



Osaamista
ja oivallusta
tulevaisuuden
tekemiseen

Siiri Rehula

Uudenlaista ääniuutispalvelua

- startup-hanke Lähiuutiset

Metropolia Ammattikorkeakoulu

Elokuva ja tv

Tv- ja radiotuotanto

Opinnäytetyö

7.11.2019

Tekijä Otsikko	Siiri Rehula Uudenlaista uutispalvelua – startup-hanke Lähiuutiset
Sivumäärä Aika	40 sivua + 1 liite 7.11.2019
Tutkinto	medianomi
Tutkinto-ohjelma	Elokuvan ja television koulutusohjelma
Suuntautumisvaihtoehto	Televisio- ja radiotuotanto
Ohjaaja	lehtori Mika Säteri
<p>Tämä opinnäytetyö esittelee Lähiuutiset startup-hankkeen. Lähiuutiset on uudenlaista uutispalvelua tuottava palvelu, joka tuottaa ääniuutisia, eli äänellä kerrottuja uutisia. Tärkeää on paikallisuus – sisältöä tuotetaan kuulijakunnan oman kotikaupungin tai kaupunginosan asioista, ilmiöistä ja uutisista.</p> <p>Tutkimusmenetelminä käytetään teemahaastattelua, havainnointia sekä ääniuutisten luokittelua. Opinnäytetyö koostuu Lähiuutiset-hankkeen määrittelystä ja sen toiminnallisuuksien esittelystä. Työssä määritellään uutinen – niin perinteiset uutiset kuin radiouutiset, sekä avataan toimittajan työtä ja pohditaan lyhyesti myös uutisen murrosta. Opinnäytetyötä varten on haastateltu Harry Santamäkeä, joka on Lähiuutiset-hankkeen perustaja.</p> <p>Tutkimusosassa analysoidaan Lähiuutisiin tuotettuja ääniuutisia. Työtä varten käytiin läpi 86 kappaleen otos ääniuutisia, jotka on tuotettu joulukuussa 2018. Näitä ääniuutisia oli tekemässä toimittajat kaikilta pilottivaiheessa mukana olleilta paikkakunnilta: Kuopiosta, Jyväskylästä, Kemistä, Porista sekä Helsingistä Jätkäsaari/Ruoholahti -alueelta. Olen itse ollut hankkeessa Porin toimittajana 2018 syksystä alkaen.</p> <p>Ääniuutiset luokitellaan neljään kategoriaan ja luokista esitellään esimerkkejä. Analyysiluvun lopusta löytyy pohdintaa esiin nousseista havainnoista liittyen ääniuutisiin. Keskeisinä havaintoina ilmeni ääniuutisten olevan informatiivisia, monipuolisia ja paikallisuutta korostavia. Kielen piirteet ilmenivät murre-sanoina ja elävänä kerrontana.</p> <p>Tämä opinnäytetyö tarjoaa Lähiuutiset -hankkeen toimittajille, nykyisille kuin tuleville, katsauksen jo tuotettuihin uutisiin. On tärkeää tietää millaista sisältöä muut toimittajat tuottavat ja millaista kieltä he käyttävät, jotta Lähiuutisten ääniuutisten taso on tasainen ja laadukas. Lisäksi työ esittelee tulevaisuuden mediamuodosta – äänestä – kiinnostuneille tietoa täysin uudenlaisesta äänikonseptista.</p>	
Avainsanat	uutinen, ääniuutinen, ääni, startup

Author Title	Siiri Rehula A New Kind of News Service – Case: Lähiuutiset
Number of Pages Date	40 pages + 1 appendices 7 November 2019
Degree	Bachelor of Arts
Degree Programme	Film and Television
Specialisation option	Television and Radio Production
Instructor	Mika Säteri, Senior Lectures
<p>This thesis introduces Lähiuutiset (in English the Local News) -startup. Lähiuutiset is a service that provides a new kind of news service that produces audio news, that is, voice-over news. What matters is locality, the content is produced about issues, phenomena and news from the audience's own city or neighborhood.</p> <p>The research methods used include the focus interview, observation and audio news categorization. The thesis consists of defining the Lähiuutiset -project and presenting its functionalities. The thesis defines the news - both traditional and radio news - and opens up the work of the journalist and briefly discusses the radical change of the news. The founder of the Lähiuutiset, Harry Santamäki, was interviewed for the thesis.</p> <p>The research section analyzes the audio news produced by Lähiuutiset. For the work, a sample of 86 audio news produced in December 2018 was reviewed. This audio news was produced by the reporters from all locations of the pilot phase: Kuopio, Jyväskylä, Kemi, Pori and Helsinki from the Jätkäsaari/Ruoholahti area. Since the autumn 2018, I have worked as a reporter for the Pori area.</p> <p>The audio news are divided into four categories and examples of different types are presented. At the end of the analysis section, there is a reflection on the emerging observations regarding audio news. The key findings indicated that the audio news was informative, versatile and local. The features of the language were manifested as dialects and lively storytelling.</p> <p>This thesis provides the present and future editors of the Lähiuutiset with an overview of the news already produced. It is important to know which content other reporters are producing and what language they are using in order to maintain a consistent and high quality of audio news. In addition, the work introduces the future media format - voice - to an entirely new kind of voice concept.</p>	
Keywords	news, audio news, startup

Sisällys

1	Johdanto	2
2	Lähiuutisten esittely ja määrittely	4
2.1	Mikä on Lähiuutiset?	4
2.2	Lähiuutisten toiminnot ja alusta	6
2.2.1	Toimittajan työkalut	8
2.2.2	Lähiuutisten kuuntelijan toiminnot ja välineet	11
2.3	Pilottivaihe	11
2.3.1	Pilotin ensimmäinen vaihe	11
2.3.2	Pilotin toinen vaihe	13
2.4	Lähiuutisten ansaintamalli – startupin tarkoitus on tehdä rahaa	16
3	Mikä on ääniuutinen?	18
4	Uutinen – mitä, missä, miten ja kuka	19
4.1	Perinteiset uutiskriteerit	19
4.2	Uutisen rakenne	23
4.3	Uutisen murros ja venyvät kriteerit	24
4.4	Radiouutinen – puheen kuvalla ei ole rajoja	25
4.5	Toimittaja – tiedon välittäjä	28
5	Ääniuutisten analyysi	29
5.1	Ääniuutisten luokittelu	29
5.2	Esiin nousseita havaintoja ääniuutisten analyysistä	34
	Lopuksi	37
	Lähteet	39
	Liitteet	
	Liite 1. Haastattelun kysymysrunko	

1 Johdanto

Tässä opinnäytetyössä perehdytään startup-hanke Lähiuutisten toimintaan. Lähiuutiset on uudenlainen uutispalveluformaatti, joka välittää kuulijoilleen uutisia äänen välityksellä. Projekti on pilottivaiheessa, eikä sitä ole vielä tätä opinnäytetyötä tehdessäni julkaistu niin sanottuun yleiseen levitykseen. Nimensä mukaan paikallisuus on tärkeä osa Lähiuutisia – kuulijakunta koostuukin pääosin tietyn paikkakunnan tai kaupunginosan asukkaista. Lähiuutisia kuulijoille välittää toimittaja. Lähiuutisten toimittajalta ei vaadita alan koulutusta tai aiempaa kokemusta. Paikallistuntemus, tarkka uutisvainu ja älypuhelin ovat perustana toimittajuudelle Lähiuutiset-hankkeessa.

Idean isän Harry Santamäen käyttämä slogan Lähiuutisille on olla *Voice of village*, kylän ääni. Tavalliseen arkeen vaikuttavien tietojen ja tärppien jakaminen alueen ihmisille on Lähiuutisten pääperiaatteita. Mitä kylällä tapahtuu, mitkä asiat puhuttavat kansalaisia, mihin rientoihin kannattaa suunnata?

Tässä opinnäytetyössä käytetään käsitettä *ääniuutinen* kuvaamaan Lähiuutisissa tuotettua älypuhelimella nauhoitettua äänitettä, joka voi olla sisällöltään lähes mitä tahansa paikallisesti kiinnostavaa tietoa. Äänitteen kesto on puolesta minuutista minuuttiin.

Opinnäytetyössä selvitetään, mitkä ovat perinteiset uutiskriteerit ja radiouutisen piirteet, ja verrataan, miten ne istuvat Lähiuutisissa toimitettuihin uutisiksi luokiteltuihin ääniauutisiin. Tarkoitus on selvittää, millaista sisältöä Lähiuutisissa tuotetaan. Työssä käydään läpi otos tehdyistä ääniauutisista jokaiselta aluelta, joissa uutisia on hankkeen pilottivaiheessa tuotettu.

Lähiuutisten kaltaisia ääniauutisia ei ole Suomessa ennen tehty, eikä muualta maailmaltakaan tunnu löytyvän vastaavaa palvelua. Lähiuutiset on siis täysin uudenlainen uutispalvelu. Paikallismedioita on Suomessa niin sanomalehtinä kuin nettisivustoina, ja aktiiviset kaupunkien ja kaupunginosien Facebook-ryhmätkin toimivat omanlaisenaan viestinvälittäjänä paikallismedioiden kentällä. Santamäen mukaan on ollut nähtävissä, että paperille painetut pienten kaupunkien ja kaupunginosien lehdet ovat, jos eivät kuolemassa, niin hätää kärsimässä. Niiden tilalle tarvitaan jotain uutta. Uusi aalto, ääni, voi olla mahdollisuus paikallismedioiden pelastukseksi. (Santamäki, haastattelu 14.3.2019)

Oletuksena opinnäytetyön tuloksille on, että Lähiuutisten uutiset ovat toimittajapersoonan mukana muovautuvia kevyitä ja informatiivisia tietotärppejä, joista kuulija saa itselleen uutta, ajankohtaista tietoa ja mahdollisesti intoa tutustua kotikaupunkiinsa paremmin.

Into opinnäytetyön tekemiseen Lähiuutisista heräsi omista lähtökohdistani. Olen itse työskennellyt Lähiuutisissa toimittajana sen pilottivaiheen alusta alkaen syyskuusta 2018. Minulla oli pohjalla jonkinlaista kokemusta uutistyöstä AMK-työharjoittelustani Yle Helsingillä, jossa pääsin osallistumaan monipuolisesti päivittäistoimitustyöhön. Lähiuutisissa olen päässyt hyödyntämään taitojani tiedonetsijänä ja saanut kokemusta uudenlaisesta matalan kynnyksen toimittamisesta. Opinnäytetyössäni reflektoin muiden toimittajien kokemusten lomassa omia kokemuksiani projektin parissa.

Opinnäytetyöhön olen haastatellut Lähiuutisten perustajaa Harry Santamäkeä. Ääniuutisten piirteisiin ja muotoihin perehdyin tutkimalla joulukuun 2018 aikana tuotettuja ääniuutisia. Ääniuutisia tuon kuukauden aikana tuotettiin 86 kappaletta, ja niitä toimitettiin viideltä paikkakunnalta. Ääniuutiset luokitellaan ja niistä uutisiksi luokiteltavia tarkastellaan perinteisiä uutiskriteerejä vasten.

Tämän opinnäytetyön tarkoitus on luoda yhteistä linjaa eri alueiden ääniuutisille, jotta Lähiuutisten laajentuessa kansalliseksi uutisten taso ja sisältö pysyvät tasalaatuisena. Kun toiminta laajenee ja toimittajia liittyy joukkoon enemmän, on tärkeää palvella asiakkaita, kuuntelijoita, laadukkaasti.

Opinnäytetyön alussa esitellään ja määritellään, mikä ja mitä on Lähiuutiset. Luvussa esitellään työvälineet, julkaisualusta ja toimittajan työkalut. Seuraavaksi määritellään työssä käytettävä käsite ääniuutinen. Neljännessä luvussa esitellään juttuaiheen valintaa ja uutisen kriteerejä, radiouutisia ja äänikerrontaa sekä käydään lyhyesti läpi uutisen murrosta.

Jotta toimittaja voisi tuottaa mahdollisimman hyviä uutisia Lähiuutisiin, on tiedettävä ja tunnettava konseptin perusominaisuudet ja tavoitteet. Tämä opinnäytetyö pyrkii avaamaan ja vastaamaan erityisesti tuleville Lähiuutisten toimittajille ääniuutisen tuottamisen periaatteita. Lisäksi työ tarjoaa tietoa uudenlaisesta ääniuutispalvelusta tulevaisuuden äänimediaista kiinnostuneille.

2 Lähiuutisten esittely ja määrittely

2.1 Mikä on Lähiuutiset?

Lähiuutisten äänite, ääniuutinen, on noin 30–60 sekuntia pitkä uutinen, tiedote, havainto tai mikä tahansa paikallisesti kiinnostava asia. Ääniuutinen on nauhoitettu älypuhelimella suoraan toimittajan työkalun, äänitysplatformin, kautta julkaisualustalle, josta se voidaan julkaista välittömästi tai ajastaa sopivaan ajankohtaan. Tarkemmin ääniuutiseen perehdytään luvussa 3.

Lähiuutiset on uudenlainen ääniuutishanke, jota on pilotoitu muutamalla paikkakunnalla. Hanke on siirtymässä vähitellen operatiiviseen käyttöön. Pilottivaiheessa oli mukana noin sata kuulijaa viidellä paikkakunnalla. Kuulijat olivat Harry Santamäen (haastattelu 14.3.2019) mukaan niin sanottuja friendly users, eli ystäviä ja ystävän ystäviä – toimittajien ja hankkeen tekijöiden lähipiiriä.

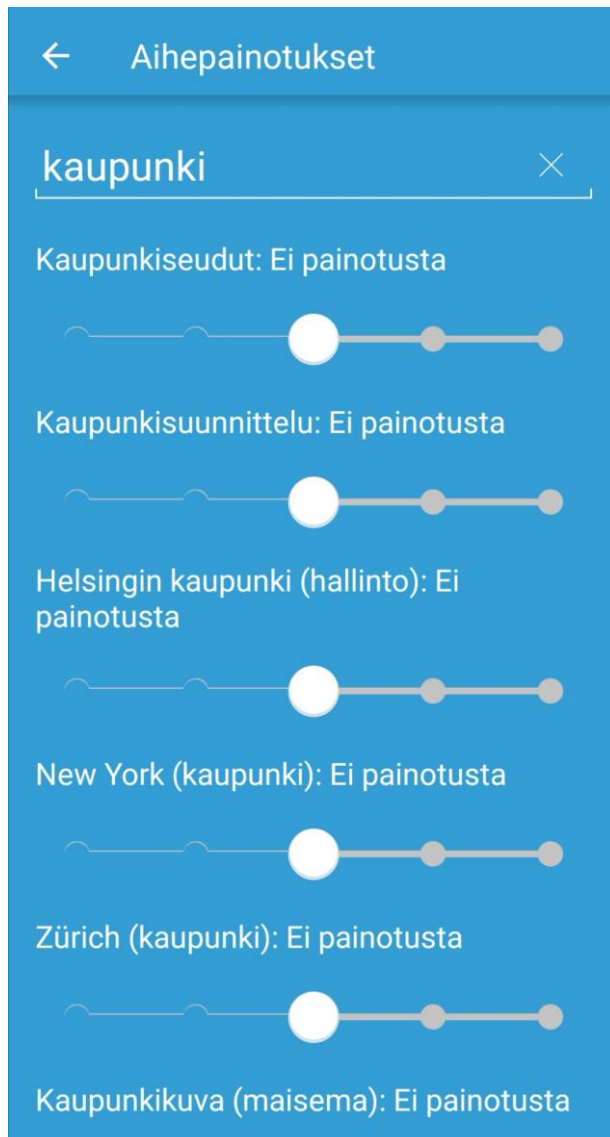
Lähiuutisissa on jokaista aluetta kohden yksi toimittaja, joka etsii tietoa lähialueen tapahtumista ja merkittävistä uutisista. Ihmiset saavat linkin ääniuutiseen tekstiviestitse. Linkkiä klikkaamalla pääsee kuuntelemaan uutisen selainpohjaisesta palvelusta. Palvelu esitellään luvussa 2.3.2.

Lähiuutisten alue, jolta paikallisuutisia tuotetaan ja kuulijakunta pääsääntöisesti on, määritellään Harry Santamäen (haastattelu 14.3.2019) mukaan suunnilleen R-kioskin vaikutusalue tai hieman isompi kuin postinumeroalue. Hän määrittelee Lähiuutis-alueen kriteeriksi sen kokoisen alueen, jossa ihmiset tuntevat lähikaupat. Pienetkin asiat, jotka alueella tapahtuvat, ovat puhuttavia.

Kohderyhmänä Lähiuutisille on tietyn alueen pääsääntöisesti täysi-ikäiset asukkaat. Kohderyhmää voivat olla myös alueelta poismuuttaneet, jotka kuitenkin haluavat saada tietoa kotiseutunsa asioista. On myös mahdollista, että kuulija haluaa saada kahdelta tai useammalta alueelta Lähiuutisia. Eräs pilotointivaiheessa kuulijoina ollut pariskunta on kotoisin Porista, mutta nykyään asuu Jätkäsaari/Ruoholahti -alueella.

Santamäen (haastattelu 14.3.2019) mielestä jossain vaiheessa tulee ajankohtaiseksi jonkinlainen kuulijoiden profilointi mielenkiinnonkohteiden perusteella. Hän kertoo esimerkkinä ystävänsä New Yorkista, joka ei tarvitse uutisissa tietoa paikallisesta

kirkosta, sillä hän on juutalainen, eivätkä häntä kiinnosta lähikoulun asiat, sillä hänen lapsensa ovat jo aikuisia. Tarkoituksena on pitää kuulija tyytyväisenä, eikä tuhata hänen aikaansa ”turhilla” uutisilla, jotka eivät osu hänen kiinnostuksen kohteisiinsa. Esikuvana Santamäen mukaan kohdentamiselle voisi olla Ylen Uutisvahdin personointi-työkalu (ks. Kuvio 1), jossa voi painottaa itseään kiinnostavia aiheita ja aihepiirejä nousemaan omaan syötteeseen.



Kuvio 1. Esimerkki Ylen Uutisvahdin painotukset -valikosta, jossa voi tunnistesanan avulla löytää uusia painotuksia kohdennuksiin (Yle Uutisvahti 2019)

Lähiuutisten äänituutisia julkaistaan 1–2 päivässä, ei kuitenkaan joka päivä. Harry Santamäen (haastattelu 14.3.2019) mukaan yksi haasteista on löytää sopiva rytmi ja tahti – kuinka usein ja millä sisällöllä kuulijaa saa häiritä? Myös julkaisuajankohdalla on

merkitystä. Uutisen tulisi ilmestyä kuulijan ulottuville silloin, kun hänellä on sopiva väli muun tekemisen ohessa. Aamulla työmatkalla bussissa istuessa tai illalla lempiohjelman mainoskatkolla on hyvä rako kuunnella lyhyt tärppi oman kaupungin kiinnostavista asioista. Jos uutinen julkaistaan huonoon aikaan, saattaa olla, että kuulija sivuuttaa sen kyseisessä hetkessä ja unohtaa palata asian ääreen myöhemmin.

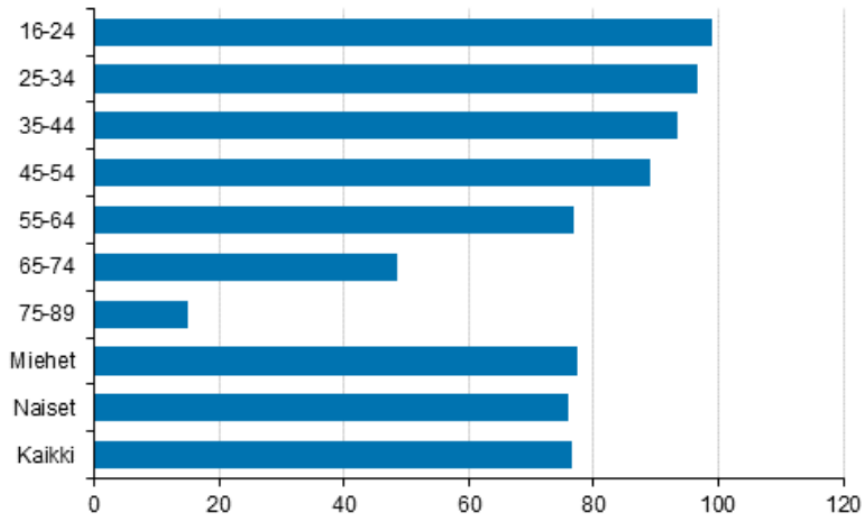
Julkaisuajankohdan optimointi helpottunee Lähiuutiset-hankkeen edetessä ja kasvaessa, kun saadaan dataa ihmisten kuluttamiskäytännöistä ja kuunteluajankohdista. Tällä hetkellä kuulijakunta koostuu vielä melko pienestä määrästä ihmisiä, joten tutkimuksen tekemiseksi ei ole vielä tarpeeksi tietoa.

2.2 Lähiuutisten toiminnot ja alusta

Tärkein väline Lähiuutisissa on älypuhelin. Puhelimella käytetään toimittajan työkaluja ja julkaisualustaa. Vastaanottaja saa uudesta Lähiuutisesta tekstiviesti-ilmoituksen, josta hän pääsee klikkaamaan selainpohjaiseen palveluun kuuntelemaan uutisen.

Älypuhelimet ovat tässä ajassa jo oletusarvo. Tilastokeskuksen (2018) väestön tieto- ja viestintätekniiikan käyttö -tutkimuksen mukaan 89 prosenttia 16–89-vuotiaista suomalaisista käyttää internetiä. Yleisimmin internetiä käytetään matkapuhelimella. 75 prosenttia 16–89-vuotiaista oli käyttänyt internetiä puhelimella viimeisen kolmen kuukauden aikana. (Tilastokeskus 2018.)

Tilastokeskuksen Internetin käyttö mobiililaitteilla -tutkimuksessa selviää, että älypuhelimet ovat yleistyneet nopeasti – käyttäjien osuus kasvoi viisi prosenttiyksikköä vuodesta 2016 vuoteen 2017. Vuonna 2013 vain 55 prosentilla suomalaisista oli käytössään älypuhelin. Yleistymisen tahti on ollut keskimäärin noin viisi prosenttiyksikköä vuodessa. (Tilastokeskus 2017.)



Kuvio 2. Kaavio älypuhelimien määrästä (Tilastokeskus 2017).

Älypuhelimien helppo käytettävyys ja räjähdysmäisesti monipuolistuneet sovellukset näkyy Tilastokeskuksen tutkimuksien mukaan kasvaneena internetin käyttönä.

Haastattelussa kävi ilmi, että maailmalla on ollut viimeiset vuodet vallitsevana ajatuksena ”mobile first” – mobiili ensin. Uudet jutut pyritään tekemään ensisijaisesti mobiilille, ja sen jälkeen niitä voidaan tuoda muillekin alustoille. Tärkeä pointti Lähiuutisten alustan luomisessa oli se, että siitä ei tehdä appia eli mobiilisovellusta. Santamäen mukaan tästä on saatu paljon positiivista palautetta. Osa ihmisistä, varsinkin vanhemmat eikä osa nuoremmistakaan, ei halua uusi ikoneja ja mobiilisovelluksia puhelimen näytölle. (Santamäki, haastattelu 14.3.2019.)

App-kautta on ollut viimeiset kymmenen vuotta. Nyt uutena teknologiana on kehitetty html5, jolla pystytään tekemään lähes kaikki samat asiat kuin mobiilisovelluksella. Palvelu siis vaikuttaa mobiilisovellukselta, mutta on kuitenkin selainpohjainen. Mobiilisovellusta varten tarvitsee nähdä vaivaa – mennä puhelimen sovelluskauppaan, mahdollisesti rekisteröityä, lisätä luottokorttitiedot, ladata sovellus, avata se ja opetella uusi käyttöliittymä. Tämä vaivannäkö jää selainpohjaisella palvelulla väliin. Uudella html5-pohjalla avataan selain, siirrytään web-sivulle yhden kerran ja sieltä latautuu yhden käyntikerran aikana koko tarvittava softa selaimen jatkeeksi. Toiminta on Santamäen sanoin nopea ja kiva, kuten varsinainen appit. Nopeus ja helppous ovat Santamäen mukaan puhelimeen ladattujen mobiilisovellusten vahvuus – nyt selaimesta alkaa kehittyä sellainen. (Santamäki, haastattelu 14.3.2019.)

2.2.1 Toimittajan työkalut

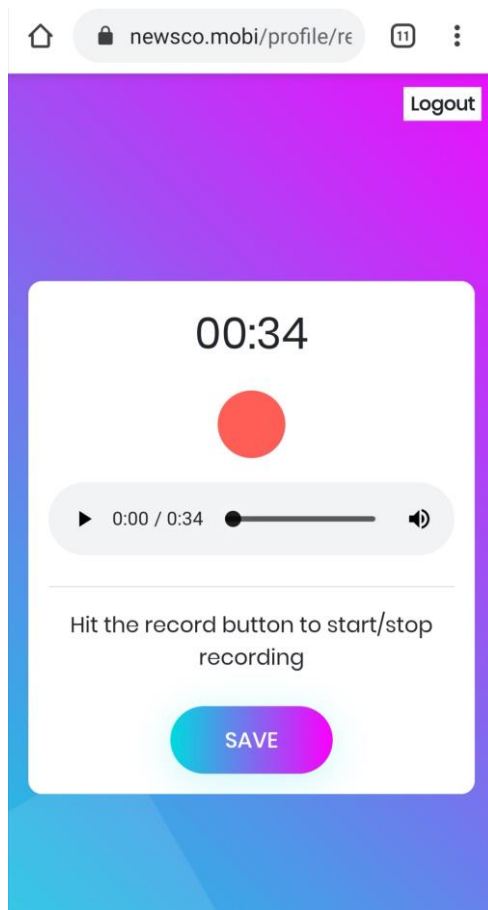
Sisältöä ääniuutisiin toimittajat voivat etsiä monesta lähteestä. Esimerkiksi alueen Facebook-sivut, paikallislehdet, maakuntalehdet ja palveluntarjoajien sivut tarjoavat hyvää materiaalia ääniuutisten pohjaksi. Toimittajilla ei ole käytössään Lähiuutiset-hankkeen puolesta maksullisia palveluita, kuten STT:n uutispalvelua tai maksumuurien takana olevia uutisartikkeleita.

Uutiset äänitetään toimittajan omalla älypuhelimella. Lähiuutiset-hanke tarjoaa toimittajille ulkoisen mikrofonin, jonka avulla äänenlaatu on huomattavasti parempi kuin älypuhelimella omalla mikrofonilla nauhoittaessa (ks. Kuvio 3).



Kuvio 3. Kuva ulkoisesta mikrofonista, joka kytketään älypuhelimella ääniuutisten nauhoittamista varten. Mikrofonina Rode VideoMic Me. Kuva: Siiri Rehula

Toimittajat käyttävät selainpohjaista julkaisualustaa, jossa uutiset nauhoitetaan (ks. Kuvio 4) ja julkaistaan (ks. Kuvio 5). Julkaisuja voi ajastaa toiseen ajankohtaan, eli niitä ei tarvitse julkaista reaaliaikaisesti. Julkaisuille annetaan lyhyet saatesanat, ikään kuin otsikko. Otsikko näkyy kuulijoille lähetetyssä tekstiviestissä (ks. Kuvio 8).



Kuvio 4. Äänituutiset nauhoitetaan selainpohjaisella nauhurilla.

Logout
Go Back

Publish Recording

< Oct, 2019 >

Sun	Mon	Tue	Wed	Thu	Fri	Sat
29	30	1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31	1	2
3	4	5	6	7	8	9

Time 13 : 26

Select category

testi pori

Type short description of the news

Select the date & time along with the categories under which this audio will be available

PUBLISH

Kuvio 5. Ääniuutisen julkaisutyökalu

Kun ääniuutinen on äänitetty, siirrytään julkaisutyökalun pariin. Kalenterista valitaan julkaisuajankohta, valitaan mille kategorialle uutinen jaetaan ja kirjoitetaan ääniuutiselle lyhyt otsikko. Tämän jälkeen klikataan Publish-painiketta, jolloin uudesta ääniuutisesta lähtee joko välittömästi viesti kuulijoille, tai sitten ääniuutinen jää odottelemaan ajastettua julkaisuajankohtaansa.

2.2.2 Lähiuutisten kuuntelijan toiminnot ja välineet

2.3 Pilottivaihe

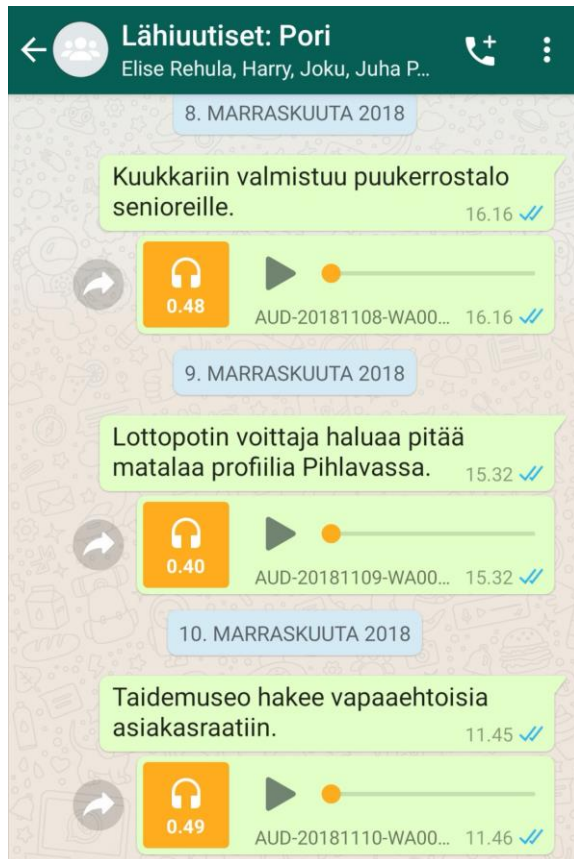
Lähiuutiset ja ääniuutiset pyörähti käyntiin syksyllä 2018, jolloin Harry Santamäki rekrytoi toimittajat Porista, Kemistä ja Ruoholahti/Jätkäsaari-alueelta. Hieman myöhemmin mukaan tuli toimittajat Jyväskylästä ja Kuopiosta.

Pilottivaihe on jaettavissa kahteen osioon. Pilotin ensimmäisessä vaiheessa ääniuutiset toimitettiin kuulijoille Whatsapp-ryhmässä. Toisessa vaiheessa uutiset julkaistiin selainpohjaisella palvelulla.

2.3.1 Pilotin ensimmäinen vaihe

Pilottikuuntelijoita ryhdyttiin haalimaan jokaiselle alueelle luotuun Whatsapp-ryhmään. Kuuntelijoina oli niin sanottuja friendly usereita, eli ystäviä ja ystävien ystäviä. Kuulijoita oli tässä vaiheessa 7–15 jokaisella alueella.

Whatsappiin toimittaja lähetti ääniviesteillä alueelta toimittamiaan uutisia (ks Kuvio 6). Uutisryhmät pyrittiin pitämään vain uutisten julkaisua varten - jokaiselle alueelle luotiin myös palauteryhmä, johon kuulijoilta toivottiin palautetta uutisista (ks. Kuvio 7).



Kuvio 6. Näkymä Porin Lähiuutisten Whatsapp-ryhmästä.



Kuvio 7. Palauteryhmään kerättiin kommentteja ja kehitysehdotuksia pilottiryhmän kuulijoilta.

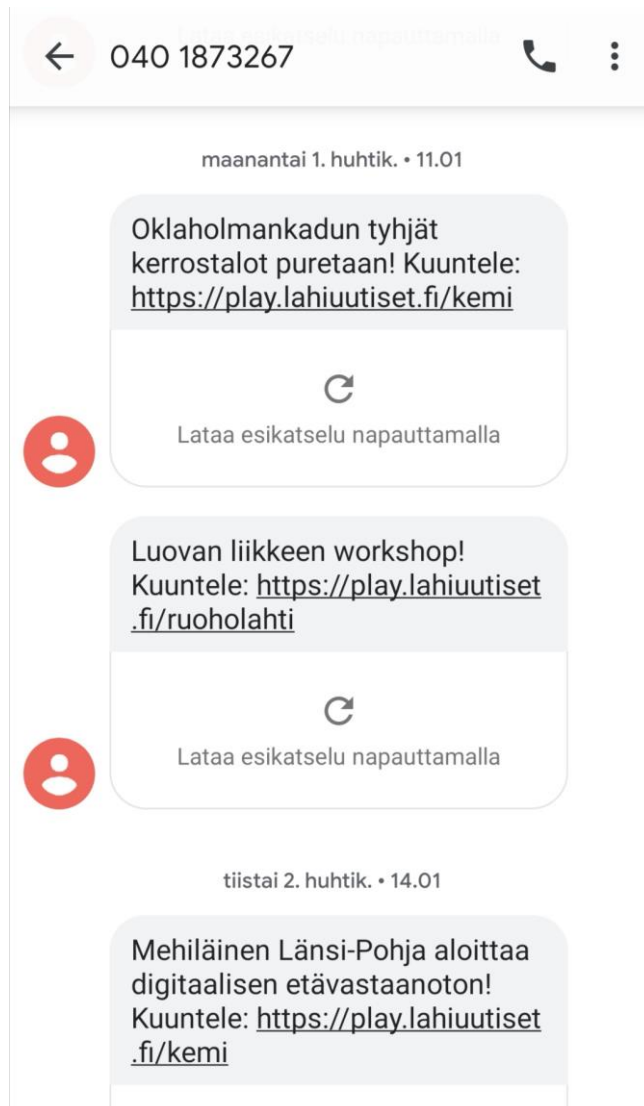
2.3.2 Pilotin toinen vaihe

Whatsappista siirryttiin selainpohjaiseen html5-ratkaisuun, jossa päästiin kokeilemaan ääniuutisen muotoa, jossa uutinen on kuunneltavissa vain tietyn lyhyen ajan sen ensikuuntelusta (ks. Kuvio 9) Tällä pyritään välttämään ongelmat, joissa uutisen alku menee kuulijalta ohi ja uutinen häipyä kuunneltavista heti ensimmäisen kuuntelukerran jälkeen.

Lähiuutinen löytää tiensä kuulijan taskuun tekstiviestin välityksellä. Tekstiviestissä on uutisen otsikko ja linkki. Linkkiä klikkaamalla se avautuu selaimessa. (ks. Kuvio 8)

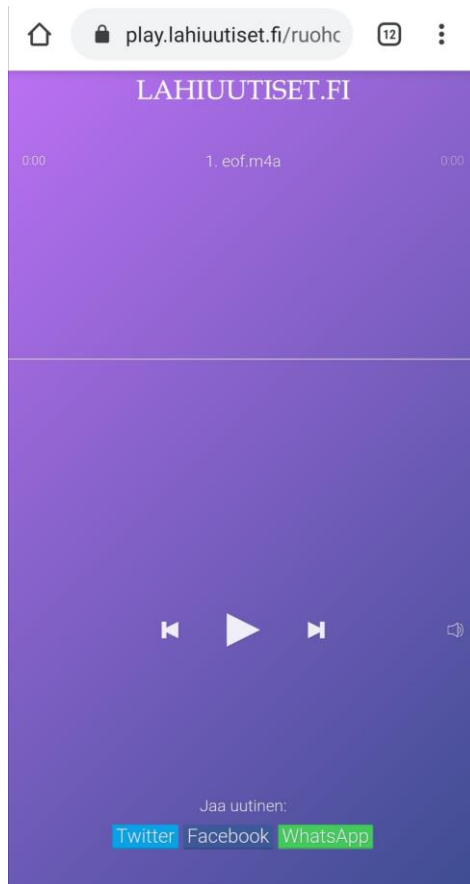
Puhelimesta riippuen ääniuutinen alkaa soida suoraan tai vaihtoehtoisesti kuulija klikkaa nuolinäppäintä kuullakseen uutisen. Mikäli uutisia on useampi, soittaa sovellus ne

putkeen. Kunkin uutisen kuuntelun voi aloittaa alusta, mutta edelliseen uutiseen ei voi enää palata. Uutiset ovat kuultavissa palvelussa 24 tuntia, jonka jälkeen ne katoavat kuuntelusta.



Kuvio 8. Kuulija saa ilmoituksen uudesta ääniuutisesta tekstiviestitse.

Kuulijalla on 24 tuntia aikaa kuunnella uutinen palvelussa (ks. Kuvio 9), jonka jälkeen se katoaa kuunneltavista. Harry Santamäen (haastattelu 14.3.2019) mukaan tällä on haettu samankaltaista kertakäyttöisyyttä kuin perinteisissä radiouutisissa, jotka kuullaan vain kerran. Lähiuutisissa kuulija voi kuitenkin itse valita sopivan ajankohdan päivästä, jolloin kuuntelee uutisensa.



Kuvio 9. Lähiuutiset-selainpalvelun näkymä kuulijalle.



Kuvio 10. Lähiuutisten nettisivut.

Palvelu toimii myös web-sivuilla (ks. Kuvio 10). Nettisivuilta löytyy Lähiuutisiin liittyvän tiedon lisäksi esimerkiksi esittelyt toimittajista.

2.4 Lähiuutisten ansaintamalli – startupin tarkoitus on tehdä rahaa

Tällä hetkellä Lähiuutiset toimii kehitysyhtiöhankkeena Santamäen toisen yhtiön alaisena. On nähty, etteivät toimittajat halua olla vastuussa ilmoittajien keräämisestä tai laskuttamisesta. Ajatuksena on perustaa yhtiö, joka kerää ilmoitustulot ja laskuttaa. Tämänhetkinen ajatus kulurakenteesta on, että tulosta ohjautuisi 91 prosenttia suoraan toimittajalle ja 9 prosenttia jäisi yhtiölle, joka ylläpitää ohjelmistoa ja platformia. Summina puhutaan muutaman kymmenen euron suuruudesta platform-maksusta per toimittaja per alue. Hankkeen kantavana ajatuksena ja kulmakivenä on, että valtaosa rahasta päätyisi toimittajalle. Santamäki pitää hankkeen voimavarana sitä, että hankkeen positiona on olla paikallisten tyttäreiden ja poikien projekti, jolla he saavat työkokemusta media-alalta ja oppivat saamaan tuloja. (Santamäki, haastattelu 14.3.2019.)

Lähiuutiset-palvelu on kuulijoille ilmainen. Maksun keräämistä kuulijoilta on pyöritetty ajatuksena, mutta saatujen palautteiden perusteella se ei ole herättänyt hyväksyntää pilottikuulijoiden keskuudessa. Ihmiset eivät ole ainakaan tässä vaiheessa valmiita maksamaan palvelusta. Toiveena on, että mikromaksaminen kehittyy jossain vaiheessa niin helpoksi, että kuulijoilta voitaisiin kerätä esimerkiksi kahvikupillisen hinnan suuruinen kuukausimaksu, jolla saadaan toimittajalle tuloja. Tarkoituksena on myydä idea kuulijoille sillä kulmalla, että pienellä maksulla työllistät paikallista nuorta. (Santamäki, haastattelu 14.3.2019.)

Todennäköisin bisnesmalli Lähiuutisille on kaupalliset ilmoitukset ja sisältömarkkinointi. Ruoholahti/Jätkäsaari-alueella on jo tehty kenttätutkimusta paikallisten palveluntarjoajien ja yritysten kanssa, ja kiinnostus Lähiuutisissa mainostamisesta on ollut suurta. Kaupallisten ilmoitusten tuottaminen Lähiuutisiin olisi joko kertakorvauksellista tai kuukausimaksullista. (Santamäki, haastattelu 14.3.2019.)

Kulma on siinä se, että mikä yhteistyö tai kilpailutilanne on muun median kanssa. Minulla on nyt keskustelua joidenkin lähiuutismedioiden kanssa, jotka on digitaalisia, eli heillä ei ole printtiä ollenkaan. Kyllä heitä kiinnostaa, että heidän sivuilla olisi linkki näihin ääniuutisiin. Siinä olisi parikin asiaa heidän kannalta hyvä: nyt on se webbisivu, jolla on nimi ja sinne pitää muistaa mennä lukemaan se paikallisalueen uutinen. Jospa tämä ääniuutinen toimisikin sisäänheittäjänä. Silloin tällöin paikallinen toimittaja lukis heidänkin jonkun otsikon ja sanoo että ”katsokaa lisää tuolta sivulta”, niin he saavat sisääntulevaa liikennettä lisää. Sitten kun siellä

heidän sivullaan on semmoinen linkki, jota voi klikata ihan läppärilläkin, niin sieltä kuuluu puolen minuutin - minuutin ääniuutinen. Sen ajan ihmiset pysyy sillä sivulla ja voi vaikka samalla silmällä niitä mainoksia, mikä on sitten tärkeää niille paikallismedioille. He voivat näyttää mainostajille, että täällä on väkeä ja ne näkee teidän mainioita mainoksia. (Santamäki, haastattelu 14.3.2019.)

Käytännössä yritys antaisi Lähiuutisten toimittajalle tietopaketin, esimerkiksi tulevista tarjouksista tai tapahtumasta, jonka pohjalta toimittaja itse muokkasi tekstin ja infon omaan suuhun sopivaksi. Santamäki käyttää mahdollisesta Lähiuutisten kaupallisesta ilmoituksesta esimerkkinä kauppojen satokausituotteita. Ilmoitusta varten yrityksen edustaja, esimerkiksi kauppias, kerää tiedotteeseen oleelliset tiedot alkavasta kevään parsa-kaudesta toimittajalle, joka toimittaa tiedon kuulijoille persoonalliseen tapaansa korostaen lähialueen toimijaa. (Santamäki, haastattelu 14.3.2019.)

Tällainen sisältömarkkinointi on tätä hetkeä ja tulevaisuutta. Digimagin artikkelissa *Median tulevaisuus on sähköinen ja muuttuva* (2017) käydään läpi tulevaisuudenkuvia. Artikkeleihin on haastateltu Digimag Oy:n yrittäjä Sari Jalkasta, joka kiteyttää hyvin tulevaisuuden sisältömarkkinoinnin suuntaa:

Sisältömarkkinointi tulee lähemmäs lukijaa kuin perinteinen mainos. Se on toimituksellisesti suunniteltua täsmämainontaa, joka tarjoaa lukijalle mielenkiintoisia sisältöjä ja vinkkejä sekä digissä että printissä. Oikealla viestinnällä ja valitussa ympäristössä kumppanin viesti osuu oikeaan ajankohtaan, jolloin se tuo parhaita tuloksia. (Jalkanen 2017.)

Tämä on suunta myös Lähiuutisten kaupallisissa yhteistöissä. Haasteena on saada kaupalliset tiedotteet niin sulavaan ja ei-mainosmaiseen muotoon, ettei ne ala ärsyttää kuulijaa.

Jani Piipon (2018) blogikirjoituksen mukaan startupin synonyyminä käytetään joissain yhteyksissä termiä kasvuyritys. Blogikirjoitukseen on kerätty muutamien eri lähteiden määrittelyitä startupista. Kirjoituksen mukaan työ- ja elinkeinoministeriö määrittelee startupia niin, että se työllistää vähintään 10 henkilöä ja työllisyyden keskimääräisen vuosikasvun pitäisi ylittää 20 prosenttia tulevan kolmen vuoden tarkastelujaksolla. Tämä määritelmä rajaa pienempiä, alle 10 henkilön uusia yrityksiä ulos startupin määritelmästä. Kirjoituksen mukaan Yhdysvaltain U.S. Small Business Administration määrittelee startupin yritykseksi, joka on vasta nousemassa jaloilleen. Tämän määritelmän mukaan startupiksi kutsutaan yleisesti teknologiaorientoituneita yrityksiä, joilla on korkea kasvupotentiaali. Piippo palloitelee muutamia samansuuntaisia

määritelmiä kirjoituksessaan ja on muodostanut omaan artikkelisarjaansa näistä yhdistelmän:

Startup on nuori tai uudelleenjärjestetty ihmisorganisaatio, joka tuottaa uusia tuotteita tai palveluja äärimmäisen epävarmoissa olosuhteissa toimien markkinoilla vähillä resursseilla (Jani Piippo 2018).

Lähiuutiset osuu näihin startupin määritelmiin osittain. Se ei ole vielä tässä vaiheessa oma itsenäinen yritys tai yhtiö, vaan toimii kehitysyhtiöhankeena Harry Santamäen toisen yrityksen alla.

3 Mikä on ääniuutinen?

Käytännössä Lähiuutisten ääniuutinen on alle minuutin mittainen puhuttu, paikallisesti kiinnostava uutinen, tiedote tai vinkki. Lähiuutinen on jotain podcastin, radiouutisen ja juonnon välimaastosta. Lähiuutisia julkaistaan 0-3 päivässä.

Lähiuutisten ääniuutinen on Harry Santamäen (haastattelu 14.3.2019) mukaan ensisijaisesti yllättävä ja uusi tieto. Se yllättää kuulijansa positiivisesti, vaikka kyseessä olisi jokin negatiivinen tapaus tai aihe. Positiivinen uutinen on sellainen, josta kuulijalleen tulee ajatus ”olipa hyvä tietää tämä asia, enpä olisi muualta kuullut”. Ääniuutinen - käsitteen alla voi siis olla melkein mitä vain alueen ihmisiä kiinnostavaa tietoa taidenäyttelyn avajaisista autokolariin. Tärkeää on pyrkiä löytämään uutismassasta ja kohinaa täynnä olevasta maailmasta ne kohdennetut oman rakkaan kotialueen tärpit.

Santamäki kertoo esimerkin onnistuneesta Lähiuutisesta:

”Rakennustyömaalla tässä ja tässä katuosoitteessa tapahtui pieni vahinko. Sementtisäkki tippui kolme kerrosta alaspäin kadulle, kukaan ei vahingoittunut.” That’s it. Jos tämä uutinen olisi tullut toiselta puolelta Helsinkiä, niin ei kauheesti olisi kiinnostanut, mutta kun itse asuu alueella ja tiesi sen kadunkulman, niin kylläpä kiinnosti. Tulee semmonen fiilis että mähän oisin voinut kävellä siitä just silloin. Tämä lähellä oleminen on se ydinjuttu. (Santamäki, haastattelu 14.3.2019.)

Tarkkaa rajausta tai tiukkaa ohjeistusta ei toimittajille ole annettu ääniuutisen tekoon. Lähiuutisen on tarkoitus olla puhuttu, rento, lähelle sijoittuva ja kaverillinen. Kolumnin tyylinen, mutta kuitenkin selkeästi vastata hyvää journalistista tapaa käsitellä uutisia ja aiheita. Uutisesta tulisi jäädä kuulijalleen olo siitä, että se on juuri hänelle valittu ja hänelle merkityksellinen.

Kuulija saa tekstiviestillä puhelimeen viestin, jossa on julkaistun ääniuutisen otsikko ja linkki lähiauutisten web-sivuille. Linkkiä klikkaamalla kuulija voi kuunnella uutisen milloin haluaa vuorokauden sisällä. Uutinen pysyy palvelussa 24 tunnin ajan, jonka jälkeen se poistuu kuunneltavista lopullisesti. Uutinen on toistettavissa kuuntelun aloitettuaan, mutta vanhoihin uutisiin ei voi palata. Tällä on pyritty luomaan samaa ”kertakäyttöisyyttä” kuin perinteisessä radiouutisessa, joka tulee reaaliaikaisena vain kerran. (Santamäki, haastattelu 14.3.2019).

Uutiset nauhoitetaan mobiilisti älypuhelimeen kiinnitetyllä ulkoisella mikrofonilla. Kuva Lähiauutisten käyttämästä ulkoisesta mikrofonista on esitelty kuviossa 3 (s. 7).

Tyyliltään ääniuutiset elävät toimittajan persoonan ja kiinnostuksen mukaan. Alueiden uutiset eroavatkin melko paljon toisistaan – Jätkäsaari/Ruoholahti-alueen toimittaja Nemo Mannermaa kertoo kuulijoilleen monenlaisten kulttuurierojen tapahtumavinkkejä, kun taas Kemien toimittaja Ville Soikkeli pitää kemiläiset kartalla alueella tapahtuneista rikoksista.

Toimittajien työtavat eroavat hyvin paljon toisistaan. Minä itse kirjoitan nauhoitettavan uutisen puhtaaksi tietokoneella, josta puhun sen lähestulkoon sanasta sanaan. Toimittaja Soikkeli Kemistä silmäilee valitsemansa uutisen ja kertoo siitä sujuvasti ulkomuistista värikästä kieltä käyttäen.

Toteutustapoja ja -keinoja Lähiauutisten ääniuutiselle on siis monia. Tärkeää on löytää selkeät peruspilarit, jotta laatu säilyy toimittajakunnan kasvaessa. Santamäen (haastattelu 14.3.2019) mukaan tärkeintä on kunnioittaa journalismin perusperiaatteita. On osattava vastata kysymyksiin mitä tapahtuu, milloin ja missä tapahtuu, kuka tekee ja ennen kaikkea: mikä on sen merkitys meille tällä alueella. Tätä Santamäki nimittää Lähiauutisten ääniuutisten kulmakiveksi.

4 Uutinen – mitä, missä, miten ja kuka

4.1 Perinteiset uutiskriteerit

Uutiskriteereitä on esitelty monessa lähteessä, ja ne ovat pääsääntöisesti samankaltaisia.

Huovilan (2005, 70-71) mukaan uutisen perustehtävä on yhteiskunnalle tärkeiden ja vastaanottajalle hyödyllisten ja kiinnostavien tietojen lähettäminen. Hänen mukaansa juttuvalinnassa tärkeää on kertoa yhteiskunnan muutoksesta. Huovisen näkemyksen mukaan uutinen onkin määriteltävissä yhdellä sanalla – ”muutos”. Muutos kertoo, mikä ympäristössämme on muuttumassa: ”Vastaanottajalla on oikeus tietää muutoksesta, jotta pystyisi ymmärtämään ja vaikuttamaan yhteiskunnan ja sen alueiden toimintoihin.” (Huovila 2005, 70.)

Uutisen odotetaan täyttävän tietyt sisällölliset kriteerit, joiden perusteella uutista voidaan sanoa merkittäväksi. Yle Uutisluokka määrittelee uutisen näin:

Uutinen on jotain uutta tai jotain, mikä tapahtuu juuri nyt. Uutisen täytyy kiinnostaa useita ihmisiä. Uutinen on jotain, mitä ihmiset haluavat tietää tai millä on merkitystä ihmisten elämään ja yhteiskuntaan. (Yle Uutisluokka 2015.)

STT arvioi aiheiden uutisarvoa merkityksen, yllättävyyden, kiinnostavuuden, ajankohtaisuuden ja läheisyyden perusteella (STT n.d.).

Tarkkaa määritelmää uutisarvolle on kuitenkin vaikea määritellä, sillä jokaisen uutisen osalta on tapauskohtaisia seikkoja, jotka vaihtelevat eri jutuissa (Huovila 1990, 10). Henk Prakken mukaan uutisarvo tarkoittaa ajallista fyysistä ja kulttuurillista läheisyyttä suhteessa lukijaan. Uutisarvoltaan merkittävä asia sijoittuu sellaiseen kulttuuriin ja yhteisöön, johon vastaanottaja on jollain tavalla osallinen. (Prakke 1969, Jaakkolan 2013, 182 mukaan.) Lähiuutisissa läheisyys koetaan paitsi paikallisuutena myös kulttuurisena läheisyytenä.

Yleisradio määritteli vuonna 1972 oman uutistoimintansa pohjalle uutisen valintaperusteet professori Yrjö Ahmavaaran teorian mukaan. *Informatiiviset uutiskriteerit* on Yrjö Ahmavaaran vuonna 1969 julkaistu teoria, joiden tavoitteena on ”oikeiden tietojen ja tosiasioden välittäminen sekä siihen liittyvä älyllinen kativointi”. (Ahmavaara 1972, Huovilan 2005, 65 mukaan.) Jutun arvolla on teorian mukaan kolme kriteeriä:

1. Tapahtuman vaikutusten todellinen voimakkuus (intensiteetti)
2. Missä määrin tapahtuman vaikutukset koskettavat kuulijoita ja katsojia

3. Tapahtuman vaikutuksen laajuus, toisin sanoen sen ihmisjoukon suuruus, jota vaikutukset koskettavat. (Ahmavaara 1972, Huovilan 2005, 65 mukaan.)

Uutisen määrittelyssä on eritelty erilaisia julkaisuehtoja, jotka ovat eroteltavissa ulkoisiin (objektiivisiin) ja sisäisiin (subjektiivisiin) kriteereihin. Ulkoiset kriteerit antavat uutiselle arvoa sen mukaan, miten paljon aihe vaikuttaa vastaanottajan elämään, riippumatta siitä, tiedostaako vastaanottaja vaikutuksen itse. Sisäiset kriteerit mittaavat aihetta sen perusteella, miten merkittäväksi vastaanottaja kokee aiheen oletetusti. (Jaakkola 2013, 180.) Jaakkolan *Hyvä Journalismi* -teoksessa esitetyt ulkoiset ja sisäiset uutiskriteerit on koottu alla olevaan kuvioon 11, ja niitä käytetään äänihuutisten analysoinnissa luvussa 5.

Ulkoiset	<ul style="list-style-type: none"> - Ajankohtaisuus: tärkein uutisarvon tekijä, uutisuusarvo, ajallinen läheisyys - Maantieteellinen läheisyys: fyysinen läheisyys, paikallisuus - Kulttuurinen merkittävyys: kulttuurinen läheisyys, tuttuus - Voimakkuus: tapahtuman suuruus - Toistuvuus: tapahtuman frekvenssi - Eliittikohde: valta ja medianäkyvyys lisäävät uutisarvoa
Sisäiset	<ul style="list-style-type: none"> - Yksiselitteisyys: aiheen selkeä rajattavuus, esimerkiksi yksittäinen tapahtuma on helpommin puettavissa uutiseksi kuin monimutkainen - Henkilöitävyys: ihmiset aiheina journalistisesti kiinnostavampia kuin järjestelmät - Odotettavuus: tapahtuma vastaa aikaisempia käsityksiä - Yllätyksellisyys: epätavallisuus, poikkeavuus tavanomaisesta, harvinaisuus, odotusten vastaisuus - Negatiivisuus: ikävät tapahtumat ovat huomionarvoisempia kuin positiiviset
Ylimääräiset	<ul style="list-style-type: none"> - Päivän valikoima: tietynä ajankohtana tarjolla olevien aiheiden määrä - vähäinen määrä laskee uutiskynnystä - Konsepti: julkaisun linja ja perinne sekä tarjolla olevat formaatit - Median vaatimukset: julkaisu ympäristön edellyttämät ominaispiirteet - Kohdeyleisö: esim. ikä, sukupuoli, sosio-ekonominen asema, elämäntapa - Hyöty: sisällöstä saatava viihde, sivistys, käytännön apu - Mediakilpailu: erottuminen kilpailijoista, skuupit ja omaperäisyys - Toimittajan tausta ja kiinnostuksen kohteet: jutuntekijän ennakkotietämys ja maailmankuva sekä innostuneisuus ja motivaatio - Talous: käytettävissä olevat resurssit

Kuvio 11. Uutisen julkaisuehdot eli uutiskriteerit (Jaakkola 2013, 181-182)

Yhteistä uutiskriteereille, uutisen laajuudesta tai pituudesta riippumatta, vaikuttaa olevan, että uutiseksi luonnehdittavalta jutulta vaaditaan tietyn tyyppiset uutiselle ominaiset piirteet, joista tunnutaan monissa lähteissä olevan samaa mieltä. On helppo

määritellä, kuinka hyvin uutinen palvelee yleisöään, vaikka ei olisikaan alan asiantuntija. Tietynlainen uutisen muoto on painunut ihmisten mieleen, vaikkei sitä suurimmalle osalle väestöstä opeteta.

Eryyisestä ajankohtaisuutta korostetaan useissa lähteissä. Sitä tunnutaan pitävän uutiskriteereistä tärkeimpänä. Suomessa sana uutinen onkin johdettu sanasta uusi. Uutinen kertoo jonkin uuden ja yllättävän tiedon äskettäin tapahtuneesta tai yleisesti merkittävästä asiasta. Uutisen tulee siten olla ennen kaikkea ajankohtainen. (Jaakkola 2013, 179.)

Myös paikallisuutta, eli tapahtumien läheisyyttä, pidetään monien uutis- ja juttuvalintakriteerien mukaan hyvin tärkeässä asemassa (Esim. STT, Huovinen 2005). Lähiuutisissa juuri paikallisuus on, jo nimenkin perusteella, tärkein kriteeri. Porilaisia kiinnostavat Porin asiat, eikä ole tarpeellista kertoa Helsingin Mannerheimintien liikennekaakoksesta.

Kaikkien äänihuutisten ei tarvitse olla ”kovia juttuja”, vaan kuulijalle halutaan välittää erilaisia tärppejä. Harry Santamäki (haastattelu 14.3.2019) kertoo esimerkkinä, että kaikkia alueen asukkaita yhdistää aina yksi asia varallisuustasoon tai ikään katsomatta – kaupassakäyminen. Lähikaupassa vierailaan lähestulkoon viikoittain, ja on kaikkien etu, niin kauppiaan kuin kaupunginosankin, vinkata hyvistä tarjouksista tai uuden satokauden herkuista. Haasteena Santamäen mukaan on löytää uutiskulma, jotteivät ilmoitukset kuulosta liikaa perinteiseltä mainokselta.

Hyvä aihepiiri on tapahtumat. Lähiuutiset-mediassa on ajateltu, että kerrotaan alueen tulevista tapahtumista. Yleensä paikallinen kaupallinen media kertoo tapahtumista vasta jälkikäteen, sillä niistä halutaan ennakkoon ilmoitusmaksu. (Santamäki, haastattelu 14.3.2019.) Lähiuutisissa halutaan elävöittää kaupunkia ja tuoda tapahtumat selkeästi kaikkien tapahtumapaikan lähialueiden ihmisten tietoisuuteen.

4.2 Uutisen rakenne

Perinteisin ja tunnetuin uutisrakenne on 5M+K. Tämän kaavan mukaan uutinen rakentuu vastaamaan kuuteen kysymykseen: mitä, missä, milloin, kuka, miksi ja miten (esim. Huovila 2005, 125). Kysymyksiin vastaamalla taataan, että uutinen sisältää vähintään

minimimäärän tarvittavaa informaatiota selkeän mielikuvan muodostamiseksi uutisoitavasta aiheesta.

Uutisen rakenne voidaan asettaa kolmiomalliin. Kolmiomallissa kysymyksiin vastaamisen lisäksi kerrotaan uutisen tärkein tieto heti ensimmäisenä ja vasta sen jälkeen taustoitetaan tapahtumaa. (Esim. Yle Uutisluokka 2015.) Kolmiomallissa uutisen kulku ajatellaan niin, että uutisen kärki, oleellisin tieto, esitetään aivan uutisen alkuun. Taustoittavat tiedot, kuten asiantuntijalausunnat tai tapahtumapaikan silminnäkijöiden haastattelut, esitetään uutisessa myöhemmin. (Huovila 2005, 135.) Kolmiomallilla tieto pyritään välittämään mahdollisimman tehokkaasti ja taloudellisesti vastaanottajalle. Samalla pyritään herättelemään ja säilyttämään vastaanottajan mielenkiinto.

Huovilan mukaan jutturakenne rikkoo usein kronologisen esittämistavan, mikä toisaalta vaikeuttaa uutisen ymmärtämistä. Etenkin sähköisissä välineissä, kuten radiossa, pyritään tärkeysteemojen sisällä kronologiseen tai muuhun loogiseen esittämistapaan, jotta uutisen vastaanottaminen olisi mahdollisimman ymmärrettävää. Sähköisessä välineessä vastaanottajan on kyettävä sisäistämään uutisasia yhdellä kertaa. (Huovila 2005, 139.) Tämä eroaa huomattavasti esimerkiksi sanomalehdestä, jossa vastaanottaja voi palata lauseiden ja kappaleiden ääreen yhä uudestaan.

4.3 Uutisen murros ja venyvät kriteerit

Mitä saa kutsua uutiseksi? Uutiskriteerejä ovat pohtineet ja venyttäneet esimerkiksi Ida Karimaa opinnäytetyössään *Klikkejä metsästä – Verkon viihdejournalsmin uudet kriteerit* (2013) ja Hanna-Mari Kuivalainen opinnäytetyössään *Uutisen uudet kriteerit – Yle Kioskin 1000 uutista Suomesta -kesäkiertueella* (2016).

Karimaan työssä aiheena on viihteen ja journalismin yhdistäminen ja yhdistyminen. Hän reflektoi opinnäytetyössään työkokemustaan Metrolive.fi -viihdesivuston toimituksessa ja analysoi sivustolle tuotettuja viihdeuutisia. Lähiuutisiin verrattuna viihdejournalsmi on melko kaukana, mutta yhdistäviäkin tekijöitä löytyy. Lähiuutisten tarkoituksena on olla kevyt ja informatiivinen uutismedia, joka noudattaa hyvää journalistista tapaa. Lähiuutisilla ei ole varsinaista klikkienkalastelua, vaikkakin kuulija saattaa tekstiviestissä olleen otsikon perustella jättää uutisen kuulematta. Viihdejournalsmia ja uutisia yhdistävät kuitenkin uutiskriteerit – on tärkeää olla totuudenmukainen ja ajankohtainen.

Karimaan työssä viihteellisyys on selkeästi korostunut muihin uutiskriteereihin verrattuna.

Hanna-Mari Kuivalainen esittelee opinnäytetyössään Yle Kioskin tempausta, jossa tarkoituksena oli kesän aikana saada kasaan 1000 uutista Suomesta. Tahti tekemiselle oli kova ja kriteerit paukkuivat aiheita kaivettaessa lähes tyhjästä.

Kuivalaisen opinnäytetyöstä löytyy jo johdannosta puhutteleva kappale:

1000 uutista Suomesta -tempauksen tarkoitus oli rikkoa uutisen käsitteitä ja nostaa jokapäiväinen elämä sekä arjen pienet ihmeet ja ihmetyksen aiheet uutisiksi uutisten joukkoon. Vaikka oli selvää, että uutiskynnys oli matala ja uutisen käsitettä sai vapaasti murjoa, ei toimittajille tutumpi perinteisen uutisen vakavaluonteinen ja arvokkuutta vaativa muisto jättänyt meitä rauhaan. Jouduimme päivittäin kyseenalaistamaan useimpien juttujemme julkaisukelpoisuutta ja painiskelimme tehtävän mielekkyyden kanssa. Silti huomasin, että samantyyllisiä juttuja julkaistaan maamme luetuimmilla uutissivustoilla. (Kuivalainen 2016, 1.)

Tätä ajatusta Lähiuutisistakin löytyy – pienten ihmeiden ja ihmetysten aiheiden nostaminen uutisiksi uutisten joukkoon. Kioskin tempauksesta erottaa Lähiuutisten ääniuutisten etsintätapa. Ääniuutisia varten materiaalia etsitään pitkälti nettilähteistä: jo julkaistuista uutisista, jotka koskevat aluetta, yritysten sivuja selaamalla tai tapahtumatiedotteita läpikäymällä. 1000 uutista Suomesta -projektissa toimittajat olivat fyysisesti uutisten alkulähteillä etsimässä aiheita ja ilmiöitä paikkakunnilla.

Uutisten murroskautta on eletty jo jonkin aikaa. Monissa uutistoimituksissa on oma osastonsa lifestyle-journalismille, joka julkaisee usein klikkiotsikoiden taakse keveitä hömppäiä aiheita ja suoria käännötekstekstejä ulkomaalaisilta viihdeuutispalveluilta.

Herää kysymys, voiko näitä rinnastaa uutisiin ja kuinka luotettavana tällaista materiaalia voi pitää. Vähentääkö tällaisten viihteellisten uutisten julkaisu ja kansan kiinnostus niitä kohtaan oikeiden uutisten, ja uusien uutispalveluiden, kuten Lähiuutisten, arvoa kuluttajien silmissä?

4.4 Radiouutinen – puheen kuvalla ei ole rajoja

Radion perusominaisuus on nopeus ja lyhyet sähkeuutiset (Huovila 2001, 31). Välineenä radio on vaativa, sillä se on taustaväline. Radiota kuunnellessaan vastaanottaja usein tekee samalla jotakin muuta. (Huovila 2001, 159.)

Puheen vastaanotto liittyy kuuloon. Puheen vastaanotto vaatii mahdollisuutta seurata puhetta sekä tulkita sen sanojen ja lauserakenteiden välittämää viestiä. Puheen vastaanottaja muodostaa itse kuvan saamastaan viestistä mielikuvituksen pohjalta. Puheen kuvalla ei ole rajoja. Tämä asettaa vaatimuksia niin puheen esittäjälle kuin vastaanottajallekin. Toisaalta se antaa myös mahdollisuuksia, sillä kaikki – luonnottomatkin – asiat ovat välitettävissä puheen avulla. (Huovila 2005, 146.)

Radiossa jutun selkeys ja tiivistäminen ovat radioutisen muokkaamisen ydin. Uutistenlukijalla on vähemmän aikaa mutta enemmän sanottavaa kuin normaalissa keskustelussa.

Juonirakenteen on oltava radioutisessa helppo. Korva hämmentyy helposti epäselvästä juttukokonaisuudesta, sen osasta tai jopa yhdestä vaikeaselkoisesta tai epäselvästä sanasta. Tämä saattaa katkaista kuulijan seuraaman juttuketjun. (Hilliard 1982, Huovilan 2001, 25-26 mukaan.) Kaikissa uutisissa, niin luetuissa kuin puhutuissa, kappaleet ovat hyvin lyhyitä, vain 1–2 virkettä. Kappalejako ilmenee pienellä tauolla puheessa. Yhteen kappaleeseen mahtuu kerrallaan vain yksi pääasia. Usein liian monimutkaiset tai hankalasti ymmärrettävät lauserakenteet paljastuvat, kun tekstin lukee ääneen. (Jaakkola 2013, 187.)

Äänellä kerrottava juttu on rakennettava loogiseksi ja siihen otettavat ydinasiat valittava huolellisesti. Vaikeat virkkeet jaetaan useampaan osaan. Epäoleelliset nimet, tittelit ja luvut sekä yksityiskohdat poistetaan. Listaaminen tai faktojen loputon luettelu eivät kuulu radioutiseen. Kielen on oltava konkreettista ja helppoa. (Huovila 2001, 26.) Vastaanottajalla ei ole mahdollisuutta kelailla radioutista uudelleen kuultavaksi, vaan viesti on välitettävä ensikuulemalla ymmärrettävästi.

Radioutinen aloitetaan iskulla, mielenkiintoisella tärpillä, jolla herätetään kuulija kuuntelemaan. Kuuntelijan mielenkiintoa on ylläpidettävä jatkuvasti. Huovila kertoo teoksessaan Stephensin teoriasta, jonka mukaan jutun asiakohdat ja kerronnalliset huiput pitää asettaa radiojutussa sellaiseen järjestykseen, mikä vastaa parhaiten niiden luonnollista järjestystä. Mitä enemmän faktatietoa kuulijalle tarjotaan, sitä tärkeämpää on selkeä juonirakenne. (Stephens 1980, Huovilan 2001, 26 mukaan.)

Äänelle on määriteltävissä erilaisia rooleja, joista kuulija tietää jo äänen käytöstä, mitä ohjelmassa on meneillään. Tiedonvälitys on kerrontaa, joka voi olla tiedottavaa tai

eläytyvää. (Huovila 2001, 107.) Lähiuutisissa toimittajien tyyli vaihtelee näiden välillä – osa eläytyy enemmän kertomiinsa uutisiin, kun taas osa pyrkii asiallisempaan, persoonattomaan, tyyliin. Lähiuutisissa toimittajan on sallittua eläytyä, kuvailla ja käyttää värikästä kieltä.

Persoonaton ja eläytyvä käsitetään toistensa vastakohtiksi. Käytännössä ne eivät kuitenkaan ole aina kaukana toisistaan. Hyvään persoonattomaan esittämisen muotoon liittyy eläytymisen vivahteita, kuten äänenpainoja, joiden avulla asia tulee ymmärrettäväksi. Eläytyvässä esittämisessä on jaksoja, jotka kertoja ohittaa nopeammin ja persoonattomammin. Tämän avulla voidaan korostaa varsinaista eläytymistä edellyttäviä kerronnan ydinkohtia. (Huovila 2001, 108.)

Radiossa ja televisiossa juontajan, ankkurin tai kuuluttajan rooliin kuuluu tutuus. Vastaanottaja tietää odottaa tietynlaista kerrontaa ja ääntä tietyltä henkilöltä. Lähiuutisten toimittajien tarkoitus on olla kaverillinen ja kuulijalle tutuksi tuleva ”kylän kertoja”, jonka ääntä vastaanottaja odottaa kuulevansa joka päivä (Santamäki, haastattelu 14.3.2019). Huovilan mukaan esimerkiksi televisiossa ankkuri on olennainen osa kanavan identiteettiä, eikä ole samantekevää, miten ankkuri asiansa esittää. (Huovila 2001, 109.)

Juontajan rooli esimerkiksi radiossa on interaktiivisempi kuin voisi olettaa. Yleisö ei odota paikallaan tullakseen viihdytetyksi ja informoiduksi, vaan tutuksi tullut ääni voi olla hyvinkin tärkeä kontakti ja jopa ihmissuhteeseen verrattavissa. Vastaanottajan mielihyvä syntyy läsnäolosta, eleistä, jatkuvuudesta. Ei siis ole aina sama kuka juontaa kuulijan päivän uutisten ääreen. Läsnäolon kuulee: kun toimittaja tiedostaa puhuvansa yleisölle ilmehtien ja elehtien, kertoen, on tilanne kuin tavallisessa vuorovaikutustilanteessa. (Saksala 2012, 13.) Lähiuutisissa toimittajat tuottavat uutisia eri tavoin, mutta yhdistävää on pyrkiä luontevaan kerrontaan papereista lukemisen sijaan.

Yhteiskunnassa radiouutisilla on vakiintunut paikka uutisten välityksessä. Suomen kuulijamäärältään suosituimmalla radiokanavalla Yle Radio Suomella uutisia toimitetaan puolen tunnin välein (Yle 5.2.2019). Aluelähetysten aikaan Radio Suomella lähetetään tasatunnein valtakunnalliset uutiset ja puolelta kuullaan paikalliset alueuutiset. Näin ollen voidaan olettaa, että Radio Suomen uutisia kuulee hyvin usea suomalainen. Uutisia on 3-4 kappaletta jokaisessa uutislähetyksessä ja merkittävimmät uutiset saattavat toistua useammassa uutislähetyksessä.

Nuorille aikuisille suunnattu Yleisradion radiokanava YleX toimitti aiemmin uutisia aamuohjelmassaan puolen tunnin välein ja muiden ohjelmien aikaan tasatunnein. Perinteisen rytmin radiouutisista YleX:llä vaihdettiin flash-uutisiin, eli juontovirran keskellä ilman riippuvuutta kellonajasta lähetetään yksi uutinen. Näitä flash-uutisia tulee 1-2 kappaletta tunnissa aamulähetyksestä iltapäivään asti.

Lähiuutiset muistuttavat jossain määrin radiouutisia, ja erityisesti flash-uutisten yhden uutisen rytmiiä. Julkaisutahti eroaa merkittävästi: YleX:llä uutisia tulee päivittäin useita, mutta Lähiuutisia julkaistaan äänihuutissisältöä maksimissaan muutama päivässä.

4.5 Toimittaja – tiedon välittäjä

Toimittajan työ on ammatillistunut eli professionalisoitunut. Se tarkoittaa, että ammatin institutionaaliset rakenteet ja arvot ovat kehittyneet. Professioneiksi sanotaan ammatteja, jotka palvelevat perinteisesti yhteistä etua, esimerkiksi lääkäri ja asianajaja. Tunnusmerkkejä professionille ovat ammattialan perustana oleva tutkimus ja teorettinen tieto, koulutus, ammatinharjoittajalle asetetut jäsenkriteerit, yhteisesti jaettu ammattieettinen säännöstö ja epäitsekäs palveluasenne. Toimittajien ammattikunnalta puuttuvat ammattiin pääsyn muodolliset kriteerit, mutta muuten ammatissa on profession tunnusmerkkejä. Toimittajan ammatin koulutusmahdollisuuksien kehityksestä huolimatta toimittaja ei ole lääkärin tai opettajan tapaan suojattu ammattinimike. Riippumatta alan koulutuksen puutteesta, toimittajaksi voi kutsua itseään jokainen, joka laatii juttuja tai ohjelmia julkiseen levitykseen. (Jaakkola 2013, 25-27.)

Amatööri-toimittajat eivät korvaa ammattilaisjournalisteja, vaan tukevat ja monipuolistavat uutisten kenttää (Maarit Jaakkola 2013, 30). Santamäen (haastattelu 14.3.2019) mielestä *amatööri-toimittaja* sanana kuulostaa hieman väheksyvältä, mutta hän korostaa erityisesti, ettei halua dilutoida eli laimentaa ammattitoimittajien työtä. Hänen mielestään voisi olla hyvä löytää tai keksiä jokin uusi termi Lähiuutisten äänihuutisia tekeväälle toimittajalle.

Yleisesti ottaen Lähiuutisissa toimittajan työ ei ole, eikä sitä koeta, niin laajaksi ja kokonaisvaltaiseksi "alusta loppuun" toimittamiseksi. Lähiuutisten toimittaja voi selata paikallisten viestimien julkaisemat uutiset ja kertoa niistä kiinnostavimmat kuulijoille. Toimittaja sanoo ääneen sen, mikä olisi luultavasti jäänyt vastaanottajalta huomaamatta kansallisen uutisinformaation vyöryssä. (Santamäki, haastattelu, 14.3.2019.) Jaakkola

(2013, 183) kirjoittaa teoksessaan osuvasti: ”Toimittaja voi monesti tehdä vain oletuksia siitä, mikä lukijan mielestä on uutta, kiinnostavaa ja hyödyllistä.”

Tähän Lähiuutisten toimittajat pyrkivät – löytämään massasta ne pienet tärkeät asiat, jotka ovat merkityksellisiä tietyn alueen asukkaille. Lähiuutiset ovat tietyllä tapaa uutisten poimintoja. Lähiuutisten ei ole tarkoitus korvata, vaan antaa lisää.

Aiheet on pyritty pitämään melko helppoina – on vältetty ikävistä ja rajuista asioista kertomista. Santamäen (haastattelu 14.3.2019) mukaan on oletettavaa, että kuulija saa tiedon lähialueen isoimmista ja merkittävimmistä uutisista muista kanavista.

5 Ääniuutisten analyysi

5.1 Ääniuutisten luokittelu

Tätä opinnäytetyötä varten analysoitiin yhteensä 86 ääniuutista. Nämä 86 ääniuutista olivat kaikki joulukuussa 2018 julkaistut ääniuutiset. Uutisia toimitettiin Kemistä (15 kpl), Porista (21 kpl), Jätkäsaari/Ruoholahdesta (16 kpl), Jyväskylästä (22 kpl) ja Kuopiosta (12 kpl). Itse tuottamani ääniuutiset Porista ovat osana materiaalia.

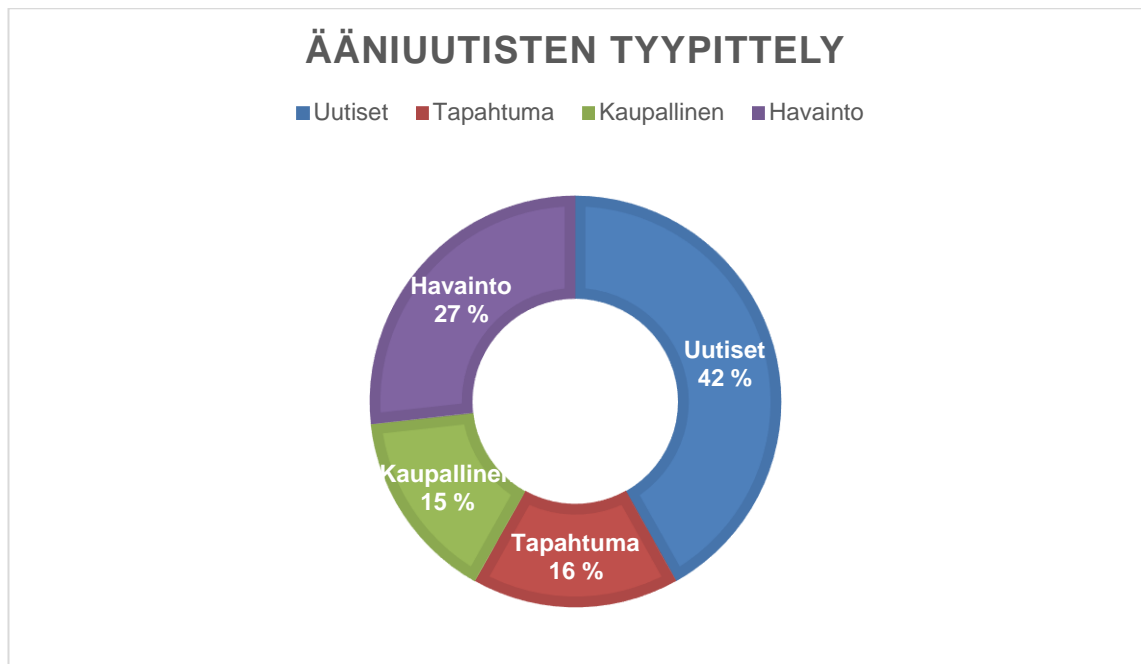
Ääniuutiset luokitellaan tyylinsä mukaan (ks. Kuvio 12). Luokitteluksi kutsutaan tutkimuskohteen tietojen jäsentelyä erilaisiin kategorioihin ja ryhmiin (Jyväskylän Yliopisto 2010). Uutisiksi luokiteltuja ääniuutisia verrataan luvussa 4.2 esiteltyyn uutisen rakenteen kolmioon ja katsotaan, miten ne vastaavat uutiskysymyksiin. Uutisista analysoidaan sisäisiä ja ulkoisia uutiskriteerejä, kuten kieltä ja paikallisuutta, sekä esitellään muut esiin nousseet havainnot. Jaakkolan uutiskriteerit on esitelty kuviossa 11.

Joulukuun 2018 aikana julkaistuista uutisista pisin oli kestoaltaan 1 min 10 sekuntia ja lyhin 16 sekuntia. Keskimääräinen kesto uutiselle oli 36,5 sekuntia. Tavoitekesto ääniuutiselle on 30-60 sekuntia.

Ääniuutiset jaetaan analysointia varten seuraavanlaisiin kategorioihin:

- Uutinen: uutiskysymyksiin selkeästi vastaava merkittävä tieto

- Tapahtumatiedote: esittelee alueelle sijoittuvan tapahtuman
- Kaupallinen: sisältää ohjausta kaupallisen yrityksen palveluihin, esittelee tuotetta tai sisältää mainoksenkaltaista sisältöä
- Havainto / vinkki: yleinen havainto ympäristöstä, joka ei kuitenkaan ole uutistittelin arvoinen



Kuvio 12. Joulukuun ääniuutisten luokittelun tulokset esiteltynä piirakkakaaviossa

Esimerkit uutisista

Uutisiksi luokitellut ääniuutiset vastasivat lähes poikkeuksetta uutiskaavaa 5M+K. Tässä esimerkki Kuopion uutisesta:

Jäiden ihastelijoille ja kärsimättömille muistutus: elekkee menkö sinne jälle vielä, ellette oo ihan varmoja että se myös kestää. Eilen oli taas pari innokasta verkkokalastajaa välttämättä halunnut käydä Kallaveden jäiden kestävyyttä testaamassa. Noh, huonolla menestyksellä, mutta onneks olivat päässeet sieltä kuitenkin omin avuin pois, eivätkä tarvinneet ensiapuakaan. Vaikka Kallavesi jäätyikin kokonaan umpeen, eilen aamuna noin puol kymmenen aikaan, niin ammattilaiset varoittelee, että se on tarkoin tutkittava ennen kun sinne jälle kannattaa astella, että se ei välttämättä oo aina kestävää vaikka paikoin siltä saattaa näyttääkin. 0:41 // Anna Väänänen

Kuopion heikoista jäistä kertovassa ääniuutisessa saadaan koukutettua kuulija elävää kieltä käyttäen tärkeän aiheen pariin. Tämä ääniuutinen ei mene rakenteeltaan uutisrakennekolmioon, sillä se alkaa koukulla ja etenee tarinallisesti. Tarinallisuus ilmenee myös polveilevuutena – viimeinen virke on todella pitkä, eikä kirjoitettuna toimi samoin kuten puhuttuna. Tämä tyyli on Lähiuutisiin sopiva, sillä tavoitteena on olla kaverillinen tiedon välittämisen ohella.

Ääniuutinen vastaa kuitenkin 5K+M uutiskaavaan: mitä tapahtui (verkkokalastajat tippuneet jäihin), missä tapahtui (Kallavedellä Kuopiossa), milloin tapahtui (edellisenä päivänä), miksi tapahtui (heikot jäät), miten tapahtui (jää petti alta kalastusreissulla) ja kuka tai ketkä olivat tekijöinä (kalastajat).

Jaakkolan uutisen kriteereistä (ks. Kuvio 11) tämä ääniuutinen vastaa seuraaviin:

Ulkoiset:

- ajankohtaisuus (eilen)
- maantieteellinen läheisyys (Kallavesi)
- toistuvuus (vuosittainen ilmiö)

Sisäiset:

- yksiselitteisyys (jäihin tippuminen)
- odotettavuus (ilmiö tapahtuu joka vuosi)
- negatiivisuus (huolestuttava ilmiö)

Ylimääräiset:

- päivän valikoima (Kuopion alueella on saattanut olla aiheet vähissä)

Kemin uutinen, joka osuu 5M+K -kaavan lisäksi uutisrakennekolmioon:

Kemin kaupunginteatteri on jäämässä ilman pysyviä väistötiloja myös ensi vuonna. Teatteri ehdottaakin että väistötilat rakennettaisiin asemakadulla sijaitsevaan postitaloon. Teatteritoiminnan siirtäminen postitaloon maksaisi arviolta miljoona euroa. Tällä hetkellä väistötiloina toimivat Kemin pirtti ja Tullimakasiini. Pirteille mahtuu 120 katsojaa ja Tullimakasiinille 40. Postitaloon saisi rakennettua 200-250 hengen katsomon. Kaupunginhallituksen mukaan pysyvät väistötilat eivät mahdu ensi vuoden talousarvioon. 0:38 // Ville Soikkeli

Uutisessa esitellään ensin napakasti tärkein asia, eli kaupunginteatterin kurja tilanne. Sen jälkeen taustoitetaan: kerrotaan miten teatteri on pyrkinyt ratkomaan ongelmaa ja

avataan lukujen kautta projektin hintaa ja laajuutta. Lopuksi kerrotaan pieni tieto tulevaisuudesta. Rakenne on hyvin perinteinen ja sähkeuutiselle tyypillinen. Lähiuutisten tyyliin se saadaan osumaan olemalla puhuttu ja äänenpainojen avulla monipuolinen.

Tämä Kemin ääniuutinen vastaa luvussa 4 esitettyihin Jaakkolan uutiskriteereihin (ks. Kuvio 11) seuraavasti:

Ulkoiset:

- Ajankohtaisuus (tuleva vuosi, juuri tullut päätös)
- Maantieteellinen läheisyys (Kemi)
- Kulttuurinen merkittävyys (teatteri)
- Toistuvuus (jo viime vuonna oli väistötiloissa)
- Eliittikohde (teatteri on merkittävä paikka kaupungissa)

Sisäiset:

- Yksiselitteisyys (aihe on yksiselitteinen - rahaa uuteen teatteriin ei ole tulossa)
- Odotettavuus (päätöstä on odotettu kaupungissa)
- Negatiivisuus (harmillinen uutinen)

Ylimääräiset:

- Konsepti (alueellisesti kiinnostava uutinen, katsomoidenkin koot kiinnostavat alueen asukkaita)
- Hyöty (teatteritoiminnalle etsitään uutta paikkaa, kerrotaan hintaa ja resursseja)
- Toimittajan taustat (Kemin toimittaja Ville on aktiivinen teatteriharrastaja)

Esimerkki läheisyydestä uutisessa

Jätkäsaari/Ruoholahti -alueen uutinen koirapuiston kohtalosta on hyvä esimerkki paikallisuudesta:

Vähän alle kaksi viikkoa sitten uudelle koirapuistolle kävi köpelösti. Joku ilkeämielinen oli käynyt leikkaamassa sivuleikkureilla aitaan koiranmentäviä reikiä, jolloin koirapuistosta tuli täysin käyttökelvoton. Nyt siis Helsingin kaupunki on korjannut aidan ja koirapuisto on taas käytettävissä! 0:22 // Nemo Mannermaa

Tässä Jätkäsaari/Ruoholahden ääniuutisessa läheisyys uutiskriteerinä korostuu. Toiselta puolelta kaupunkia tullut tieto koirapuiston aidan korjaantumisesta ei liikuttaisi

Jätkäsaari/Ruoholahti -alueen Lähiuutisten kuulijaa, mutta kun asia tulee omille kotinurkille, on se merkittävä. Lyhyessä 22 sekunnin ääniuutisessa onnistutaan tiivistämään aiemmin tapahtunut ongelma (koirapuiston sabotointi) ja ongelman ratkaisu (kaupunki on korjannut aidat ja puisto on jälleen käyttökunnossa).

Esimerkki tapahtumasta

Useimmat tapahtumiksi työtetyt ääniuutiset vastasivat uutiskriteereihin ja osuivat usein myös uutisen rakenteen kolmiomalliin. Pääajatuksena tapahtumaksi kategorisointiin oli, että ääniuutinen pyrkii saamaan ihmiset liikkeelle ja osallistumaan lähellä järjestettäviin ohjelmaan.

Ääniuutisista kolmanneksi suurin osa oli alueen tapahtumiin liittyviä tiedotteita. Tapahtumiin liittyviä ääniuutisia joukosta oli 23 kappaletta.

Tässä esimerkki Kemistä, jossa perinteinen jouluun kuuluva kaupunkitapahtuma oli polkaistu käyntiin:

Joulupukin satamakonttori Kemian sisäsatamassa avasi ovensa maanantaina. Aikaisemmista vuosista poiketen konttori on päiväsaikaan avoinna vain tilauksesta. Iltaisin konttori on sen sijaan auki päivittäin iltakuudesta iltakymmeneen. Konttori toimii illallisravintolana kunnes lumilinna-alueen uuden päärakennuksen Lumihuutale-ravintola avautuu. Kemian matkailun Noora Barria perustelee muutosta sillä, että kemiläiset eivät löytäneet satamakonttoria kahvilana. 0:31 // Ville Soikkeli

Esimerkki havainnosta

Seuraava esimerkki on luokiteltu havainnoksi, sillä se ei varsinaisesti ylitä uutiskynnystä, mutta on kiva knoppitieto kaupungin tarjoamasta palvelusta.

Terve! Lassi täällä taas. Kuulitko jo, että Jyväskylän kaupungin viittomakieliset tiedotteet ovat nähtävissä viittomakielisten sivuilla? Viittomakielisten tiedotteiden videoissa on myös aina mukana ääni, joten uutisista voi nauttia vaikka viittomakieltä ei hallitsisikaan. Käy lukemassa lisää jyvaskyla.fi sivuilta. 0:24 // Lassi Saarinen

Esimerkki luokkien yhdistelmästä

Useat ääniuutiset olivat yhdistelmiä luokista. Tämä toi haasteita ääniuutisten kategorisointiin. Kuopiossa julkaistun ääniuutisen alussa esitellään havainto: huomiota

herättävä kuutio torin laidalla. Sitten kerrotaan kuution taustalla oleva yritys ja sen luotsaama kilpailu. Tämä esimerkki Kuopion Lähiuutisista on yhdistelmä havainnosta ja kaupallisuudesta.

Morjens! Ootko miettinyt, mikä on se valkoinen kuutio torin lajilla, missä lukee Väre? Kun käyt ottamassa selfien sen valokuution kanssa ja julkaiset sen tietyllä hashtagilla Facebookiin tai Instagramiin, niin parhaalla kuvalla voit voittaa 250 euron kirkasvalolampun. Kelpais kyllä itellekin näinä pimeinä aikoina. Kyseessä on tällaisen uuden energiapalveluyhtiö Väreeseen kilpailu ja lisätietoja ja osallistumisohjeet Väreeseen Facebook-sivuilta. 0:30 // Anna Väänänen

5.2 Esiin nousseita havaintoja äänihuutisten analyysistä

Äänihuutisten analysointi ja läpikäynti oli yllättävän kiinnostavaa. Vaikka olen itse ollut toimittajana projektissa sen alusta alkaen ja kuunnellut satunnaisesti muiden alueiden äänihuutisia, vasta tämän opinnäytetyön tekemisen myötä sain kattavan katsauksen alueilla tuotettuihin äänihuutisiin. Toimittajien eroavaisuudet ja maneerit tulivat isoimpana yllätyksenä. Selkeä havainto on, että toimittajilla ei ole yhteistä linjaa maneeereissa, kuten itsensä esittelyssä, tai lähteiden kertomisessa. Esimerkiksi Jyväskylän äänihuutiset alkoivat lähes poikkeuksetta samalla kaavalla: tervehdys, Lassi täällä. Muilla alueilla toimittaja ei juuri maininnut nimeään toimittamissaan uutisissa. Lähteiden mainitsemisessa oli myös hajontaa. Osassa uutisista lähde oli selkeästi mainittu lopussa esimerkiksi linkki tai tieto palveluntarjoajasta, osassa uutiselle ei mainittu minkäänlaista lähdetietoa.

Paikallisuus

Kuten jo useasti mainittua, paikallisuus on merkittävä osa Lähiuutisia. Ainoastaan yksi äänihuutinen 86 kappaleen otannasta ei tuntunut osuvan paikallisuuden muottiin.

Lähiuutisen kuulijalle luotetaan oletus siitä, että hän tuntee kaupungin paikkoja. Uutisissa mainittiin usein kaupunginosia, katuja ja paikkoja, kuten ravintoloita tai kauppoja. Näillä kyetään luomaan erityistä läheisyyttä ja yhteyttä kuulijaan. Kun ei selitellä tai esitellä sen tarkemmin paikkoja, oletetaan kulmien olevan alueen asukkaiden tiedossa. Koen, että tällä saadaan osoitettua luottamusta kuulijaan ja hänen jo olemassaolevaan tuntemukseensa kotikonnuista.

Kieli

Toimittajan persoona ja juuret saavat kuulua Lähiuutisten sisällöissä. Tämä näkyi selkeästi toimittajien puhekielisyudessa ja sanavalinnoissa. Murteisuus korostui erityisesti Kuopion toimittajalla Anna Väänäsellä, joka käytti sujuvasti murre sanoja (esimerkiksi elekkee = älkää, laijalla = laidalla) uutisissaan.

Äänituutiset ovat kaikilla toimittajilla selkeästi puhuttuja, eivätkä suoraa tekstistä lukemista. Äänenpainot ovat eläviä ja kuunteleminen on miellyttävää. Koen, että tämän otannon perusteella on onnistuttu Lähiuutisten tavoitteessa olla kaverillinen ja helposti lähestyttävä.

Luokittelun haasteet

Äänituutisten kategorisointi ei ollut täysin yksiselitteistä. Jotkut äänituutisista olivat selkeästi tapahtumatiedotteita, mutta äänituutinen oli kirjoitettu korostaen järjestävää yritystä tai tahoja. Ongelmaksi muodostui määrittellä, minkä kokoinen tai laatuinen tapahtuma luokitellaan kaupalliseksi tai tapahtumaksi.

Tässä painoarvoa sai äänituutisen sisältämä materiaali – jos se sisälsi esimerkiksi tapahtuman lippujen hintoja tai selkeästi korosti brändiä, luokittelin ne kaupallisiksi. Jos kyseessä oli iso tulevan kesän festari tai keikka, luokittelin ne tapahtumiksi.

Tapahtumaksi määriteltiin myös järjestävän tahon mukaan: kaupungin järjestämä tapahtuma sai tapahtuman luokituksen, vaikka olisikin ollut maksullinen. Harkinnanvaraisuutta ja rajauksia tekemällä äänituutiset saatiin luokiteltua selkeisiin lokeroihin.

Esimerkki selkeästä tapahtumasta

Joulutunnelmaan voi käydä pulahtamassa pikkujoulu-uuintien merkeissä. Joulutunnelmaisista uinteista järjestetään tänään Meri-Porin uimahallissa viidestä kahdeksaan ja huomenna Maikkalassa viidestä kahdeksaan. Pikkujoulu-uinti on rauhallinen ja rento tapahtuma, jouluisen musiikin, glögin ja piparkakkujen merkeissä. Ja saattaapa joulupukki tai muorikin tapahtumassa vieraila. Sisään pääsymaksut ovat aivan normaaliin tapaan. 0:30 // Siiri Rehula

Luokittelin uimahallien pikkujoulu-uinneista kertovan äänituutisen tapahtumaksi, sillä sen järjestäjänä on Porin kaupunki.

Esimerkki tapahtumasta

Morjesta! Lassi täällä. Kuulitko jo, että ensi vuoden Suomipop-festivaalin ensimmäiset esiintyjät on nyt julkistettu? Suomipopeissa tullaan näkemään muun muassa ikisuosikki Eppu Normaali, Sanni, Juha Tapio ja Ellinoora. Lavoja tulee myös sävättämään yllätyspaluun tehnyt BomfunkMC's. Käy tsekkaamassa koko lista Suomipop-festarin sivuilta. 0:25 // Lassi Saarinen

Tämä ääniuutinen luokiteltiin tapahtumaksi, sillä se kertoo tulevan kesän isosta, jo perinteeksi muodostuneesta festivaalitapahtumasta.

Esimerkki kaupalliseksi luokitellusta tapahtumasta

UMO eli uuden musiikin orkesteri pitää uudentyypistä jazz-tastingia Ruoholahden Kaapelitehtaalla tammikuun 10. päivä torstaina. UMO kuvailee jazz-tastingia sanoin "viinitasting - so last season. Tule makustelemaan sinisiä säveliä ällömakeeta groovea ja karvaita klassikoita Kaapelitehtaalle." Kyseessä tietävästi Suomen, tai jopa maailman, sataprossaisesti musiikillinen tasting. Liput UMON jazz-tastingiin maksaa 25 euroa kappale. Ja voit ostaa lipun osoitteesta bit.do/jazztasting. Lisää tietoa tästä jatsimaistelusta saat myös umon omilta nettisivuilta. Tapahtuma pidetään siis torstaina, 10. tammikuuta, kello kuudelta illalla Kaapelitehtaalla. 0:51 // Nemo Mannermaa

Jazz-tastingista kertova ääniuutinen päätyi kaupallisten kategoriaan, sillä sen järjestäjä on melko pieni, tapahtuma on spesifi ja ääniuutisessa mainitaan lippujen hinnat ja osto-ohjeet.

Tapahtumatiedotteet ovat helposti varsin mainosmaisia ja olisikin tärkeää saada niihin tiedotuksellinen kulma tuputtamisen tai myymisen sijaan. Äänenpainoilla ja kerrontatavalla on tässä suuri merkitys.

Lopuksi

Äänituutisten läpikäyminen oli opettavaista ja mielenkiintoista. Se antoi minulle Lähiuutisten toimittajana kiinnostavan ja monipuolisen katsauksen toimittajakollegojen tekemiin äänituutisiin, joita on tullut aiemmin kuunneltua vain satunnaisesti.

Tämä opinnäytetyö tulee olemaan hyvä pohjatieto kaikille Lähiuutisten nykyisille ja tuleville toimittajille. Toimittajien on hyvä tutustua toistensa tekemiin uutisiin ja ottaa niistä oppia ja vinkkejä yhtenevän, laadukkaan tason saavuttamiseksi ja säilyttämiseksi. Tämä ei tarkoita, että omaperäisestä tyylistä tulisi luopua – vaan päin vastoin: oppimalla muiden tavoista tuottaa äänituutisia voi löytää uusia ulottuvuuksia ja tyyliä omaan tekemiseen. Uskon, että analyysistani tulee olemaan hyötyä tulevaisuuden äänituutistoimittajille.

Lähiuutisten tulevaisuutta voi jakaa muutamaan eri ajanjaksolliseen muottiin: tämän hetkiseen tilanteeseen, lähitulevaisuuteen ja pidemmän aikavälin tavoitteisiin.

Tällä hetkellä, lokakuussa 2019, Lähiuutiset ovat stand by -tilassa. Alueiden toimittajilla on ollut omien projektien, opiskelujen ja töiden kanssa kädet täynnä, ja Lähiuutiset on jäänyt käynnistymättä kesätauolle jäämisen jälkeen. Ensimmäisenä haasteena on nousta horroksesta ja alkaa pyörittää äänituutistystä jälleen uudella innolla. Saatujen palautteiden sävy on ollut selkeästi positiivinen, ja tällaiselle uudelle uutispalvelulle on kiinnostusta ja kysyntää.

Seuraava askel on päästä ihmisten tietoisuuteen ja saada heidät palvelun käyttäjiksi. Santamäki (haastattelu 14.3.2019) viittaa media-alan kaveriinsa, jonka viisautena uutiselle on *catch them, convince them and keep them* – kiinnitä, vakuuta ja pidä yleisö. Santamäki vertaa näitä kolmea uutisen otsikon, ingressin ja leipätekstin rooleihin. Äänituutinen ei ehdi vajaan minuutissa sisällyttämään kaikkea olemassaolevaa infoa sisäänsä, ja siksi on tärkeä tarjota kuulijalle lähde, josta lisätietoja löytyy. Tämä on verrattavissa sanomalehtien lukemiseen – monet lukevat lehteä selaamalla otsikot ja ingressit ja kääntävät sitten sivua. ”Me ollaan nyt sitä. Me ollaan nyt äänituutisten otsikko ja ingressi.” (Santamäki, haastattelu 14.3.2019.)

Lähiuutisten suurena missiona on saada uudenlainen lähimedia aikaiseksi, joka tarjoaa ihmisille heitä kiinnostavia lähiuutisia ja mennä nuoret ja heidän työllistäminen edellä. ”Doing the right thing”, Santamäki tiivistää. (Santamäki, haastattelu 14.3.2019.)

Pitkän ajan tavoite on kehittää toimiva alusta ja levitä ympäri maailmaa: ”Tavoite on olla The Platform.”

Äänikirjat ovat nousseet tämän ajan ilmiöksi ja tuntuu olevan alati voimistuva trendi, että kirjoja kuunnellaan perinteisen lukemisen sijaan yhä enemmän. Uusia podcasteja putkahtelee äänipalveluihin niin vinhaa tahtia, että jokaiselle löytyy varmasti omia kiinnostuksenkohteita vastaavaa sisältöä. Äänessä on tulevaisuus ja uskon, että monenlaisille äänipalveluille tulee olemaan valtavasti kysyntää. Lähiuutiset ovat osana tätä aaltoa.

Maailma on muuttumassa kohti ääniohjattua maailmaa. Älykaiuttimet ovat yleistyneet Yhdysvalloissa, mutta Suomeen ne eivät ole vielä täysin rantautuneet. Amazon ei myy eikä markkinoi kaiuttimia Suomeen, sillä ne eivät tue suomen kieltä. Yle (2018) on pilotoinut jonkinlaista äänipalvelua älykaiuttimille, mutta Yleisradiollakin ollaan jääty odottelemaan teknologian kehittymistä ja kielivalikoiman laajentumista. Resurssit ja valmius Yleisradiolla kuitenkin on älykaiuttimien hyödyntämiseen tulevaisuudessa.

Harry Santamäki pohti haastattelussa tietoähkyn ja tarpeellisen tiedon poimimisen haasteita esimerkin avulla: Hän on lähdössä aamulla töihin ja miettii tarvitseeko sateenvarjon mukaansa. Hän ottaa kännykän esiin, avaa selaimen, etsii web-sivun jolta säätiedot löytyy. Sivustolta etsii säätutkan, klikkaa sitä ja löytää noin 100 megabitin animaation miten pilvet liikkuvat Suomenlahdelta kohti Helsinkiä. Tästä pitää päätellä ja päähkäillä ehtiikö sade tavoittaa hänet ennen kuin puoli kymmeneltä on tapaaminen työpaikalla. Kaikki tämä informaation massa on kooltaan noin 100 megabittiä, vaikka hänen tarvitsemansa tietomäärä oli noin 1 megabitti – tarvitseeko hän sateenvarjoa – kyllä vai ei. Hän arvioi, että tulevaisuudessa älykaiuttimilta, kuten Alexalta tai Siriltä voi joskus tiedustella tämän tyyppisiä kysymyksiä.

Niin se on se suunta. Mä luulen että jos mennään filosofian puolelle, niin teknologia tulee häipymään näkyvistä ja ääni on siinä se tärkeä juttu. Se ääni on vähän niin kuin kaverin ääni. (Santamäki, haastattelu 14.3.2019)

Lähteet

- Digita Oy 2017. *Median tulevaisuus on sähköistyvä ja muuttuva*
<http://www.nmt.fi/fi/artikkeli/kulttuuri/median-tulevaisuus> (viitattu 1.10.2019)
- Huovila, Tapani 2001. *Uutinen Eri Välineissä: GSM-sähkeestä Taustajuttuun*. Helsinki, Inforviestintä.
- Huovila, Tapani, & Jenni Ahtiainen 2005. *Toimittaja - Tiedon Etsijä Ja Vaikuttaja*. Porvoo, Helsinki: WSOY.
- Jaakkola, Maarit 2013. *Hyvä Journalismi: Käytännön Opas Kirjoittajalle*. Helsinki: Kansanvalistusseura
- Jani Piippo 2018. Blogikirjoitus. *Startupin määritelmä*
<https://janipiippo.fi/yrittajyys/scrumban-ja-scrumban-startup-yrityksessa/startup-yrityksen-maaritelma/> (viitattu 2.10.2019)
- Jyväskylän Yliopisto 2010. Tyypittely ja luokittelu.
<https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/menetelmapolkuja/menetelmapolku/ongelmanasettelu/tyypittely-ja-luokittelu> (viitattu 1.11.2019)
- Jyväskylän yliopisto, 10.4.2015. Menetelmäpolkuja humanisteille.
<https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/menetelmapolkuja/menetelmapolku/aineistonhankinta/menetelmat/haastattelut> (viitattu 11.1.2019)
- Karimaa, Ida 2013. Klikkejä metsästä: Verkon viihdejournalsmin omat uutiskriteerit. Opinnäytetyö. Viestinnän koulutusohjelma. Helsinki: Metropolia Ammattikorkeakoulu.
https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/62288/Karimaa_Ida.pdf?sequence=1 (viitattu 6.1.2019)
- Saksala, Elina 2012. *Ammattina Juontaja*. Helsinki: Like.
- STT. Uutisjutun sisältö ja rakenne. <https://stt.fi/tyylikirja/jutun-kieli-ja-sisalto/hyva-loppuversio/uutisjutun-sisalto-ja-rakenne/> (viitattu 7.2.2019)
- Tilastokeskus 2017. Suomen virallinen tilasto (SVT): Väestön tieto- ja viestintätekniikan käyttö [verkkójulkaisu]. 2. Internetin käyttö mobiililaitteilla .
https://www.stat.fi/til/sutivi/2017/13/sutivi_2017_13_2017-11-22_kat_002_fi.html (viitattu 26.9.2019)
- Tilastokeskus 2018. Suomen virallinen tilasto (SVT): Väestön tieto- ja viestintätekniikan käyttö [verkkójulkaisu]. http://www.stat.fi/til/sutivi/2018/sutivi_2018_2018-12-04_tie_001_fi.html (viitattu 26.9.2019)

Yle 2015. Uutisluokka. Pikakurssi tärkeitöimittajaksi – ohjeet sarjakuvana.
[https://yle.fi/uutiset/osasto/uutisluokka/pikakurssi_taitoimittajaksi -
_ohjeet_sarjakuvana/7632675](https://yle.fi/uutiset/osasto/uutisluokka/pikakurssi_taitoimittajaksi_-_ohjeet_sarjakuvana/7632675) (viitattu 21.1.2019)

Yle 2018. Ylen uusin uutistenlukija. [https://yle.fi/aihe/artikkeli/2018/02/12/ylen-uusin-
uutistenlukija](https://yle.fi/aihe/artikkeli/2018/02/12/ylen-uusin-uutistenlukija) (viitattu 27.9.2019)

Yle 2019. Yle Radio Suomi on edelleen kuunnelluin kanava.
[https://yle.fi/aihe/artikkeli/2019/02/05/yle-radio-suomi-on-edelleen-kuunnelluin-kanava-
yle-areena-vahva-myos](https://yle.fi/aihe/artikkeli/2019/02/05/yle-radio-suomi-on-edelleen-kuunnelluin-kanava-yle-areena-vahva-myos) (viitattu 30.9.2019)

Yle Uutisluokka 2014. Näin teet uutisjutun.
https://yle.fi/uutiset/osasto/uutisluokka/nain_tee_uutisjutun/7024980 (viitattu
21.1.2019)

Yle Uutisluokka 2015. Mikä on uutinen? http://yle.fi/uutiset/mika_on_uutinen/7024974
(viitattu 22.1.2019)

Haastattelu

Santamäki, Harry 14.3.2019. Kehitys- ja sijoitusyhtiö Sand Hill Oy:n toimitusjohtaja,
Lähiuutiset -hankkeen perustaja. Haastattelu.

Liitteet

H. Santamäen haastattelun kysymysrunko, 13.4.2019

POHJUSTUS

Harryn omat taustat

Mikä on Lähiuutiset?

Mistä idea lähti?

Miksi tällainen tarvitaan?

Kenelle tätä tehdään?

Miten määrittelet äänituutisen

Pilottivaihe - miten meni?

NYT

Slogan?

Millainen on hyvä Lähiuutinen?

Mitkä raamit uutiselle on?

Mikä voi olla äänituutinen?

Mitä voidaan kutsua uutiseksi?

Toimittajan rooli Lähiuutisissa

- taustat?

- persoona

Miten toimittajat pohjustetaan projektiin?

Lähteet - miten ilmoitetaan?

Kaupallisuusmalli?

TULEVAISUUS

Mitkä tavoitteet projektille?

Millainen on Lähiuutisten tulevaisuus?

Äänen tulevaisuus, älykaiuttimet ym

Kilpailutilanne nyt ja tulevaisuudessa

