

Opinnäytetyö (AMK) /

Diakin viestinnän koulutusohjelma

Journalismi

2012

Reija Saarinen

## YLEISRADION NUORENNUSLEIKKAUS

- Millainen on Silminäkijän muutos?



TURUN AMMATTIKORKEAKOULU  
TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

OPINNÄYTETYÖ (AMK) | TIIVISTELMÄ

TURUN AMMATTIKORKEAKOULU

Viestinnän koulutusohjelma | Journalismi

Syksy 2012 | 37

Samuel Raunio

Reija Saarinen

## YLEISRADION NUORENNUSLEIKKAUS – MILLAINEN ON SILMINNÄKIJÄN MUUTOS?

Opinnäytetyö käsittelee Yleisradion nuorennusleikkausta ja sen vaikutusta ajankohtaisohjelma Silminnäkiään. Silminnäkiä on kuulunut TV2:n ohjelmistoon vuodesta 1998. Vuonna 2012 Yleisradio päätti panostaa enemmän nuoriin katsojiin. Muutoksen takia moni ohjelma joutui miettimään omia toimintatapojaan uudelleen, jotta ne voisivat vastata uuden linjan mukaisiin toiveisiin. Yleisradion nuorennusleikkaus muutti myös Silminnäkiää.

Opinnäytetyö tutkii Silminnäkiän muutosta. Työ kertoo Yleisradion nuorennusleikkauksesta ja sen vaikutuksesta Silminnäkiään. Päättökysymyksenä on, millainen on Silminnäkiän muutos? Opinnäytetyö kertoo millainen on toimittajuuden muutos, miten markkinointi muuttuu, millainen on kuvakerronnan muutos ja miltä näyttää Silminnäkiän tulevaisuus.

Tutkielmaa varten on haastateltu Silminnäkiän tuottajaa Hannele Valkeeniemeä sekä kolmea Silminnäkiän toimittajaa. Haastattelut tehtiin kesä- ja lokakuussa 2012. Opinnäytteeseen kuuluu myös tuoteosa, Poikamme Veikka -dokumentti, joka esitettiin Silminnäkiässä 20.3.2012. Opinnäytetyö kertoo, miten Poikamme Veikka -dokumentti toteutettiin uuden tavan mukaisesti.

Opinnäytetyössä todetaan, että muutos ei ole ollut aivan toivotunlainen. Se on edennyt toivottua hitaammin. Uusien toimintatapojen omaksuminen on ollut joillekin toimittajille vaikeaa. Toisiin muutokset taas ei ole merkittävästi vaikuttanut. Toimittajien työtapojen muuttaminen on vaikeaa, sillä ohjelmien tekijät eivät ole sitoutuneet vain Silminnäkiän tekemiseen.

ASIASANAT:

Yle, Silminnäkiä, Tv-dokumentti, Asiaohjelma, TV2, Median muutos, Media

BACHELOR'S THESIS | ABSTRACT

TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Journalism

Autumn 2012 | 37

Samuel Raunio

Reija Saarinen

## FINNISH BROADCASTING COMPANY'S REJUVENATION - HOW DOES THE PROGRAM SILMINNÄKIJÄ CHANGE?

The thesis addresses Finnish Broadcasting Company's rejuvenation and its impact on the program *Silminnäkijä*. *Silminnäkijä* has been part of TV2's repertoire since 1998. In 2012 Finnish Broadcasting Company decided to invest more in young viewers. Because of the change every program had to consider their own approach so that they can respond to the wishes of the new line. Broadcasting company's change also changed *Silminnäkijä*.

The thesis examines the change of *Silminnäkijä*. This work describes the rejuvenation of Finnish Broadcasting Company and the impact the change has on *Silminnäkijä*. The thesis explains the change of editorial work, how marketing is changing, what the change is in visual narration, and what the future looks like for *Silminnäkijä*.

For this study Hannele Valkeeniemi, the producer of *Silminnäkijä*, as well as three reporters of the program were interviewed. The interviews were conducted in June and October 2012. The thesis also includes a product, *Our Son Veikka* document, which was presented in *Silminnäkijä* 20 March 2012. The thesis also demonstrates how *Our Son Veikka* document was made in a new way.

The thesis concludes that the change has not been quite what was desired. The change is slower than hoped. Adoption of new practices has been difficult for some journalists. Others have not been affected at all. The journalists' working practices are difficult to change as the program makers are not committed just to making *Silminnäkijä*.

### KEYWORDS:

Finnish broadcasting company, rejuvenation, tv-document, media

## **SISÄLTÖ**

<b>1 JOHDANTO</b>	<b>5</b>
<b>2 MIKÄ ON TV-DOKUMENTTI?</b>	<b>7</b>
2.1 Yleisradion ajankohtaisdokumentit	9
2.2. Silminnäkijä	10
<b>3 YLEISRADION NUORENNUSLEIKKAUS</b>	<b>13</b>
3.1 Nuorennusleikkauksen vaikutus Silminnäkijään	14
3.2 Millaista kuvakerrontaa Silminnäkijä haluaa?	17
3.3 Toimittajuuden muutokset	19
3.4 Markkinoinnin uudet tuulet	21
<b>4 POIKAMME VEIKKA</b>	<b>23</b>
4.1 Veikan tarinan kehittäminen	24
4.2 Ideasta kuviksi	25
4.3 Veikan tarinan markkinointi	26
<b>5 SILMINNÄKIJÄN TODELLINEN MUUTOS</b>	<b>29</b>
<b>6 YHTEENVETO</b>	<b>33</b>
<b>LÄHTEET</b>	<b>36</b>

# 1 JOHDANTO

Opinnäytetyö käsittelee ajankohtaisohjelma Silminnäkiä ja sen kokemaa muutosta vuonna 2012. Yleisradio uudisti ohjelmiaan vuoden 2012 alussa. Tämä muutos oli osa Yleisradion nuorennusleikkausta. Yleisradion tavoitteena on saada katsojikseen yhä enemmän nuoria suomalaisia. Uudistus koskee myös Ylen asiadokumentteja. Opinnäytteeni kirjallinen osa käsittelee Yleisradion nuorennusleikkausta ja sen vaikutusta Silminnäkiä. Kirjallisen osan päättökysymys on, millainen on Silminnäkiä muutos. Opinnäytetyö selvittää myös miten Silminnäkiä toimituksessa tulevaisuudessa tehdään ajankohtaisdokumentteja juuri nuorelle yleisölle, millainen on toimittajuuden muutos, miten markkinointi muuttuu, millaisia ovat kuvakerronnan muutokset ja miltä näyttää Silminnäkiä tulevaisuus.

Yleisradio on kuulunut monen suomalaisen elämään vuodesta 1926 alkaen, jolloin yhtiö aloitti toimintansa. Säännölliset televisiolähetykset yhtiö aloitti vuonna 1958. (Yle.fi 2012a.) Siitä lähtien Ylen ohjelmistossa on totuttu näkemään myös erilaisia tv-dokumentteja. Suomessa alettiin tehdä tv-dokumentteja journalistisessa mielessä 1960-luvulla, mutta erilaisia dokumentaarisia tv-ohjelmia oli tehty Yleisradiossakin jo tv:n alkuvuosista lähtien. TV2 perusti Tampereelle vuonna 1965 eräänlaisen dokumenttitoimituksen. Tämä toimitus on eräänlainen uranuurtaja suomalaisessa dokumenttituotannossa. (Lanas Cavada 2007, 218.)

Suomalainen tv-dokumentti on muuttanut muotoaan näihin päiviin saakka. Suurin ja näkyvin muutos Yleisradion toiminnassa lienee tapahtunut vuonna 2012. Yleisradion vuoden 2012 nuorennusleikkaus vaikutti moneen ohjelmaan sekä tekijöihin. Jokaisen ohjelman tuli vastata uusiin vaatimuksiin.

Opinnäytetyö kertoo muutoksesta Silminnäkiä osalta. Millaista muutosta vuoden 2012 alussa lähdettiin hakemaan ja millainen saavutettu muutos on reilussa puolessa vuodessa todellisuudessa ollut. Tutkimus myös selvittää uusia journalistisia toimintatapoja ja valottaa asiadokumenttien tekoa muuttuvassa mediamaailmassa.

Opinnäytetyö on laadullinen. Opinnäytteessä käytän apuna alan kirjallisuutta, omia havaintojani sekä alan asiantuntijoiden haastatteluja. Tutkielmaa varten haastattelin Silminnäkiän tuottajaa Hannele Valkeeniemeä, joka on tehnyt pitkän uran Silminnäkiässä. Haastattelin Hannele Valkeeniemeä sähköpostitse kaksi kertaa. Ensimmäinen haastattelu oli 26.6.2012 ja toinen 2.10.2012. Tämän lisäksi haastattelin sähköpostitse Silminnäkiän toimittajia lokakuussa 2012. Silminnäkiän toimittajista haastateltaviksi sain Ami Assulinin, Nina Malmbergin sekä Jari Hakkaraisen. Heistä jokaisella on useamman vuoden kokemus Silminnäkiän tekemisestä.

Käytin tutkimuksessa teemahaastattelua. Teemahaastattelutilanteessa esiin nostettavat teemat on määritelty tarkkaan etukäteen. Teemahaastattelun etu on siinä, että kerättävä aineisto rakentuu aidosti juuri haastateltavan omista kokemuksista. (stat.fi, 2012.) Teemahaastattelulla pystyin parhaiten selvittämään Silminnäkiän muutosta, sillä kaikki haastateltavani ovat todella tiiviisti sidoksissa kyseiseen ohjelmaan. Teemahaastattelulla sain myös sellaisia vastauksia, joita kyselylomakkeella olisi ehkä ollut vaikea saada.

Opinnäytetyöhön kuuluu myös tuoteosa. Produktiona tein Anna Mellinin kanssa Poikamme Veikka -nimisen ajankohtaisdokumentin Yleisradion Silminnäkiä-ohjelmasarjaan. Dokumentti esitettiin TV2 kanavalla 21.3.2012. Poikamme Veikka kertoo nuoren perheen arjesta vakavasti sairaan lapsen kanssa. Dokumentti toteutettiin uuden tavan mukaisesti ja niin, että se kiinnostaisi nuoria katsojia. Kuvakerronnallisesti poikkesimme todella paljon Silminnäkiän totutusta kaavasta, mutta juuri siihen pyrimmekin. Poikamme Veikka dokumentin teko-prosessista tarkemmin luvussa neljä.

Toimin Poikamme Veikka -dokumentin työryhmässä toimittajana/ohjaajana. Parini Anna Mellin vastasi markkinoinnista sosiaalisessa mediassa sekä hoiti kakkoskameraa kuvauksissa. Produktion ohjaajana toimi toimittaja Esa Silander, joka oli mukana tuotannossa alusta loppuun saakka toimien apulaistuottajana.

## 2 MIKÄ ON TV-DOKUMENTTI?

Dokumentin ja muiden asiaohjelmien, kuten reportaasin, välisen eron voisi määritellä niin, että reportaasissa katsojan ja tapahtuman välissä on toimittaja, joka kertoo katsojalle siitä mitä näytetään. Dokumentissa taas kuvakerronnan ja katsojan välillä on suurempi yhteys. Toisin sanoen reportaasi selostaa mitä tapahtuu, dokumentti näyttää. Dokumenttielokuva on eräänlainen taiteellinen luomus, jossa tekijän oma ilmaisu on todella tärkeää. Dokumenttielokuva on siis eräänlainen taiteenmuoto, kun taas tv-dokumentti on aina asialähtöinen. Tv-dokumentin tarkoitus on yksinkertaisesti tiedon välittäminen katsojalle. Tv-dokumentin tavoitteena ei kuitenkaan ole kuvitettu spiikki vaan asioiden näyttäminen ja tulkitseminen. Tärkeäkin informaatio voi olla täynnä elämyksiä, siksi kerrontatyyli on myös tv-dokumentissa tärkeää. Erilaiset dokumentaariset keinot luovat katsojalle mieleenpainuvan kokemuksen, joka toivottavasti myös opettaa jotain. Journalistisia dokumentteja ei juurikaan tehdä Ylen ulkopuolella kahdesta eri syystä: Elokuvasäätiö ja AVEK rahoittavat vain luovia dokumentteja. Journalistisille dokumenteille tukea ei ole annettu, koska niiden tuotannon katsotaan olevan Ylen keskeinen tehtävä. (Saksala 2008, 15–30.)

Dokumentaariset asiaohjelmat ovat tärkeä osa kaikkien kanavien ohjelmistoa. Näin on ollut television alkuvuosista lähtien. Rajanveto asiaohjelmien, reportaasien ja dokumenttien välillä on todella häilyvä. (Saksala 2008, 13.) Silminnäkijässä yhdistyvät nämä kaikki. Silminnäkijä luokitellaan asiaohjelmaksi, jossa nähdään reportaaseja sekä tv-dokumentteja. Reportaasin ja tv-dokumentin välinen ero on varsinkin Silminnäkijässä vaikea hahmottaa. Nikkinen ja Vacklin (2012, 108–109) kiteyttävät tv-dokumentin seuraavasti: Tv-dokumentin tavoite on tulkita maailmaa ja sen ilmiöitä, ja se käsittelee ajankohtaista aihetta journalistisella, faktoihin perustuvalla otteella. Reportaasi ja tv-dokumentti muistuttavat monin tavoin toisiaan, mutta niissä on myös tiettyjä eroavaisuuksia. Tv-dokumentin tarkoitus on näyttää kun taas reportaasi selittää. Tv-dokumentissa on tarina, reportaasissa sitä ei välttämättä ole. Tv-dokumentissa katsoja joutuu itse päättämään asioiden merkityksen, kun taas reportaasissa tapahtumia

katsojalle selostaa toimittaja. Lajityypit kuitenkin usein sekoittuvat, ja aina ei voida sanoa onko kyseessä reportaasi vai tv-dokumentti. (Nikkinen & Vacklin 2012, 109.) Lajityyppien sekoittuminen näkyy myös Silminnäkiässä. Silti suurin osa Silminnäkiässä nähtävistä ohjelmista voidaan luokitella reportaaseiksi, sillä useimmiten tapahtumia selostaa toimittaja. Tv-dokumenttien osuus on Silminnäkiässä kohtalaisen pieni. Opinnäytteen tuoteosa Poikamme Veikka on lähempänä tv-dokumenttia kuin reportaasia. Poikamme Veikka nimittäin tehtiin täysin ilman spiikkiä. Katsoja sai itse päätellä tapahtumien kulun ilman toimittajan kertomusta.

Nikkisen ja Vackilin (2012,109) mukaan reportaatit sisältävät tv-dokumenttia enemmän asiantuntijoita, tilastoja ja taulukoita. Tämän ajatuksen mukaan suuri osa Silminnäkiässä nähtävistä asiadokumenteista voitaisiin jaotella reportaaseiksi, sillä Silminnäkiä käsittelee usein yhteiskunnallisia aiheita, joten ohjelmassa nähdään usein eri alojen asiantuntijoita. Pelkästään asiantuntijoiden ja taulukoiden määrällä ei kuitenkaan voida erotella tv-dokumenttia reportaasista.

Saksalan (2008,15) mukaan ”todelliset dokumentaristit” eivät aina pidä tv-dokumenttia oikeana dokumenttina. Tämä siksi, että tv-dokumentin kerrontatapa ei aina ole perinteisen dokumentin mukaista. Totuus onkin, että tv-dokumentti ei voi leikitellä taiteellisilla tyyleillä kuten dokumenttielokuva. Kun tehdään journalistisia dokumentteja on tärkeintä aina tiedon välittäminen. Dokumenttielokuvassa näin ei ole. (Saksala 2008, 15.)

Silminnäkiä on ajankohtaisohjelma, mutta sisältää kuitenkin erilaisia tv-dokumentteja sekä reportaaseja, siksi sen näyttämien ohjelmien määrittelemisen ei ole helppoa. Saksalan mukaan asiaohjelma ei olekaan lajityyppi vaan otsikko, jonka alle mahtuvat niin dokumenttielokuvat, tv-dokumentit, ajankohtaisjournalismi kuin reportaatitkin. Useimmat asiaohjelmien tekijät näkevät omassa työssään yhtäläisyyksiä dokumentteihin, vaikka luovuutta käytetäänkin tv-dokumentin teossa hieman eritavalla hyödyksi. Dokumentaarisen kerronnan tavat luovat mielenkiintoisia tv-dokumentteja, joiden avulla tulkitaan ympäröivää maailmaa. (Saksala 2008,19.) Juuri tähän suurin osa journalisteista pyrkii tv-dokumenttia tehdessään.



## 2.1 Yleisradion ajankohtaisdokumentit

Ylen toiminnan perustana ovat yhtiön arvot ja strategia. Ylen toiminnasta säädetään laissa. Laki muun muassa määrittelee hallintoneuvoston ja hallituksen tehtävät, sekä Ylen niin sanotun julkisen palvelun tehtävät. Lain mukaan Yleisradion tehtävänä on tuoda täyden palvelun televisio- ja radio-ohjelmisto siihen liittyvine oheis- ja lisäpalveluineen jokaisen saataville. Näitä ja muita julkiseen palveluun liittyviä sisältöpalveluja voidaan tarjota kaikissa televerkoissa. (Yle.fi 2012c.)

Yleisradion tehtävät voidaan määritellä seuraavasti. Julkisen palvelun ohjelmatoinnin tulee tukea toimivaa kansanvaltaa ja jokaisen osallistumismahdollisuuksia tarjoamalla monipuolisia tietoja, mielipiteitä ja keskusteluja sekä vuorovaikutusmahdollisuuksia. Tuottaa, luoda ja kehittää kotimaista kulttuuria, taidetta ja virikkeellistä viihdettä. Ottaa ohjelmistossa huomioon sivistys- ja tasa-arvonäkökohdat, tarjota mahdollisuus oppimiseen ja itsensä kehittämiseen, painottaa lapsille suunnattuja ohjelmistoja sekä tarjota hartausohjelmia. Kohdella ohjelmatoiminnassa yhtäläisin perustein suomen- ja ruotsinkielistä väestöä, tuottaa palveluja saamen, romanin ja viittomakielellä sekä soveltuvin osin myös muiden kieliryhmien kielellä. Tukea suvaitsevaisuutta ja monikulttuurisuutta sekä huolehtia ohjelmatarjonnasta myös vähemmistö- ja erityisryhmille. Edistää kulttuurien vuorovaikutusta ja ylläpitää ulkomaille suunnattua ohjelmatarjontaa. Välittää asetuksella tarkemmin säädettyjä viranomaistiedotuksia ja varautua televisio- ja radiotoiminnan hoitamiseen poikkeusoloissa. (yle.fi 2012c.)

Yleisradion Suomen Television säännöllinen lähetystoiminta alkoi vuoden 1958 alussa. Dokumenttituotanto sai alkunsa lyhytelokuvina 1950-luvulla. Lyhytelokuvien esikuvana olivat niin sanotut veronalennuskuvat. Veronalennuskuvat olivat ennen pitkää elokuvaa esitettäviä kotimaisia lyhytelokuvia, jotka oikeuttivat teatterinomistajan viiden prosentin veronalennukseen. (Yle.fi, 2012b.) Käytännössä alennus oli niin merkittävä, että se pitkälti ylläpiti filmintuotantoa. Vuosi 1965 oli eräänlainen käännekohta Ylen historiassa osin siksi, että laki lyhytelokuvien veronalennuksesta romuttui vuonna 1964, jolloin dokumenttielokuvat ja uutiskatsaukset siirtyivät teattereista televisioon. Toinen tärkeä syy oli TV2:n perustaminen Tampereelle. Sinne kasvoi hyvin nopeassa tahdissa myöhemmin dokumentaristisena koulukuntana tunnettu toimitus. (Saksala 2008, 169.)

1960-luvulla TV1:ssä oli sekä kulttuuritoimitus että yhteiskunnallinen toimitus. Jälkimmäisessä tuotettiin vuosien 1965–1990 aikana vähän todellisia doku-

menttejä. Pääpaino oli yhteiskunnallisissa analyyseissä ja reportaaseissa, joita tuotettiin todella runsaasti. Oli nimike sitten reportaasi, tv-dokumentti tai asiaohjelma, yhteinen tekijä oli se, että tietoa välitettiin kuvalla ja äänellä (emt., 170.)

Saksalan (2008, 170) mukaan vuonna 1965 TV1:n puolella siirryttiin sarjoittaisiin dokumenttituotantoihin ja samalla myös entistä journalistisempaan tyyliin. Tällöin kanavalla alkoi kantaaottavien dokumenttien aika. Kantaa ottavien dokumenttien pääpaino oli aiheissa. Samalla muokattiin myös aiheiden käsittelytapaa. 1970-luvun puoliväissä tällainen yhteiskunnallinen dokumentti menetti voimansa. Tämän jälkeenkin TV1:ssä tehtiin asiadokumentteja, mutta niistä tuli juonto- ja tekstivetoisia. Erikoisuudeksi nousi lavastettu dokumentti. (emt., 171–173.)

Vuonna 1966 Tampereelle perustettu Dokumenttitoimitus oli TV2:n suurin toimitus. Tähän toimitukseen kuuluivat kaikki asiaohjelmat, urheilu, musiikki ja ajankohtaistoimitus. Muutamassa vuodessa tämä toimitus nosti itsensä TV2:n lippulaivaksi. Toimitus yhdisti filmidokumenteissaan journalistisen ja elokuvallisen ilmaisun täysin uudeksi tv-dokumentin lajityypiksi. Vuosien 1965–1974 aikana dokumenttitoimituksessa luotiin 252 dokumenttia (Saksala 2008, 182.) Suomesta tuli dokumenttitoimituksen myötä yksi tv-dokumentin ykkösmaista Yhdysvaltojen ja Iso-Britannian jälkeen (Lanas Cavada, 2007, 234). TV2:n Dokumentaristien koulukunta toimi journalismin ja dokumenttielokuvan välisellä alueella. He yhdistivät dokumenttielokuvan kerrontavat ja journalismin aivan uudella tavalla. (emt., 234.) Lanan Cavadan mukaan juuri TV2:n dokumenttitoimituksen takia TV2 pystyi säilyttämään itsenäisyytensä (emt., 235).

## 2.2. Silminäkijä

Ajankohtaissarja Silminäkijä aloitti toimintansa 11.1.1998, kun ajankohtaisen kakkosen reportaasisarjat Kuvia Suomesta ja Kuvia maailmalta yhdistyivät Silminäkijä-nimen alle. Muutokseen päädyttiin, sillä ohjelmalle haluttiin yhtenäisempi ilme sekä yhtenäinen toiminta-ajatus. Silminäkijän perustivat Yleisradion

silloinen ajankohtaistoimituksen päällikkö Risto Heikkilä yhdessä Ilkka Saaren, Jyrki Richtin ja Kari Mokon kanssa. Silminnäkökameran ensimmäinen ohjelma Myrskyn Silmässä- Cosa Nostran naiset näki päivän valonsa siis 14 vuotta sitten. (atuubi.yle.fi 2012.)

Silminnäkökamera jatkaa edelleen alkuperäisen ajatuksensa mukaisesti tutkivan journalismin ja elämänmakuisten reportaasien esittämistä. Silminnäkökameran perusfilosofia on silminnäkeminen, kuten nimestä voidaan päätellä. Se menee paikalle, kuulee näkijöitä, tekijöitä ja kokijoita ja näyttää maailman heidän näkökulmastaan. Ohjelmien kohteena on aina kokeva ja tunteva ihminen. (atuubi.yle.fi 2012.)

Hannele Valkeeniemi on toiminut Silminnäkökameran tuottajana vuodesta 2007 lähtien. Valkeeniemen (Valkeeniemi Hannele. Henkilökohtainen tiedonanto. 2.10.2012) mukaan ohjelma ei ole kokenut suurta muutosta vuosien aikana. Näkyvin muutos lienee hänen mukaansa ulkomaanohjelmien painotuseroissa. Ennen ulkomaita käsittelevissä ohjelmissa käsiteltiin paljon sotaa ja erilaisia konflikteja. Nykyään Silminnäkökamera esittää myös niin sanottuja human interest -aiheisia ulkomaisia dokumentteja, jotka voivat käsitellä vaikkapa kauneusleikkauksia.

Kotimaan aiheissa on Valkeeniemen (2012b.) mukaan aina pyritty tavoittelemaan mahdollisimman erilaisia aiheita. Hänen mukaansa aihevalikoima onkin vuosien varrella laajentunut. Ohjelmien aihepainotukset ovat toki vuosien varrella vaihdelleet. Osittain tämä johtuu Valkeeniemen (2012b.) mukaan ajankohteisohjelmille asetettujen tavoitteiden muutoksesta ja TV2:n kanavallisista muutoksista.

Alkuaikoina ohjelma oli Valkeeniemen (2012b.) mukaan nykyistä raporttipainotteisempi. Nykyään ohjelmassa nähdään reportaaseja ja ajankohteisdokumentteja. Jossain vaiheessa ohjelmien aiheissa korostuivat erityisesti rikosaiheet. Syynä rikospainotteiseen tarjontaan oli TV2:n uusi, rikoksia käsittelevä sarja, Poliisi-TV. Valkeeniemen mukaan Poliisi-TV oli tuohon aikaan melko uusi ja sitä esitettiin TV2:lla ennen Silminnäkökameran, siksi kanava piti suotavana, että Poliisi-

TV:n jälkeen kanavalta tulee samantyyppistä aineistoa. 1990-luvun lopussa sekä 2000-luvun alkupuolella painottuivat Valkeeniemen (2012b.) mukaan historialliset aiheet, koska TV2:lla oli erityinen historiasatsaus. Ohjelmia tehtiin silloin yhteistyössä uudelle Teema-kanavalle. Nykyisin ohjelman tarkoitus on kertoa ajankohtaisia havaintoja yhteiskunnasta silminnäköiden silmin siten, että se koskettaisi erityisesti nuoria ja nuoria aikuisia. Peruslinja on kuitenkin aina ollut sama. Silminnäkeminen, paikalla oleminen, kriittisyys ja rohkeus kertoa.

### 3 YLEISRADION NUORENNUSLEIKKAUS

Yleisradio aloitti keväällä 2012 suuren muutoksen koskien ohjelmistoaan. Muutoksen taustalla oli Yleisradion päätös palvella jatkossa paremmin sitä yleisöä, jota Yleisradio ei mielestään aikaisemmin ole tavoittanut tarpeeksi hyvin. Yleisradiolla on aina ollut vankka asema varttuneemman väen keskuudessa, mutta 15–30 -vuotiaat suomalaiset eivät ole aina ottaneet Yleisradiota omakseen. (Pihlajamäki 2011.) Syynä saattaa olla se, että nuorille suunnattua ohjelmistoa tulee paljon kaupallisilta kanavilta. Monet nuoret myös saattavat kokea, että Yleisradio on juuri varttuneelle väelle suunnattu kanava, jonka ohjelmisto koostuu pääasiassa uutisista ja ajankohtaisohjelmista. Nuorennusleikkauksen avulla Yleisradio varmasti koittaa päästä myös eroon joistain siihen liitetystä mielikuvista. Monilla nuorilla lienee edelleen mielikuva siitä, että Yleisradion tarjonta on pelkästään vakavaa ja asiallista.

Yleisradion on tarjottava ohjelmia kaikille suomalaisille. Tämän takia nuorten ohjelmistoa ei voida jättää vain kaupallisten kanavien tarjottavaksi. Myös Yleisradion on pystyttävä tarjoamaan nuorille heidän kaipaamaansa ohjelmistoa. Näin julkisen palvelun idea täyttyy odotetulla tavalla. (Pihlajamäki 2011.) Uudistuksen jälkeen kanavat ovat entistä profiloituneempia. TV1 on edelleen voimakkaasti faktapohjainen kanava. Yle Teema jatkaa kulttuurin ja teemallisten kokonaisuuksia esitysnäyttämönä. TV2:n vastuulla ovat erityisesti nuoremmat katsojat, jotka haluavat viihtyä ja rentoutua Ylen ohjelmien parissa. (Pihlajamäki 2011.)

Muutoksen takia moni ohjelma joko vaihtoi paikkaa tai lakkasi kokonaan. Muun muassa Inhimillinen tekijä, Seitsemäs taivas ja Dokumenttiprojekti vaihtoivat kanavaa TV2:n puolelta TV1: ohjelmistoon. Samoin kävi myös Tangomarkkinoille. Kanavan brändiohjelmista monet säilyivät Kakkosella. Ajankohtainen kakkonen, Silminnäki, Tartu Mikkiin sekä Uusi Päivä jatkoivat ohjelmistossa TV2:n puolella. TV2 on edelleen myös lasten kanava. (Pihlajamäki 2011.)

Yleisradiossa ollaan hyvin tietoisia siitä, että tuttujen ohjelmien siirtäminen pois paikaltaan ja ohjelmistojen selkeä nuorennusleikkaus ovat isoja päätöksiä, joihin sisältyy myös riskejä. Muutos koetaan Yleisradiolla kuitenkin välttämättömäksi ja tarpeelliseksi juuri nyt. (Pihlajamäki 2011.) Yksi iso syy muutoksen taustalla lienee se, että kaupalliset kanavat tarjoavat enemmän nuoria kiinnostavaa sisältöä. Yleisradiossa koetaan, että heidän tulee vastata paremmin myös nuorten toiveisiin. Julkisen palvelun täytyminen vaatii panostusta jokaiseen suomalaiseen.

### 3.1 Nuorennusleikkauksen vaikutus Silminnäkijään

Yleisradion nuorennusleikkauksen suurin päämäärä on saada enemmän nuorta katsojakuntaa Ylen kanaville. Tämän takia myös vanhat ohjelmat muuttuvat sisällöltään sekä tavoitteiltaan. Tuottaja Hannele Valkeeniemen (Hannele Valkeeniemi, henkilökohtainen tiedonanto, 26.6.2012.) mukaan Silminnäkijän tekijät ovat suhtautuneet muutokseen pääosin myönteisesti.

Valkeeniemen (2012a) mielestä osa toimittajista on ollut itsekkriittisiä ja varsinkin keski-ikäiset toimittajat ovat pohtineet, kykenevätkö he tekemään ohjelmia, jotka puhuttelevat nuorempia yleisöjä. Nuorten katsojien kosiskelu koetaan vaikeaksi ehkä siksi, että ajatellaan nuorten olevan kovin vaativia. Pelätään, että heille suunnattujen ohjelmien tulee olla kovin erilaisia. Näinhän ei missään nimessä ole. Nuoria kiinnostavat ne samat asiat kuin vanhempaakin väestöä. Saattaa kuitenkin olla, että juuri human intrest –jutut vetoavat nuoriin varttuneempaa väestöä enemmän.

Valkeeniemen mielestä (2012a.) on erittäin tärkeää, että ohjelmasarjan muutos pysyy maltillisena. Silminnäkijää ei ole tarkoitus muokata pelkästään nuoriso-ohjelmaksi, vaan sen tulee puhutella edelleen suurta joukkoa suomalaisia. Ohjelmia ei tehdä tulevaisuudessa pelkästään yhtä ikäryhmää varten.

Aiheiden tulee olla nuoria puhuttelevia, mutta itse ohjelman konseptia ei olla muuttamassa nuoriso-ohjelmaksi. Tosiasiassa suomalaiset nuoret ovat kuitenkin hyvin valveutunutta kansaa, joita kiinnostavat monenlaiset yhteiskunnalliset asiat siinä, missä vanhempaakin väestöä. (Valkeeniemi, 2012a.)

Mitä muutos sitten pitää sisällään? Yksi suuri muutos on verkkokerronnan lisääminen. Mennään sinne missä nuoret ovat eli verkkoon. Verkossa tarjotaan erilaisia lisämateriaaleja, joilla herätellään mielenkiintoa jo ennen ohjelman varsinaista esittämistä. Käytännössä tämä verkkokerronnan lisääminen tarkoittaa uudenlaista markkinointia. Ohjelmia tullaan markkinoimaan verkossa jo paljon ennen varsinaista esityspäivää. Verkkokerronnan lisääminen on todella hyvä asia, sillä sen avulla asiasta kiinnostuneet voivat jutella, kommentoida tai pohtia aihetta jo ennen esityspäivää. Verkossa käytävän keskustelun seuraaminen saattaa myös auttaa toimittajaa jutun teossa. Toimittaja saattaa saada ideoita ja vinkkejä siitä, mikä katsojia askarruttaa ja kiinnostaa. Jos verkossa käytävä keskustelua on aktiivista hyvissä ajoin ennen esityspäivää, saattaa sillä olla ratkaiseva merkitys lopulliseen tuotokseen. Kuvakerrontaan halutaan myös uudistuksia. Tuottaja toivoo entistä dokumentoivampaa kuvaustyyliä. Kuvakerronnan muutoksilla pyritään vaikuttamaan juurin nuoriin, jotka ovat tottuneet erilaiseen kuvakerrontaan musiikkivideoiden ja elokuvien kautta. Kuvakerronnassa halutaan myös muuttaa perinteistä spiikki-kuvitus -ajattelua. Tuottajan mukaan reportaasit ja dokumentit tulee jakaa kohtauksiin. Toimittajuus muuttuu muiden mukana. Toimittajilta vaaditaan entistä avoimempaa työskentelyä.

Valkeeniemi (2012a.) mukaan myös nuorille tekijöille annetaan enemmän tilaa. Nuoret tietävät millaista sisältöä nuoret kaipaavat, joten heidän ajatuksiaan kuuntelemalla saadaan sisältöä juuri nuorelle katsojakunnalle. Nuorille tekijöille avautuu mahdollisesti hieman helpommin tie ajankohtaisjournalismin tekemiseen, ainakin Silminnäköjän puolella. Silminnäköjällä on vuodessa tietty määrä ohjelmia, joita voidaan tilata ulkopuolisilta. Tässä valinnassa on Valkeeniemen (2012b) mukaan mahdollista painottaa nuoria tekijöitä, mutta ei kuitenkaan journalistisen laadun kustannuksella.

Yhteistyö alan oppilaitosten kanssa on uutta. Tampereen yliopiston tiedotusopin laitoksen kanssa on vireillä muutamia ohjelmaprojekteja, samoin Turun ammattikorkeakoulun kanssa oli hyvä avaus. Oppilaitosyhteistyö on siis varteenotettava keino. Mutta yhtä tärkeää on, että suhtaudumme vakavuudelle nuorten tekijöiden muihin ohjelmaehdotuksiin. (Hannele Valkeeniemi, 2012b.)

Nuori tekijä voi lähestyä Silminnäkiäjän toimitusta samalla tavoin kuin muutkin toimittajat. Ensimmäisenä tulee lähettää ohjelmaehdotus tai synopsis. Tämän jälkeen käydään neuvottelut sen sopivuudesta ohjelman profiiliin. Valkeeniemen mukaan on tärkeää muistaa, että nuorilta ei automaattisesti tule niin mullistavia ja uusia näkökulmia avaavia ehdotuksia, että ne sivuuttaisivat kokeneempien toimittajien ehdotukset.

Silminnäkijä ei kuitenkaan halua alleviivata muutosta. Tavoitteena on, että aiheet kiinnostavat nuoria katsojia. Sarja pyrkii kohdentamaan aiheita paremmin nuorille aikuisille sopiviksi. (Valkeeniemi,2012a.)

Silminnäkijä kertoo tarinoita, niin Suomesta kuin ulkomaitakin. Dokumenttien kertoma tarina on aina pääosassa. Ei ole olemassa tiettyä sääntöä siitä, millaisia dokumentteja nuoret haluavat katsoa. Sitä ei kukaan voi täydellisesti määrittää. Valkeeniemen (2012a.) mukaan olennaista on se, että aiheet tulevat nuorten ja nuorten aikuisten todellisuudesta. On tärkeää, että aiheet koskettavat ja koskevat juuri heitä. Poliittika- ja talousaiheisiin sarja pyrkii ottamaan etäisyyttä.

Emme käsittele taloutta ja politiikkaa siten kuin niitä uutis- ja ajankohtaisjournalismissa perinteisesti käsitellään. Emme siis tee makrotaloutta käsitteleviä ohjelmia, emme selvitä eurokriisin syitä, luottoluokittajien perusteita, eurobondeja tai valtion budjettialijäämää. Sama koskee politiikkaa silloin kun se koskee valtakunnantason päivänpolitiikkaa. Nämä kaksi lajia ovat yliedustettuna uutisjournalismissa. Kyse ei ole siitä, että aiheet eivät koskisi nuoria. Kyse on enemmänkin siitä, että teemme ohjelmia kokijoiden tasolta. Talous ja politiikka näyttäytyvät meille eri tavoin kuin perinteisessä journalismissa, me otamme keskiöön tavalliset ihmiset. (Hannele Valkeeniemi, 2012b.)

Aiheissa on aina ajateltavaa, ja ne koskettavat jokaista. Näin tulee olemaan myös jatkossa. Valkeeniemen mukaan (2012a.) nuoret eivät ole erillinen ihmislaji eli periaatteessa sarjan kokema muutos ei perusajatukseltaan eroa mistään muustakaan ajankohtaisjournalismista. Hänestä aiheet eivät missään tapauksessa ole löysempiä, kevyempiä tai hullunkurisempia.

Näkemyksemme mukaan se voi olla rankempaa ja kyseenalaistavampaa, koska nuoret muodostavat maailmankuvaansa ja ovat valmiimpia käsittelemään ristiriitaisia näkökulmia. (Valkeeniemi, 2012a.)



Niiden pitää koskettaa tunnetasolla ja samaan aikaan niihin pitää sisältyä jokin yhteiskunnallinen havainto – eli yleisemmän tason kokemus. Niissä pitää olla myös mukana arvolatausta (oikean ja väärän kysymyksiä) ja elämänvalintoihin liittyvää pohdintaa (voiko noin elää, mitä siitä seuraa). Aiheiden taustalla olevat kysymykset ovat isoja, vaikka lähestymiskulma olisi tarkoin rajattu. (Valkeeniemi, 2012a.)

Silminnäkijän muutokset vaikuttavat eri osa-alueisiin. Tässä opinnäytetyössä muutos jaetaan kolmeen asiaan: Kuvakerronnan muutokseen, toimittajuuden muutokseen sekä uudenlaiseen markkinointiin. Valinta näihin kolmeen tehtiin siitä syystä, että näihin asioihin Valkeeniemen mukaan tullaan muutoksessa panostamaan.

### 3.2 Millaista kuvakerrontaa Silminnäkijä haluaa?

Uudet ja rohkeat tyylit ovat tervetulleita uudistuksia Silminnäkijään. Turhat täytekuvat karsitaan kaikista ohjelmista. Kahvinkeitot, tietokoneella istumiset ja ovista kulkeminen ovat kiellettyjä, sillä harvoin näiden kuvien käyttäminen on perusteltua tarinan kertomisen kannalta. Kuvituskuvien käyttäminen on todellisuudessa todellinen taitolaji. Saksalan (1998,130) mukaan dokumentaarisuus syntyy kuvakerronnan laadusta. Erilaisten asioiden näyttäminen vaatii myös mielikuvitusta, varsinkin kun kyseessä on vaikeasti kuvitettava aihe.

Silminnäkijän perustarkoitus on aina ollut näyttää silmin, eli kertoa kuvin. Puhuvia päitä on haluttu aina välttää ja nyt niiden osuus tulee olemaan vielä aiempaakin pienempi. Tavoitteiden mukaan kuvakerronnan tulee olla myös nuorten mielenkiinnon herättävää. Millaista tällainen kuvakerronta sitten on? Miten se saavutetaan ja millaisia haasteita se luo toimittajalle?

Tuottaja Hannele Valkeeniemen (2012a.) mukaan Silminnäkijä pyrkii kokonaan pois perinteisestä spiikki-haastattelu-kuvitus -raportoinnista. Ohjelmien tulee rakentua kohtauksille. Näin päästään eroon siitä, että haastattelut vain kuvitetaan editissä. Kaikki asiat pyritään kertomaan tilanteissa. Kuvaa ei hänen mukaansa käytetä vain läsnäoloon. Asian todistelu tapahtuu kuvalla näyttämällä ei

ääneen kertomalla. Kuten luvussa 4.1 todetaan Poikamme Veikka – dokumentissa kuvalla oli suuri merkitys. Tarinaa vietiin eteenpäin näyttämällä Veikan elämää. Perinteistä haastattelua ei tehty lainkaan.

Tällainen tyyli on katsojaystävällinen, mutta myös haastava. Kun tarina tulee kertoa kuvalla, kertyy materiaaliakin huomattavasti enemmän. Materiaalin läpikäyminen vie aikaa. Tällaisessa kuvaustyyliässä käsikirjoituksen merkitys vain kasvaa. On tärkeää, että toimittaja tietää, mitä haluaa ohjelmalla kertoa. Näin hän osaa kuvata juuri oikeat asiat. Kun kuvataan oikeat asiat voidaan puheen ja haastatteluiden määrää vähentää.

Valkeeniemen (2012a.) mielestä kuvakerronnalliset muutokset purevat juuri nuoriin. Nuoret ovat tietoisia siitä, mikä toimii ja mikä ei. Rutinoituneet katsojat eivät välttämättä mieti kuvakerrontaa sen tarkemmin, vaan keskittyvät kuvakerronnan sijaan pääsääntöisesti sisältöön. Nuorista sen sijaan on tullut tarkempia. Valkeeniemen (2012a) mukaan huono laatu ei mene nuorille kaupaksi vain totumuksen vuoksi. Kuvakerronnan tulee tuki aina liittyä itse aiheeseen. Kaikkea ei tietenkään voi eikä pidäkään kuvittaa samalla tavalla. Silti totuttuja kaavoja voidaan ja halutaan rikkoa.

Kuvakerronnan muutoksilla pyritään vaikuttamaan nuoriin katsojiin. Kuten luvussa 5 selviää, jokainen toimittaja näkee kuvallisen kerronnan muutokset eri tavalla. Toiset rakentavat juttunsa nopeilla leikkauksilla ja efekteillä. Toiset taas luottavat perinteisiin toimintatapoihin. Tuottajalla on kuitenkin selkeä näkemys siitä, mitä ohjelma muutoksella hakee.

Toisaalta tavoittelemme elokuvallisempaa, käsitellympää kuvaa – toisaalta taas rosoisempaa ja aidon dokumentoivaa. Jopa kamerakännykän kuva on mahdollinen. Nuoret ja nuoret aikuiset ovat kasvaneet mainosten ja musiikkivideoiden ja tietokonepelien maailmassa. He ovat totuneet monenlaiseen kuvakerrontaan. Mutta tämä pätee muihinkin: uskon että kaikkiin vetoava läsnä oleva kuvakerronta (tiivit kuvat, lähelle meneminen, jalustan hylkääminen, vaihtelevat kuvakulmat). (Valkeeniemi, 2012a.)

### 3.3 Toimittajuuden muutokset

Viimeisten vuosien aikana toimittajuus on kokenut suuren muutoksen. Monimediallisuus on vallannut alaa vauhdilla. Nykyään harvalle toimittajalle riittää se, että hallitsee yhden tiedotusvälineen hyvin. Toimittajilta vaaditaan yhä useammin osaamista sekä kirjoittamisesta että kuvaamisesta. Toimitusten resursseja vähennetään, jolloin sama toimittaja tekee, varsinkin suurissa mediataloissa, saman jutun useaan eri mediaan.

Johanna Vehkoon (2011, 19) mukaan internetin myötä toimitusten on ollut pakko keksiä uusia ja nopeampia toimintatapoja. Siksi sosiaalisesta mediasta on tullut keskeinen ja todella tärkeä lähde toimittajille. Suomalaisia trendejä ovat yleistoitimittajuuden sekä monitekemisen korostaminen. (Vehkoo 2011, 29.) Tällainen toimittajuuden muutos näkyy myös Silminnäkiijässä.

Valkeeniemen (2012a.) mukaan aiemmin Silminnäkiijän toimittaja on keskittynyt tekemään tv-ohjelman ja työ on päättynyt, kun ohjelma on tullut ulos. Nykyään verkko on jakelutie siinä kuin perinteinen broadcast, joten toimittajan tulee kertoa tarinansa myös verkossa. Ensi-ilta-ajattelu ei päde verkossa, siksi tarinan kertominen katsojalle alkaa jo prosessin edetessä kohti valmista tuotosta. Yhdessä toimitusten ulkopuolisten ihmisten kanssa tehty journalismi valjastaa joukkoälyn käyttöönsä ja antaa kaikille osallistuneille uutta tietoa (Vehkoo 2012, 221). Verkon mahdollisuudet ovat rajattomat kunhan niitä osaa käyttää oikein. Verkossa voi hankkia lisätietoja tai nostattaa odotusta. Verkossa voi myös jakaa aiheeseen liittyvää lisätietoa, joka aikaisemmin on pitänyt jättää kokonaan pois. Tämän lisäksi ohjelman sisältämästä uutismateriaalista tehdään erilliset uutiset. (Valkeeniemi, 2012a.) Olennaisin asia verkkokeskustelussa on ymmärtää, että se on keskustelua. Se on vuorovaikutteista toimintaa, jossa huomioidaan kaikki osallistujat, pidetään oma puheenvuoro lyhyenä ja reagoidaan siedettävällä viiveellä. (Kortesuo 2010, 35.)

Kaikki eivät kykene tähän, osa vanhan polven toimittajista ei esimerkiksi edelleenkään ole facebookissa tai twitterissä, joten heidän verkkoläsnäolonsä ei ole

mahdollista. Osa pitää tätä taas suurena mahdollisuutena ja kokevat vuoropuhelun yleisön kanssa toimittajuutta rikastavana. Lisämateriaalin toimittaminen verkkoon toimii myös vaihtelevasti, koska se ei kovin nopeasti muutu osaksi toimittajan rutiineja. (Valkeeniemi, 2012a.)

Facebook ja Twitter voivat kuitenkin auttaa journalistisessa työssä. Vehkoo (2011, 60) kertoo kirjassaan *Painokoneet seis!* mielenkiintoisen tarinan sosiaalisen median mahdista. Guardianin toimittaja Paul Lewis pystyi kuudessa päivässä todistamaan, että poliisi pahoinpiteli Ian Thomlinsonia, joka menehtyi kevään 2009 G20-mielenosoituksessa Lontoossa. Lewis onnistui tässä, kiitos Twitterin. Vehkoon (2011, 60.) mukaan Lewisin tapaus on hyvä esimerkki crowdsourcingista journalismissa. Käytännössä termi tarkoittaa ennen toimittajalle kuuluneen tehtävän ulkoistamista sellaisille ihmisille, joilla on aiheesta paljon tietoa. Tällainen toimintatapa on vielä Suomessa melko uutta, mutta tulevaisuudessa käytäntö lienee meilläkin laajemmassa käytössä. Journalismi nimittäin tarvitsee muutosta. Internet ei ole toimittajalle vain uhka, vaan myös todella suuri apua oikein käytettynä. Ehkäpä liian useat toimittajat ajattelevat vieläkin olevansa ”vallan vahtikoiria”, joiden tehtävänä on sivistää ihmisiä. Olisi kuitenkin myönnettävä, että joskus joku muu saattaa tietää asiasta enemmän kuin toimittaja itse. Sosiaalisen median hyödyntäminen journalismissa pitää ottaa paremmin haltuun ihan jokaisessa mediatalossa. Tällainen uuden tavan mukainen työskentely vaatii toimittajilta ennen kaikkea vanhojen rutiinien muuttamista ja jopa uuden oppimista. Valkeeniemen (2012a.) mukaan se vaatii myös toimittajuuden näkemisen erilaisena kuin ennen. Toimittaja ei ole norsunluutornissa vaan jatkuvassa vuorovaikutuksessa yleisönsä kanssa, joka saattaa tietää aiheesta paljon enemmän kuin toimittaja itse. Toimittaja pitää myös murtaa ajatus ensi-illasta. Tarinan kertominen nimittäin jatkuu vielä lähetyksen jälkeenkin. Jälkikeskustelu ja siihen osallistuminen ovat myös osa journalistista prosessia. (Valkeeniemi, 2012a.)

### 3.4 Markkinoinnin uudet tuulet

Facebook-markkinoinnista on tullut yksi markkinoinnin kiinnostavimmista ja tehokkaimmista muodoista. (Olin, 66) Tästä syystä, myös Silminnäkiä haluaa olla näkyvästi esillä Facebookissa. Sarjan omille verkkosivuille tuotettava materiaali on myös aiempaa suuremmassa roolissa. Sosiaalisen median ydin on vuorovaikutuksessa. Se ei ole 1990-luvun kotisivujen kaltaista yhdensuuntaista tietovuodatusta, vaan se on kommunikointia ja yhdessä luomista. Sosiaalisen median tekstien on oltava vuorovaikutteisia. (Kortesuo 2010,12.) Verkossa sisältö nousee todella suuren asemaan. Vehkoon (2011, 41) mukaan parasta markkinointia ovat sosiaalisessa mediassa leviävät linkit. Linkkien leviämisen avulla tietoa saadaan kulkemaan suuremman yleisön tietoisuuteen.

Facebookissa vain tykänneet näkevät tietyn ylläpitäjän päivitykset. Päivitykset saavuttavat usein juuri ne henkilöt, jotka ovat kiinnostuneet kyseisen julkaisijan asioista. Tämän vuoksi sisältöjen pariin eivät välttämättä löydä ihmiset, jotka eivät sivustosta ole kiinnostuneet. Tämän takia viestit kannattaa rakentaa sellaisiksi, että niissä on todella jotain niin mielenkiintoista, että ihminen tulee jakaneeksi sen eteenpäin. Näin sen markkina-arvo kasvaa entisestään.

Valkeeniemen (2012a.) mukaan jokainen Silminnäkiä tekijä tulee markkinoimaan juttuaan aiemmin ja intensiivisemmin kuin ennen. Jokaisesta jutusta on tultava jonkinlaista lisämateriaalia nettisivuille. Tämä tarkoittaa esimerkiksi linkkejä, lisätietoartikkeleita ja ekstraklippejä. Intensiivinen markkinointi pakottaa toimittajat hankkimaan lisätietoja ja jakamaan sitä.

Teemme täsmämarkkinointia itse aina aiheen mukaan. Lehdistömarkkinointi menee Ylen Viestinnän kautta, mutta koska aiheet vaihtelevat, lähetämme itse tietoa suoraan aihepiiriä lähellä oleville tahoille, järjestöille, blogisteille tai muille asiaan sidoksissa oleville. Täsmämarkkinointi vie aikaa, koska se pitää tehdä joka aiheen kanssa erikseen ja eri ryhmille. (Valkeeniemi, 2012a.)

Facebook ja sosiaalinen media ovat myös oiva apu toimittajalle. Sosiaalinen media mahdollistaa yleisön mukaan ottamisen jutun tekoon. Valkeeniemen

(2012a) mukaan Silminnäkkijän toimittajat hyödyntävät sosiaalista mediaa monin tavoin. Sitä käytetään niin henkilöiden etsimiseen kuin keskustelun virittämiseen. Kuten luvussa 5 selviää, opinnäytteeseen haastatellut toimittajat ovat ottaneet sosiaalisen median hyvin mukaan toimitustyöhön.

Intensiivisempi ja aikaisemmin aloitettu markkinointi merkitsee lisätyötä jokaiselle toimittajalle. Valkeeniemen mukaan osa toimittajista ei kuitenkaan sitä tee, tällöin työ jää tuottajalle ja tuotantokoordinaattorille. (Valkeeniemi, 2012a.)

Syy siihen, miksi toimittajat kokevat markkinoinnin liian työlääksi, on yksinkertainen. Valkeeniemen (2012a) mukaan yhtä ohjelmaa kohden varattu työaika on todella lyhyt. Jokainen tekijä kyllä tiedostaa sen, että näin toimimalla heidän ohjelmansa saa enemmän katsojia, mutta markkinointia ei silti pidetä toimittajan työhön kuuluvana asiana, koska yhtiöllä on oma viestintä- ja markkinointiosasto.

Osittain olen samaa mieltä, me joudumme tekemään nyt asioita, joita oman yhtiön viestintä- ja markkinointi ei tee, koska se keskittyy vain muutamiin brändiohjelmiin. (Valkeeniemi, 2012a.)

## 4 POIKAMME VEIKKA

Poikamme Veikka esitettiin Ylen Silminnäkiässä 21.3.2012. Ensi-ilta keräsi 133 000 katsojaa. Uusinta kiinnosti 14 000 henkeä. Areenassa ohjelma keräsi katsojia kahdessa päivässä 8077.

Poikamme Veikka kertoo nuoresta perheestä, jossa on kaksi pientä lasta. Heistä nuoremmalla, Veikalla, todettiin Hirschsprungintauti muutaman päivän ikäisenä. Veikan kohdalla sairaus on erityisen pitkällä. Hänellä toimivaa suolistoa on vain verrattain vähän jäljellä. Veikan sairaus vaikuttaa suuresti koko perheen arkeen. Dokumentti kertoo perheen arjesta. Se näyttää millaista elämä on vakavasti sairaan lapsen kanssa, ja mihin kaikkeen ihmisen aika ja voimat riittävät, kun niitä tarvitaan. Dokumentti avaa äidin ja isän ajatuksia elämästä ja tulevaisuudesta.

Perhe sai dokumentista paljon hyvää palautetta niin läheisiltään kuin muiltakin sen nähneiltä. Heille ohjelmaan mukaan lähteminen oli valinta, jota he eivät ole missään vaiheessa katuneet. Suurin syy mukaan lähtemiseen oli vertaistuen tarjoaminen.

Dokumentin avulla katsojalla on mahdollisuus ymmärtää emotionaalisesti tuntemattoman ihmisen maailmaa. Juuri siinä piilee dokumentin voima. ( Webster, 1998, 163.)

Dokumentille ei missään vaiheessa tavoitellut sensaatiohakuista tunteilla mäsäilevää kerrontatapaa. Pääasia oli, että dokumentti kertoo todellisesta elämästä iloineen ja suruineen. Dokumentti koostuukin elokuvamaiseen tyyliin erilaisista kohtauksista, joista jokainen tuo esille tietyn näkökulman. Tämän takia informaatio kulkee selkeästi alusta loppuun saakka. Ohjelma poikkesi melkoisesti Silminnäkiässä aiemmin nähdyistä dokumenteista.

Erityisen hyvää oli kohtauksiin perustuva käsikirjoitus. Ohjelmassa ei ollut ns. perinteistä haastattelua, joka olisi kuvitettu. Ohjelmasta syntyi tämän vuoksi vahva läsnäolon tuntu. Hyvää oli myös toteava puhetyyli. Ohjelmassa ei mässälty tunteilla tai vaikeuksilla, vaan käsiteltiin niin rauhallisen lakoniseen tyyliin. (Valkeaniemi, 2012a.)

#### 4.1 Veikan tarinan kehittäminen

Veikan tarina sai alkunsa Turun ammattikorkeakoulun journalismin koulutusohjelman dokumenttikurssilla, jossa jokaisen tuli kehitellä 10-minuuttinen dokumentti. Jokainen kurssilainen pitchasi oman ideansa muille, ja niistä valittiin kurssilla toteutettavat dokumentit.

Veikka perheineen on minulle tuttu. Olen seurannut heidän elämäänsä melko läheltä ja koin, että tässä on aihe, josta haluaisin kertoa muillekin. Veikan tarina valittiin yhdeksi toteutettavista dokumenteista.

Se, että tuntee perheen, josta aikoo tehdä dokumentin, on toisaalta hyvä, toisaalta huono asia. Alusta asti oli tärkeää, että luottamus on molemminpuolista. Luottamussuhteen luominen kesti totuttua lyhyemmän ajan, koska emme olleet aivan vieraita toisillemme. Työparini Anna Mellin ei tuntenut perhettä entuudestaan. Hänen oli siis luotava suhde perheeseen ennen kuvauksia. Tämä sujui kuitenkin ongelmitta.

Lyhyen dokumentin valmistuttua kurssin pitäjä, freelancertoimittajana toimiva Esa Silander, halusi kaupata dokumenttia Ylen Silminnäkijään. Hän oli yhteydessä Hannele Valkeeniemeen ja sopi meille kaikille yhteisen tapaamisen. Tapaamisessa Valkeeniemi vakuuttui siitä, että ohjelman tarina on kertomisen arvoisen.

Websterin (1998, 158) mukaan on hyvin tärkeää, että toimittaja tietää ennen dokumentin kuvaamista päähenkilöstään ja aiheestaan mahdollisimman paljon. Näin hän pystyy perusteellisesti suunnittelemaan sen, mitä täytyy kuvata ja mitä taas voi jättää pois ilman, että tarina kärsii. 10-minuuttisen dokumentin teko ennen Silminnäkijään tulevaa dokumenttia oli todella hyödyllistä. Sen tekoprosessin aikana selvisi selkeästi, mitä katsojille pitää näyttää pidemmässä tv-dokumentissa. Perusteellisen taustatyön ja vanhempien haastatteluiden jälkeen oli helppo aloittaa Poikamme Veikan käsikirjoittaminen.



## 4.2 Ideasta kuviksi

Joidenkin dokumentaristien mukaan dokumenttielokuvaa ei voi käsikirjoittaa. (Aaltonen, 2006, 126) Voikin olla, että perinteistä dokumenttielokuvaa saattaa olla vaikea käsikirjoittaa täysin etukäteen, mutta tv-dokumentille on hyvä olla käsikirjoitus. Käsikirjoitus tulee näyttää tuottajalle, jotta hän tietää mitä odottaa. Ilman kunnollista käsikirjoitusta ei tv-dokumenttia oikein voi lähteä työstämään. Aikaa on kuitenkin aina rajallisesti ja on tärkeää, että muistaa kuvata kaiken sen minkä haluaakin näyttää.

Poikamme Veikan käsikirjoittaminen oli melko luontevaa. 10-minuuttisen dokumentin valmistuttua, tiedettiin mitä asioita kannattaa sisällyttää mukaan ja mitkä voidaan karsia pois. Toki perheen elämässä kuvattavaa ja kerrottavaa olisi paljon enemmän kuin mihin aika Silminnäkijän ohjelmapaikalla riittää. Tämän vuoksi jouduimme tekemään muutamia kompromisseja kuvausten aikana.

Käsikirjoitus oli melko perusteellinen. Dokumentti perustuu kahteen päivään. Se on reality-tyylinen kertomus perheen arjesta. Kaksi päivää jaettiin aamusta iltaan erilaisiin kohtauksiin. Kohtauksista jokainen kertoi pienen palan Veikan elämästä. Kahteen päivään jakaminen tuntui järkevältä vaihtoehdolta, sillä näin pystyy näyttämään normaalia arkea, sekä sen miten erilaiset Veikan hoitoon liittyvät asiat rytmittävät perheen arkea. Tavallaan kyseessä on siis jonkinlainen seurantadokumentti, vaikkakin perheen elämää seurattiin vain suhteellisen lyhyen aikaa.

Käsikirjoituksen valmistuttua kuvauspäivät jaettiin ja päätettiin, mitä kuvataan milloinkin. Yhteen kuvauspäivään ei suunniteltu kuvattavaksi kohtuuttoman montaa kohtausta, sillä kun pääosassa on pieni lapsi on toimittava hänen ehdoillaan.

Kuvaukset hoidettiin viidessä päivässä, kahden viikon aikana. Kaiken kaikkiaan kuvauksiin varattu aika oli kymmenen päivää. Kun päähenkilönä on sairas lapsi, tulee suunnitelmien muutoksiin varautua hyvissä ajoin. Kuvaukset hoidettiin täysin Veikan ehdoilla. Hänen jaksamisensa oli tärkeintä ja siksi kuvausaikatau-

lut suunniteltiin joustaviksi. Silloin kun kaikki sujui ongelmitta kuvattiin mahdollisimman paljon. Joskus jopa aiottua enemmän. Sitten taas seuraavalla kerralla saattoi jättää jotain kuvaamatta.

Perheen sitoutuminen dokumentin tekoon helpotti todella paljon kuvausten suunnittelua ja valmistelua. Olin aktiivisesti yhteydessä Veikan vanhempiin. Pidin heidät ajantasalla koko prosessin ajan. Tiivis yhteistyö perheen ja toimittajan välillä auttaa luomaan rennon ja luotettavan tunnelman myös kuvauksiin. Kun jokainen tietää, millaista lopputulosta ollaan hakemassa, kaikki sujuu hyvässä yhteishengessä.

Tarina rakennettiin hieman realitymaiseen tyyliin. Tähän päädyttiin siksi, että haluttiin näyttää mahdollisimman aito ja realistinen kuvaus perheen elämästä. Perinteinen haastattelu+kuvitus olisi syönyt ohjelmasta paljon. Näkeminen on aina tehokkaampaa kuin kertominen. Varsinkin tässä tapauksessa, sillä erilaiset lääketieteelliset termit sekä Veikan saamat hoidot, eivät monelle katsojalle avaudu ilman asian näyttämistä käytännössä. Kohtaukset rakennettiin niin, että niissä puhe tuntui luonnolliselta. Perinteistä haastattelua ei käytetty lainkaan. Toisin sanoen vanhemmat selostivat kameralle omaa toimintaansa, eivätkä vain vastailleet toimittajan kysymyksiin. Tällainen kuvaustyyli saa katsojan uppoamaan tarinaan syvemmin, sillä hänelle tulee tunne siitä, että hän on itse läsnä.

#### 4.3 Veikan tarinan markkinointi

Aloitimme Poikamme Veikan markkinoinnin Twitterissä sekä Facebookissa hyvissä ajoin ennen dokumentin ensi-iltaa, sillä toivoimme intensiivisen markkinoinnin tuovan katsojia. Markkinoinnista vastasi työparini Anna Mellin, joka päivitti aktiivisesti sosiaalista mediaa. Sosiaalisessa mediassa kerroimme kuvauksista ja loimme seuraajille odotuksia tulevasta. Markkinointi oli aika tiivistä, mutta sosiaalisen median tapaan lyhyttä. Markkinoimme molemmat dokumenttia omilla henkilökohtaisilla sosiaalisen median sivuillamme, mutta päivityksiä lisät-

tiin myös Silminnäköjän Facebook-sivulle. Markkinointia hoidettiin tietenkin myös sosiaalisen median ulkopuolella.

Ensimmäisen kuvausviikon aikana (15.2.2012) ohjelma tuli saada lehtien tietoon. Tätä varten kirjoitettiin tiivis (otsikko+ 23 merkkiä) lause, joka kertoo tulevasta dokumentista oleellisen. Lause kiteytyi muotoon: Mitä vanhemmuuteen sitoutuminen vaatii, kun elämä on 2-vuotiaan käsissä? Lauseen tuli olla mielenkiintoa herättävä, mutta ei kuitenkaan liian paljastava. Tällaisen lauseen keksiminen on yllättävän vaikeaa, varsinkin kun kuvauksia oli takana vasta kolmen päivän ajalta. Tämä todistaa sen, että toimittajalla tulee koko ajan olla todella selkeä kuva siitä, mitä hän dokumentillaan haluaa kertoa. Jos tämä ajatus on hämärä, on markkinointi myös vaikeaa.

29.2.2012 ilmestyi ohjelman pidempi esittely. Laadittiin lehdistötiedote kuvineen. Tiedote sisälsi muutamia lainauksia itse ohjelmasta, ja raotti jo hieman tarkemmin sitä, mitä dokumentti tulee näyttämään. Lehdistötiedote avasi perheen elämää tarkemmin. Siinä kerrottiin tarkemmin Veikan sairaudesta ja siitä miten se vaikuttaa perheen arkeen. Veikka ei syö suun kautta juuri mitään, joten hänelle annetaan suonensisäistä ravintoa. Lääkkeiden ja ravinnon antaminen rytmittävät perheen elämää. Perheen pitää myös välttää muun muassa suuria kauppa-keskuksia niiden aiheuttaman infektiovaaran takia. Veikan vastustuskyky on niin heikko, että pienikin flunssa voi pahimmassa tapauksessa johtaa sairaalahoitoon.

Lehdistötiedotteen tulee olla kiinnostuksen herättävä, joten sen tulee vedota tunteisiin. Lehdistötiedotteessa oli muutamia satasia itse ohjelmasta. Näin luodaan odotuksia siitä, millainen tuleva dokumentti on. Tarkoitus ei ollut näyttää sensaatiomaista mässäilyä, johon tällaisessa dokumentissa voisi hyvinkin sortua. Oli kuitenkin alusta saakka selvää, että ohjelma on kuvaus perheen elämästä, ei sensaatiohakuinen tarina sairaan lapsen perheestä.

21.3.2012, eli ohjelman esityspäivänä Yle uutisten sivuille tehtiin uutinen aiheesta. Uutinen kertoi erityislasten vanhempien saamasta tuesta, tai parem-

minkin sen puutteesta. Tämän uutisen tarkoitus oli pohjustaa aihetta iltaa varten. Se ei kertonut mitään itse ohjelmasta, mutta kertoi niistä ongelmista, joita dokumenttiin ei saatu mahtumaan. Asia koettiin kuitenkin niin tärkeäksi, että se päätettiin sijoittaa erilliseen uutiseen. Uutisen otsikkona oli: Erityislasten vanhemmille tarjotaan avuksi jopa huostaanottoa. Uutinen kertoi niistä ongelmista joita erityislasten vanhemmat kohtaavat. Avun saaminen on usein vaikeaa. Vertaistuen merkitys on siis erityislasten vanhemmille todella tärkeää, sillä apua on muuten joskus liian vaikea saada.

Markkinointi oli tiivistä koko prosessin ajan. Se hoidettiin täysin uusien vaatimusten mukaisesti. Kuten Valkeeniemi (2012a) totesi luvussa 3.4 uuden tavan mukainen markkinointi tuottaa toimittajille entistä enemmän työtä. Enää ei riitä se, että tekee jutun ja julkaisee sen. Markkinointi on osa prosessia.

## 5 SILMINNÄKIJÄN TODELLINEN MUUTOS

Silminnäkijän toimittajat ovat ottaneet muutoksen jokainen omalla tavallaan. Toisille se on ollut mielenkiintoinen ja mukava muutos omaan työskentelyyn, ja toiset taas eivät koe sen vaikuttaneen omaan työskentelyynsä juuri lainkaan. Hakkaraisen mukaan (Hakkarainen Jari. henkilökohtainen tiedonanto. 24.10.2012) Silminnäköjen toimitus on kuitenkin sellainen, missä suuri osa toimittajista tekee juttuja myös muualle. Toiset tekevät Silminnäköjen ohella esimerkiksi Ajankohtaista kakkosta. Hänen mukaansa nuorennusleikkaus on tuottajan määrittelemiä tavoitteita, joita jokainen toimittaja toteuttaa oman harkintansa mukaan.

Nuorennusleikkaus on tuottajan tahtotila, jota toteutetaan tekijän mukaan. Mitään pakkokeinoja ei ole käytetty. Se voi näkyä aihevalintoina ja kuvaus + editointityyleinä. Muutos on voimakas sana, ehkä tuottaja näkee muutoksen tapahtuneen, mutta minä puhuisin suunnan arvioinnista. Ei minun jutut ole muuttuneet miksiäkään. (Hakkarainen, 2012.)

Annetut muutosehdotukset ovat saaneet toimittajilta hyvän vastaanoton. Kukaan ei tyrmää muutosehdotuksia ja ajatusta siitä, että tulevaisuudessa panostetaan entistä enemmän nuoriin katsojiin, joita ohjelmalla toki on ollut aiemminkin. Kovin suuria muutoksia ei kuitenkaan kenenkään mielestä ole havaittavissa.

Tekijäkunta on sama, muutos ei liene ihan niin radikaali. Ehkä hyvä niin? (Assulin Ami. henkilökohtainen tiedonanto. 16.10.2012.)

Ohjelman kattaus on kuitenkin toimittajien mielestä entistä nuorekkaampi. Eriyisesti tämä näkyy heidän mukaansa aihevalinnoissa sekä työskentelyssä editin puolella. Jokainen kertoo panostavana enemmän kuvalliseen kerrontaan sekä nuoria kiinnostaviin aiheisiin. Asiantuntijoita on vähennetty ja samoin spiikkien määrää. Uudet työtävät eivät ole saaneet murskaavaa kritiikkiä, vaikka monet ovat huomanneet sen aiheuttavan entistä enemmän työtä.

Jos oletus on, että kamera on silminnäköjen ja siksi käy mahdollisimman paljon, myös materiaalia kertyy enemmän läpikäytäväksi, se vie aikaa, mutta johtaa yleensä parempaan lopputulokseen. (Assulin, 2012.)

Nuorten kosiskeleminen katsojiksi ei välttämättä ole vaikuttanut toimittajien työskentelyyn niin paljon kuin tuottaja olisi toivonut. Monikaan toimittajista ei myönnä, että toimintatavat olisivat radikaalisti muuttuneet. Muutosta kyllä vie-dään eteenpäin. Kukin hioo muutosta omalla kohdallaan niin kuin parhaaksi näkee. Toiset ajattelevat aiheiden kautta, toiset haluavat erilaista kuvakerron-taa. Suurin osa kuitenkin uskoo, että nuoriin vetoavat jutut jotka kiinnostavat heitä. Kuvakerronnan merkitys ei kaikkien mielestä ole niin suuri.

Luotan siihen että myös nuoret osaavat katsoa perinteisen elokuvakerronnan keinoin toteutettua juttua, jos aihe kiinnostaa. (Hakkarainen, 2012.)

Ohjelmien suuntaaminen nuoremmille katsojille, on myös saanut toiset ajatte-lemaan sen vaikutuksia vanhempiin katsojiin. Vaikka Valkeeniemen (2012a) mukaan ohjelmaa ei olla muuttamassa nuoriso-ohjelmaksi on joillakin toimittajil-la pelko siitä, että vanhemmat katsojat unohdetaan nuorennusleikkauksen kes-kellä.

Välillä se harmittaa, että iso joukko iäkkäämpiä ihmisiä jää pois kohderyhmästä. Heitä kuitenkin kiinnostavat syvemmälle pureutuvat ohjelmat ja aiheet. (Malm-berg Nina. henkilökohtainen tiedonanto. 16.10.2012.)

Silminnäkijän tuottajan Hannele Valkeeniemen (2012b.) mukaan ohjelman muu-tos ei ole tähän mennessä ollut aivan niin suuri kuin hän tuottajana olisi sen toi-vonut olevan. Hänen mielestään kerronnassa on edelleen perinteistä ajankoh-taisdramaturgiaa eli spiikki- haastattelu-kuvituskuvat tyyliä, josta ohjelma tahtoo eroon. Toisin sanoen muutos on vasta alussa. Suurin syy siihen miksi ohjelma muuttuu hitaalla tahdilla on Valkeeniemen (2012b.) mukaan se, että yksittäinen toimittaja tekee vuodessa vain yhdestä kahteen ohjelmaa Silminnäkijään. Tä-män takia uusien toimintatapojen omaksuminen on haastavampaa.

Yksi suurista haasteista on internet. Valkeeniemen (2012b) mukaan nettiläsnä-olo on edelleen monelle kokeneelle journalistille outo, ja sen omaksuminen ot-taa aikansa. Monikaan toimittaja ei ole tottunut avaamaan omaa työprosessiaan muille. Syynä saattaa olla pelko siitä, että kiinnostava ja vaivalla etsitty aihe päätyy julkisuuteen muuta kautta. Kuitenkin juuri avoimuutta vaaditaan uuden tavan mukaisessa markkinoinnissa, sillä tekijöiden tulee tehdä sosiaaliseen mediaan erilaisia päivityksiä sekä jakaa erilaista lisämateriaalia tulevasta ohjel-

masta. Avoimuudesta on hyötyä myös tekoprosessin aikana. Kuten luvussa 3.3 tuli ilmi, Vehkoon (2011, 60) mielestä on suotavaa, että toimittajat ulkoistavat tehtäviään sellaisille ihmisille, joilla saattaa olla kyseisestä asiasta enemmän tietoa kuin itse toimittajalla. Nykyään toimittajuus ei voi olla vain yhdensuuntaista.

Kaikille Silminnäkijän toimittajille nettiläsnäolo tai lisämateriaalin tuottaminen ei kuitenkaan ole ongelma. Nina Malmbergille Facebook on osoittautunut todella arvokkaaksi työvälineeksi. Eikä hän koe lisääntyvää internetin käyttöä lainkaan huonona asiana työn kannalta.

Monta kertaa en ole saanut haastateltavia mitään muuta kautta kiinni kuin Facebookin kautta. Kyse on silloin vaikeammista aiheista. (Malmberg 2012.)

Tuottajan mukaan ongelmallista on saada jokainen toimittajat innostumaan internetin mahdollisuuksista. Toimittajat joita haastattelin, eivät kuitenkaan näe samanlaista ongelmaa kuin tuottaja.

Ei ole uusi asia, olen erilaisissa ohjelmaprojekteissa käytännössä joutunut hoitamaan myös tiedotusta ja markkinointia - ihan tuotesuunnittelua, siis mainoslahjoja, myöten. Tähän on tullut se lisä, että tykätään ja peukutetaan omia juttuja FB:ssä. (Hakkarainen, 2012.)

Ei riitä, että teet journalistisen työsi oli se sitten lehtijuttu, tv-ohjelma tai radio-ohjelma. Siihen liittyy nettiteksti ja tietynlainen vuorovaikutteisuus somen kautta vahvasti. (Malmberg, 2012.)

Myöskään Ami Assulinia oman jutun markkinointi ei haittaa, jos se hoidetaan esimerkiksi ohjelman omien sivujen kautta. Toimittajat hoitavat kuitenkin markkinointia myös oman henkilökohtaisen profiilinsa kautta. Siinä Assulin näkee ongelman.

Se ei tunnu kovin hyvältä. Moni on sielläkin ilmaissut nimenomaan, etteivät halia markkinointipäivityksiä kavereiltaan. ( Assulin 2012.)

Sosiaalinen media nähdään siis Silminnäkijän toimituksessa hyvänä kanavana. Tosin jokainen päättää sen, miten paljon ja millä tavalla omaa juttuaan markkinoi. Assulinin (2012) mukaan suuren osan markkinoinnista hoitaa kuitenkin tuottaja sekä tuotantokoordinaattori. Hakkaraisen (2012) mukaan on hyvä asia, että

yleisön kokemukset ja yleisön tiedon merkitys nousee vahvemmin esille toimituksissa.

Pikkuhiljaa kansalaismielipide voi olla osallisena koko journalistisessa prosessissa aiheenvalinnassa, toteutuksessa, näkökulman kehittäjänä, eikä pelkästään irrallisena "katukomenttina". Tässä sosiaalinen media on uusi väline, mutta sen ongelma on laadullinen, tarkoitan nimekkien takaa tulevaa pölinää, mutta sitä voi käyttää myös asialliseen toimitustyöhön. (Hakkarainen 2012.)

Kohtausajattelu on tuottajan mielestä tuonut haasteita ohjelman tekijöille. Uudenlainen toimintatapa vaatii enemmän suunnittelua ja valmistelua kuin perinteinen spikki-haastattelu -toimintatapa.

Itse olen vanhan liiton ihminen: teen juttuja tärkeistä asioista, minusta nuoria ei tarvitse kosiskella räiskimällä efektejä siten, ettei lopulta toimittajakaan ymmärrä mikä viesti kuvan ja äänen yhdistelmällä syntyy. Nuoret eivät ole erillinen heimo, jota tulisi maanitella joillakin tempuilla, vaan yhtä lailla heterogeeninen ryhmä kuten muukin yleisö. Elämäntilanteen mukaan eri asioiden kiinnostus vaihtelee, mutta kiinnostavia asioita on myös ikään katsomatta. Eli en ole antanut tämän nuorennusleikkauksen häiritä, sisältö ratkaisee. (Hakkarainen 2012.)

Valkeeniemen (2012b) mukaan rutiini- ja kiiretilanteessa on helpompi toimia niin kuin aina ennenkin on toimittu. Ajan puute ja kiire ovat siis osittain syinä siihen, että Silminnäkökijän muuttuu hitaasti.



## 6 YHTEENVETO

Opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää ajankohtaisohjelma Silminnäkiän kokemaa muutosta vuonna 2012. Muutosta, joka tuli ajankohtaiseksi keväällä 2012, kun Yleisradio päätti nuorentaa ohjelmistoaan. Yleisradion nuorennuksen suurin syy oli se, että Yleisradio halusi katsojikseen entistä enemmän nuoria. Nuorennusleikkauksen takia, myös Silminnäkiä joutui pohtimaan, miten vastata kanavan uusiin toiveisiin. Silminnäkiän muutoksessa panostettiin erityisesti kolmeen asiaan. Kuvakerrontaan, toimittajuuteen sekä markkinointiin.

Kuvakerronnan tuli tavoitteiden mukaan olla kohtauksiin jaettua ja nuoria kiinnostavaa. Tavoitteena on aidon dokumentoiva kuvaustyyli. Tyyli, joka saattaa sisältää erikoisia kuvakulmia sekä efektejä.

Toimittajuudelle asetettiin lisää vaatimuksia. Enemmän markkinointia ja nuoria kiinnostavien aiheiden etsimistä. Toimittajien tulee tuottaa lisämateriaalia Silminnäkiän verkkosivuille sekä sosiaaliseen mediaan. Tämä pakottaa toimittajat etsimään lisätietoa aiheesta. Aiheita miettiessään toimittajien tulee entistä tarkemmin miettiä kiinnostaako aihe nuoria.

Markkinointiin haluttiin panostaa entistä enemmän. Internet-sivuille ja sosiaaliseen mediaan haluttiin lisää materiaalia. Markkinoinnin toivottiin alkavan jo työn alkuvaiheessa. Toimittajan tulee siis markkinoida tulevaa juttuaan jo paljon ennen varsinaista ensi-iltaa.

Eri osa-alueiden muutokset ovat olleet maltillisia. Muutokset ovat olleet paljolti tekijästä riippuvaisia. Toiset ovat muuttaneet kuvaustyyliään enemmän toivottuun suuntaan kuin toiset. Myös aiheet ovat asettaneet haasteita muutoksen vaatimaan kuvakerrontaan. Kaikkia aiheita on vaikea kertoa ilman asiantuntijoita ja spikkejä. Hyvää on kuitenkin se, että niiden määrä on pyritty vähentämään.

Markkinointi Silminnäköijän Facebook-sivuilla on ollut tiivistä muutosprosessin alusta alkaen. Tulevista ohjelmista jaetaan mielenkiintoista lisämateriaalia viikoittain. Lisämateriaalin tuottamisen osalta muutos lienee melko onnistunut.

Totuus on, että Silminnäköijän muutos ei ole saavuttanut vielä kaikkia tavoitteitaan. Muutos on ollut käynnissä nyt reilun puolen vuoden ajan. Tänä aikana muutoksia on koettu, silti muutos ei ole ollut niin näkyvä kuin toivottiin.

Muutos on ollut maltillinen suurilta osin siksi, että suurin osa toimittajista tekee myös muita ohjelmia Silminnäköijän ohella. Näin ollen heidän aikansa ja innostuksensa laajaan muutokseen ei ehkä ole ollut riittävä. Kovin radikaalia muutosta ei toki alunperinkään lähdetty hakemaan. Suuntaviivat olivat hienovaraisia, mutta niillä oli selkeä päämäärä. Tätä päämäärää ei kuitenkaan aivan vielä ole saavutettu.

Muutos on aina vaikea prosessi. Niin myös tässä tapauksessa. Jokainen Silminnäköijän parissa työskennellyt on tottunut tekemään asioita omalla tavallaan. Näistä tavoista on usein vaikea päästä eroon. Totuttujen kaavojen rikkominen vaatii aikaa ja suurta panostusta asiaan. Panostus muutokseen saattaa olla vaikeaa, jos aikaa juttujen tekemiseen on muutenkin vähän. Muutos saattaa olla vaikeaa myös siksi, että kaikki eivät koe nuorennusleikkausta muutoksena. Kuten Hakkarainen luvussa 5 totesi, hänelle muutos on vahva sana. Hänen mukaansa kyse on enemmänkin suuntaviivoista. Näitä suuntaviivoja jokainen toimittaja on pyrkinyt noudattamaan omalla tavallaan.

Tarvitseeko Silminnäköijän muutoksen olla kovin voimakas? Saattaahan olla niin, että liian suuri muutos veisi ohjelmalta paljon katsojia. Ihmiset ovat kuitenkin tottuneet tiettyyn tyyliin ja liian radikaali muutos voisi olla joillekin liikaa. On hienoa, että ohjelma vastaa TV2:n toiveisiin ja on innokkaasti mukana kehittämässä ohjelmistoaan juuri nuorelle katsojakunnalle sopivaksi. On kuitenkin syytä muistaa, että ei ole olemassa aiheita, jotka eivät nuoria kiinnostaisi. Myös nuoret ovat keskenään erilaisia. Toisia kiinnostavaa politiikka, toisia muoti.

Silminnäköijän tulevaisuutta muuttuvassa mediamaailmassa on vaikea arvioida. Valkeenimen (2012b) mukaan Silminnäköijän tulevaisuus on paljolti kiinni yleis-

söstä. Jos Silminnäköjen ohjelmia pidetään kiinnostavina, jos niistä käydään keskustelua ja jos niille riittää katsojia niin internetissä kuin televisiossakin niin silloin ohjelman tulevaisuus on taattu. Hänen mukaansa ohjelmakonseptille on journalistista kysyntää jopa aiempaa enemmän. Suuri osa ihmisistä varmasti kaipaa viihteellisen journalismin rinnalle syvällisempää journalismia. Journalismia, joka kertoo tarinoita tästä ajasta.

Tulevaisuuden kannalta nyt alkanut muutos on varmasti hyvä asia. Se laittaa jokaisen ohjelman parissa työskentelevän miettimään uusia ja erilaisia toimintatapoja, joilla nuorempi ikäluokka saadaan kiinnostumaan tärkeistä asioista.

Todellisuus tuottaa yhä hätkähdyttävämpiä havaintoja, joista on syytä kertoa. Mitä kauemmas yhtenäiskulttuurista mennään ja mitä suuremmaksi ääripäiden väliset erot sekä sosiaalisesti että taloudellisesti kasvavat, sitä enemmän on tarvetta kertoa siitä. Aiheet eivät lopu. Läsnä oleva ajankohtaisdokumentaatio on myös yhä tärkeämpää, koska muualla televisiossa arki näkyy säästösyistä vähemmän, toisaalta realityn) ja toisaalta studiolaäsnäolona, puheena. (Valkeeniemi 2012.)

Kaikki riippuu tietenkin rahasta. Jos Ylen sisäinen priorisointi pitää tärkeämpänä muita ohjelmatyyppejä, silloin meille ei käy hyvin. Eli Silminnäköjen tulevaisuus riippuu paljon myös siitä, millainen arvostus pitkälle syventävälle asiajournalismille annetaan suhteessa viihteeseen tai nopeaan uutismaiseen journalismiin. (Valkeeniemi, 2012)

Tulevaisuudessa journalismin muutos jatkuu. On vaikea tietää sitä, millainen on tulevaisuuden journalisti ja millainen asema journalismilla yhteiskunnassa on. Toivottavasti vankka ja luotettava. Toivottavasti kiire toimituksissa vähenee ja toimittajille jää enemmän aikaa panostaa juttuihin. Tulevaisuudessa toimittajien tekemisessä tulee varmasti olemaan entistä enemmän avoimuutta ja mahdollisesti myös toimittajuuden ulkoistamista. Toivottavasti tulevaisuudessa saadaan entistä laadukkaampaa journalismia.

Siitä huolimatta, että tässä hetkessä on vielä paljon copy-paste -journalismia, yhä tiukemmat resurssit ja kiireisemmät aikataulut, toivon valoisampaa tulevaisuutta. (Assulin, 2012.)

# LÄHTEET

## Kirjallisuus

Aaltonen, J. 2006. Todellisuuden vangit vapauden valtakunnassa -dokumenttielokuva ja sen tekoprosessi. Helsinki. Like kustannus oy.

Korteso, K. 2010. Sano se someksi. Helsinki. Infor.

Lanas Cavada, S. 2007. TV2:n ns. dokumentaristien koulukunta 1965-1974. Teoksessa Wiio, J. (toim.) Television viisi vuosikymmentä. Suomalainen televisio ja sen ohjelmat 1950-luvulta digi-aikaan. Helsinki. Suomalaisen kirjallisuuden seura.

Nikkinen, A & Vacklin, A. 2012. Television runousoppia. Toisenlainen katse tv-ohjelmiin. Helsinki. Like kustannus oy.

Olin, K. 2011. Facebook-markkinointi. Käytännön opas. Helsinki. Talentum.

Saksala, E. 2008. Asiaa ruudussa. Tv-dokumentin anatomia. Helsinki. Like kustannus oy.

Vehkoo, J. 2011. Painokoneet seis. Kertomuksia uuden journalismin ajasta. Helsinki. Kustannusosakeyhtiö Teos.

Webster, J. 1998. Dokumenttielokuvan käsikirjoittamisesta. Teoksessa Kantola, A & Mörä T (toim.) Journalismia! Journalismia! Juva. WSOY.

## Julkaisemattomat lähteet

Assulin, A. Henkilökohtainen tiedonanto. 16.10.2012.

Hakkarainen, J. Henkilökohtainen tiedonanto. 24.10.2012

Malmberg, N. Henkilökohtainen tiedonanto. 16.10.2012.

Valkeeniemi, H. Henkilökohtainen tiedonanto. 26.6.2012a

Valkeeniemi, H. Henkilökohtainen tiedonanto 2.10.2012b '

## Internet-lähteet

Atuubi.yle.fi 2012. Täysi kymppi. Silminnäkemistä jo kymmenen vuotta, viitattu 10.9.2012

[http://atuubi.yle.fi/ajankohtaisohjelmat\\_tvssa/silminnakija/taysi\\_kymppi](http://atuubi.yle.fi/ajankohtaisohjelmat_tvssa/silminnakija/taysi_kymppi)

Pihlajamäki, R. 2011. TV2 panostaa 2012 nuorempiin katsojiin, viitattu 10.9.2012

<http://tv2.yle.fi/juttuarkisto/kakkonen-kertoo/tv2-panostaa-nuorempiin-katsojiin>

Stat.fi 2012. Teemahaastattelu, Viitattu 15.11.2012 <http://www.stat.fi/virsta/tkeruu/04/03/i>

Yle.fi 2012a. Ylen historia, viitattu 27.10.2012 <http://yle.fi/yleisradio/ylen-historia>

Yle.fi 2012b. Elokvateatterien veronalennuskuvat, viitattu 18.10.2012.

<http://yle.fi/vintti/yle.fi/elavaarkisto/indexa946.html?s=s&g=4&ag=22&t=928>

Yle.fi 2012c. Toimintaperiaatteet, viitattu 13.10.2012 <http://yle.fi/yleisradio/toimintaperiaatteet>