

Sipe Myllyniemi

Paikallisuutisia kuuleville korville

Millainen Ylen audiomuotoinen paikallisuutinen on, kun se on nuorelle yleisölle suunnattu?

Paikallisuutisia kuuleville korville

Millainen Ylen audiomuotoinen paikallisuutinen on, kun se on nuorelle yleisölle suunnattu?

Sipe Myllyniemi
Opinnäytetyö
Kevät 2022
Viestinnän tutkinto-ohjelma
Oulun ammattikorkeakoulu

TIIVISTELMÄ

Oulun ammattikorkeakoulu
Viestinnän tutkinto-ohjelma, Journalismin suuntautumisvaihtoehto

Tekijä: Sipe Myllyniemi

Opinnäytetyön nimi: Paikallisuutisia kuuleville korville

Työn ohjaaja: Satu Koho

Työn valmistumislukukausi ja -vuosi: Kevät 2022

Sivumäärä: 42 + 1 liite

Tutkielmassani selvitan, millaisia keinoja Ylen audiomuotoinen paikallisuutinen käyttää kuulostaakseen nuorelle kohdeyleisölleen suunnatulta. Tutkielmassa tarkastellaan Ylen nopeista ja syvistä uutisista valittuja audiomuotoisia paikallisuutisia. Aineistoa analysoidaan median moodit -mallilla, joka on Mats Ekströmin kehittämä malli journalistisen sisällön tarkasteluun. Mallissa on kolme perusmoodia, joiden avulla journalistisesta sisällöstä voidaan arvioida muun muassa sen tavoitteita, yleisön palvelevuutta ja tarkoitusta. Median moodit -mallissa perusmoodeja ovat attraktio, informaatio ja tarinankerronta.

Tutkielman aineistona on uutisaudioita Ylen nopeista ja syvistä uutisista, jotka ovat Ylen audiotiimin vuonna 2021 tekemää 15–29-vuotiaille suunnattua sisältöä. Aihetta käsitellään audiotiimin työtä apuna käyttäen ja tuloksia hyödyntäen. Audiotiimissä on selvitetty vuoden aikana audiomuotoisen uutisen rakennetta ja sisältöä testaamalla erilaisia tapoja tekemisessä. Kokeilujen tuloksena on luotu Yle Areenaan ”Ylen nopeet ja syvät uutiset”, joissa tekemisen ja kerronnan tapoja on kokeiltu ja kehitetty nuorta yleisöä erityisesti palvelevaksi.

Tutkielmaa varten on haastateltu Ylen audiotiimin tuottaja Nadja Mikkosta, joka on yksi tutkielman lähteistä. Hänen avullaan avataan muun muassa sitä, miten ja miksi juuri audiomuotoinen paikallisuutinen on tärkeää saada tehdyksi ja nimenomaan nuoren yleisön tavoitettavaksi.

Tutkimuksen tuloksena voidaan todeta, että nuorelle yleisölle suunnatussa audiomuotoisessa uutisessa perinteisen uutiskerronnan ja journalismin kriteerit täyttyvät, mutta uutiskerronnan tyyli on kohdeyleisölle räätälöityä. Uutiskerronnassa yhdistyvät kaikki median moodien -mallin perusmoodit ja tyyli on perinteiseen uutiskerrontaan verrattaessa vapaampaa. Uutisaudiolla merkittävä piirre on myös sen kerronnan henkilökohtaisuus, sillä toimittaja käyttää kerronnassa samaistuttavaa puhkieltä ja puhuttelee kuulijaa sekä pyytää kuulijaa osallistumaan uutisaiheeseen kertomalla omia kokemuksiaan aiheesta.

Asiasanat:

audiovisuaalinen viestintä, kuuntelutottumukset, journalismi, nuoret uutistenkuluttajana, uutisaudio, audio on-demand, median moodit

ABSTRACT

Oulu University of Applied Sciences
Degree Programme in Communication, Option of Journalism

Author(s): Sipe Myllyniemi
Title of thesis: Paikallisuutisia kuuleville korville
Supervisor(s): Satu Koho
Term and year when the thesis was submitted: Spring 2022
Number of pages: 42 + 1 appendice

The thesis explores the means Yle's (Finland's national public broadcasting company) audio-shaped local news uses to sounding like its made to young target audience. The thesis examines audio-format local news selected from Ylen nopeet ja syvät uutiset (Yle's fast and deep news). The data is analyzed using the media modes model, a model developed by Mats Ekström for examining journalistic content. The model has three basic modes for evaluating journalistic content, among other things, its objectives, the service and purpose of the public. In the Media Modes model, basic modes include attraction, information and storytelling.

As a result of the study, it can be noted that in audio-format news aimed at a young audience, the criteria of traditional news narrative and journalism are met, but the style of news narrative is tailored to the target audience. The news narrative combines all the perusmodes of the media modes model and the style is freer when compared to the traditional news narrative.

Keywords:

audiovisual communication, listening habits, journalism, young consumer of news, audio news, audio on-demand, media modes

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	6
2	PERINTEINEN PAIKALLISUUTINEN EI TAVOITA NUORTA	8
2.1	Yleen liittyvää yleisesti	8
2.2	Uutisia.....	9
2.3	Ei mikään uutispodcast, vaan uutisaudio.....	10
2.4	Nuoret uutisten kuluttajina	11
2.5	Audio uutiskerronnassa	13
3	KUUSI AUDIOTA MOODIANALYYSIIN.....	16
4	MOODEJA NUORTEN UUTISISSA	19
4.1	Onko BCAA-bullshittiä? – THL ruttaa energiajuomat.....	19
4.2	Millainen on yöelämä pandemian jälkeen?.....	21
4.3	Seksi Temppareissa toi sinkkunaiselle vihaa, miehelle kehuja – miksi?.....	22
4.4	30 vuotta sitten 7 varusmiestä hukkui, eivätkä pelastuneet saaneet jälkihoitoa	24
4.5	Viikon kivat uutiset Pirkanmaa, viikko 33.....	28
4.6	Leikitkö Squid Gamea koulussa? Seuraukset voivat olla ahdistavia – opettaja kertoo, miksi	29
5	PÄÄTELMÄTJÄ POHDINTA.....	31
5.1	Uutisesta audiomuotoinen uutistarina	31
5.2	Attraktion erikoislaatusuus uutiskerronnassa.....	33
5.3	Audiomuotoisen uutisen erilainen tapa informaatioon	34
5.4	Pohdintaa nuoren yleisön uutisisällöstä	35
	LÄHTEET.....	38
	TUTKIMUSAINEISTO	41
	LIITE	42

1 JOHDANTO

Nuoriso kulkee kuulokkeet korvilla kuunnellen musiikkia ja podcasteja, mutta mitä jos luurien kautta nuoren korviin saataisiinkin syötettyä yhtä helposti tärkeimmät uutiset paikallisesti? Opinnäytetyö-säni selvitän, millaisia keinoja Ylen audiomuotoinen paikallisuutinen käyttää tavoittaakseen nuoren yleisön ja löytääkseen tiensä 15–29-vuotiaan luureihin kulutettavaksi.

Audiot ovat kehittymässä vastaamaan perinteistä nettiuutista, mikä tuo omat haasteensa uutisaudion rakentamiseen. Audiossa asiassa palaaminen on erilaista kuin tekstissä, josta on helppo lukea haluttu kohta uudelleen. Audiomuotoisessa uutisessa kerronnan täytyy olla niin älykästä, että kuulija koukuttuu kuuntelemaan uutisen loppuun ja saa siitä halutun informaation. Tähän haasteeseen tartuttiin Ylellä kevättalvella 2021, kun Ylen audiotiimi perustettiin ja ”Ylen nopeet ja syvät uutiset” saivat alkunsa. Saman vuoden marraskuun puolivälin tienoille mentäessä audiomuotoisia paikallisuutisia nuorelle yleisölle on julkaistu Yle Areenassa vajaan 250 audion verran. Ylen Nopeet ja syvät uutiset ovat kehittyneet ja uutiskerronnantyyliä on hiottu yksityiskohtia myöten.

Ylen nopeiden ja syvien uutisten sekä tutkimukseni aiheen pariin olen löytänyt työskennellessäni Ylellä. Tutkielmaani varten olen haastatellut Ylen audiotiimin tuottaja Nadja Mikkosta ja käytän haastattelua tutkielman yhtenä lähteenä (ks. haastattelukysymykset liite 1). Keskustelumme ja oman pohdintani myötä olen oivaltanut, millaisen asian ja uutistekemisen äärellä ollaan. Nuoret selaavat kätevästi paikallisia aiheita Jodelista tai muualta somesta, mutta mitä jos samat asiat uutisoitaisiinkin niin sanotusti virallista kanavaa pitkin nuorille?

Ennen varsinaista tutkimustani käyn läpi jo olemassa olevia tutkimuksia siitä, miten nuoret kuluttavat uutisia, millainen sisältö ja missä välineessä heille toimii parhaiten. Pohdin myös syitä sille, miksi nuoret ovat vaikeasti tavoitettava yleisö ja miksi juuri audiomuotoinen uutinen on kehitettävän arvoinen innovaatio nuorelle yleisölle uutisten kulutuksen välineeksi. Varsinaisessa tutkimuksessa analysoin Ylen nopeita ja syviä uutisia Mats Ekströmin kehittämällä median moodit -mallilla, jonka Minna Aslama esittelee artikkelissaan ”Tietoisku, tarina vai nähtävyys? suomalaisen televisiojournalismin moodeista”. Tässä journalistisen sisällön arviointiin kehitetyssä mallissa perusmoodeja ovat attraktio, informaatio ja tarinankerronta (Aslama 2005, 59).

Tutkimukseni aihe on minulle omakohtainen, sillä olen työskennellyt radion ja audion parissa sekä huomannut, kuinka vaikeaa erityisesti nuoren yleisön tavoittaminen pelkästään haastatteluun on. Erityisesti uutisdeskissä työskenneltäessä aikaa ei yksinkertaisesti löytynyt aina siihen, että nuorta yleisöä koskevaan aiheeseen olisi ehditty tavoittamaan itse nuori kokijaksi. Prioriteettilistalla usein ylempänä oli se, että aihe saadaan uutisoitua mahdollisimman pian.

Nyt audiotiimissä on käytetty erityistä vaivaa ja tehty työtä sen eteen, että nuorille suunnattuihin aiheisiin etsitään itse nuori ääneen kaikin keinoin. Lopulta nuorten löytyminen on vain helpottunut, sillä verkostot ovat laajentuneet ajan saatossa. On myös kiinnitetty erityistä huomiota siihen, että uutiset tehdään sellaisena kuin nuoret niitä haluavat kuluttaa. Vaikka nuorten tavoittaminen on ehkä hankalaa, tekemällä ja toimintatapoja kehittämällä siitä on tullut sujuvaa. Uutisaudioita saadaan julkaistua odottamattomaan tahtiin. (Mikkonen 2021.)

Nuorelle kiinnostavasti ja kohdennetusti tehty uutinen on helpommin sanottu kuin tehty. Millainen Ylen audiomuotoinen paikallisuutinen siis on, kun se on nuorelle yleisölle suunnattu? Tutkimuksesani selvitän asiaa analysoimalla, millaisia median moodien -mallin muotoja audiokerronnassa esiintyy ja miten havaitsemani moodit tekevät audiosta nuorelle yleisölle suunnatun. Tutkimuksesani etsin vastauksia asiaan seuraavien kysymysten avulla: Mikä on audion viestinnän tavoite? Mikä on yleisön eli tässä tapauksessa nuoren yleisön tarve? Millainen on journalismin tai journalistin rooli jutussa? Millainen rooli yleisölle rakentuu jutussa? Mikä on niin sanottujen kolmansien osapuolien eli haastateltavien rooli jutussa?

2 PERINTEINEN PAIKALLISUUTINEN EI TAVOITA NUORTA

Tässä luvussa esittelen tutkielmani keskeiset käsitteet ja tietoperustan. Ensiksi avaan tutkielmani käsitteet, joita ovat Yle ja Ylen paikallistoimitukset, Ylen audiotiimi, Yle Areena, uutinen, paikallis-uutinen, uutiskriteerit, audio, audio on-demand, podcast ja nuori yleisö. Lopuksi käyn läpi aiheeni tietoperustan, minkä avulla avaan erityisesti sitä ajatusta, miksi nuoret tarvitsevat omat uutiset.

2.1 Yleen liittyvää yleisesti

Yle, virallisemmin Yleisradio Oy, on verorahoitteinen Suomen valtion julkinen palvelu. Tutkielmassani viittaan Yleisradioon sanalla Yle. Laki määrittelee Ylen tehtävät niin, että Ylen sisällön tulee olla jokaisen suomalaisen saatavilla missä tahansa radiossa, televisiossa ja verkossa riippumatta sukupuolesta, varallisuudesta tai vaikkapa iästä (Yleisradio 2019). Jo lakitasolla on siis selvää, että juuri tutkielmani tutkimuksen päähenkilöt, nuori yleisö, ovat hekin Ylen yleisöä ja heidän tavoittamisensa uutisoinnilla on tärkeää. Ylen slogan kertoo, että se on ”Kaikille yhteinen, jokaiselle oma” (Yleisradio 2020). Tutkielmassani tarkasteltavat audiomuotoiset paikallisuutiset ovat Ylen sisältöä juuri nuorille ja siksi tehdään räätälöidysti juuri heille.

Kaikkien tutkielmassani käsiteltävien audiomuotoisten uutisten takana on Ylen audiotiimi, joka muodostuu vaihtelevasta määrästä Ylen paikallistoimituksien toimittajia. Audiotiimin vetäjä on Ylen Suomi-deskissä työskentelevä audiotuottaja Nadja Mikkonen. Muut toimittajat ovat mukana niin sanotun normaalin paikallistoimituksen työskentelynsä ohella. Audiotiimi on perustettu alkuvuonna 2021, jolloin kaikki tekeminen aloitettiin tyhjästä. Mikkonen kertoo, ettei tarkoita sitä, etteikö Yleltä olisi saanut dataa tai apua. Sellaista ei ollut ja kaikki aloitettiin tyhjästä. Pilottiprojektissa alettiin luomaan jotain podcastin ja sähköuutisen välimaastoon sijoittuvaa hybridimallia, jonka tuloksena saataisiin paikallisuutinen paketoitua audiomuodossa nuorelle yleisölle. (Mikkonen 2021.)

Ylen nopeita ja syviä audioita julkaistaan tällä hetkellä ainakin Yle Areenaan, joka on Ylen oma suoratoistopalvelu, jonne julkaistaan suurin osa esitetyistä ja kuulluista Ylen ohjelmasisällöistä. Yle Areena on myös Suomen suurin suoratoistopalvelu (Yleisradio 2021 b.), joten moni suomalainen todennäköisesti on löytänyt tiensä Areenaan tavalla tai toisella ainakin joskus.

Mitä tutkielman nuori yleisö sitten on? Yksinkertaisuudessaan tarkoitan nuorella yleisöllä samaa nuorta yleisöä, jota Ylen syvillä ja nopeilla uutisilla tavoitellaan. Tässä määritelmä nuorelle yleisölle on 15–29-vuotiaat ja tarkemmin määriteltynä paikalliset tämän ikäiset nuoret. (Mikkonen 2021.) Nuoren yleisön määritelmä on tässä tapauksessa todella laaja, mikä osaltaan vaikeuttaa aiheen tutkimista. Laajan ikähaarukan sisään mahtuu niin monen ikäisiä henkilöitä, että uutisten kulutus ja kiinnostuksen kohteet vaikkapa aiheissa vaihtelevat paljon.

2.2 Uutisasiaa

Ylen sisällöstä yksi osa-alue on uutisointi ja nimenomaan paikallisuutisointi, jota 24 Ylen paikallistoimitusta ympäri Suomen tekevät alueensa aiheista (Yleisradio 2014). Paikallisuutinen määritellään perinteisimmin maantieteellisellä sijainnilla ja sen myötä paikallisesti merkittävyydellä. Paikallisuutisen määritelmä on kuitenkin myös paljon muuta, sillä paikallisuutinen voi myös olla paikalliseen perspektiiviin tai ajatusmaailmaan sopiva. Paikallisuutisen tärkein tehtävä on kuitenkin kertoa paikallisille tärkeimmät uutiset alueelta. Ylellä paikallisuutisia nostetaan myös valtakunnalliseen leveykseen, mikäli ne ovat myös tällä tasolla merkittäviä. (Jussila 2002, 31–32.)

Oli uutinen paikallinen tai valtakunnallinen, uutisen siitä tekevät monenlaiset asiat. Uutisen määritelmää etsiessäni löydän monia määritelmiä, joista yhtä ainoaa on vaikea valita. Tämä kertoo uutisen merkityksen moniulotteisuudesta. Uutista ei voi määritellä yksiselitteisesti, mutta määritelmässä toistuvat kuitenkin ajankohtaisuus, merkittävä tapahtuma ja yleisön kiinnostus aiheeseen (Koivisto 2003, 3). Uutisia tarkastellessa tärkeimpiä määritelmä niille on muistaa uutiskriteerit eli mikä tekee uutisen jostain asiasta. Heikki Kuutti määrittelee Mediasanastossa uutiskriteerin olemaan asialle tai tapahtumalle annettava journalistinen merkitys, mistä syystä siitä uutisoidaan uutisena. Erityisesti kyse on ammatillisesta standardista, mikä asia ymmärretään julkaistavaksi uutisena. Uutiskriteereihin kuitenkin vaikuttavat monet asiat riippuen erityisesti uutista julkaisevasta mediasta ja sen poliittisesta linjasta, yleisestä yhteiskuntajärjestelmästä ja niin edelleen. (Kuutti 2012, 210–211.)

Paikallisuutiset itsessään ovat yksi kynnyskysymys audiotiimin pilotissa, sillä paikallisuutisointi ja nuoret eivät kulje käsi kädessä. Paikallisuutiset tavoittavat kyllä pääosin paikalliset mutta nuoret iäkkäämpiä huonommin. Paikallisuutisoinnissa merkittävässä asemassa ovat myös paikkansa paikallisessa ympäristössä vakauttaneet sanomalehdet. (Media-alan tutkimussäätiö 2020, 21–24.)

2.3 Ei mikään uutispodcast, vaan uutisaudio

Audio on tutkielmani keskeisimpiä termejä. Heikki Kuutin Mediasanastossa lähimpänä audiota on määritelmä audio mediasta eli ”ääneen perustuvasta viestintävälineestä, esimerkiksi radiosta” (Kuutti 2012, 13). Tutkielmassani tuo ääneen perustuva viestintäväline on kuunneltava audiomuotoinen uutinen.

Toinen erityisesti audiotiiminkin tekemisen perustana oleva termi on audio on-demand (AOD). Kokeukseni mukaan suorana käännöksenä termille voisi käyttää määritelmää suoratoistoaudio. Uutisoinnin pitää olla koko ajan enemmän ja enemmän ajasta ja paikasta riippumaton. Mikkonen kertoo, että Ylen nopeita ja syviä uutisiakin on lähdetty rakentamaan juuri AOD:n ajatus taustalla. Jo pelkästään se saa nuoren kuluttamaan uutisia, kun niitä ei tarvitse olla katsomassa jostain tietyistä paikasta tiettyyn aikaan, vaan ne saa kulutettua sitten, kun itselle on sopiva hetki. (Mikkonen 2021.)

Ajasta ja paikasta riippumattomia uutisaudioita tehdessä on huomioitava myös se, miksi juuri tällainen uutiskerronta on tärkeää. Selvää on, että siinä kun paikallisuutisoinnissa merkittävä uutisointikanava ovat edelleen sanomalehdet, älypuhelimet uutisten kulutuksessa ovat koko ajan vain merkittävämpiä. Ylen nopeet ja syvät uutiset halutaan tuoda nimenomaan nuoren paikallisen yleisön puhelimiin ja sieltä kuulokkeisiin. Uutisia ainoastaan älypuhelimien välityksellä kuluttavien osuus kaikista uutisten kuluttajista on koko ajan kasvussa (Media-alan tutkimussäätiö 2020, 50–52).

Paikallisuutiset halutaan siis paikallisen nuoren älypuhelimeen ja kuulokkeisiin, mutta uutispodcastia ei tehdä. Tietyllä tavalla podcast on lähellä haettua äänikerronnan muotoa, mutta Mikkonen painottaa, ettei Ylen nopeet ja syvät uutiset ole podcast. Vaikka podcast onkin netissä ajasta ja paikasta riippumatta kuunneltavissa oleva ääniohjelma ja sekään ei yleensä ole tullut ensin ulos vaikkapa radiossa (Haukkala 2019), ovat audiomuotoiset paikallisuutiset kuitenkin jotain muuta.

Tällä hetkellä Ylen nopeet ja syvät uutiset johtavat harhaan luulemaan niitä podcastiksi ehkä eniten sen vuoksi, että ne on julkaistu kaikkiin vastaani tulleiden podcastien tapaan yhdessä soittolistassa. Tämä on kuitenkin vain julkaisutekninen seikka, sillä ilman luotua soittolistaa audioita ei olisi saatu julki. Audiomuotoiset paikallisuutiset eivät ole oikeastaan jaksoja ”Ylen nopeista ja syvistä uutisista”, vaan itsenäisiä uutisaudioita omilla otsikoillaan ja uniikeilla aiheillaan. Mielestäni helpoimmin audioita voisi verrata esimerkiksi Ylen verkkoartikkeliin täysin audiomuodossa.

Tutkielmassani viittaa näihin itsenäisiin audiomuotoisiin uutisiin kokonaisuutena käyttäen nimitystä Ylen nopeet ja syvät uutiset. Sille ei löydy yhtä yksiselitteistä vastausta, millaisia nämä nuorille suunnatut audiomuotoiset paikallisuutiset sitten ovat. Audiot ovat muotoutuneet kokeilun ja tekemisen kautta. Ne ovat mitaltaan, aiheiltaan ja kerronnan tyyleiltään erilaisia. Suurin ero perinteiseen radiossa kuultavaan audiomuotoiseen uutiseen on se, että Ylen nopeet ja syvät uutiset ovat nimensä mukaan ainakin nopeampia kerronnaltaan ja niissä kuulijaa puhutellaan suoraan, mikä ei ole uutiselle ollenkaan tyypillistä. Toisinaan audioissa saatetaan myös kehottaa kuulijaa ottamaan yhteyttä puhuvaan toimittajaan, mikäli kuulijalla on esimerkiksi omakohtaisia kokemuksia tai ajatuksia juttuaiheeseen. (Yleisradio 2021 a.)

Podcastiin verrattaessa Ylen nopeissa ja syvissä uutisissa äänessä on aina toimittaja, ei juontaja. Vaikka tyyli onkin sinutteleva ja uutiseksi vapaamuotoinen ääniefekteineen, pysyvät audiomuotoiset uutiset uutisina. Tällä hetkellä Ylen nopeet ja syvät uutiset on tehty yhteen soittolistaan Yle Areenaan, mutta niitä ei sen suuremmin ole markkinoitu kohdeyleisölle. Areena on ollut siis paikka julkaista pilotin aikana kokeiltuja audioita, mutta nykyinen julkaisualusta ei vastaa sitä ajatusta ja tarkoitusta, mikä audiomuotoisilla uutisilla on. Mikkonen kuvailee, että parhaiten ideasta saa kiinni, kun ajattelee tehdyt audiomuotoiset uutiset nykyisten tv-uutisten, radiouutisten ja verkkouutisten rinnalle niin sanottuna neljäntenä vaihtoehtona. (Mikkonen 2021.)

2.4 Nuoret uutisten kuluttajina

Nuoria uutisten kuluttajina on tutkittu viime vuosina paljon. Aihe on selvästi pinnalla, sillä kaikki uutismediat tahtovat tavoittaa nuoret, ja siksi asiaa tutkitaan. Uutistyössä työskennelleet voivat samaistua kamppailuun sen kanssa, miten nuori yleisö tavoitetaan uutisoinnilla. Erityisesti Ylen lakisääteinen tehtävä on palvella jokaista yleisöä (Laki Yleisradio Oy:stä 1993/1380, 7 §), mikä kattaa myös nuoren yleisön. Kuten mikä tahansa yleisö, nuori yleisö ei ole yksi yhteneväinen massa, vaan jokainen tavoiteltava nuoren yleisön jäsen on yksi yksittäinen henkilö. Henkilön omat uutiskiinnostukset, kulutustottumukset, kärsivällisyys ja ajankäyttö vaikuttavat siihen, millainen uutinen alkuunkaan heidät tavoittaa (Alma Media 2019, 2).

Ylen tehtäviin kuuluu myös luoda ja kehittää (Laki Yleisradio Oy:stä 1993/1380, 7 §), minkä vuoksi kevättalvella 2021 perustettiin Ylen audiotiimi. Tiimin tehtävänä oli kehittää uutisshkeen, podcastin ja radiouutisten välimaastosta löytyvää hybridimallia muistuttava audiomuotoinen paikallisuutinen, joka on tehty erityisesti 15–29-vuotiaalle paikalliselle yleisölle. Audiotiimin audiomuotoisten paikallisuutisten työnimeksi Yle Areenaan luotiin ”Ylen nopeet ja syvät uutiset”, jolla nimellä ne toistaiseksi löytyvätkin. (Mikkonen 2021.)

Maaailma ja nuoret muuttuvat. Kun nyt pilotoidaan paikallisuutista audiomuodossa paikalliselle nuorelle, ei välttämättä vastaava konsepti toimi muutaman vuoden päästä enää. Siihen mennessä nuorten halut uutisten kulutukseen ovat ehkä jo muuttuneet niin, että vain ajastaan jälkeen jääneet kuuntelevat uutisensa kuulokkeistaan. Nuoret muuttuvat, mutta asiaa ei voi ajatella mustavalkoisesti vain yhden nuorisojoukkion muuttumisena, sillä nuoria ei voi tarkastella vain yhtenä tiettyyn raamiin menevänä massana. Juuri nuorten ajattelu yhtenä epämääräisenä samana massana on yksi nuorille suunnatun uutisoinnin kipukohdista. (Mikkonen 2021.)

Myös nuoret itse pitävät ajatusmallia haasteena. A-lehtien Roosa Oksanen siteeraa artikkelissaan #Nuoretmyös-hankkeeseen vastanneen nuoren ajatuksia: ”Nuoria kohdellaan yhtenä ryhmänä. Muutama valittu henkilö otetaan ääneen ja heidän mielipiteensä yleistetään kaikkiin nuoriin.” (Oksanen 2020.) Tutkielmassani syyllistyn puhumaan 15–29-vuotiaasta kohderyhmästä nuoret -termillä, mutta ajatus ei suinkaan ole tehdä edellä esiteltyä haitallista yleistystä.

Samassa artikkelissa Oksanen kertoo siitä, kuinka nuorten asioista uutisoidessa aiheesta kertovat usein kuitenkin asiantuntijat. Nuoret itse jäävät kuulematta ja aikuiset kertovat heitä koskevat asiat. (Oksanen 2020.) Nuorten oman kokemuksen ja äänen kuuluminen onkin ollut yksi seikka, johon Ylen nopeissa ja syvissä uutisissa on kiinnitetty erityistä huomiota. Mikkonen kertoo, että alkuun nuorten tavoittaminen tuntui toimittajista hankalalta ja toisia saattoi jopa turhauttaa nuorten haaliminen. Työskentelymallin kehittyessä nuoret on opittu tavoittamaan aina vain paremmin, joten ainakin näissä audiomuotoisissa uutisissa nuoria palvellaan tässä suhteessa. (Mikkonen 2021.)

Uutisaiheisiin liittyen selvää on se, että nuoret kuluttavat uutisia omien kiinnostuksien mukaan kuten kuka tahansa. Kulutukseen vaikuttaa myös ympärillä olevat ihmiset ja tottumukset. Myös uutisten saama näkyvyys ja tunteiden herättäminen tekevät niistä nuoren yleisön mielestä kiinnostavia.

Uutisia myös jaetaan vaikkapa kaveriporukan kesken. (Alma Media 2019, 4–7.) Tästä voikin päätellä, että helpommin suoraan kännyköissä olevat uutiset ovat jaettavissa ja näin ollen nuorison kulutettavissa matalammalla kynnyksellä.

Audiotiimi ei ole ainoa alle 30-vuotiaiden uutisointiin erityisesti perustettu Ylen tiimi tai toimitus, sillä vuonna 2021 perustettiin myös Ylen uutis- ja ajankohtaistoimitukseen oma nuorten toimitus, jonka tavoitteena on nimenomaan saada uutiset jokaisen alle 30-vuotiaan puhelimiin. Toimituksen tehtävä on myös erityisesti keskittyä palvelemaan nuorta yleisöä, mutta ei ainoastaan audiomuotoisten uutisten tasolla. (Puukka 2020.) Eikä nuorten uutisointiin erityisen huomion kiinnittyminen ole suinkaan sattumaa, sillä sama tavoite löytyy Ylen uudesta vuonna 2020 julkaistusta strategiasta (Yleisradio 2020).

Ylen vuosina 2013 ja 2017 Taloustutkimuksella teettämien tutkimusten perusteella ”maailmanmenosta halutaan tietää heti ja koko ajan”. Avaintekijä tässä on se, että kännyköissä uutisia on saatavilla jatkuvasti ja ne ovat nopeasti saatavilla. Tutkimuksessa Facebook oli merkittävä kanava uutisten haalimisessa. (Peltola 2018.) Kuitenkin samaan aikaan olen havainnut tutkimukseni nuoreen yleisöön kuuluvan, oman ikäluokkani kaikkoavan hiljalleen ”vanhuksien Facebookista”. Oletukseni onkin, etteivät helppous ja nopeus ole välttämättä tärkeimmät seikat, vaikka Facebookin kaltainen foorumikaan ei ole kanava nuorten tavoittamiseksi audiomuotoisilla paikallisuutisilla. En kuitenkaan oleta sitäkään, että kaikki nuoret lähtisivät Facebookista.

2.5 Audio uutiskerronnassa

Audiomuotoisten uutisten tekeminen vaikeasti tavoitetulle nuorelle yleisölle on haaste monessa suhteessa. Mikkonen kuvailee tilannetta samanlaiseksi kuin silloin, kun joku on aikanaan keksinyt, että televisioon perustetaan paikallisuutislähetys. Nyt luodaan jälleen jotain, mille ei ole olemassaan mallia, ja kaikki pitää tehdä kokeilun kautta. Pilotoinnin työnimikkeeksi luotiin ”Ylen nopeet ja syvät uutiset”, jotta kokeillut audiomuotoiset paikallisuutiset saatiin julkaistua Yle Arenassa, eikä se onnistu ilman, että keksitään ”ohjelmalle” nimi, jonka alle voidaan julkaista uusia jaksoja. Tosiasiassa Ylen nopeet ja syvät uutiset eivät ole edes yhden uutisohjelman jaksoja vaan itsenäisiä uutisaudioita itsenäisistä aiheista. Helpolla tavalla niitä voisi kuvailla samalla tavalla itsenäisiksi uutisjutuiksi kuin vaikka perinteiset verkkoartikkelit, mutta audiomuodossa. (Mikkonen 2021.)

Jos tarkastellaan audiota uutisten kerronnan muotona, Yle on välittänyt uutisia radiossa eli audiona jo 100 vuoden ajan (Yleisradio 2008). Radio kuitenkin eroaa nyt tekeillä olevasta audiomuotoisten uutisten konseptista, sillä radio on perinteisesti ollut väline suuren yleisön tavoittamiselle. Ennen huoneen nurkassa olevan suuren radion ympärille kerääntyi koko perheen ja naapureidenkin voimin kuuntelemaan. Nyt radiota ehkä kuunnellaan yksin, mutta koko kuulijakunta voi yhdessä osallistua lähetyksiin vaikka viestimällä suoraan lähetykseen.

Audiomuotoisten uutisten yksi ongelma onkin ollut se, miten uutiset saa muotoiltua yksilölle suoraan henkilökohtaiseen käyttöön. Kun uutinen viedään näin lähelle, on myös uutiskerronnan tyylissä otettava asioita huomioon. Mediasanastossa uutiselle tärkeiksi piirteiksi määritetään luotettavuus ja todenmukaisuus sekä neutraalius. Uutiselle tyypillistä on myös se, että se kerrotaan mahdollisimman nopeasti ja tiivistetysti. (Kuutti 2012, 209.) Myös STT linjaa jutun kielen ja sisällön ohjeessa, että uutisen tyylin on oltava asiallinen ja yleiskielinen. Uutisen tehtävä on tiedon välittäminen ymmärrettävästi ilman harhaan johtamista ylimääräisten, vaikkapa humorististen, elementtien vuoksi. Asiallinen voi olla kuitenkin muutakin kuin tylsä. (STT 2021.)

Audiomuotoisia uutisia tehdessä uutiskerronta on haluttu viedä nuorelle itselleen ja mahdollisimman lähelle samaistuttavaksi. Mikkonen kertoo, että myös toimittajan asemaa uutisten kertojana on pohdittu paljon, sillä yleisesti uutisointi eri medioissa perustuu ajatukseen, missä ”selvitimme” asiaa ja ”saamiemme tietojen mukaan” uutisoidaan jostain asiasta. Myös uutisten tekoprosessi jää kerrottavien asioiden ulkopuolelle, ja ollaan ainoastaan suoraan uutisasiassa kiinni. Ylen nopeissa ja syvissä uutisissa toimittaja kertoo oikeasti itse tehneensä jotain, soittaneensa jonnekin selvittääksään asiaa ja kertoo ylipäätään uutisjutun tekemisestä. (Mikkonen 2021.) Uutisten tekeminen ja kertominen tekee toimittajasta ikään kuin uutisoivan henkilön, mikä tekee samalla audiosta kuulijalle intiimimmän. Uutiset ovatkin yhtäkkiä kahdenkeskistä keskustelua.

Mikkonen kertoo, että Ylen nopeita ja syviä uutisia tehtäessä on mietitty erityisen paljon sitä, menneekö kerronnassa uutismielessä vikaan. Journalistin ohjeita on tarkasteltu useasti esimerkiksi sellaisissa tilanteissa, joissa uutiseen on liitetty mukaan ääniefektejä. Journalistin ohjeissa on selvästi kerrottu, että toimittajan tiedonvälityksen on oltava todenmukaista ja yleisön taas voitava erottaa todellinen ja epätodellinen sisältö toisistaan, eikä esimerkiksi ääntä saisi käyttää hämäävästi (JSN 2013). Onko se sitten nuoren yleisön yliarvioimista, jos ufoista kertovaan juttuun lisätään kuvitteellista ufon ääntä? Tunnistaako tai tajuaako kuulija, että kyseessä ei oikeasti voi olla ufon ääni? Mikkonen ei itsekään osaa sanoa tähän vastausta, mutta juuri tästä syystä asioita kokeillaan, ja

nuoren yleisön palaute kertoo sitten sen, onko uutiskerronnassa menty vikaan, ja tekemistä kehitetään sen mukaan. (Mikkonen 2021.)

3 KUUSI AUDIOTA MOODIANALYYSIIN

Tutkimuksessani aineistona ovat Ylen nopeiden ja syvien uutisten audiot eri ajoilta Ylen audiotiimin pilottia. Audiot ovat valikoituneet tutkimukseeni siten, että edustettuna on Ylen audiotiimin pilotista uutisaudioita, jotka ovat saaneet erityisen suuret kuuntelukerrat tai jääneet vähälle kuuntelulle. Mukana olevasta kuudesta audioista kolmella on tarkastelupäivänä 18.11.2021 ollut yli 1000 kuuntelukertaa ja kolmella alle 200 kuuntelukertaa. Edustettuna on myös audioita eri ajoilta pilottia, sillä audiotiimi on testauttanut tekemiään audioita kohderyhmälle ja kehittänyt tekemistä sen mukaan pilotin aikana. Näin tutkimuksessani olevissa audioissa on huomioitu audiotiimin tekemisen kehittyminen. Analyysissäni käsittelen audiot kronologisessa järjestyksessä niiden julkaisupäivän mukaan.

Kaikkiaan tutkimuksessani analysoin kuutta eri uutisaudiota Ylen nopeista ja syvistä uutisista:

- Onko BCAA-bullshittiä? - THL ruttaa energiajuomat (julkaistu 16.4.2021)
- Millainen on yöelämä pandemian jälkeen? (julkaistu 20.4.2021)
- Seksi Temppareissa toi sinkkunaiselle vihaa, miehelle kehuja – miksi? (julkaistu 15.5.2021)
- 30 vuotta sitten 7 varusmiestä hukkui, eivätkä pelastuneet saaneet jälkihoitoa (julkaistu 6.6.2021)
- Viikon kivat uutiset Pirkanmaa, viikko 33 (julkaistu 20.8.2021)
- Leikitkö Squid Gamea koulussa? Seuraukset voivat olla ahdistavia – opettaja kertoo, miksi (julkaistu 16.11.2021)

Vaikka valikoin audiot tutkimukseeni mahdollisimman laajalti, on analyysissä kuitenkin huomioitava se, ettei kuuden audion perusteella voi tehdä yleisiä päätelmiä. Kolmen eniten kuunnellun analyysissäni mukana olevan audion kuuntelumääriä selittää erityisesti se, että ne ovat upotettuina Ylen uutissivustolla julkaistuu samaa aihetta käsittelevään artikkeliin. Vähiten kuunneltuja audioita taas ei löytynyt linkitettyinä artikkeleihin, jotta niiden huonompi saavuttavuus yleisöön selittyy jo tällä. Vaikka Ylen nopeet ja syvät uutiset ovat 15–29-vuotiaalle yleisölle suunnattuja, ei Yle Areenassa näkyvistä kuuntelukerroista voi arvioida kuuntelijan ikää. Näin ollen kohderyhmän tavoitavuutta on todellisuudessa mahdotonta arvioida tällä perusteella.

Tutkielmassani peilaan Ylen nopeiden ja syvien uutisten audioita median moodeihin, minkä avulla analysoin audiomuotoisten paikallisuutisten kohdentuvuutta nuorelle yleisölle ja nuoren yleisön tarpeille. Mats Ekströmin kehittämässä median moodien -mallissa on kolme perusmoodia, joiden avulla journalistisesta sisällöstä voidaan arvioida muun muassa sen tavoitteita, yleisön palveluvuutta ja tarkoitusta. Mallissa perusmoodeja ovat attraktio, informaatio ja tarinankerronta. (Aslama 2005, 59.)

Attraktiossa sisältö vastaa yleisön tarpeisiin herättämällä uteliaisuuden hämmästyttämällä tai nostamalla jonkin asian erityiselle jalustalle. Attraktiomoodissa aiheesta ei useinkaan raportoida tai siitä ei tehdä reflektiota, vaan aihe esitetään erilaisena ja ainutkertaisena. Informaatiomoodi kertoo nimenä jo itsestään, sillä sen tarkoitus on suoranaisesti informoida jostain asiasta, aiheesta tai tapahtumasta mahdollisimman yleisöä palvelevalla tavalla. Informatiivisen journalistisen sisällön yleisön ei tarvitse tehdä päätelmiä, vaan kaikki tarvittava tieto on saatavilla suoraan journalistisessa sisällössä. Tarinankerronnan moodissa journalistinen sisältö on tarinallinen, ja sen esitystavassa voi havaita dramaattisuutta, kiinnostavia henkilöitä tai muita tarinallisia piirteitä. Aiheesta tai asiasta kerrotaan tarinalliseen tyyliin, jolla pyritään herättämään yleisössä esimerkiksi tunteita tai empatiaa. (Aslama 2005, 59–60.)

Journalistista sisältöä ei kuitenkaan suoraan voi jaotella karkeasti kolmeen eri moodiin, sillä samassa journalistisessa sisällössä voi esiintyä usean median moodien -mallin piirteitä. Toisaalta ne eivät edes toimisi yksinään käytettynä yhdessä journalistisessa sisällössä, sillä moodimallit tukevat toisiaan journalistisessa kerronnassa. (Aslama 2005, 67.) Eri median moodien tarkastelua journalistisessa sisällössä havainnollistaa hyvin Minna Aslaman esittelemä taulukko, jossa eri moodit ja niiden piirteet on jaoteltu taulukkoon (kuva 1).

	Informaatio	Tarinankerronta	Attraktio
Viestinnän tavoite	vedota katsojiin tarjoamalla tietoa, joka on relevanttia, uskottavaa ja kiinnostavaa	saada katsojat mukaan kertomalla tarpeeksi kiinnostava, jännittävä ja dramaattinen tarina	houkutella katsojia spehtaakkeilla, shokeeraavilla tai erikoislaatuilla teemoilla ja toimijoilla
Yleisön tarve	tiedonjano, ajan tasalla pysyminen	kuuntelemisen nautinto ja samastuminen, empatia, jännitys	katsomisen, jopa tirkistelyn nautinto
Journalismin ja journalistin rooli	tiedonvälittäjä (perinteinen journalistinen rooli, joka voi pitää sisällään myös esim. opetuselementin, "vahtikoira-roolin jne.)	tarinankertoja	järjestäjä, näytteilleasettaja
Yleisön rooli (eli miten juttu tms. sen rakentaa)	tiedonhakija (kansalainen)	kuuntelija	katsoja, yleisö
"Kolmansien osapuolien" (haastateltavat jne.) rooli	tiedonlähde	henkilöhahmo	esiintyjä

Kuva 1: Journalismin moodit -taulukko (Aslama 2005, 59).

4 MOODEJA NUORTEN UUTISISSA

Tässä luvussa analysoin tutkielmaan valikoimiani Ylen nopeiden ja syvien uutisten uutisaudioita ja peilaan niiden sisältöä ja kerrontaa median moodit -malliin. Apunani audioiden analyysissa käytän Ekströmin vuonna 2000 esittelemää Journalismim moodit -taulukkoa (kuva 1). Sen avulla tarkastelen audioita ja pohdin vastauksia seuraaviin kysymyksiin: Mikä on audion viestinnän tavoite? Mikä on yleisön eli tässä tapauksessa nuoren yleisön tarve? Millainen on journalismin tai journalistin rooli jutussa? Millainen rooli yleisölle rakentuu jutussa? Mikä on niin sanottujen kolmansien osapuolien eli haastateltavien rooli jutussa?

4.1 Onko BCAA-bullshittiä? – THL ruttaa energiajuomat

Audiomuotoisessa uutisessa ”Onko BCAA-bullshittiä? – THL ruttaa energiajuomat” jo ensimmäisessä kysymyksessä on havaittavissa usean median moodin piirteitä. Toimittaja Jani Aarnio esittelee itsensä ja aloittaa aiheen käsittelyn suoraan esittämällä kysymyksen haastateltavalle: ”Minkä verran sä ryystät energiatörppöjä?” Jutun tavoitteeksi voi tulkita attraktion, sillä toimittaja houkuttelee sen tyyliin sopivasti kuulijaa aiheen pariin erikoislaatuksella valinnallaan käyttää ilmaisua *ryystää energiatörppöä*. Toisaalta ilmaisun voi tulkita hyvin myös tarinankerrontaan, jossa kuulija saadaan kiinnostumaan aiheesta, kun siitä tehdään dramaattinen tai jännittävä. (Ks. taulukko 1. Aslama 2005, 59.) Tässä tapauksessa ilmaisu on ehkä jopa tarkoituksella yliampuva, mikä sopii koko jutun tyyliin, sillä tässä audiossa toistuvat energiajuomiin usein liitettävät ilmaisut ja nimitykset, kuten *nyt pärisee* ja *päriinälimukka*.

Viestinnän tavoitteena on tarinankerronta, ja yhtenäinen tarina jatkuu jutussa alusta loppuun saakka (Ks. taulukko 1. Aslama 2005, 59). Jutun tarinaa yhtenäistää tämän audion alusta loppuun kuuluva liikennevalojen tikitys, joka kuuluu aihetta käsiteltäessä taustalla vaihtelevalla nopeudella. Tikitys alkaa heti audion alussa ja voimistuu nopeammaksi ensimmäisen kerran alun lyhyiden haastattelujen jälkeen toimittajan sanoessa, että *nyt pärisee*. Nopean liikennevalojen tikityksen voi ajatella kuvaamaan tätä päriinää, mikä energiajuomista aiheutuu. Jutussa draaman kaari muodostetaan osaltaan jo tämän tikityksen avulla, sillä tikitys kuuluu audion taustalla voimakkaana puhuttaessa esimerkiksi *päriinästä*, *sydämen tykytyksestä* tai *kofeiinista*.

Tässä audiossa yleisön tarve on selvästi samaistumispinnan hakeminen aiheesta, toimittajan tyylistä ja haastateltavien kertomasta (Ks. taulukko 1. Aslama 2005, 59). Selkeästi nuorelle yleisölle suunnatuksi jutun tekevät toimittajan sanavalinnat, kuten edellä mainitut energiajuomiin viittaavat pärinä ja *päriinälimumukka*. Näiden lisäksi toimittajan tyyli on nuorekas ja mukana on muitakin nuorille tyypillisiä ilmaisuja. Toimittaja kertoo, kuinka *suomalaiset kaatavat itseensä kofeiinia like never before* ja koko jutun otsikossakin kuuluu jo kysymys ”onko BCAA-bullshittiä?”. Ilmaisuillaan toimittaja täyttää yleisön tarpeita tarinankerronnalle tyypillisesti antamalla samaistumispintaa nuorelle kuulijalle sanavalinnoillaan, jotka ovat erityisesti nuorten käytössä (Ks. taulukko 1. Aslama 2005, 59).

Journalistin eli toimittajan roolissa on piirteitä useasta median moodista. Toimittajan voi tulkita olevan jutun tarinankertoja, toisaalta myös attraktiomallin mukaan näytteilleasettaja, mutta myös informaatiomallin mukainen tiedonvälittäjä. Jutussa on mukana myös useita haastateltavia, joilla on oma roolinsa tarinankerronnassa. Informaatiomoodi tulee ensimmäisen kerran esille erityisesti, kun jutun asiantuntija THL:n ravitsemuksen erikoistutkija Heli Kuusipalo antaa kommenttinsa energiajuomista. Yleisön rooli audiossa on lähinnä olla attraktion moodin mukaisesti jutun yleisönä tai tarinankerronnan moodin mukaisena kuuntelijana. (Ks. taulukko 1. Aslama 2005, 59.) Koska audion tyyli on nuorekas ja aiheita käsitellään tuttavalliseen sävyyn, jutussa käytetyn kielen, ilmaisujen ja aiheiden esittelyn ja tyylin perusteella voi olettaa niiden olevan nuorelle yleisölle entuudestaan tuttuja.

Jutun tarina on rakennettu selkeästi nuorelle yleisölle houkuttelevaksi, sillä alussa yleisö voi samaistua ensimmäisten kadulta haastatteluun otettujen haastateltavien kommentteihin energiajuomien käytöstä. Tässä audiossa haastateltavat asiantuntijaa lukuun ottamatta ovat attraktion moodin mukaisia esiintyjiä eli energiajuomien käyttäjiä tai kokeilijoita (Ks. taulukko 1. Aslama 2005, 59). Jutun keskellä toimittaja kertoo asiantuntijahaastattelun tukemana faktaa energiajuomista ja niiden vaikutuksesta. Kun asiantuntija on kertonut energiajuomien haitoista, toimittaja ikään kuin pelastaa tilanteen tuomalla esille vielä sen, etteivät energiajuomat ole vain nuorten houkutus vaan niillä houkutellessaan myös urheilijoita nykyisin. Aiheeseen mukaan pääsevät vielä lihaskasvuun tarkoitetut BCAA-juomat, joista asiantuntija antaa oman näkemyksensä ensimmäisenä.

Lopuksi yleisölle tuodaan vielä samaistumispintaa, kun viimeiset haastateltavat kertovat kokemuksensa BCAA-juomista ja niiden markkinoinnista. Tarina jää kuitenkin avoimeksi, sillä viimeinen ää-

nessä oleva haastateltava arvelee juomien suosion olevan nousussa. Uutisaudio päättyy koko tarinan mukana kulkeneeseen liikennevalon tikitykseen, joka on tällä kertaa rauhallinen, mikä luo nopeampoiseen ja energisesti kerrottuun juttuun rauhallisuutta.

Tämä audiomuotoinen uutinen on analyysissäni niitä audioita, joita on kuunneltu yli 1000 kuuntelukertaa Yle Areenassa. Audion kuuntelukertoja selittää se, että se on upotettuna osaksi Ylen artikkelia ”Kalliit BCAA-juomat viedään kauppojen hyllyiltä – kysyimme, pitävätkö lihasten kasvuun liittyvät lupaukset paikkansa” (Anttonen 2021). Artikkeleihin upotettuna audiosta on vaikeaa arvioida, ovatko sen kuuntelukerrat tulleet kohdeyleisöltä eli nuorilta vai onko artikkelin kautta myös vanhempi yleisö kuunnellut sen.

4.2 Millainen on yöelämä pandemian jälkeen?

Uutisaudio ”Millainen on yöelämä pandemian jälkeen?” vie kuulijan äänimaailmassa suoraan yöelämään ja yökerhon hälinään, jonka kuuluessa taustalla haastateltavat yöeläjät haaveilevat yöelämästä ja siitä, millaista se on. Juttu lähtee liikkeelle tarinankerronnan moodilla ja tässä osassa ovat myös haastateltavat, jotka kertovat tarinan henkilöahmoina tarinalliseen sävyyn ajatuksensa yöelämästä. Kuulija taas saadaan mukaan kertomalla aiheesta kiinnostavasti ja hieman dramaattisellakin tavalla. (Ks. taulukko 1. Aslama 2005, 59.) Pandemian jälkeisestä yöelämästä kertovan audion kuuntelukerrat ovat tarkastelupäivänä alle kahden sadan eikä audiota ei löydy upotettuna mistään Ylen artikkelista.

Tässä audiossa haastateltavien kerrontaa olevan alun jälkeen jutun toimittaja Lena Nelskylä esittelee itsensä ja jatkaa aihetta ikään kuin tarinankertojan roolissa, mutta on itse osana tarinaa attraktiomallille tyypillisessä järjestäjän mallissa (Ks. taulukko 1. Aslama 2005, 59). Nelskylä järjestää tarinan seuraavan tilanteen tapahtumisen, jossa hän haastattelee jutun asiantuntijaa, Helsingin kaupungin yöluotsi Salla Valliusta, Senaatintorilla. Äänimaisema vie myös kuulijan Senaatintorille, missä kuuluu tuulen huminaa, lokkien kirkumista ja torin hälinää.

Seuraavat minuutit ollaan kokonaan Senaatintorilla, missä asiantuntijan haastattelu tapahtuu rentona keskusteluna toimittajan ja asiantuntijan kesken. Keskustelussa kuulija saa kuitenkin vastauksen tai vähintään asiantuntijan pohdintaa moneen aiheeseen mietityttävään kysymykseen, kuten

milloin yöelämä palaa ennalleen ja kuinka pitkään käsidesit näkyvät yökerhojen baaritskeillä. Lopuksi palataan Senaatintorilta vielä yökerhon hälyyn, kun jutun kolmas haastateltava yöeläjä haaveilee yöelämästä pandemian jälkeen.

Juttukokonaisuus sopii rennosta ja tarinallisesta otteestaan huolimatta myös informaation moodiin, sillä jutun tavoitteena on tarjota kuulijalle relevanttia ja kiinnostavaa tietoa yöelämästä ja siitä, millaista se on pandemian jälkeen. Pääasiallisena tiedonlähteenä on asiantuntija, ja jutun muut haastateltavat tuovat enemmän tarinallista kerrontaa kokonaisuuteen. Toisaalta yleisön tarve jutussa on myös attraktion moodin tirkistelyn tarve ja se täytetään, sillä kuulija pääsee haastattelussa olevien yöeläjien ajatuksiin ja haaveisiin yöelämästä. (Ks. taulukko 1. Aslama 2005, 59.)

Yleisön rooli tässä audiossa on lähinnä tiedonhakija, ja sen tiedonjanon tarve täyttyy, kun asiantuntija pohtii vastauksia esimerkiksi siihen, milloin yöelämä palaa takaisin normaaliksi. Koska audion kerronnassa on monien muidenkin median moodien piirteitä, yleisön rooli on toisissa kohdissa erilainen. (Ks. taulukko 1. Aslama 2005, 59.) Esimerkiksi yöeläjien kertoessa haaveistaan tarinallisesti yleisön rooli on olla kuuntelijana tai attraktiomallin mukaisena yleisönä tai katselijana haaveilun tilanteissa.

4.3 Seksi Temppareissa toi sinkkunaiselle vihaa, miehelle kehuja – miksi?

Audiomuotoinen uutinen ”Seksi Temppareissa toi sinkkunaiselle vihaa, miehelle kehuja – miksi?” alkaa haastattelussa olevan Joanna Lehdon kertomilla kokemuksilla siitä, millaisia yhteydenottoja ja vihaviestejä hän on saanut osallistuttuaan realityohjelma Temptation Island Suomeen ja harrastettuaan siellä seksiä varatun miehen kanssa. Kuulija saadaan audion aiheeseen kiinni tarinankerronnalla (Ks. taulukko 1. Aslama 2005, 59). Tarinaan dramaattisuutta lisää Lehdon kommenttien jälkeen kuultavat dramaattiset ääniefektit.

Seuraavaksi toimittaja Saara Heiskanen kertoo tarkemmin tiivistetysti ja informaation moodin viestinnän tavoitteen tyyliä, mistä aiheesta on kyse ja mitä on relevanttia tietää. Toimittajan puheen ohella kuullaan myös tarinalliseen kerrontaan viittaavia ääniefektejä, joilla kerrottua korostetaan tarinalliseksi ja tarinankerronnan moodin tyyliin sopivaksi. (Ks. taulukko 1. Aslama 2005, 59.) Esimerkiksi Heiskanen kertoessa Lehdon saamasta kohtelusta kuuluu taustalla buuausta eli halveksuvaa huutoa.

Jutun haastateltavien kokemukset asetetaan vastakkain tämän audion otsikon lupauksen mukaisesti, kun toinen Temptation Islandille osallistunut haastateltava, Tino Rantanen, kertoo saaneensa kehuja osallistumisensa jälkeen, vaikka oli toiminut ohjelmassa sinkkuna ollessaan Lehdon kanssa samalla tavalla. Rantasen kommentin jälkeen tarinallisuus jatkuu, kun taustalla kuullaan huokaisu, jolla Rantasen kertomien kokemusten epäoikeudenmukaisuutta Lehdon kokemuksiin verrattaessa halutaan korostaa.

Seuraavana toimittaja ottaa jälleen aiheen haltuunsa ja kertoo rytmikkään opetusvideomaisen musiikin soidessa taustalla, kuinka kulttuurissa edelleen naisten ja miesten kokemukset ovat eriarvoisia ja naisten kokemukset seksiin liittyen ovat enemmän arvostelun kohteena. Viestinnän tavoite muuttuu informaation moodille tyyppilliseksi, yleisön rooli tiedonhakijaksi ja toimittajan rooli tiedonvälittäjäksi opetusmaisella otteellaan. Viestinnän tavoitteen voi tulkita rennon otteen vuoksi myös tarinalliseksi ja tarinankerronnan moodiin sopivaksi. Kun yleisö saa informaatiossa, opetushetki loppuu lyhyeen dramaattiseen ääniefektiin. Heiskanen esittelee vasta tässä kohdassa itsensä ja kertoo avaavansa alussa pohjustettua aihetta ja sen syitä seuraavaksi lisää, jolloin hän kertoo tiedonjanoiselle yleisölle tarpeen täyttyvän myöhemminkin aiheen edetessä. (Ks. taulukko 1. Aslama 2005, 59.)

Taustamusiikin soidessa Heiskanen tarttuu ensin takaisin Lehdon kokemuksiin siitä, että tilanteet käännetään herkästi aina naisen syyksi, ja Lehto kertoo perään perustelut väitteelle. Myös toisenslaisia kokemuksia kokenut Rantanen on huomannut naisten eriarvoisen kohtelun ja kertoo varoitaneensa Lehtoa tästä etukäteen. Aihetta ei kuitenkaan jätetä haastateltavien kokemusten ja havaintojen varaan, vaan toimittaja kertoo seuraavaksi tutkimustietoa aiheesta dramaattisen äänen ja sen jälkeen hiljalleen alkavan opetusvideomaisen musiikin soidessa taustalla. Musiikki vaihtuu kuitenkin maagisemmaksi, kun toimittaja alkaa kertomaan siitä, että ”naisen seksuaalisuus on ollut muun muassa uskontojen vaikutuksen takia pitkään ikään kuin miehen omaisuutta”. Musiikki loppuu kuin seinään lauseen jatkuessa siitä, että tämä näkyy edelleen naisten kohdalla seksuaalisuuteen liittyvissä asioissa. Seuraavaksi dramaattisen ääniefektin siivittämänä aiheesta kertoo myös Itä-Suomen yliopiston sukupuolentutkija Annukka Lahti.

Kun Lahti on kertonut naisten seksuaalisuuden kulttuurisista suhteista miehiin, palataan takaisin aiheen kokemusasiantuntijaan eli Lehtoon ja Temptation Islandin jälkeisiin kokemuksiin jutussa

toistuvan dramaattisen äänen siivittämänä. Ennen Lehdon kommenttia toimittaja peilaa asiantuntija Lahden kertomaa Lehdon ja Rantasen tapauksiin opetusvideomaisen musiikin soidessa taustalla.

Jutussa kerrotaan aiemmin, että asiassa ovat vastakkain naisten ja miesten kokemukset. Lehto kertoo kuitenkin seuraavaksi tarinassa käänteentekevän seikan siitä, että vihaviestit ja palaute on tullut pääasiassa toisilta naisilta. Seuraavaksi toimittaja Heiskanen kyseenalaistaa tilanteen täysin. Tilanteeseen on kuitenkin selitys asiantuntija Lahdella, ja myös Lehto osaa arvella perusteluita vihaviestejä lähettäviin naisiin. Parisuhdenormien kerrotaan olevan muutoksessa ja Lehdolle kohdistuvan negatiivisen palautteen olevan pelkoa muuttuvassa tilanteessa. Opetusvideomaisen musiikin siivittämänä asiantuntija Lahti vielä selittää tilannetta lisää. Lopussa kuitenkin kerrotaan, että Lehdon tilanteessa vihaviestien ja negatiivisen palautteen määrä on laskenut, kun hän alkoi julkaista saamiaan viestejä sosiaalisessa mediassa. Tämän jälkeen palaute on kääntynyt toisenlaiseen suuntaan kannustavammaksi ja positiivisemmaksi.

Kokonaisuutena tämän audion viestinnän tavoite on moninainen ja siinä on piirteitä useista median moodeista vaihdellen. Samoin yleisön tarve ja rooli vaihtelevat eri kohdissa audiota. Yleisön tarpeena on attraktion moodin tirkistely ja rooli olla kertomusten yleisönä, kun haastateltavat kertovat kokemuksistaan. Toimittajan ja asiantuntija Lahden ollessa äänessä yleisön rooli vaihtuu informaation moodin tiedonhakijaksi ja toisaalta tarinallisesta kerronnasta johtuen kuuntelijaksi. (Ks. taulukko 1. Aslama 2005, 59.)

Seksistä Temppareissa kertova audio on kerännyt Yle Areenassa tarkastelupäivänä lähes 1900 kuuntelukertaa. Audio on upotettuna Ylen artikkelissa ”Parikymppinen Joanna Lehto meni sänkyyn Temppareissa ja siitä alkoi slut-shaming – nainen saa vihapostia seksistä, vaikka on sinkku” (Tallasterä 2021). Tämä selittää myös kuuntelukertojen määrää, sillä audio on saanut niitä artikkelin yhteydessä.

4.4 30 vuotta sitten 7 varusmiestä hukkui, eivätkä pelastuneet saaneet jälkihoitoa

30 vuotta sitten hukkuneista seitsemästä varusmiehestä ja tapahtumista kertova audio on ajallisesti analyysini pisin ja kerännyt myös eniten kuuntelukertoja, joita tarkastelupäivänä on vähän alle 4400. Kuuntelukertoja selittänee kuitenkin suurimmalta osin se, että audio on linkitettyä mukaan Ylen pitkään aiheesta kertovaan nettijuttuun Elämäni surullisin päivä (Kivimäki 2021).

Tässä audiossa haastateltava opistoupseeri Petri Tiainen, yksi onnettomuudessa pelastuneista varusmiehistä, pääsee ensimmäisenä ääneen. Alussa audion tunnelma on seesteinen, kun taustalla kuuluu rauhoittava ja paha aavistamaton linnunlaulu ja Tiainen kertoo onnettomuuspäivän olleen kaunis ja tavallinen kesäpäivä. Viestinnän tavoitteessa on hieman sekä attraktion erikoislaatuisuutta että tarinankerronnan moodin jännittää kerronnan piirteitä (Ks. taulukko 1. Aslama 2005, 59). Jutun otsikkoon nähden kuulija kuitenkin aavistaa jo tässä vaiheessa, että alun seesteisyys ei jatku pitkään.

Seuraavaksi jutun toimittaja Jani Aarnio esittelee itsensä ja kertoo jutun aiheesta pääkohdat informaation moodin tyylillä, missä kuulijalle tarjotaan uskottavaa ja relevanttia tietoa aiheesta. Tarinalisuus jatkuu kuitenkin myös toimittajan kerronnassa, sillä juttu etenee kronologisesti ja tarinallisesti eteenpäin toimittajan pysyessä tarinankertojan roolissa jutun loppuun saakka. Tässä audiossa Tiaisen kertomat kommentit ovat myös suuressa roolissa tarinan kulussa, sillä hän on merkittävä henkilöahmo mukana tapahtumien kulussa ja kertoo kokemuksiaan tapahtumien kokijana. (Ks. taulukko 1. Aslama 2005, 59.)

Aarnio jatkaa tarinan kertomista ja taustalla kuullaan kerrottuihin seikkoihin viittaavia ääniefektejä, kuten panssarivaunun moottorin pärinää, veden liplatusta ja muun laitteiston ja kaluston käsittelyääniä. Taustäänet vaimenevat aina Tiaisen päästessä ääneen, jolloin tarinallisesta kerronnasta palataan niin sanotusti takaisin nykyhetkeen todellisuuteen ja tapahtumien muisteluun. Toimittajan kerronnassa kuulija viedään kuitenkin suoraan tapahtumiin tarinankerronnan moodille tyypillisellä kerronnalla, jossa kuulija saadaan houkutelua mukaan dramaattisella tarinalla ja kiinnostavalla kerronnalla (Ks. taulukko 1. Aslama 2005, 59).

Varusmiesten onnettomuudesta kertova audio etenee toimittajan ja haastateltavan vuoropuheluna, jossa toimittaja kertoo tarinaa ja haastateltava kertoo tarinassa kerrottujen tilanteiden kokemuksesta ja ajatuksista. Tiaisen kertomukset kertovat kuulijalle sen, millaisia hieman huolettomaltakin kuulostavia ajatuksia onnettomuuteen johtaneet tapahtumat ja tapahtumat sen jälkeen ovat tilanteissa herättäneet. Kommenttien jälkeen kuullaan useasti kuitenkin kohtalokas ääni, jonka siivittämänä palataan takaisin toimittajan dramaattisempaan kertomukseen aiheesta.

Kun aiheessa on päästy ensimmäisiin kohtalokkaisiin käännteisiin, toimittaja kertoo tapauksen käsittelystä otteita hovioikeuden pöytäkirjasta tarinankerronnan rinnalla. Hovioikeuden pöytäkirjan otteita kerrottaessa tarinassa taustalla kuuluvat ääniefektit vaimenevat pois, jolloin kerronnasta tulee informaatiomoodin tyylistä ja toimittaja kertoo kuulijalle aiheesta tiedonvälittäjänä huolehtien, että kaikki seikat tulevat kuulluksi ja selitetyksi. Uutisaudio etenee kerronnalla, jossa toimittaja on onnettomuustarinan pääasiallinen kertoja ja haastateltava tuo tarinaan mukaan kokijan, joka tukee toimittajan kertomaa. (Ks. taulukko 1. Aslama 2005, 59.)

Toimittajan rooli audiossa onnettomuuden kerronnassa merkittävä, sillä siitä löytyy piirteitä jokaisesta median moodien mallin kolmesta perusmoodista. Toimittaja on jutussa tarinankertojana, mutta myös niin sanottuna puolueettomana kertojana, joka tuo jokaisen osallisen esille tarinan kullussa. Toimittaja välittää kuulijalle kaiken relevantin tiedon informaation moodin tyyliin, koska toimittajan otteessa on myös tietynlainen valvojan rooli aiheen kerronnassa. Toisaalta toimittaja on jutun aiheen näytteille asettaja tai järjestäjä, joka järjestää aiheen eri tekijät ja seikat kuulijalle tiettyyn järjestykseen, jossa tarina kerrotaan. (Ks. taulukko 1. Aslama 2005, 59.) Toimittajan rooli myös haastateltavan kertomaan nähden on merkittävä, sillä jutussa haastateltava kertoo oikeastaan vain sen, mitä onnettomuushetkelläkin paikalla olleet tiesivät. Toimittajan kerronnassa kuitenkin kaikki tilannetta selittävät asiat ja tekijät tulevat kerrotuksi.

Kun onnettomuudessa päästään hetkeen, jossa varusmiesten panssarivaunu uppoaa veteen ja onnettomuuden tapahtumat ovat huipussaan, audiossa kuullaan ote onnettomuudesta kertovasta uutislähetystä. Kuulija voi olettaa otteen olevan aidosta onnettomuudesta aikanaan kuullusta uutislähetyksestä, mikä luo todentuntuisuutta tapahtuneeseen informaation moodin tyyllillä, jossa kuulijaan vedotaan tarjoamalla tietoa uskottavasti ja kiinnostavasti (Ks. taulukko 1. Aslama 2005, 59).

Onnettomuuden ja uutislähetysten otteen jälkeen haastateltavan rooli kerronnassa vaihtuu tarinankertojaksi tai paremmin tarinan henkilöahmoksi, kun Tiainen kertoo onnettomuudesta seuraavat hetket oman kokemuksensa ja muistelunsa mukaan (Ks. taulukko 1. Aslama 2005, 59). Tiainen kertoo jatkaneensa onnettomuuden jälkeen elämää lähes normaalisti, jonka jälkeen tarinan kulku pysähtyy ja kerrontaan tulee tauko linnunlaulun kuuluessa taustalla. Tauon jälkeen palataan takaisin todellisuuden tapahtumien jälkien selvittelyyn, kun toimittaja ottaa kerronnan haltuunsa takaisin.

Uutisaiheessa päästään otsikossa kerrottuun vaiheeseen; pelastuneet eivät saaneet jälkihoitoa onnettomuuden jälkeen. Nimenomaisen onnettomuuden jälkihoidon puuttumista ei käsitellä kovin pitkästi, mutta jutussa tuodaan puolustusvoimien nykytilanne jälkihoidon suhteen esille. Vaikka varusmiehet jäivät ilman jälkihoitoa onnettomuusaikaan, jutussa kuitenkin vakuutetaan, että tilanne on nykyisin täysin toinen. Tämän vahvistaa kuulijalle myös jutun toinen haastateltava, lääkintäkommentajakapteeni ja puolustusvoimien psykiatrian ylilääkäri Kai Wilkman. Toimittaja Aarnio kertoo myös, miten nykyisin vastaavissa tilanteissa toimitaan ja mistä varusmiehet saavat apua tarvittaessa. Kerronnassa on tukena myös Wilkmanin kommentit aiheesta, ja hän onkin aiheesta informaation moodille tyypillisessä tiedonlähteen roolissa (Ks. taulukko 1. Aslama 2005, 59).

Tässä audiossa palataan nykytilanteen tarkastelun jälkeen takaisin kerrottuun panssarivaunuonnettomuuteen. Toimittaja kertoo onnettomuuden tapahtumat, uhrien ja pelastuneiden määrät sekä kertoo vielä kiteytetysti onnettomuuden syyt onnettomuustutkintakeskuksen raporttia mukaillen. Kerronta on informaation moodin tyylistä, eli kuulijalle kerrotaan aiheesta tarjoamalla relevanttia ja kiinnostavaa tietoa ja myös informaation moodin tyylin yleisön tarve ajan tasalla pysymiseen täytetään. Kerronnassa on kuitenkin myös piirteitä tarinankerronnan moodista, sillä kerronnan taustalla kuuluva kohtalokas ääniefekti tuo kerrontaan huomattavaa dramaattisuutta ja yleisön tarpeet täytetään tuomalla kerrontaan jännittävyttä. Kerronnassa on myös attraktion moodin tyyliä, jossa viestinnässä kuulija houkutellessaan mukaan speaktaakelilla ja tarve onnettomuuden syiden tietämiseen ja jopa tirkistelyyn täytetään, kun toimittaja kertoo otteita onnettomuustutkintakeskuksen raportista. (Ks. taulukko 1. Aslama 2005, 59.) Audion lopussa tarinassa viimeisenä palataan kuitenkin tapahtumat kokeneen Tiaisen ajatuksiin. Tarinallisen kerronnan jälkeen palataan takaisin todellisuuteen, jossa onnettomuuden kokeneen henkilöhahmon on ollut kuitenkin selvittävä ja jatkettava elämää eteenpäin tapahtumista huolimatta.

Yleisön rooli vaihtelee tämän uutisaudion aikana eri median moodeihin sopivaksi. Tarinallisen kerronnan kohdissa yleisö on lähinnä kuuntelijan roolissa, mutta kerronnan informatiivisuuden vuoksi samalla yleisö on tiedonhakijan roolissa ja tarve tiedonjanoon täyttyy. Audio tarjoaa yleisölle myös mahdollisuuden attraktion moodin tirkistelyn nautintoon ja rooliin tapahtumien katsojana, kun tarinassa kuulija viedään mukaan panssarivaunuonnettomuuteen ja onnettomuudesta pelastuneen Tiaisen ajatuksiin. Yleisö on jutussa myös tiedonsaajana lopussa, kun audiossa kerrotaan, miten nykypäivänä puolustusvoimat tarjoaa apua kriisitilanteissa. Koska varusmiehet osuvat Ylen nopeiden ja syvien uutisten 15–29-vuotiaiden ikähaarukkaan, voi tämän ajatella olevan juuri kohdeyleisön tarpeita ajatellen tehdyksi. (Ks. taulukko 1. Aslama 2005, 59.)

4.5 Viikon kivat uutiset Pirkanmaa, viikko 33

Viikon kivat uutiset Pirkanmaalta viikolta 33 on analyysini lyhyin audio. Se poikkeaa muista myös siinä, että sen tarkoituksena on nimensä mukaisesti kertoa nuorelle yleisölle viikon ajalta kivoimmat uutiset Pirkanmaan alueelta. Audion kuvauksessa uutisaiheiksi luetellaan ”Tesoman junat, perhosten superkesä sekä Ylöjärven 8-vuotias triikkaaja”. Viikon kivoja uutisia on Yle Areenassa kuunneltu tarkastelupäivänä vain reilun 50 kuuntelukerran verran. Audiota ei löydy linkitettynä Ylen muihin artikkeleihin.

Tässä audiossa ensimmäiseen aiheeseen tartutaan alun viikon kivojen uutisten vauhdikkaan introna olevan äänen jälkeen. Toimittaja Jani Aarnio esittelee itsensä ja heti perään ensimmäisen haastateltavan Sakari Keskinen. Keskinen kertoo odottaneensa jotain vuodesta 1994 saakka. Huimahtavan ääniefektin jälkeen Aarnio kertoo, että odotus palkitaan. Kuulijalle selviää, että kyseessä on Tesoman juna, jonka reitistä ja aikataulusta toimittaja kertoo lyhyesti junan pillin soidessa välissä virkkeiden välissä taustalla.

Seuraavaan aiheeseen siirrytään nopeasti kimeään ja lyhyemmän jinglen soidessa aiheiden käsittelyn välissä. Toimittaja kertoo perhosten superkesästä, ja kerronnan keskellä on sitä rytmittäviä ääniefektejä, kuten ötököiden surinaa ja ääntä taustalla. Perhosaihe käsitellään nopeasti alta pois toimittajan kertomana, ja siirrytään tutun kimeään jinglen soidessa välissä seuraavaan aiheeseen.

Viimeisenä kerrotaan Ylen uutisoimasta 8-vuotiaasta triikkaajasta Neo Kopakkalasta. Toimittaja toteaa ääneen kuulijan varmasti miettivän, mitä triikkaus tarkoittaa, ja se kerrotaankin kuulijalle seuraavaksi. Aarnio luettelee myös muut Kopakkalan harrastamat lajit, joiden joukossa on muun muassa taekwondo, johon viittaava ääniefekti kuullaan luettelon lopuksi. Kopakkala kertoo vielä loppuun itse, miten oli aiemmin onnistunut suorittaessaan 7-vuotiaiden Suomen ennätyksen leuanvedossa. Lopuksi toimittaja Aarno kehottaa lukemaan koko Kopakkalan jutun Ylen nettisivuilta.

Viikon kivat uutiset ovat kokonaisuudessaan vauhdikas kokonaisuus, jossa yhdistyy median moodien mallista kaikki kolme mallia. Informaation moodin tyylin viestinnän tavoite on vedota kuulijaan kertomalla tietoa kiinnostavasti, ja yleisön tarve ajan tasalla pysymiseen täyttyy, sillä audiossa kerrotaan viikon kivoimmat uutiset tietyltä alueelta. Kerronta audiossa on kuitenkin tarinallista, sillä viestinnän tavoitteessa on tarinankerronnan moodille tyypillistä tapaa saada kuulija mukaan kerto-

malla aiheesta kiinnostavasti, jännittävästi ja dramaattisesti. Toimittaja Aarnio esiintyy jutussa aiheiden tarinankertojana, ja aiheiden haastateltavat ovat ikään kuin henkilöhahmoja. Aiheiden pariin kuulija houkutellaan myös attraktion moodin mukaisella viestinnän tavoitteella, jossa viestinnässä käytetään speaktaakkeleita ja erikoislaatuisia teemoja. Toimittaja tuo aiheet näytteille kuulijalle, kuulija on aiheiden yleisönä ja haastateltavat esiintyvät mukana aiheissa. (Ks. taulukko 1. Aslama 2005, 59.)

Tässä uutisaudiossa yleisön rooli on avaintekijänä audion tyylin kanssa, sillä juttukokonaisuus on rakennettu nuorekkaalla otteella ja nuorille suunnatun kuuloisesti. Audiossa käytetään rytmikkäitä ääniefektejä ja esimerkiksi videopalvelu Tiktokissa suosittua äänityyliä, jossa Google-kääntäjän luukuäänellä luetaan tekstiä. Tässä audiossa tällaista tyyliä käytetään jingleinä.

4.6 Leikitkö Squid Gamea koulussa? Seuraukset voivat olla ahdistavia – opettaja kertoo, miksi

Analyysini viimeinen audio on aineistoni vähiten kuunneltujen joukossa, kun sitä tarkastelupäivänä oli kuunneltu Yle Areenassa 98 kuuntelukerran verran. Audion kuuntelumääriä tarkasteltaessa on kuitenkin huomioitava se, että se on ilmestynyt tarkastelupäivään nähden kahta päivää aiemmin, mikä vaikuttaa kuuntelukertoihin. Tämän audion kohdalla vertailun vuoksi tarkastelen kuuntelukertoja uudelleen noin kaksi kuukautta myöhemmin, jolloin kuuntelukertojen määrä oli noussut 190:een. Joka tapauksessa audion alhaisiin kuuntelukertoihin vaikuttanee myös se, ettei sitä löydy linkitettyinä muihin Ylen nettiartikkeleihin.

Tässä audiossa juttu lähtee liikkeelle haastattelussa olevan opettajan kommentilla siitä, mistä opettajat ovat huomanneet lasten leikkivän Squid Gamea välitunneilla. Kommentin loppua kohden toimittaja Emilia Pakkala hyräilee hiljalleen kyseisen sarjan tunnusmusiikkia, jonka jälkeen hän aloittaa aiheen pääpiirteiden kertomisen kuulijalle hissimusiikin soidessa taustalla. Juttu etenee toimittajan kertoessa aiheesta myös muiden uutisvälineiden uutisoinnin perusteella sekä kertomalla maailmalla havaituista tapahtumista, joissa sarjan vaikutukset näkyvät kouluarjessa. Toimittajan tyyli ja viestinnän tavoite muistuttavat alussa paljon informaation moodia, jossa kuulijalle annetaan tietoa kiinnostavasti ja toimittajan rooli on tietyllä tavalla aiheen opettajamainen tiedonvälittäjä. Toi-

saalta toimittajan rooli jutussa on myös attraktion moodin tyyliin sopiva näytteilleasettaja, sillä toimittaja tuo alussa esille erilaisia seikkoja aiheessa ja tuo kuulijalle esille erilaisia tapauksia aiheeseen liittyen. (Ks. taulukko 1. Aslama 2005, 59.)

Seuraavana aihetta tarkastellaan siltä kantilta, miten sarjan vaikutukset ovat näkyneet Suomessa. Ensimmäisenä aiheesta ääneen pääsevät jälleen tilanteita nähneet opettajat sekä kouluvalmentaja itse, jotka ovat aiheen tiedonlähteitä informaation moodiin sopivasti. Toisaalta kokemuksista ja tilanteista kertovat haastateltavat kertovat tapahtumista myös tarinankerronnan moodiin sopivalla tyylillä, jossa he ovat myös itse tarinan henkilöihahmoja ja mukana tilanteissa. Aiheesta on haastateltavana kouluhenkilökunnan lisäksi lasten ja nuorten kanssa työskentelevä nuorisotyöntekijä, joka tuo myös oman näkemyksensä tilanteeseen ja on samalla tavalla sekä jutun tiedonlähteenä että henkilöihahmona. (Ks. taulukko 1. Aslama 2005, 59.)

Tässä audiossa toimittaja on pääasiassa aiheen näytteilleasettajan roolissa esitellessään jutun haastateltavat, jotka hoitavat asiasta ja kokemuksista kertomisen. Toisaalta toimittajan voi ajatella olevan myös informaation moodin mukaisesti tiedonvälittäjänä audiossa, sillä lopussa toimittaja kiteyttää haastateltavien kertoman perusteella aiheen kuulijalle ja välittää tiedon näin eteenpäin. Samalla myös yleisön tarve ajan tasalla pysymiseen täyttyy. Toimittaja on lopussa myös opettajamaisessa roolissa kertoessaan kuulijalle nuorisotyöntekijän kommenttien tukemana, miten asian kanssa tulee toimia ja kenelle aiheesta kannattaa puhua. (Ks. taulukko 1. Aslama 2005, 59.) Audion loppua kohden puheen taustalla alkaa kuulua myös opetusvideon tyylistä musiikkia, mikä lisää kuvaa opetusmaisesta aiheen käsittelystä. Toimittaja Emilia Pakkala esittelee myös analyysin muista audioista poiketen vasta uutisen lopuksi itsensä ja pyytää kuulijaa osallistumaan keskusteluun aiheesta lähettämällä ajatuksia viestillä sähköpostitse.

5 PÄATELMÄT JA POHDINTA

Tässä luvussa käsittelen tuloksiani, joihin olen tutkielmaa ja audioiden analyysia tehdessäni päätenyt. Pohdin myös sitä, millaisia median moodit -mallin moodien piirteitä Ylen audiomuotoinen paikallisuutinen käyttää kuulostaakseen nuorelle kohdeyleisölleen suunnatulta. Vaikka tarkastelin analyysissani vain kuutta uutisaudiota Ylen nopeista ja syvistä uutisista, voi niistä havaituista seikoista tehdä jonkinlaisia johtopäätöksiä siitä, millainen audio kuulostaa nuorelle yleisölle suunnatulta. Pohdin tuloksiani siltä kannalta, millaiset median moodit ja muut kerronnan tyylit toistuvat analyysini audioissa ja vertailen myös näitä seikkoja toisiinsa, vaikka kaikki pohtimani tai havaitsemani moodit ja niiden piirteiden esiintyminen eivät päde kaikissa kuudessa audiossa.

5.1 Uutisesta audiomuotoinen uutistarina

Tarkastelemissani audioissa yhdistävä tekijä on se, että niissä jokaisessa tarinankerronnan moodi on osana uutiskerrontaa ja viestinnän tavoitetta. Tarinallisuus kerronnassa vahvistaa nuorille suuntautuvuutta, sillä Mikkosenkin kertoman mukaan nuori yleisö kuuntelisi perinteisiä audiomuotoisia radiouutisia ja ne tavoittaisivat nuoren yleisön, jos sellainen uutiskerronnan tyyli olisi nuorille ominainen kulutettavaksi (Mikkonen 2021).

Tarinallisuuteen selittäväksi tekijäksi nostan sen, että audio itsessään on haastava tapa pidemässä uutisaiheen kerronnassa ja vaatii tietynlaista ajattelua juttukokonaisuuden rakentamiseen. Jos vertaa kerrontaa esimerkiksi tavanomaiseen uutissähkeeseen, kerrotaan uutissähkeessä aiheet selvästi tiiviimmin ja informatiivisesti, mutta silti aiheen kaikki seikat tulee kerrotuksi. Tarinallisen kokonaisuuden luominen tuo pidemmän uutisjutun kerrontaan audiona helppoutta ja yleisölle miellyttävän kuuntelukokemuksen. Juuri kuuntelukokemuksen järkevyyteen ja audion kulun loogisuuteen on Mikkosen mukaan myös kiinnitetty erityistä huomiota audiotiimissä. Verkkojutuissa ollaan suurin piirtein perillä siitä, miten juttu aloitetaan, millaisia asioita vaikkapa jutun ingressiin kirjoitetaan ja miten lukijan katse jutussa etenee. (Mikkonen 2021). Audiomuotoisessa uutisessa järjestys kerronnassa ei ole niin yksiselitteinen ja asetu tiettyyn kaavaan.

Audiossa asiat täytyy rakentaa niin, ettei kuulijalle tule tarvetta tai ajatusta, että aiheessa pitäisi kelata taaksepäin jonkun asian sisäistääkseen. Eikä taaksepäin palaaminen audiossa olekaan

ehkä toivottua, sillä pidemmän päälle yleisölle käy ehkä raskaaksi kuluttaa uutissisältöä, jossa täytyy palata joihinkin asioihin uudelleen, että aihe tulee ymmärretyksi. Tarinankerronnassa yleisön tarve kuuntelemisen nautintoon täyttyy kuuntelukokemuksen loogisuuden kautta.

Tarinankerronnan moodin piirteitä kuuluu audiomuotoisissa uutisissa erilaisilla tavoilla, kuten ääniefekteinä, tarinallisena kerrontana ja audion läpi jatkuvana tarinallisena ja samanlaisena kaavana. Esimerkiksi audiossa ”Onko BCAA-bullshittiä? - THL ruttaa energiajuomat” kuuluu koko uutisen läpi puheen taustalla vaihtelevalla nopeudella ja tyyllillä liikennevalojen tikitystä. Ääniefektien käyttö on suuressa osassa Ylen nopeiden ja syvien uutisten kerrontaa ja tarinallisuutta. Audiossa ”30 vuotta sitten 7 varusmiestä hukkuu, eivätkä pelastuneet saaneet jälkihoitoa” panssarivaunun moottorin äänellä, veden liplatuksella ja linnunlaululla on merkittävä osa tarinankerronnassa, kun kuulija viedään äänimaisemassa onnettomuuden tapahtumahetkeen mukaan. Kyseinen audio on myös hyvä esimerkki tällaisesta uutisesta, jossa on luotettava kohdeyleisön omaan harkintaan siinä, että he tunnistavat audion ääniefektit kuvitteelliseksi. Kuitenkaan äänimaisema ei ole fiktiivinen, vaan aiheeseen sopiva. Äänimaisema itsessään on myös osa aiheen kerrontaa.

Tarinallisella tyyllillä Ylen nopeissa ja syvissä uutisissa kerronnalla saadaan myös luotua läheisempi suhde nuoreen yleisöön. Kun tarkoitus on päästä nuoren yleisön luureihin ja intiimimpään kerrontaan, tarinallisella otteella päästään jo lähelle tätä. Mikkonen kertoo, että audiotiimin tekemisen tavoitteena on ollut saada toimittajat vapautumaan tekemisessä ja näin luotua henkilökohtaisempi kokemus yleisölle audion kuuntelussa (Mikkonen 2021). Läheisen suhteen luominen kuuluu myös siinä, että toimittajat puhuttelevat kuulijaa osassa uutisia esimerkiksi pyytämällä kuulijaa kertomaan kokemuksiaan aiheista toimittajan sähköpostiin.

Yleisön puhuttelua käytettäessä voi olettaa, että audion tekemisessä on täytetty tarinankerronnan moodin yleisön tarve, jossa kuunnellessaan yleisö löytää jutusta samaistumispintaa (Ks. taulukko 1. Aslama 2005, 59). Samaistumispintaa juttuihin eivät tuo välttämättä vain aihevalinnat vaan kerronnan tyyli, jossa aiheet kerrotaan kohdeyleisölle ominaisella tavalla. Tällaisesta esimerkki on myös energiajuomista kertova juttu, jossa toimittaja käyttää nuorelle yleisölle ominaista kielenkäyttöä energiajuoma-aihetta koskien. Samaistumispintaa on myös esimerkiksi Squid Gamesta kertovassa audiossa, kun toimittaja hyräilee sarjan tunnusmusiikkia. Tässä oletetaan, että nuori yleisö on kuullut ja tunnistaa nimenomaan nuorten keskuudessa suosituksi nousseen sarjan tunnusmusiikin ja samaistuu sen kuulemiseen. Samalla yleisön rooli tarinankerronnan moodin kuuntelijana

toteutuu, kun nuori yleisö voi vain kuunnella tutusta aiheesta kerrottua ja ymmärtää sen (Ks. taulukko 1. Aslama 2005, 59).

Ylen nopeissa ja syvissä uutisissa haastattelussa olevat henkilöt ovat usein osa tarinan kulkua. Esimerkiksi toimittaja ei toista haastateltavan kertomaa, vaan haastateltava tuo oman lisänsä tarinan kulkuun omana kertomanaan. Haastateltavilla on tarkastelemissani audioissa erilaisia tarinan-kerronnan moodiin sopivia henkilöhaahmon rooleja kerronnassa. Esimerkiksi varusmiehien onnettomuudesta kertovassa audiossa pelastunut varusmies ei varsinaisesti esiinny toimittajan kertomassa tarinassa mainittuna, mutta kertoo kokemuksistaan tarinan henkilöhaahmona toimittajan kertomuksen rinnalla. Yöelämästä kertovassa audiossa haastateltavat ovat taas suoraan tarinan henkilöhaahmoja ja kertovat myös itse tarinaa eli haaveilevat yöelämästä ja siellä tapahtuvista asioista. (Ks. taulukko 1. Aslama 2005, 59.)

5.2 Attraktion erikoislaatuisuus uutiskerronnassa

Toinen median moodit -mallin toistuva piirre useassa tutkimusaineistoni audiossa on attraktio, joka kuuluu monella eri tavalla. Viestinnän tavoite on useassa audiossa saada houkutelua kuulija kuuntelemaan audiota, ja tähän on käytetty attraktiomallin tyyllisiä keinoja, kuten shokeeraavia tai erikoislaatuista teemoja ja toimijoita. (Ks. taulukko 1. Aslama 2005, 59.) Tällaisesta erikoislaatuudesta teemasta hyvä esimerkki on ”Onko BCAA-bullshittiä? - THL ruttaa energijuomat” -audiossa toistuvat yliampuvat ilmaukset energijuomien käytöstä. Esimerkiksi audion alussa toimittaja esittää aiheesta kysymyksen haastateltaville kysymällä ”kuinka paljon he ryystävät energiatörppöä” ja myöhemmin energijuomiin viitataan ilmaisulla *pärinälimukka*.

Toisenlainen esimerkki attraktiomoodissa erikoislaatuudesta tyyllistä audiossa on ”30 vuotta sitten 7 varusmiestä hukkui, eivätkä pelastuneet saaneet jälkihoitoa” -uutisaudio, jossa jutun edetessä kerronnassa vaihdellaan aidoin ääniefektein kerrotun onnettomuuden keskeltä pelastuneen varusmiehen ajatuksiin seesteisen linnunlaulun keskelle. Samassa uutisaudiossa täytetään yleisön tarve attraktion moodille tyyppillisessä tirkistelyn tarpeessa, eli kuulija pääsee ikään kuin mukaan onnettomuuden tapahtumiin, joita toimittaja ja pelastunut varusmies kertaavat ääniefektien tehostamana. (Ks. taulukko 1. Aslama 2005, 59.)

Attraktion moodin yleisön tarve tirkistelylle täytetään myös useassa uutisaudiossa, kun kuulija pääsee yleisöksi suoraan uutisaudion tapahtumiin (Ks. taulukko 1. Aslama 2005, 59). Esimerkiksi ”Milainen on yöelämä pandemian jälkeen?” -audiossa kuulija pääsee suoraan tirkistelemään haastattelussa olevien yöeläjien ajatuksiin siitä, millaisia asioita he kuvittelevat yöelämään tapahtuvaksi.

Toimittajan rooli attraktion moodille tyypillisenä järjestäjänä tai näytteilleasettajana korostuu erityisesti viikon kivoissa uutisissa Pirkanmaalta, kun toimittaja käytännössä järjestää audion uutistilanteen ja tuo näytteille audiossa esiteltyt uutisaiheet. Vaikka toimittaja kertoo audiossa aiheet myös tarinalliseen tyyliin, kokonaisuutena hän tuo esille uutiset kuulijalle attraktion moodin erikoislaatuksella tyyliin. Viikon kivoissa uutisissa myös haastateltavat pääsevät attraktion moodin tyyliin sopivasti esiintyjän rooliin uutiskerronnassa, kun haastateltavat esiintyvät aiheissa mukana, mutta eivät varsinaisesti ole henkilöhahmoina tarinassa. (Ks. taulukko 1. Aslama 2005, 59.)

Nuoren yleisön rooli audiomuotoisten uutisten attraktion moodin kuvitteellisena vierestä katsojana tai yleisönä saadaan luotua monella eri keinolla Ylen nopeissa ja syvissä uutisissa (Ks. taulukko 1. Aslama 2005, 59). Esimerkiksi audioefektit ovat suuressa osassa luomassa yleisölle kuvitelmaa tilanteiden katsojana. Tällainen kuvitelma luodaan esimerkiksi erityisesti yöelämästä kertovassa audiossa, jossa kuulija pääsee mukaan audiossa oltaviin paikkoihin eli yökerhoon ja asiantuntijan haastattelutilanteeseen Senaatintorille äänimaisemissa. Maisemaa ei luoda pelkillä ääniefekteillä, vaan esimerkiksi kuvailemalla muutoinkin tilanteita, missä milloinkin audiossa ollaan.

5.3 Audiomuotoisen uutisen erilainen tapa informaatioon

Audiomuotoisissa uutisissa, kuten uutisissa yleensäkin viestinnän tavoitteena on jakaa informaatiota jostain asiasta yleisölle. Ylen nopeissa ja syvissä uutisissa informaation moodin piirteet eivät kuitenkaan täyty täysin yksiselitteisesti, sillä audiot on rakennettu ja aiheet uutisoitu tavanomaisesta uutiskerronnasta eroavalla tyyliin (Ks. taulukko 1. Aslama 2005, 59). Mikkonen kertoo, että uutisaudioita tehtäessä tekemisen tavoitteisiin pätevät kuitenkin samat vaatimukset kuin mihin tahansa journalistiseen sisältöön. Pää tavoite on saada kohde informoiduksi jostain asiasta, ja tekemiseen pätevät tietyt journalistiset raamit ja säännöt. (Mikkonen 2021.)

Tarkastellessani audioita kokonaisuutena ne kaikki täyttävät viestinnän tavoitteeltaan informaatiomoodin piirteet eli niissä tuodaan kuulijalle relevanttia ja uskottavaa tietoa jostain aiheesta. Audioiden kerronnassa pidetään myös huoli siitä, että kuulija tietää, mistä aiheesta on kyse, ja toimittaja on tässä avainroolissa tiedonvälittäjänä. Kuten Aslaman esittelemässä taulukossa on mainittuna esimerkki toimittajan asemasta, on näissä audiomuotoisissa uutisissa usein toimittaja eräänlaisena valvojana vahtimassa, että kaikki tieto ja osapuolet tulevat kuulluksi aiheesta. (Ks. taulukko 1. Aslama 2005, 59.)

Yleisön rooli Ylen nopeissa ja syvissä uutisissa informaation moodin tiedonhakijana on moninainen (Ks. taulukko 1. Aslama 2005, 59). Useimmat analyysini audiomuotoiset uutiset on rakennettu ajatuksella, että kuulija tai nuori kohdeyleisö tietää aiheesta ehkä jo jotain perusteita tai on kuullut siitä jotain muissa kanavissa aiemmin. Tämä korostuu siinä, ettei nuorelle yleisölle itsestään selviä asioita selitetä audiossa auki. Tässä suhteessa on mielestäni erityisesti onnistuttu, sillä kokemukseni mukaan usein nuoria koskevissa uutisissa aiheisiin tartutaan tyylillä, jolla nuoria koskevat asiat kerrotaan sellaista kohderyhmää ajatellen, joka ei tiedä alkuun mistä puhutaan. Tällaisia ovat olleet esimerkiksi uutisjutut, joissa yleisölle selitetään jotain nuorelle arkipäiväisiä seikkoja, jotta ne tulisivat jokaiselle ymmärretyksi. Tällainen piirre puuttuu Ylen nopeista ja syvistä uutisista, mikä tuo kohderyhmälle suunnatun kuvan uutisista.

Audioiden antamassa informaatiossa haastateltavien rooli on suuressa osassa, sillä poikkeuksetta analysoimissani audioissa haastateltavat kertovat kokemuksensa ja näkemyksensä omalla nimellä ja äänellään. Kun jutun aiheesta ääneen pääsevät itse kokijat, se tuo erityisen informatiivisen kokemuksen kuulijalle aiheeseen. Haastattelussa on useassa audiomuotoisessa uutisessa myös asiantuntijoita, jotka tuovat informatiivisen piirteen kerrontaan eivätkä audiot ole pelkkää toimittajan yksinpuhelua ja kerrontaa kyseessä olevasta uutisaiheesta.

5.4 Pohdintaa nuoren yleisön uutissisällöstä

Median moodien tarkastelussa Ylen nopeista ja syvistä uutisista on audioiden piirteissä monia sellaisia yhteneväisyyksiä, joiden perusteella niistä voi tehdä suuntaa antavia johtopäätöksiä siitä, millainen audiomuotoinen uutissisältö on nuorelle yleisölle suunnattu tai kuulostaa siltä. Audioita ja niissä esiintyviä moodeja tarkastellessa on kuitenkin muistettava se, että uutisaudioiden 15–29-vuotias yleisö on silti laaja ikäryhmä ja havaintojen perusteella ei suoraan voi yleistää jotain audion

piirteitä koko tälle nuorelle yleisölle suunnatuksi. Jonkinlaisen yhteneväisen kuvan nuorelle suunnatusta uutissisällöstä kuitenkin voi rajata. Tämä rajaus on myös aika pitkälti samanlainen kuin se, millainen hypoteesi minulla oli asiasta etukäteen.

Kiteytettynä voin todeta, että audioissa perinteisen uutiskerronnan ja journalismin kriteerit täyttyvät, mutta kerronnan tyyli on kohdeyleisölle räätälöityä ja journalismi nuorelle suunnattua. Nuorelle suunnattua sisällöstä tekee erityisesti se, että audioiden uutiskerronnan tyyli on vapaampaa kuin perinteinen uutiskerronta audiona esimerkiksi radiossa. Kerronnassa käytetään paljon erikoislaatuista piirteitä, vapaata puhetyyliä ja audioiden uutisaiheiden kerronnassa tarinallista keinoa. Uutisten kerronnassa suuressa osassa ovat muut aiheesta kertovat ja sitä havainnollistavat tekijät, kuten aiheeseen liittyvät ääniefektit. Kuulija esimerkiksi viedään uutisaiheen miljööseen lisäämällä uutisen taustalle sille tyypillistä äänimaisemaa, kuten yökerhon puheensorinaa ja musiikin jumputusta tai lokkien kirkumista Senaatintorilta.

Audioiden tekemisessä korostuu ajatus siitä, että ne ovat kohderyhmän kulutettavissa ja kuunneltavissa mahdollisimman helposti ja vaivattomasti. Vaikka Ylen nopeet ja syvät uutiset ovat kestoltaan vaihtelevia, ja aineistossanikin audioiden pituus vaihteli muutamasta minuutista yli kymmeneen minuuttiin, on niiden kulku rytmikästä, jouhevaa ja toisinaan myös nopeatempoista. Tämä tekee audioiden kuuntelusta vaivatonta, ja näin ollen voisi olettaa, että kohdeyleisö tarttuu niihin helpommin.

Tavoitteenani oli tutkia, millaisia median moodit -mallin muotoja Ylen nopeiden ja syvien uutisten kerronnassa esiintyy ja miten havaitsemani moodit tekevät audiosta nuorelle yleisölle suunnatun. Audioiden tarkastelussa on kuitenkin muistettava, että havainnot ovat pitkälti tulkinnanvaraisia. Esimerkiksi juuri median moodien piirteitä ja niiden esiintymistä audioissa voi tulkita monella eri tavalla ja joku toinen voisi tulkita jonkin audion piirteen eri moodiin, kuin mihin sen itse analyysissäni tulkitsin.

Tarkempien johtopäätöksiensä tekemiseen tarvitaan myös laajempaa analysointia nuorille suunnatusta audiomuotoisesta uutiskerronnasta ja kerronnan tyylistä. Koen kuitenkin, että tutkielmani tarkoitukseen nähden analysoimani aineisto on riittävän laaja ja toimiva, sillä Ylen nopeet ja syvät uutiset ovat tuore esimerkki nuorelle yleisölle suunnatuista audiomuotoisista uutisista eikä Mikko-
sen mukaan vastaavia ole Suomessa aiemmin tehty, joten muuta analysoitavaa ei olisi tarjollakaan.

Ennen audiotiimin pilottia Mikkonen on myös tutkinut nuorille suunnattua uutiskerrontaa ja erityisesti audiomuotoisten uutisten kerrontaa, joten audiotiimin tekemisen tyylin voi olettaa olevan tutkittuun tietoon perustuvaa. Tekemistä ja uutiskerronnan tyyliä on myös pilotin aikana kehitetty kohderyhmälle sopivammaksi. (Mikkonen 2021.) Tutkielmani aineiston valikoinnissa tärkeää oli se, että valikoin analyysiini uutisaudioita eri ajanjaksoilta audiotiimin pilottia.

Tavoittavuuteen liittyen olisi mielenkiintoista tarkastella myös sitä, miten audiot tulevaisuudessa tavoittavat yleisönsä jäämättä muiden uutisten tai kanavien jalkoihin. Jo oman Ylellä työskentelyni aikana huomasin, ettei monikaan haastattelemistani henkilöistä itsenäisesti löytänyt helposti myöhemmin julkaistuja haastatteluaudioita Areenasta. Mielestäni Areena onkin ehkä kömpelö paikka audiomuotoisten paikallisuutisten julkaisemiseksi, sillä sieltä audioiden etsiminen kuunneltavaksi on vaivalloista. Eikä audioiden julkaisu Ylen nopeina ja syvinä uutisina yhteen soittolistaan ehkä aja sitä ajatusta, mikä uutisaudioista Mikkosella ja audiotiimillä on. Tutkielmassanikin huomasin, että Ylen muihin artikkeleihin linkitetyt audiot olivat keränneet eniten kuuntelukertoja. Tässä kuitenkin täytyy ensin löytää nettiartikkeliin ja sen kautta löytää audioon käsiksi, mikä ei tue sitä ajatusta, jossa Ylen nopeet ja syvät uutiset ovat helposti ja nopeasti yhden napautuksen päässä kuunneltavissa.

Tämän tutkielman myötä olen saanut avattua ajatusmaailmaani siitä, millainen uutinen on nuorelle yleisölle suunnattu ja millaisiin asioihin kerronnassa tulee kiinnittää huomiota. Tutkielmastani ja siinä pohtimistani seikoista uskon olevan hyötyä myös audiomuotoiseen kerrontaan ja audion tekemiseen. Yllättävintä koko aiheen tutkimisessä oli se, että en itsekään Ylen nopeiden ja syvien uutisten kohdeyleisön edustajana osannut vastata ennen tutkielman tekoprosessia mitään kysymykseen siitä, millainen audiomuotoinen uutinen on, kun se on nuorelle yleisölle suunnattu. Tutkimukseni myötä ajatus on ainakin hieman selkeämpi.

LÄHTEET

Alma Media, Tutkimustoimisto Inspirans & Norstat 2019. Nuoret ja mediakulutus 2019. Nuorten, 15–24-vuotiaiden, mediakulutuksen erityispiirteet, odotukset ja arvostukset uutisia ja uutismaista sisältöä kohtaan. Hakupäivä 30.9.2021. https://akerlundinsaatio.fi/wp-content/uploads/2019/11/NUORET-JA-MEDIAKULUTUS_TUTKIMUS_ARTIKKELI_edit.pdf.

Anttonen, Marika 2021. Kalliit BCAA-juomat viedään kauppojen hyllyiltä – kysimme, pitävätkö lihasten kasvuun liittyvät lupaukset paikkansa. Yleisradio. Hakupäivä 18.11.2021. <https://yle.fi/uutiset/3-11883489>.

Aslama, Minna 2005. Tietoisku, tarina vai nähtävyys? Suomalaisen televisiojournalismin muodoista. Media & viestintä. Hakupäivä 7.10.2021. <https://journal.fi/mediaviestinta/article/view/62572>.

Eronen, Riitta 2018. Podcast. Kotimaisten kielten tiedotuskeskus. Hakupäivä 3.10.2021. <https://www.kielikello.fi/-/podcast>.

Haukkala, Sanna 2019. Podcastit talteen!. Scripta selecta, kirjoituksia Kansalliskirjaston kokoelmista. Hakupäivä 3.10.2021. <https://blogs.helsinki.fi/scriptaselecta/2019/03/22/podcastit-talteen/>.

Julkisen sanan neuvosto (JSN) 2013. Journalistin ohjeet ja liite. Hakupäivä: 6.10.2021. https://www.jsn.fi/journalistin_ohjeet/.

Jussila, Elisa 2002. Monimediadeski toimintaympäristönä. Yleisradion Oulu Radion ja Pohjois-Suomen tv-uutisten työntekijöiden näkemykset monimediadeskistä ja sen aiheuttamista muutoksista. Jyväskylän yliopisto. Viestintätieteiden laitos. Puheviestinnän pro gradu –tutkielma. Hakupäivä 3.10.2021. <https://jyx.jyu.fi/bitstream/handle/123456789/11232/ejussi.pdf?sequence=1>.

Kakko, Teemu & Kivimäki, Petri & Raimonaho, Asmo & Savolainen, Mikko 2021. Elämäni surullisin päivä. Hakupäivä 18.11.2021. <https://yle.fi/uutiset/3-11959451>.

Koivisto, Hanna 2008. Perinteiset uutiskriteerit pysyvät tiukassa. Suomen Tietotoimiston ulkomaan uutisten sisällön erittelyä. Tampereen yliopisto. Tiedotusopin laitos. Tiedotusopin pro gradu -ohjelma. Hakupäivä 3.10.2021. <https://trepo.tuni.fi/bitstream/handle/10024/80340/gradu03348.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.

Kuutti, Heikki 2012. Mediasanasto. Jyväskylä: Media Doc Oy. Hakupäivä 8.10.2021. <https://is-suu.com/harriwickstrand/docs/mediasanasto/6>.

Laki Yleisradio Oy:stä 1380/1993. Hakupäivä 30.9.2021. <https://finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1993/19931380>.

Media-alan tutkimussäätiö 2020. Uutismedia verkossa 2020. Suomen maaraportti. Hakupäivä 3.10.2021. https://www.mediaalantutkimussaatio.fi/wp-content/uploads/Reuters-Uutismedia-verkossa_raportti-Suomi_2020.pdf.

Mikkonen, Nadja 2021. Tuottaja, Suomi-deski. Yleisradio Oy. Haastattelu 22.9.2021. Haastattelu tutkielman tekijän hallussa.

Oksanen, Roosa 2020. Mitä vastaan, kun minulta kysytään, mikä nuoria kiinnostaa? Hakupäivä 6.10.2021. <https://www.a-lehdet.fi/artikkelit/mita-vastaan-kun-minulta-kysytaan-mika-nuoria-kiinnostaa>.

Peltola, Satu-Lotta 2018. Yleisradio. Uutiset halutaan tietää yhä nopeammin – mieluiten vain itseä kiinnostavista aiheista. Hakupäivä 4.10.2021. <https://yle.fi/uutiset/3-10011894>.

Pietikäinen, Sari 2001. Uutiskansalaisuuteen varttuminen: 13–19-vuotiaat nuoret uutisten äärellä. Hakupäivä 6.10.2021. <https://www.julkari.fi/bitstream/handle/10024/100276/016pietikainen.pdf?sequence=1>.

Puukka, Päivi 2020. Yleisradio. Yle Uutiset haluaa alle kolmekymppisten kännyköihin – Rosa Kettumäki ja Robert Sundman mukaan Nuorten uutistoimitukseen. Hakupäivä 15.2.2021. <https://yle.fi/uutiset/3-11637797>.

STT 2021. Jutun kieli ja sisältö. Tyylistä. Hakupäivä 7.10.2021. <https://stt.fi/tyylikirja/jutun-kieli-ja-sisalto/tyylista/>.

Talasterä, Johanna 2021. Parikymppinen Joanna Lehto meni sänkyyn Temppareissa ja siitä alkoi slut-shaming – nainen saa vihapostia seksistä, vaikka on sinkku. Yleisradio. Hakupäivä 18.11.2021. <https://yle.fi/uutiset/3-11913942>.

Yleisradio 2008. 80 vuotta luotettavaa uutisvälitystä. Hakupäivä 6.10.2021. <https://yle.fi/uutiset/3-6153097>.

Yleisradio 2014. Yle pähkinänkuoressa. Hakupäivä 6.10.2021. <https://yle.fi/aihe/artikkeli/yleisradio/yle-pahkinankuoressa>.

Yleisradio 2015. Mitä julkinen palvelu tarkoittaa? Hakupäivä 30.9.2021. <https://yle.fi/aihe/artikkeli/2015/01/05/mita-julkinen-palvelu-tarkoittaa>.

Yleisradio 2019. Strategia auttaa meitä palvelemaan suomalaisia paremmin. Hakupäivä 3.10.2021. <https://yle.fi/aihe/artikkeli/2019/04/23/strategia-auttaa-meita-palvelemaan-suomalaisia-paremmiin>.

Yleisradio 2020. Ylen strategia. Kaikille yhteinen, jokaiselle oma. Hakupäivä 8.10.2021. <https://yle.fi/aihe/strategia>.

Yleisradio 2021a. Yle Areena. Ylen nopeet ja syvät uutiset. Hakupäivä 30.9.2021. <https://areena.yle.fi/audio/1-50787780>.

Yleisradio 2021b. Yle Areena ohjeet. Usein kysytyt kysymykset. Hakupäivä 8.10.2021. <https://ohjeet.areena.yle.fi/hc/fi/articles/115002983165-Usein-kysytyt-kysymykset>.

TUTKIMUSAINEISTO

Yleisradio 2021a. Onko BCAA-bullshittiä? - THL ruttaa energiajuomat. Hakupäivä 18.11.2021.
<https://areena.yle.fi/audio/1-50811055>.

Yleisradio 2021b. Millainen on yöelämä pandemian jälkeen? Hakupäivä 18.11.2021.
<https://areena.yle.fi/audio/1-50814263>.

Yleisradio 2021c. Seksi Temppareissa toi sinkkunaiselle vihaa, miehelle kehuja – miksi? Hakupäivä 18.11.2021. <https://areena.yle.fi/audio/1-50835013>.

Yleisradio 2021d. 30 vuotta sitten 7 varusmiestä hukkui, eivätkä pelastuneet saaneet jälkihoitoa. Hakupäivä 18.11.2021. <https://areena.yle.fi/audio/1-50852595>.

Yleisradio 2021e. Viikon kivat uutiset Pirkanmaa, viikko 33. Hakupäivä 18.11.2021.
<https://areena.yle.fi/audio/1-50911817>.

Yleisradio 2021f. Leikitkö Squid Gamea koulussa? Seuraukset voivat olla ahdistavia – opettaja kertoo, miksi. Hakupäivä 18.11.2021 & 3.1.2022. <https://areena.yle.fi/audio/1-51010974>.

Jaksojen litteroinnit tutkielman tekijän hallussa.

LIITE

Haastattelukysymykset Nadja Mikkoselle

1. Milloin ja miksi Ylen audiotiimi on perustettu?
2. Miten audiotiimi on muodostettu? Millaisia rooleja tiimin jäsenillä on jne.
3. Miten audiotiimi toimii tai mikä sen työskentelymalli on?
4. Mikä Ylen nopeiden ja syvien uutisten kohderyhmän tarkka ikähaarukka?
5. Mitä genreä audiot ovat tai onko niihin muodostunut joku yhteneväinen tyyli tai punainen lanka, minkä ympärille ne kaikki nivoutuvat?
6. Millaista tietoa olette saaneet julkaistuista audioista?
7. Miten audioiden tekemisessä käytettävä tyyli on muodostunut tekemisessä?
8. Miten aiheet valikoituvat ja millaisia ne nuorille valittavat aiheet ovat? Millaisia piirteitä niissä pitää olla, että ne ajatellaan nuorta yleisöä kiinnostaviksi aiheiksi?
9. Mikä voisi olla sellainen ns. täydellinen päämäärä, mikä audiotiimin työllä halutaan saavuttaa?
10. Mitkä ovat isoimpia kompastuskiviä, mitä audiotiimin tekemiseen tai päämäärään pääsemiseen liittyy?
11. Millaisissa asioissa olette onnistuneet audioiden tekemisen aikana?
12. Jos miettii päämäärää, mitä siitä on ehkä saavutettu?
13. Mitä muuta audiotiimistä ja sen toiminnasta on hyvä tietää?

Audiotiimin tuottaja Nadja Mikkosen haastattelu toteutettu 22.9.2021. Haastattelu tutkielman tekijän hallussa.