

Yleisradion alueellisissa uutisissa pyritään menemään kuvauksessa lähelle ja keskelle, tällä haetaan ihmisläheisyyttä ja läsnäoloa. Katsojalle tarjotaan tilaisuus lähteä mukaan tapahtumaan. Tarinallisuutta luodaan ja korostetaan kuvituksen avulla. Kuvat selittävät katsojalle tapahtuman todellisuutta ja tekevät asian konkreettiseksi.

Kuvallisuuden perusteella voidaan tehdä positiivisia uutisointipäätöksiä. Kuvallinen aihe saattaa päätyä muita aiheita herkemmin tv-uutisiin. Kuvallisuudella voi myös saada runsaasti lisää aikaa eli aihetta voidaan käsitellä laajemmin. Radiossa hyvin kuvallisille

aiheille pyritään hakemaan eri näkökulma. Radion uutisissa keskitytään tällöin enemmän faktoihin tai mahdollisuuksien mukaan kohteen kuvailuun. Aihe, jonka sisältö on kuvallista, ei siis sulje kyseisen aiheen käsittelyä pois radiolta.

Internetillä on uutisen julkaisukanavana kuvallisuuden suhteen kaksi eri puolta. Internetissä uutisen julkaisulle ei ole esteenä kuvien puute, vaan uutinen voidaan ilmaista yksinkertaisesti pelkkänä tekstinä. Kuvat tuovat uutiseen kuitenkin elävyyttä ja kuvien mukana olo luo lukijalle samaa todellisuutta kuin tv-uutisissakin. Joskus uutista elävöittämään internetiin laitetaan aiheen tv-materiaaliksi tarkoitettua materiaalista editoitu video.

Kuvien vaikutus uutisointipäätöksiin vaikuttaa myös silloin, kun kuvat ovat eri vuodenajalta kuin uutisten hetkellä vuodenaika on. Katsoja odottaa uutisen olevan ajankohtainen ja näin ollen vuodenaikojen vaihtuessa myös kuvassa oleva senhetkinen säätila paljastaa uutisen tuoreuden.

Esimerkiksi kesästä syksyyn siirryttäessä maisemat voivat olla hetkessä hyvin erinäköisiä ja ulkona kuvattu materiaali paljastaa kuvaushetken. Tällaisissa tilanteissa esimerkiksi hylly-uutisten julkaisussa tulee aikarajoituksia vastaan eli uutinen on uutisoitava vielä kun se näyttää tuoreelta, vaikka aihe itsessään ei pääsisi vanhenemaan.

Uutisen kuvituksella pyritään saamaan katsoja vakuuttumaan uutistekstin sanojen tarkoituksesta. Uutisen toimittaminen katsojalle vakuuttavasti ja uskottavasti on yksi uutistoimituksen päämääristä ja tarkoituksista. Joskus toimittaja turvautuu kuvituksessa action up tai stand up eli niin sanottuun standi juontamiseen. Standissa toimittaja spiikkaa eli puhuu ja juontaa tekstiä suoraan kameralle. Standissa toimittajan taustan eli sen mitä kuvassa näkyy toimittajan lisäksi, kuuluisi olla jutulle merkityksellistä kuvaa.

Kuvallisuuden vaikutus uutisointipäätöksiin on siis merkittävä varsinkin television uutisoinnissa. Radiossa uutisaiheen kuvallisuus ei ole esteenä positiiviselle uutisointipäätökselle, mutta erityisen kuvallisella aiheella ei ole myöskään kovin suurta merkitystä suuntaan tai toiseen (Jussila 2010; Väinämö 2010; Aaltonen 2010).

Internetissä kuvallisuus on suuri tekijä toisaalta, mutta kuvallisuuden puute ei ole esteenä uutisoinnille. Kuvallisuus on valttia ja se tuo lisäarvoa internetissä julkaistavalle uti-

selle. Kuvagalleriat ja videot viihdyttävät katsojaa. Internetissä uutisia lukevat hieman erilaiset kohderyhmät kuin televisiouutisten kohderyhmä.

4.3 Kohderyhmän vaikutus

Uutisointipäätöksiä tehdessä kohderyhmät ovat huomionarvoisia. Uutisten erilaisia kohderyhmiä ovat esimerkiksi iän mukaan rajattu ryhmä, alueellisten erityispiirteiden mukaan eroteltu ryhmä tai harrastusten mukaan jaettu ryhmä. Eri uutisenjulkaisuvälineiden mahdolliset erilaiset käyttäjäryhmät muodostavat myös omia kohderyhmiään. (Jussila 2010; Väinämö 2010; Aaltonen 2010.)

Alueuutisten seuraajien ikä on melko korkea. Varsinkin radion kuuntelijat ovat yleisesti keski-ikäisiä ja vanhuksia. Suuret ikäluokat ovat suurimmaksi osaksi alueuutisten kohdeyleisöä. Tästä johtuen aikaisemmin uutisointipäätöksiä tehdessä ovat vanhukset saataneet korostua jonkin verran. Tästä on kuitenkin jo pyritty enenevässä määrin eroon eli tätä suurta ikäryhmää on alettu myös pilkkoa osiin. Ikäryhmän sisältä on löydetty pienempiä kohderyhmiä. (Jussila 2010; Väinämö 2010; Aaltonen 2010.)

Uutisointipäätöksiä tehdessä on siis alettu ottaa huomioon monipuolisuus. Suuri ikäryhmä ei ole vain yksi ryhmä, vaan sen sisällä ihmisillä on omia harrastuksiin ja elämäntyyliin liittyviä ryhmiä. Myös nämä pienet kohderyhmät ovat tärkeitä. Kohderyhmien eli katsojien ja kuuntelijoiden monipuolisuus on alettu huomioida uutisointipäätöksiä tehdessä. Ryhmä itsessään on tärkeä, mutta uutisen ei tarvitse välttämättä koskettaa kaikkia ryhmän jäseniä. (Jussila 2010; Väinämö 2010; Aaltonen 2010.)

Uutisointipäätöksiä voidaan tehdä tietoisesti niin, että tiedetään jonkin kyseisen uutisaiheen olevan hieman erikoinen ja ei niin laajaa kohderyhmää koskettava uutinen. Uutinen voi olla niin sanotusta perusuutisaiheesta poikkeava, mutta kohderyhmä tiedetään tarkasti. Tällöin aihe päätetään uutisoida, vaikka se ei kosketa jokaista katsojaa tai kuuntelijaa. (Jussila 2010.)

Alueelliset erityispiirteet ja kohderyhmät on myös otettava huomioon. Pohjoisessa Suomessa harrastukset tai yleisemmät mielenkiinnon kohteet keskittyvät erilaisiin asioihin

kuin keskisessä Suomessa. Esimerkiksi pohjoisessa ja idässä metsästys aiheet korostuvat Keski-Suomea enemmän.

Alue uutisten uutisointipäätöksissä korostuu tietenkin myös aiheiden paikallisuus. Jos uutisaihe ei ole lähtöisin kyseiseltä alueelta, uutinen paikallistetaan eli sille haetaan paikallinen näkökulma. Jos kyseessä on yhteiskunnallisesti merkittävä aihe, se uutisoidaan, mutta uutisointia ei todennäköisesti jatketa lähetyksestä ja päivästä toiseen, jos sillä ei ole alueellisesti merkittäviä vaikutuksia.

Tällainen uutinen on esimerkiksi Suomea jo pitkään ravistellut hiihdon doping-skandaali, josta on uutisoimista riittänyt jo vuosikymmenen ajan. Oikeuden päätöksiä ja tärkeimpiä tapaukseen liittyviä käänteitä voidaan uutisoida esimerkiksi Keski-Suomen uutisissa, mutta aiheen uutisointia ei jatketa esimerkiksi varsinaisen oikeuden päätöksen jälkeisille päiville, koska aihe itsessään ei liity paikallisesti Keski-Suomeen.

Yleensä tällaisista aiheista uutisointia jatkavat valtakunnalliset uutiset eli juuri ennen alue uutisia lähetettävät koko suomelle näkyvät uutiset. Tämä vaikuttaa uutisointipäätöksiin myös tätä kautta eli aiheille ei haluta liikaa toistoa. Todennäköisesti doping-aihetta käsiteltäisiin vielä alue uutisten jälkeen tulevassa urheilu-uutislähteyksessä.

Paikallisuudella vahvistettu uutisaihe saa varmimmin positiivisen uutisointipäätöksen alue uutisissa. Kaikkea paikallista ei voida uutisoida, vaan aihe vaatii ympärilleen muutakin kuin vain paikallisen näkökulman. Alue uutisten kohderyhmää ovat luonnollisesti paikalliset ihmiset, joita kiinnostavat paikalliset uutiset. Paikallisen aiheen ei tarvitse olla myöskään välttämättä yhteiskunnallisesti merkittävä, vaan se täyttää uutisointi kriteerin mielenkiintoisuudella ja alueellisella kiinnostavuudella.

Uutiseen pyritään hakemaan usein näkökulma, joka näyttää uutisen vaikutuksen alueella asuvan ihmisen elämään (ATVU 2010). Pääaihetta voidaan pilkkoa useampiin eri elementteihin eli samaa aihetta voidaan käsitellä eri näkökulmista tai esimerkiksi eri paikakunnilta. Näin myös otollinen yleisö eli kohderyhmä laajenee.

Kohderyhmiä ovat myös eri julkaisuvälineiden käyttäjäryhmät. Internetillä on todennäköisesti hieman eri kuluttajat kuin radiouutisilla. Vanhukset todennäköisesti kuuntelevat uutisensa enemmän radiosta kuin hakevat tietonsa internetistä. Eri välineiden kohde-

ryhmiin voidaan vaikuttaa käsikirjoitusten eri tulokulmilla ja otsikoinneilla. Myös kuvallisuuden mahdollisuus internetissä ja tv:ssä houkuttelee käyttäjiksi eri kohderyhmiä.

On olemassa myös tilanteita, jolloin uutisointipäätöksissä kohderyhmäajattelulla on erityinen merkitys. Poikkeustilanne, kuten tulipalo tai onnettomuus, uutisoidaan välittömästi, jos se vaikuttaa uutisen vaikutusalueella olevan ihmisen elämään.

4.4 Miten poikkeustilanteet vaikuttavat uutisointiin?

Poikkeustilanteiksi, jotka vaikuttavat uutisointipäätöksiin, voidaan määritellä äkillinen uutisoitava tapahtuma tai resurssipula toimituksen väessä. Molemmat tilanteet vaikuttavat päätöksiin, mutta katsoja, kuuntelija tai lukija ei saisi huomata kyseessä olevan poikkeustilanteessa tehdyn päätöksen.

Poikkeustilanne, joka syntyy suuren ja yllättävän uutistapahtuman myötä, keskittää toimituksen huomion kyseiseen uutiseen. Ihmisillä on poikkeustilanteissa kova tiedontarve. Uutiset ovat se kanava, joista odotetaan saatavan ajantasaista ja luotettavaa tietoa tapahtumista. Yllättävään uutiseen panostetaan toimittamalla uutista monesta eri näkökulmasta. Eri näkökulmat pyritään jakamaan vielä eri elementteihin eli esimerkiksi juttuun ja raporttiin. (ATVU 2010.)

Yleensä tällaisessa tilanteessa puhdas uutinen eli jutun pääasia pyritään kertomaan lyhyessä, tiiviissä uutisessa, sähkössä tai raportissa. Samalla toimitus pyrkii etsimään ja pohtimaan poikkeuksellisen uutisen muita vaikutuksia. Uutiselle pyritään etsimään kasvot eli ihminen, joka pystyisi kertomaan yllättävästä tapahtumasta. Samanaikaisesti mietitään uutisen seurauksia ja mitä ilmiöitä tapahtuma mahdollisesti tuo tullessaan. (ATVU 2010.)

Tapahtuman aiheuttamia reaktioita aletaan kerätä muista uutisvälineistä. Radio, internet ja sosiaalinen media toimivat lähteinä muiden medioiden ohella. Riippuen yllättävän uutisen laajuudesta ja kuinka montaa ihmistä se koskettaa, uutisaiheen uutisointiin ja seuraamiseen valjastetaan uutispäällikön lisäksi toimittajia.

Toimittajien senhetkisestä määrästä riippuen, toimittajat ovat tällöin poissa toisen jutun teosta. Nämä uutiset jäävät tällöin pois muusta uutisoinnista. Uutisoimatta jäävät helposti kulttuuriin, urheiluun tai tapahtumiin liittyvät uutiset. Keveämmät aiheet ja uutiset, jotka voidaan uutisoida seuraavanakin päivänä, väistyvät poikkeustilanteissa yllättävän uutisen tieltä. (Jussila 2010; Väinämö 2010; Aaltonen 2010.)

Poikkeustilanteessa uutisointipäätöksiä tehdessä mietitään materiaalin saatavuus kuhunkin välineeseen. Haastatteluja voidaan tehdä puhelimitse, joten materiaalia voidaan saada näinkin lähtemättä itse paikanpäälle. Tämä säästää aikaa ja ajantasaisia kommentteja saadaan jo heti tuoreimpiin uutisiin.

Television kannalta kuva on oleellinen asia uutisen konkretisoimiseksi, joten sitä pyritään saamaan julkaistuksi niin pian kuin mahdollista. Toki tämä on tv-uutisten kannalta rajoitettua, sillä alueellisilla tv-uutisilla on aina sama lähetysaika kerran päivässä.

Kuvat eivät välttämättä ehdi saman päivän lähetykseen, mutta niitä voidaan julkaista internetissä. Kiireelliset uutisoinnit aiheuttavat poikkeustilanteen myös henkilöstölle. Jos poikkeustilanteen sattuessa ei ole saatavilla tarpeeksi toimittajia ja mediatoimittajia jutun tekoon, vaikuttaa se myös uutisointipäätöksiin. Materiaalia saadaan tuolloin vähemmän ja laajempi uutisointi on mahdotonta.

Resurssipulassa yleensä television teko määrittää kaiken muun ja menee materiaalihankinnassa muiden ohi. Yleensä televisiolle tarkoitettu materiaalista saadaan kuitenkin kaikille muillekin julkaisuvälineille materiaalia käytettäväksi. Radio pystyy poikkeustilanteissa joustamaan. Radioon tehdään silloin ne uutiset ja kommentit, mitä saadaan tehtyä. Uutisointipäätökset tehdään henkilöstön vajeessa sillä ajatuksella, että televisioon tulevat jutut saadaan tehtyä ja lähetys täytettyä kymmenen minuuttiseksi. Myös radiossa henkilöstön resurssit kohdennetaan uutislähetysten täyttämiseen.

Henkilöstön vaje saattaa johtua myös sairastapauksista tai muista syistä johtuen. Tämä vaikuttaa myös seuraavien päivien uutisten valmisteluun. Tällöin juttuja joudutaan tekemään pienistäkin, ei välttämättä kaikille niin merkittävistä aiheista. Uutislähetysten kirjo ei myöskään ole niin monipuolinen, koska vajaalla miehityksellä ei ehditä hankkimaan niin monipuolista materiaalia.

Uutisointi ja uutisointipäätökset hoidetaan yleensä tavalla tai toisella, vaikka varsinainen päällikkö ei olisikaan sillä hetkellä käytettävissä. Uutisia ei jätetä lähettämättä sen vuoksi, että uusia uutisia ei olisi. Joskus tekniset viat saattavat johtaa siihen, että uutisia ei pystytä lähettämään missään välineessä.

Tällöinkin jos kyse on radiouutisista, uutiset siirretään mahdollisuuksien mukaan seuraavaan lähetykseen. Jos taas kyse on illan tv-uutisista, siirretään lähettämättä jääneet tärkeäksi katsotut ja vielä ajankohtaiset uutisjutut ja kommentit mahdollisuuksien mukaan seuraavan päivän iltauutisiin.

5 VASTAUKSET TUTKIMUSKYSYMYKSIIN JA TEORIA

Tutkimukseni lopuksi voidaan todeta, että uutisointipäätöksille ei ole olemassa yhtä ja samaa kaavaa tai teoriaa, jota jokainen aluetoimitus käyttäisi uutisoinnissaan. Käytännöt ja toimintatavat vaihtelevat toimitusten resurssien mukaan. Uutisointipäätösten takana on useita tekijöitä, joihin uutisointia pääasiallisesti hallinnoiva uutispäällikkö ei pysty vaikuttamaan.

Uutisointipäätökset muodostetaan monimediaisessa Yleisradion alueuutisten toimituksessa usean päätöksentekohetkellä vallitsevan tekijän summana. Aikataulut, yllättävät tapahtumat, henkilöstöresurssit, uutisaiheiden kuvallisuus, kohderyhmät ja maantieteelliset alueelliset erot vaikuttavat kaikki alueuutisten uutisointipäätöksiin. Uutiskriteerit ja uutisten rakenne ovat uutisten peruselementtejä, jotka tekevät uutisista uutiset ja näitä pyritään noudattamaan päivästä toiseen toistuvasti.

Uutisaiheet uutistoimitukseen tulevat monesta eri lähteestä. Useimmin aiheet nousevat uutisoitaviksi toimituksen yleisestä sähköpostista ja toimituksen sisältä, arkipäivän havainnoista. Aiheiden uutisointi voi myös vaihdella välineiden välillä, kaikkia aiheita ei välttämättä julkaista jokaisessa kolmessa välineessä eli internetissä, radiossa ja televisiossa. Aiheen kuvallisuus, alueellinen merkittävyys ja välineen kohderyhmä vaikuttavat sen välinekohtaiseen julkaisuun.

Uutista versioidaan usein eri julkaisuvälineisiin saman käsikirjoituksen pohjalta. Tämä varsinkin silloin, kun uutisen versiointi on saman toimittajan tehtävä. Toimittaja osallistuu tällä tavalla omalta osaltaan uutisointipäätöksiin, koska versioi toimittamalla ja erotelemalla asioita julkaistavaksi eri välineiden uutisiin. Uutisointipäätöksiin voi toimittajana vaikuttaa myös ehdottamalla omia aiheita. Uutispäällikkö käy useimmiten lopulliset versioit läpi ja saattaa vielä muuttaa kohtia toimittajan käsikirjoituksessa ennen uutisen päätymistä lähetykseen.

Henkilöstön vajeesta aiheutuva resurssipula ja yllättävät, nopeaa reagointia vaativat uutiset tekevät uutistoimituksen päivästä poikkeuksellisen. Tällaiset poikkeustilanteet vaikuttavat uutisointipäätöksiin tilanteen laajuudesta riippuen aiheuttaen, joko uudelleen-

järjestelyjä henkilöstön suhteen tai keskittymistä suurelta osin vain yhden, yllättävän tapahtuman tai tilanteen uutisoinnin järjestämiseen.

Uutispäälliköiden haastatteluissa kävi myös ilmi, että uutisointipäätöksissä on kehitettävää. Yleinen tulkintani on, että uutispäälliköt kaipaavat uutisiin enemmän tilaa toimituksen omille aiheille ja ajan ilmiöille. Mukaan halutaan ihmisten tunteita ja mielipiteitä. Alueella asuvat ihmiset tietävät parhaiten mikä heitä kiinnostaa ja millaisiin asioihin heidän mielestään pitäisi uutisissa kiinnittää huomiota.

Myös internetin käyttöä uutisointivälineenä haluttaisiin kehittää. Uutisointi suunnitelmia tehdään yleensä perusvälineiden osalta, mutta internetin uutisoinnin muutokysymykset ovat vielä osittain kadoksissa. Internet on uutispäälliköiden mielestä myös paikka oppia uutta yleisöstä, sillä sieltä saadaan yleensä suoraa palautetta. Tämä antaa mahdollisuuden luoda teoriaa siitä, minkälaiset aiheet uutisyleisöä kiinnostavat.

Internetin ongelmaksi nähdään sen mutkattomuus. Uutiset ovat helposti kevyitä uutisia. Uutispäälliköt kaipaaisivat pelkästään internetissä julkaistaviin uutisiin myös syvällisempiä aiheita. Journalismia ei saisi unohtaa myöskään nopeassa julkaisutilanteessa. Kuten jo aikaisemmissa luvuissa on kerrottu, uutispäälliköt korostavat kiinnostavuutta yhtenä tärkeimmistä uutiskriteereistä.

Internet uutisoinnissa kiinnostavan ja viihteen raja on häilyvä. Uutispäälliköt haluavat pitää jatkossakin kiinnostavan ja niin sanotun hömpän täysin eri asioina ja rajan selvänä. Laadukasta hömpää saa tehdä, ei ole häpeää olla viihteellinen (Jussila 2010).

Tutkimusta varten haastatteleman uutispäälliköt pitivät uutisointipäätösten kannalta tärkeänä sitä, että uutispäälliköllä on peruspäätösvalta uutisointia koskien. Toimituksella pitää olla joku johtaja ja vastuun kantaja (Väinämö 2010).

Uutispäälliköllä pitää olla näkemystä ja auktoriteettia millaisia uutisaiheita lähdetään toimittamaan ja julkaisemaan. Uutispäällikön pitää pystyä hoitamaan ja ottamaan huomioon kolme eri välinettä (Väinämö 2010).

Lopullisen uutisointipäätöksen katsottiin myös tulevan oikeutetusti siltä alueelta, mistä uutiset lähetetään. Alueutiset haluavat päättää omista uutisistaan, eikä toimivaksi näh-

dä sitä, että esimerkiksi koko pohjoisen Suomen uutisista voitaisiin päättää Pasilan uutistoimituksesta käsin.

6 POHDINTA

Opinnäytetyöni työstämisessä vaikeinta oli varsinaisten teorialähteiden puute. Uutisointipäätösten tekeminen monimediaisessa ympäristössä on uutistoiminnan niin kutsuttua harmaata aluetta, jota ei ole tutkittu aikaisemmin. Opinnäytetyössäni lähdin liikkeelle induktiivisesti ja teoriaa täytyi muodostaa aineistoni pohjalta, jossa omat kokemukseni ja havainnot sekä haastatteluin saadut aineistot täytyi erottaa toisistaan. Viitekehyksen ja empiirisen aineiston distinktio ei ollut alusta asti selvää.

Opinnäytetyöni prosessia viivästyttivät ja hankaloittivat haastateltavien tavoitettavuus. Uutispäälliköiden kiireinen työrytmi ja tutkimukseni aikaan sattuneet kesälomat vaikeuttivat haastatteluiden saantia. Opinnäytetyöni aihe sai lopullisen muotonsa melko myöhään aineistoni syvällisemmän analysoinnin osalta.

Opinnäytetyöni syvensi työharjoittelussa oppimaani uutismaailmasta. Pääsin tutustumaan täysin uuteen alueeseen, jota en myöskään opiskeluaikani ole päässyt tutkimaan. Aikaisemmin uutisointia koskevat oppimani asiat tuntuvat nyt pinnallisilta ja uutisten takana oleva alue tuntuu olevan aivan omansa.

Tutkimukseni on selventänyt minulle uutisentuotantoprosessia ja sen kulkua. Käytännön kokemus on todentanut ja joskus muuttanut aikaisemmin opettelemiani teorioita uutisoinnin suhteen. Käytännössä kaikki ei ole aina mennyt niin kuin opiskeluaikana on teoriassa opetettu.

Uutta tietoa minulle ei ollut se, että aiheen päätyminen uutisiin katsojalle, kuuntelijalle tai lukijalle on vain pieni osa uutisen maailmaa. Uutisointipäätöksiin vaikuttavien tekijöiden määrä ja moninaisuus oli sen sijaan yllätys. Uutinen on lopputulos, joka on monen tekijän summa.

Tutkimuksessa esittämät omat tulkintani ovat osin peräisin omista näkemyksistäni ja havainnoistani. Olen havainnoinut vain yhtä aluetoimitusta ja sen käytännön toimia uutisointipäätöksiin vaikuttavissa tekijöissä. Havaintoni ja analysointini perustuvat kuitenkin ison ja lähettävän aluetoimituksen toimintaan, joten mielestäni tulkintojani voidaan yleistää melko hyvin alueuutisten kesken.

Lähteeni ovat alansa asiantuntijoita, erilaisten maakuntatoimitusten päälliköitä, joilla on uutistoiminnasta vuosien kokemus. He tekevät tutkimiani päätöksiä päivittäin ja näin olen pidän lähteitani luotettavina, joiden toteamuksia voidaan pitää luotettavana pohjana alueuutisia koskevia yleistyksiä tehden.

LÄHTEET

AINEISTOLÄHTEET

Aaltonen, Satu 2010. Uutispäällikkö, YLE Turku, Turku. Haastattelu, 23.09.2010.

Jussila, Elisa 2010. Uutispäällikkö, YLE Oulu, Oulu. Haastattelu, 17.09.2010.

Kontio, Satu 2010. Opinnäytetyöpäiväkirja.

Väinämö, Jouki 2010. Uutispäällikkö, YLE Pohjois-Karjala, Joensuu. Haastattelu, 23.09.2010.

TEORIALÄHTEET

Ahmavaara, Yrjö 1969. Informaatio. Tutkimus tiedotuksen logiikasta. Weilin + Göös, Helsinki.

Alm, Ari 2010. Uutis- ja ajankohtaiskurssin toimintamalli. PDF-tiedosto.

ATVU-ohjeet 2010. ATVU – konsepti ja uudistuksen eteneminen. PowerPoint. Tekijä: Yleisradio.

Autio, Pekka 2010. Maakuntaradion päällikkö, YLE Keski-Suomi, Jyväskylä. Haastattelu, 20.08.2010

Galtung, Johan – Ruge, Mari Holmboe 1965. The structure of foreign news.

Heikkilä, Eija 2010. Uutispäällikkö, YLE Keski-Suomi, Jyväskylä. Haastattelu, 25.08.2010

Kunelius, Risto 1997. Viestinnän vallassa. Johdatusta joukkoviestinnän kysymyksiin. WSOY, Helsinki.

Media Doc Oy 2010a. Mediasanasto. Luettu ja tulostettu 03.10.2010.

< <http://www.mediadoc.fi/pdf/M.pdf>>

Media Doc Oy 2010b. Mediasanasto. Luettu ja tulostettu 03.10.2010.

< <http://www.mediadoc.fi/pdf/U.pdf>>

Media Doc Oy 2010c. Mediasanasto. Luettu ja tulostettu 03.10.2010.

< <http://www.mediadoc.fi/pdf/J.pdf>>

Salokangas, Raimo 1996. Yleisradion historia. Aikansa oloinen. Yleisradio

Toikko, Timo & Rantanen, Teemu 2009. Tutkimuksellinen kehittämistoiminta. Tampere Univ. Press.

Tuomi, Jouni & Sarajärvi, Anneli 2009. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Kustannusosakeyhtiö Tammi, Helsinki.

Uutiskriteerit. Luettu ja tulostettu 03.10.2010

<http://yle.fi/opinportti/kortit/mediajame/jakso2/litt_klip8.shtml>

Vilka, Hanna & Airaksinen, Tiina 2003. Toiminnallinen opinnäytetyö. Kustannusosakeyhtiö Tammi, Helsinki.

Yleisradio. Yle yhtiönä. Luettu ja tulostettu 31.10.2010.

<<http://avoinyyle.fi/www/fi/organisaatitietoa/index.php>>