



Nuorten aikuisten ajatuksia MTV Uutiset Livestä

Katariina Kähkönen

Haaga-Helia ammattikorkeakoulu

Amk-opinnäytetyö

2022

Journalismin tutkinto

Tiivistelmä

Tekijä(t)

Katariina Kähkönen

Tutkinto

Medianomi

Raportin/Opinnäytetyön nimi

Nuorten aikuisten ajatuksia MTV Uutiset Livestä

Sivu- ja liitesivumäärä

50 + 2

Mediakulutus on muuttunut eikä lineaarinen televisio vedä enää nuoria puoleensa. Sen sijaan uutismaista sisältöä etsitään esimerkiksi sosiaalisesta mediasta.

Opinnäytetyössä tutkittiin, mitkä asiat saivat nuoren aikuisen katsomaan MTV Uutiset Liveä. Nuorilla aikuisilla tarkoitettiin tässä tapauksessa 20–25-vuotiaita. MTV Uutiset Liven laajuuden vuoksi opinnäytetyössä tarkasteltiin vain Liven joka arkipäivä kello 14.30 esitettävää lähetystä.

Työn perusteella kehitetään Liven sisältöä entistä kiinnostavammaksi nuorille aikuisille. Työn toimeksiantaja on MTV Oy.

Työn keskeisenä tietoperustana toimivat erilaiset broadcast- ja uutismaailmaan liittyvät käsitteet sekä tutkimukset nuorten mediakulutuksesta.

Opinnäytetyö toteutettiin laadullisena tutkimuksena. Työvälineenä käytettiin kyselyä, jonka kohteena toimi yksi MTV Uutiset Liven 14.30 -lähetys.

Kysely sisälsi avoimia ja suljettuja kysymyksiä. Kysely toteutettiin aikavälillä 25.–30. tammi-kuuta vuonna 2022. Kriteereihin (ikä ja lähetyksen katsominen) sopivia vastaajia oli 112.

Kyselyn vastauksista kävi ilmi, että nuoret aikuiset pitivät lähetystä liian pitkänä. Nuoret kaipaivat myös monipuolista ja laadukkaasti toteutettua sisältöä. Kyselyn vastauksissa annettiin erilaisia aihe-ehdotuksia Liven käsiteltäväksi. Vastauksista oli myös huomattavissa, että MTV Uutiset Liven brändi oli suurimmalle osalle vastaajista tuntematon.

Kyselyn tulokset tukivat aiempia tutkimustuloksia nuorten mediankäytöstä: nuoret suosivat nopeatempoista ja lyhyttä sisältöä. Median kuluttamiseen vaikuttaa myös brändi, joka oli MTV Uutiset Liven tapauksessa melko tunnistamaton.

Asiasanat

nuoret aikuiset, televisio, uutiset, journalismi

Sisällys

1. Johdanto.....	1
2. Keskeiset käsitteet ja niiden määrittely.....	2
2.1 Televisiouutiset	2
2.2 Digitaalinen ympäristö	3
2.3 Insertti.....	3
2.4 Sähke ja sähkösatana.....	4
2.5 Plasmaesitys.....	4
2.6 Helmipala.....	5
2.7 Tapetti.....	5
2.8 Brändi	5
3. Nuoret median kuluttajina	6
4. MTV Uutiset Live	8
4.1 MTV Uutiset Liven 14.30-uutislähetys	9
4.2 MTV Uutiset Liven 14.30-lähetyksen rakentuminen.....	9
4.3 MTV Uutiset Liven kohderyhmä.....	11
4.4 14.30-lähetyksen tavoitteiden toteutuminen.....	12
5. Tutkimusmenetelmät.....	13
5.1 Haastattelut.....	13
5.2 Tutkimuskohteena oleva lähetys ja kysely	14
6. Päivän 25.1.2022 uutislähetys	16
6.1 Lähetyksen rakenne	16
6.2 Lähetyksen visuaalinen ilme.....	20
6.3 Lähetyksen onnistuminen päivän tuottajan näkökulmasta	21
6.4 Nuorten aikuisten huomioiminen osana lähetyksen kohderyhmää.....	21
7. Nuorille aikuisille suunnattu kysely	23
7.1 Vastaajien katselutapa	24
7.2 Lähetyksen kesto vastaajien näkökulmasta.....	25
7.3 Sisällön kattavuus vastaajien näkökulmasta.....	28
7.4 Visuaalinen ilme vastaajien näkökulmasta.....	29
7.5 Kohderyhmään kuuluminen	31
7.6 Lähetyksen katsominen toisena päivänä	32
7.7 Lähetyksen sopiminen MTV Uutisten brändin alle	34
7.8 Vastaajien toiveet lähetykseen liittyen	35
8. Tulosten yhteenveto ja analyysi	37
8.1 Lähetyksen pituus ja esitysaika	37
8.2 Sisällön kiinnostavuus	38
8.3 Lähetyksen visuaalisuus.....	40

8.4	Katselualustat ja materiaalin jatkojalostaminen	40
8.5	Huolellisuus lähetyksen kasaamisessa.....	42
8.6	Lähetyksen brändäys nuorille	43
9.	Pohdinta	46
9.1	Yleinen pohdinta.....	46
9.2	Prosessin arviointi	47
	Lähteet	49
	Liitteet.....	51
	Liite 1. Kyselyssä esitetyt kysymykset	51

1. Johdanto

Television kuolemasta ja nuorten mediakulutuksen muuttumisesta on puhuttu pitkään median murroksen yhteydessä.

Nuorten mediakulutus on tutkimusten mukaan nopeatempoista sekä laajentunut esimerkiksi sosiaaliseen mediaan. Perinteisen median onkin nykyään entistä vaikeampi tavoittaa nuorta yleisöä. Samaan aikaan se olisi tärkeää, sillä television katseluluvut laskevat vähitellen vanhemman sukupolven vanhetessa entisestään.

Edellä mainituista seikoista huolimatta MTV Uutiset Live laajensi toimintaansa vuonna 2020 myös television puolelle kello 14.30 näytettävän lähetyksen muodossa. Samaan aikaan Live on pyrkinyt esiintymään nuorekkaana kanavana.

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on selvittää, mitkä asiat saisivat nuoren aikuisen katsomaan MTV Uutiset Liveä.

Tutkimuskysymyksen laajuuden vuoksi kysymys on jaettu kahteen osaan:

1. Miltä Liven uutiskerronta näyttää nuoren aikuisen silmin?
2. Minkälaiset aiheet saisivat nuoren aikuisen katsomaan Liveä?

Tutkimuskysymys on tärkeä ja ajankohtainen erityisesti kaupalliselle medialle, joka on riippuvainen katsojaluvuista. Miten uusi sukupolvi saadaan tavoitettua, jotta katsoja- ja kävijämäärät eivät romahda?

MTV Uutiset Liven laajuuden vuoksi opinnäytetyössä keskitytään joka arkipäivä tuotettavaan ja kello 14.30 näytettävään noin 25 minuutin mittaiseen uutislähetykseen.

Opinnäytetyön tutkimuskohteena on MTV Uutiset Liven lähetykset, jota tutkitaan 20–25-vuotiaille katsojille suunnatulla kyselyllä. Kysely toteutettiin 25.1.-30.1.2022 ja siihen vastasi 154 henkilöä.

Lisäksi opinnäytetyötä varten on haastateltu MTV:n liiketoiminta- ja kehityspäällikkö Jyrki Huotari, MTV Uutisten digitaalisten sisältöjen päällikkö Mona Haapsaari ja opinnäytetyössä esimerkkinä käytetyn lähetyksen tuottaja Juulia Jaulimo.

Opinnäytetyön toimeksiantaja on MTV Oy. Työn tuloksia tullaan käyttämään pohjana muun muassa MTV Uutiset Liven uutiskerronnan, visuaalisuuden ja sisällön kehittämisessä.

2. Keskeiset käsitteet ja niiden määrittely

Tässä luvussa esittelen opinnäytetyössäni käytettävää termistöä. Näitä ovat televisiouutiset, digitaalinen ympäristö, insertti, sähke ja sähkösatana, plasmaesitys, helmipala, tappetti ja brändi.

2.1 Televisiouutiset

Lineaarinen televisio ja televisiouutiset ovat olleet noin 50 vuoden ajan yleisimmin käytetty ja tärkein uutisten lähde ympäri maailmaa (Nielsen & Sambrook 2016, 22).

Ensimmäinen uutislähetys televisiossa nähtiin Suomessa vuonna 1959 (Nikkinen & Vacklin 2012, 162).

Uutiset koostuvat monista aiheista, jotka esitetään studio-osuuksina, otsikoina, insertteinä, puffeina ja suorina elementteinä. Aiheet valitaan uutiskriteereiden perusteella, mitä ovat muun muassa merkitys, tuoreus, poikkeuksellisuus ja kiinnostavuus. (Nikkinen & Vacklin 2012, 163)

Uutislähetyksessä esitetään ensimmäisenä päivän tärkein aihe, eli pääuutinen, jonka jälkeen päivän aiheiden käsittelyä jatketaan sen hetkisessä tärkeysjärjestyksessä. (Nikkinen & Vacklin 2012, 165)

Median murroksen yhteydessä on puhuttu televisiouutisten kuolemasta. Televisiouutisten onkin ollut vaikeaa löytää paikkaansa uudenlaisessa mediaympäristössä. Erityisesti nuoret eivät kuluta perinteisen lineaarisen television uutisia samoissa määrin kuin vanhemmat sukupolvet. (Nielsen & Sambrook 2016, 5).

Vuodesta 2017 MTV3-kanavalla esitettävien televisiouutisten tavoitettavuus on pudonnut kuudella prosenttiyksiköllä 54 prosenttiin (Media-alan tutkimussäätiö & Tampereen journalismin, viestinnän ja median tutkimuskeskus 2021, 19)

Tässä opinnäytetyössä televisiouutisilla viitataan nimenomaan MTV Uutiset Liven 14.30 -lähetykseen sekä MTV:n Seitsemän uutisiin ja Kymmenen uutisiin.

2.2 Digitaalinen ympäristö

Nykyään medioiden sisältöjä voidaan jakaa internetin, eli digitaalisen ympäristön kautta. Digitaalinen ympäristö mahdollistaa katsojalle sisällön kuluttamisen hänelle sopivalla hetkellä. Sisältöä voidaan kuluttaa esimerkiksi puhelimella, tabletilla, tietokoneella tai internetin yhteyden omaavalla televisiolla. (Hakkarainen 2011, luku 8)

Aiemmin suomalaiset ovat kuluttaneet verkkouutisia tietokoneella, mutta vuonna 2019 uutisten seuraamiseen käytettiin jo yhtä paljon älypuhelimia. Nykyisen tiedon valossa älypuhelin on jo tietokonettakin suosituampi. (Media-alan tutkimussäätiö & Tampereen journalismin, viestinnän ja median tutkimuskeskus 2021, 33)

Digitaalisessa ympäristössä kulutetaan eniten maksutonta uutissisältöä, mitä muun muassa MTV Uutiset tarjoaa. (Media-alan tutkimussäätiö & Tampereen journalismin, viestinnän ja median tutkimuskeskus 2021, 10)

MTV Uutiset Live tuottaa digitaaliseen ympäristöön ympäri vuorokauden uutislähetystyksiä. Liven 14.30-lähetys nähdään digitaalisten alustojen lisäksi lineaarisessa televisiossa.

Tässä opinnäytetyössä digitaalisella ympäristöllä tarkoitetaan ensisijaisesti nettisivustoja mtvuutiset.fi ja mtv.fi sekä kyseisten sivustojen sovelluksia, joista MTV Uutiset Live on katsottavissa. Digitaalinen ympäristö pitää sisällään myös MTV Uutisten Facebook-sivun.

2.3 Insertti

Uutisinsertit ovat aina ajankohtaisia ja niiden rakenne on yleensä kärkekolmiomalli. Tämä tarkoittaa, että insertissä kerrotaan ensimmäisenä tärkeimmät faktat. (Nielsen & Sambrook, 2016, s. 5).

Ennen inserttiä uutisankkuri tai uutisankkurit alustavat käsiteltävän aiheen lyhyesti. MTV Uutiset Liven 14.30 lähetyksessä ankkureita on aina yksi, toisin kuin Seitsemän ja Kymmenen uutisissa.

Insertit ovat tärkeä osa lähetysten rytmitystä. Ne mahdollistavat aiheen avaamisen visuaalisesti pelkän sähkötekstin sijaan. Ne mahdollistavat myös teknisesti esimerkiksi studiovieraiden saapumisen studioon insertin aikana.

2.4 Sähke ja sähkösatana

Sähkeet ovat uutisankkurin lukemia tiiviitä uutisia. Sähkeen aikana ruudussa voidaan käyttää tapettia (katso luku 2.7), jolloin ankkurin ääni kuuluu kuvien päällä. (Nikkinen & Vacklin 2012, 168)

Ankkurin lukeman sähkeen jälkeen voidaan nähdä esimerkiksi asiantuntijan tai tilanteen kokijan lyhyt kommentti, eli satana. Satasella tarkoitetaan haastattelupätkää, jossa on sataprosenttinen ääni ja kuva. Sähkeen ja satasen yhdistelmästä puhutaan sähkösatana. Sähke toimii uutiskärkenä sen jälkeen nähtävälle kommentille. (Nikkinen & Vacklin 2012, 168)

Sähkösatana ei ole insertti tai uutisjuttu, sillä satana on tyyliltään lyhyempi. Uutisjuttu sisältää myös yleensä toimittajan tuottamaa puhetta, kun taas satasessa harvoin kuullaan toimittajan ääntä edes kysymyksen muodossa.

2.5 Plasmaesitys

Plasmaesityksellä tarkoitetaan tietyn aiheen tai kokonaisuuden avaamista katsojalle visuaalisten elementtien kautta MTV Uutiset Livessä. MTV Uutisten toimittaja avaa aiheita ruudun edessä, jossa esitetään grafiikoita. Plasmaesitys voi sisältää esimerkiksi tilastoja tai karttoja. Aiheen käsittely voisi olla vaikeaa esimerkiksi asiantuntijan kanssa, jolloin toimittajan on katsojan näkökulmasta selkeämpää summata aihe kuvallisen esityksen tuella. (Jaulimo 25.1.2022)

Plasmaesitystä varten toimittaja teettää graafikolla ruudulla näytettävät grafiikat. Tämä on osittain työlästä, sillä toimittajalla pitää olla kaikki faktat kasassa ennen kuin hän lähtee kasaamaan esityksen visuaalista puolta. (Jaulimo 25.1.2022)

MTV Uutiset Liven tuottajana toimiva Juulia Jaulimo katsoo plasmaesityksen ”kontekstioivan informaatiota kiinnostavalla ja visuaalisella tavalla”. Uutistilanteissa kameraan eteen haetaan klassisesti ”puhuva pää”, joka kertoo tietonsa asiaan liittyen. Plasmaesityksessä tätä samaa tietoa voidaan jalostaa vielä pidemmälle visuaaliseksi kokonaisuudeksi. (Jaulimo 25.1.2022)

Kyselyssä tarkasteltu lähetys sisälsi plasmaesityksen Venäjän sotaharjoituksista.

2.6 Helmipala

Helmipalalla tarkoitetaan päivän uutisvirrasta poikkeavaa, ajatonta ja huolella tehtyä juttua. Ideana on, että aihe ”kestää ajoa” myös tulevina päivinä. (Haapsaari 21.3.2022)

Helmipalana toimiva juttu on näytetty jo aiemmin digitaalisilla alustoilla MTV Uutiset Liven kautta. Juttu voidaan nostaa helmipalaksi, mikäli se nähdään potentiaalisena aiheena TV-yleisölle. (Haapsaari 21.3.2022)

Liven 14.30-lähetysten pituuden vuoksi ajolistalle nostetaan yleensä yksi helmipala, jota voidaan käyttää, mikäli uutispäivä on rauhallinen tai lähetyksessä alun perin näytettäväksi suunnitelluissa asioissa tapahtuisi esimerkiksi tekninen virhe. (Haapsaari 21.3.2022)

Helmipalan tarkkaa kestoa ei ole määritetty, mutta mitä lyhyempi helmipala on, sitä todennäköisemmin sitä voidaan käyttää lähetyksessä. (Haapsaari 21.3.2022)

2.7 Tapetti

Tapetti on videokuvaa, jota näytetään ruudussa esimerkiksi deskikeskustelun ja puhelinhaastattelun aikana. Videokuva toimii kuvallisena kerrontana ja rikastuttaa lähetystä. (Haapsaari 21.3.2022)

Tapetti ei ole välttämättä suoraa kuvaa aiheeseen liittyvästä aiheesta, mutta sen tulee liittyä olennaisesti aiheeseen. Mikäli tapetissa käytettävä kuva on kuvattu aiemmin, tapetin vasemmassa yläkulmassa kerrotaan kyseessä olevan arkistokuva. (Haapsaari 21.3.2022)

2.8 Brändi

Brändillä tarkoitetaan asioita, jotka ihminen on kokenut kyseisestä yrityksestä, tässä opinäytetyössä MTV Uutisista ja MTV Uutiset Livestä. Brändi muodostuu aina kuluttajan mielessä ja jokainen kokee sen subjektiivisesti. (Helsingin seudun kauppakamari & Ruokolainen 2020, 16)

Logoa voidaan pitää brändin symbolina, joka jää mieleen kuluttajalle. (Helsingin seudun kauppakamari & Ruokolainen 2020, 18)

3. Nuoret median kuluttajina

Nuoret ovat tottuneita nopeaan sisällönkulutukseen, joka heijastuu myös uutistenkulutukseen (Alma Media, Inspirans & Norstat 2019, 1).

Nuoret eivät katso uutisia lineaarisen television kautta yhtä paljon kuin vanhemmat sukupolvet (Nielsen & Sambrook 2016, 5). Tästä huolimatta nuoria aikuisia on myös yritetty houkutella television puolella jo ennen MTV Uutiset Liveä. Televisiokanava Inez-aloitti toimintansa vuonna 2019 suunnaten ohjelmavirtansa nuorille aikuisille, tässä tapauksessa 15–25-vuotialle. (Reinikainen, P 2019.) Inezin sisältö on kuitenkin pitkälti viihteellistä, ei niinkään uutismaista kuin MTV Uutiset Liven.

Television sijaan digitaalinen ympäristö on nuorille arkipäivää. Nuoret ja mediakulutus - tutkimuksen mukaan 15–24-vuotiaista nuorista 91 prosenttia oli kuluttanut edellisen päivän aikana mediasisältöjä mobiililaitteella. Vain 21 prosenttia nuorista oli kuluttanut mediasisältöjä television kautta (Alma Media, Inspirans & Norstat 2019, 7).

Tutkimuksessa selvisi, että edellisenä päivänä nuoret olivat kuluttaneet sosiaalisessa mediassa uutisia eniten Instagramissa. Muita suosittuja kanavia olivat YouTube ja Facebook.

Nuorten mediakulutuksen painottuessa sosiaaliseen mediaan, tutkimustieto nuorten käytämistä uutispalveluista on hyvin vähäistä. Tiedossa kuitenkin on, että nuoret kuluttavat mediaa mobiililaitteilla mobiilisovellusten kautta. Nuoret ja mediakulutus -tutkimus nostaa esiin nuorten toiveen ”uutisten Netflix” -sovelluksesta, joka yhdistäisi uutisia eri lähteistä ja näkökulmista. Sovelluksia on nykypäivänä saatavilla kuitenkin niin paljon, että kyseisen sovelluksen pitäisi olla erityisen hyvä ja toimiva. (Alma Media, Inspirans & Norstat. 2019) MTV:llä uutissovelluksen ja mtv-sovelluksen toimivuus ovat tällä hetkellä ongelma (Haapasaari 21.3.2022).

Mobiililaitteiden kautta myös Redditistä, Youtubesta ja TikTokista on tullut nuorten parissa uutismaisen sisällön jakelualusta perinteisen median rinnalle. Tämä haastaa MTV:n liiketoiminta- ja kehityspäällikkö Jyrki Huotarin mukaan median toiminnan digitaalisessa ympäristössä nuorten saavuttamiseksi. (Huotari 21.1.2022)

”Jos me ei ole läsnä niillä alustoilla, ei me olla nuorelle porukalle edes olemassa, eivät he törmää meihin”

Nuorten aikuisten motiiveista kuluttaa mediaa tiedetään kuitenkin jonkin verran. Taustalla vaikuttavat esimerkiksi ajan tasalla pysyminen ja sosiaalinen paine. Uutisia kulutetaan myös yhteisöllisesti: sisältöä kommentoidaan ja jaetaan ystäville viestitse. (Alma Media, Inspirans & Norstat 2019, 5)

Esimerkiksi median brändi vaikuttaa myös nuorten mediakulutukseen: Nuoret ja mediakulutus -tutkimuksen mukaan lähes puolet pääkaupunkiseudun ulkopuolella asuneista tutkitavista nuorista kulutti ensisijaisesti tiettyä uutismediaa. Vastaava luku pääkaupunkiseudulla oli vain kuusi prosenttia. (Alma Media, Inspirans & Norstat 2019, 8)

On tärkeää kuitenkin muistaa, että nuoret aikuiset ei ole yksi homogeeninen ryhmä, vaan kiinnostuksen kohteet ja uutisten kulutustapa vaihtelevat yksilön mukaan. Mikään tutkimustulos ei voi siis täysin selittää, minkälaiset uutiset kiinnostavat 20–25-vuotiaita nuoria aikuisia.

4. MTV Uutiset Live

MTV Uutiset Livellä tarkoitetaan vuonna 2019 perustettua verkossa toimivaa ympärivuorokautista liikkuvan kuvan uutisliveä. Kyseessä on MTV Uutisten uusi digitaalinen palvelu.

MTV Uutiset Live on Suomen ensimmäinen ympärivuorokautinen uutislive-palvelu. Globaalisti ilmiö ei kuitenkaan ole uusi, sillä esimerkiksi ympärivuorokautinen CNN-televisiokanava perustettiin jo ennen internetin aikaa Yhdysvalloissa vuonna 1980 (CNN 31.5.2020).

Vuoden 2012 aikana lukuisat ulkomaalaiset talouslehdet, kuten Financial Times, perustivat reaaliaikaisia uutisstudioita (Uskali, T 2013, 67). MTV Uutiset Liven kaltainen konsepti on tuttu muualla maailmassa, kuten naapurissamme Ruotsista (TV4 2022).

MTV Uutiset Live tuottaa digitaaliseen ympäristöön ympäri vuorokauden uutislähetystä, jotka pitävät pääosin sisällään yhden aiheen tai tarkkaan rajatun kokonaisuuden (pl. 14.30-lähetys). Lähetyksessä syvennyttään siis tiettyyn aiheeseen tarkemmin verrattuna esimerkiksi Kymmenen uutisiin.

MTV Uutiset Live on monia asioita: niin sähköuutisia kuin erilaisia pitkiä haastatteluja. Ajatuksena on, että Live on jatkuvasti läsnä päivän uutisissa ja reagoi nopeasti uutistahtumiin. Liven tarjoama sisältö koostuu uutisten lisäksi myös urheilusta, viihteestä ja lifestylestä. (MTV Uutiset 2020, 17)

Live-lähetysten kesto voi olla mitä vain minuutista moniin tunteihin. Joissakin tapauksissa voidaan ajatella, että live-lähetys on ikään kuin osa tv-uutislähetyksestä (Haikonen, 2020, 9).

Opinnäytetyössä käsiteltävä MTV Uutiset Liven 14.30 -lähetys koostuukin osittain jo valmiiksi tehdyistä live-lähetyksistä, jotka esitetään kokonaisuudessaan tai osittain 14.30 alkavassa lähetyksessä. Opinnäytetyössä viitataan MTV Uutiset Liven 14.30 -lähetykseen termeillä Liven 14.30 -lähetys, MTV Uutiset Liven 14.30 lähetys, 14.30-lähetys ja lähetys. Kyseiselle lähetykselle ei ole vakiintunut muuta nimeä kuin sen kellonaika, sillä lähetysten nimi vaihtuu verkossa tärkeimpien uutisten mukaan ja televisiotiedoissa se esitetään nimellä MTV Uutiset Live, minkä käyttö tässä opinnäytetyössä voisi olla harhaanjohtava.

4.1 MTV Uutiset Liven 14.30-uutislähetys

Vuonna 2020 MTV Uutiset Live otti uuden askeleen siirtyessään TV-ympäristöön. Nykyään MTV Uutiset Liveä esitetään joka arkipäivä lineaarisessa televisiossa MTV3-kanavalla kello 14.30. TV-lähetys kestää noin 25 minuuttia, jonka aikana tarkoituksena on summata päivän tärkeimmät ja mielenkiintoisimmat uutisaiheet.

Televisiossa esitettävän lähetyksen pohdinta alkoi koronapandemian aikana vuonna 2020. Tällöin erilaisia tiedotustilaisuuksia pidettiin usein sekä yleisön tiedontarve oli valtava. Televisioon laajentamalla pyrittiin vastaamaan tähän. (Huotari 21.1.2022).

Live suunniteltiin alun perin monikanavaiseksi tuotteeksi. Ideana oli, että Liveä voidaan jakaa millä vain alustalla. Taustalla on myös ajatus kannattavuudesta, joka on tällöin parempi kuin vain yhteen paikkaan jaettaessa. (Huotari 21.1.2022).

Ensimmäisten televisiokokeilujen kohdalla Liven lähetyssaikaa vaihdeltiin. Lopulta ajaksi vakiintui kello 14.30. Yksi syy tähän oli EGP-tietojen (ohjelmaoppaan) hidas päivittyminen, jonka myötä yleisö ei saisi tietoonsa jopa isoa uutistapahtumaa ohjelmätiedoista. MTV:n liiketoiminta- ja kehityspäällikkö Jyrki Huotarin mukaa Suomessa yleisö myös hakeutuu yleensä luonnollisesti Ylen TV1-kanavan pariin, mikäli jotakin suurta tapahtuu. (Huotari 21.1.2022).

Säännöllinen kellonaika luo tunnettavuutta ja saa yleisön tottumaan siihen, että tiettyyn kellonaikaan tulee tietty ohjelma. (Huotari 21.1.2022).

Lähetys esitetään lineaarisen television lisäksi suorana digitaalisilla alustoilla: MTV Uutisten nettisivuilla osoitteessa mtvuutiset.fi ja mtv-palvelussa. Lähetys striimataan myös joinain päivinä MTV Uutisten Facebook-sivulla. Lähetys on lisäksi katsottavissa suorana CMoren maksukanavalla. Lähetys on mahdollista katsoa jälkikäteen digialustoilta.

4.2 MTV Uutiset Liven 14.30-lähetyksen rakentuminen

Huotarin mukaan lähetyksen tekemiselle on annettu melko vapaat kädet. Toimituksessa on mahdollista kokeilla uusia asioita ja toisaalta harjoitella jatkuvaa television tekemistä. Kanavalta ei ole tullut esimerkiksi pyyntöä, että lähetyksen tulisi muistuttaa Seitsemän tai Kymmenen uutisia. Lähetyksen sisältö voi olla käytännössä melkein mitä tahansa: pelkkä tiedotustilaisuus tai 15 erilaista lyhyttä aihetta.

Nykyään MTV Uutiset Liven 14.30-lähetyksen rakentamisessa on tuottajan apuna alustava pieni runko, joka kuitenkin elää päivän uutistapahtumien mukaan. Lähetys voi joinakin

päivinä pitää sisällään esimerkiksi yhden teeman, johon syvennyttään. Näin toimittiin kuntavaali-viikolla, jolloin lähetyksessä syvennyttiin aina yhteen kaupunkiin. Näin on toimittu myös Ukrainan sodan aikana.

Yleensä lähetys alkaa lyhyellä ankkurin pohjustuksella päivän käsiteltävistä aiheista. Tämän jälkeen lähetyksessä nähdään kurkkaus, joka pohjustaa yhtä tulevaa aihetta. Se voi olla pieni pätkä tulevasta insertistä tai myöhemmin lähetykseen suoran osuuden tekevän toimittajan "terveiset" kentältä. Kurkkaus kestää alle minuutin.

Kurkkauksen jälkeen siirrytään sähkeisiin. Sähkeiden määrä voi vaihdella, sillä esimerkiksi juuri ennen lähetystä voi tulla uusi tärkeä uutistapahtuma, joka pitää saada mahtumaan lähetykseen. Yleensä sähkeitä on lähetyksessä kolme.

Sähkeiden jälkeen siirrytään päivän muihin aiheisiin, joita käsitellään suorien elementtien ja inserttien kautta. Suoria elementtejä voivat olla esimerkiksi toimittaja kentällä, vieraan tai toimittajan deskivierailu, toimittajan tekemä plasmaesitys tai puhelinsuora.

Yksi lähetyksen aikana esitettävistä inserteistä on usein päivän aikana aiemmin tehty sää-lähetys kyseisen päivän vuorossa olevan meteorologin kanssa.

Lähetyksen toiseksi viimeinen elementti on yleensä Viiden jälkeen -ohjelman ankkurin vierailu studiossa. Kyseessä on MTV3-kanavalla samana päivänä kello 16.58 alkavan Viiden jälkeen -ohjelman puffaus. Studiossa vieraileva ankkuri kertoo tiivistetysti, mitä päivän lähetyksessä on luvassa.

Lähetyksen lopuksi nähdään loppukuva. Loppukuva voi olla lähes mitä tahansa, johon on hyvä päättää uutislähetys. Loppukuva ei ole synonyymi Kymmenen uutisissa nähtävälle kevennykselle, vaan se voi sisältää myös painavaa uutisasiaa ilman huumoria.

Loppukuva on visuaalinen ja voidaan esittää insertin tai tapetin muodossa.

Yleensä päivän videotoimittaja esittää tuottajalle ehdotuksen loppukuvasta ja hoitaa sen studioon valmiiksi.

4.3 MTV Uutiset Liven kohderyhmä

MTV Uutiset Liven kaupalliseen kohderyhmään kuuluvat 15–64-vuotiaat. Lisäksi kanavalla seurataan katseluluvuissa koko väestöä, eli kaikkia neljä vuotta täyttäneitä. (Huotari 21.1.2022)

Kohderyhmän sisällä vaikeuksia tuottaa erityisesti nuorten tavoittaminen. Huotarin mukaan nuorten tavoittaminen on ydinkysymys, mitä miettivät ”kaikki muutkin alalla toimijat”. Hän nostaa esiin Ylen, jossa sisältöä on alettu luomaan nuoremmalle kohderyhmälle. (Huotari 21.1.2022)

Huotarin mukaan MTV:n televisiouutisten kulutus tulee laskemaan viiden vuoden tähtäimellä. Videokulutus digitaalisilla alustoilla tulisi saada nousuun, jotta se kompensoisi katselua. Tämä tarkoittaa myös nuoremman kohderyhmän tavoittamista. (Huotari 21.1.2022)

”Ei riitä, että ikäihmisiä siirretään televisiosta mtv-palveluun, vaan myös nuorempaa päätyä pitää saada kiinni”

Ennen sisällön markkinointia Huotari painottaa, että itse sisältöön pitää kiinnittää huomiota. Lisäksi huomioon tulee ottaa uutisten brändi. (Huotari 21.1.2022)

”Jotta me voimme markkinoida, meillä pitää olla sellaista sisältöä, mikä vastaa heidän tarpeisiinsa.”

MTV:n eri alustoilla on myös erilaiset kohderyhmät. Alustoiksi lasketaan MTV3-kanava, uutispalvelu ja mtv-palvelu. Nuorin kohderyhmä on mtv-palvelussa, jossa silti koko MTV Uutiset Liven katsojista vain 20 prosenttia on 15–44-vuotiaita. (Huotari 21.1.2022)

Huotarin mukaan tämän vuoden puolella nuorempaa yleisöä on ollut enemmän ja vanhempaa vähemmän. Muutokset ovat kuitenkin olleet pieniä, ainakin ennen Venäjän hyökkäyssodan alkua Ukrainassa. (Huotari 21.1.2022)

4.4 14.30-lähetyksen tavoitteiden toteutuminen

Huotarin mukaan lähetyksellä oli aluksi hyvät katsojaluvut kellonaikaansa nähden. Koronan ”normalisoitua” ja yllättävien käännteiden puuttuttua päiväkatselu hiljentyi.

Huotarin haastattelun toteutumisen jälkeen Venäjä hyökkäsi Ukrainaan, jonka myötä ihmisten tiedonjano on kasvanut ja katsojaluvut ovat nousseet. Tähän paneudutaan tarkemmin pohdinnassa luvussa 9.1.

Television näkökulmasta jokaiselle ohjelmalle on määritelty tavoitteet. Lähtökohtana on, että ohjelman pitäisi kasvattaa katselukertoja verrattuna edelliseen ja seuraavaan ohjelmaan kanavalla. Katselukertoja seurataan myös horisontaalisti: ohjelman tulisi voittaa oma ”slotinsa” tai syödä muiden slottia, eli muilta kanavilta samaan aikaan tulevia ohjelmia. (Huotari 21.1.2022)

Vuonna 2020 nämä tavoitteet toteutuivat hyvin, varmasti osittain koronan myötä. Tutkimuksen mukaan suomalaisten luottamus uutisiin kasvoikin koronapandemian aikana (Media-alan tutkimussäätiö & Tampereen journalismin, viestinnän ja median tutkimuskeskus 2021, 47). Koko viime vuoden ajan sen sijaan tultiin hieman alas luvuissa (Huotari 21.1.2022).

Huotarin mukaan lähetyksen suoriutumiseen ollaan niin kauan tyytyväisiä, kun se ei laske kanavan katselua. Lähetykseen ollaan todella tyytyväisiä, mikäli se parantaa nykyisestä suhteessa muihin ohjelmiin ja kanaviin. (Huotari 21.1.2022)

Vuosina 2019, 2020 ja 2021 MTV Uutiset Live (kaikki lähetykset, ei vain 14.30) on ollut mtv-palvelun tavoittavin sisältö. Tämä tarkoittaa, että Livellä on ollut enemmän eri uniikkeja katsojia kuin esimerkiksi Salatuilla elämillä. Huotari katsoo, että Live luo palveluun uutismaista mielikuvaa ja sisältöä. Liven perässä tulevat katsojat voivat siirtyä myös muihin sisältöihin. (Huotari 21.1.2022).

5. Tutkimusmenetelmät

Tutkimuksen ja kyselylomakkeen laatiminen alkoi tutkimuskysymyksen määrittämisellä yhdessä toimeksiantajan kanssa. Tutkimuskysymystä kartoitettiin yhdessä MTV Uutisten digitaalisten sisältöjen päällikön Mona Haapsaaren kanssa. Tutkimuskysymys on yksi MTV:n suurimpia kysymyksiä ja tavoitteita lähivuosina (Huotari 21.1.2022).

Opinnäytetyön tutkimuskysymyksenä on: Mitkä asiat saisivat nuoren aikuisen katsomaan MTV Uutiset Liveä?

Tutkimuskysymyksen laajuuden vuoksi kysymys on jaettu kahteen osaan:

1. Miltä Liven uutiskerronta näyttää nuoren aikuisen silmin?
2. Minkälaiset aiheet saisivat nuoren aikuisen katsomaan Liveä?

Opinnäytetyö on laadullinen tutkimus, jossa on käytetty myös määrällisen tutkimuksen keinoja osana kyselyä.

Työ sisältää kolme haastattelua sekä nuorille aikuisille suunnatun kyselyn.

Työ pitää sisällään myös kehittämistyön piirteitä, sillä kyselyn tuloksia analysoidaan yhdessä MTV Uutisten digitaalisten sisältöjen päällikön Mona Haapsaaren kanssa. Johtopäätöksissä pohditaan mahdollisia kehitysehdotuksia.

5.1 Haastattelut

Tutkimusta varten on haastateltu MTV:n liiketoiminta- ja kehityspäällikkö Jyrki Huotaria, MTV Uutisten digitaalisten sisältöjen päällikkö Mona Haapsaarta ja opinnäytetyössä esi-merkkinä käytetyn lähetyksen tuottaja Juulia Jaulimoa. Jokainen haastatteluista on teemahaastattelu: tarkkoja kysymyksiä ei ollut lyöty lukkoon ennen haastattelutilannetta, vaan keskeiset teemat oli rajattu valmiiksi (Hyvärinen M., Nikander P. & Ruusuvuori H. 2017, luku 1). Vaikka valmis teemajäsennys oli laadittu, haastateltavan puheeseen reagoitiin joustavasti.

Huotarin haastattelun kautta saatua tietoa on käytetty työn tietoperustassa. Haapsaaren ja Jaulimon haastattelut ovat osa tutkimusta. Osaa haastatteluissa nousseista asioista käytetään myös työn tietoperustassa.

Haastateltavien kautta kartoitettiin yhtiön sisäistä tietoa ja tutkimuskysymykseen liittyvää historiaa sekä tulevaisuuden näkökulmia. Jokainen haastateltavista edustaa omaa osastoaan ja sitä kautta eri näkökulmia tutkimuskysymykseen liittyen. Haastateltavia on valittu niin sanotusti korkeammalta sekä myös ruohonjuuritasolta.

Kyselyn tuloksia analysoidaan yhdessä Haapsaaren kanssa. Johtopäätöksissä annetaan myös mahdollisia kehitysehdotuksia.

Kaikki haastattelut toteutettiin tutkijan aloitteesta ja ne nauhoitettiin. Haastattelut litteroitiin auki. Haastattelut kestivät noin 20 minuutista noin 75 minuuttiin.

Haastattelut toteutettiin eettisesti. Kaikki haastateltavat tiesivät, mistä haastatteluissa on kyse ja miten haastatteluista saatua materiaalia tullaan käyttämään. (Hyvärinen, Nikander & Ruusuvuori 2017, luku 1).

5.2 Tutkimuskohteena oleva lähetys ja kysely

Tutkimuskysymystä lähestytään sattumalla valitun MTV Uutiset Liven 14.30-lähetyksen kautta. Lähetys edustaa rakenteeltaan melko tyypillistä 14.30-lähetystä. Lähetystä tarkastellaan tarkemmin luvussa kuusi. Lähetys toimi nuorille aikuisille (20–25-vuotiaille) suunnattuun kyselyn perustana.

Kyselylomake on perinteinen tapa tutkimusaineiston keruulle. Sähköinen alusta ja sen tarjoama visuaalisuus mahdollistivat myös arvioitavan lähetyksen liittämisen kyselyn mukaan. (Valli 2018). Päädyin tutkimustapaan osittain myös koronapandemiatilanteen vuoksi: sähköinen kyselylomake oli helppo levittää ilman minkäänlaisia fyysisiä kontakteja vastaajien kanssa.

Kuten Valli kirjoittaa, kyselyn toimiminen eri laitteilla on tärkeää. Tämä otettiin huomioon kyselyä luodessa ja sen toimivuus niin mobiililaitteella kuin tietokoneella käytiin huolellisesti läpi.

Kyselyyn vastasi yhteensä 154 ihmistä. Vastaajia pyydettiin arvioimaan lähetystä suljettujen ja avoimien kysymysten avulla. Kysymyksiä oli yhteensä 17. Vastaajan edellisistä vastauksista riippuivat hänelle seuraavaksi näytettävät kysymykset. Kaikki vastaajat eivät siis esimerkiksi ole vastanneet yhtä moneen kysymykseen. Liiteestä 1 on nähtävillä, miten kysymysten näkyminen vastaajalle riippui hänen edellisistä vastauksistaan.

Kysely jaettiin tiistaina, eli lähetyksen esittämissäpäivänä, sähköpostitse osalle Haaga-Helian ammattikorkeakoulun opiskelijoista. Kysely lähetettiin Porvoossa liiketalouden (tradenomi) opiskelijoille sekä Helsingissä tietojenkäsittelyä (tradenomi) ja päivätoteutuksella restonomiksi opiskeleville. Kysely jaettiin opiskelijoille saatekirjeen kera, jossa avattiin

ytimekkäästi kyselyn pointit. Saatekirje on tärkeä, sillä sen perusteella mahdollinen tutkittava tekee päätöksen tutkimukseen osallistumisesta. (Vilka 2021, luku 7)

Lisäksi kysely jaettiin tiistaina MTV Uutisten Facebookissa lähetyksen striimin yhteydessä.

Kyselyä jaettiin myös opinnäytetyöntekijän Facebookissa ja Instagramissa. Lisäksi kyselyä jakoi osa MTV Uutisten toimittajista ja opinnäytetyöntekijän lähipiiristä omassa sosiaalisessa mediassaan. Kyselyä jaettiin myös Jodelissa, jossa suuri osa käyttäjistä on nuoria aikuisia.

Kysely avautui tiistaina 25. tammikuuta ja sulkeutui 30. tammikuuta. Kyselyn tulosten läpikäyminen aloitettiin heti kyselyn sulkeuduttua.

Luvussa seitsemän esitellään tarkemmin kyselyn ikäjakamaa ja tuloksia. Kyselyn luotettavuutta arvioidaan pohdinnassa luvussa yhdeksän.

6. Päivän 25.1.2022 uutislähetys

25.01.2022 tiistaina esitetty lähetys kestää 24 minuuttia. Lähetysten ankkuroi Kirsi Alm-Siira. Lähetysten tuotti Juulia Jaulimo.

Lähetysten rakentamiseen osallistuivat tuottajan lisäksi Liven aamutoimittaja, Liven iltatoimittaja, Liven klippaaja, uutisten klippaaja, Kotimaa ja maailma -toimituksen toimittaja, viihdetoimittaja, videotoimittaja, ohjaaja ja graafikko.

6.1 Lähetysten rakenne

Lähetyksessä on kaksi pääaihetta: Venäjä ja katujen liukkaus (Jaulimo 25.1.2022).

Lähetysten alussa ankkuri tiivistää alkujuonnossaan lähetyksessä nähtävät aiheet. Tämän jälkeen nähdään Liven aamutoimittajan (Leo Jaakkonen) toimittama kurkkaus katujen liukkauteen ja tapaturmiin liittyen. Aiheeseen syvennyttään myöhemmin lähetyksessä tarkemmin.



Kuva 1. Lähetyksessä alussa nähty kurkkaus.

Kurkkauksen jälkeen lähetyksessä siirrytään sähkeisiin. Ensimmäisenä sähkeenä on uusimmat tiedot Iso-Britannian pääministeri Boris Johnsoniin kohdistuvasta tutkinnasta. Tämän jälkeen on sähke Tanskasta, jossa koronarajoituksista oltiin kyseiseen aikaan luopumassa. Tämän jälkeen siirrytään sähkesataseen Yhdysvaltain presidentin Joe Bidenin kommentista hänelle esitetystä kysymyksestä tiedostustilaisuudessa. Kun ankkuri on lukenut asian uutiskärjen, ruudussa näytetään "satanen" Bidenista.

Yhdysvalloista siirrytään Suomeen sähkösataseen puhemiehestä. Puhemies Anu Vehviläinen ei tavoittele jatkokautta ja Matti Vanhanen on kertonut olevansa käytettävissä tehtävään. Ankkurin lukeman sähkösen jälkeen ruudussa näytetään ”sataset” Anu Vehviläisestä ja Matti Vanhasesta.

Tätä seuraa ankkurin juonto plasmaesitykseen Venäjän sotaharjoituksesta. Toimittajan (Lala Ylitalo) tekemän plasmaesityksen jälkeen palataan ankkurin, joka lukee vielä sähkösen Venäjästä.

Jaulimon mukaan tarkoituksena oli tehdä myös puhelinsuorahaastattelu Maanpuolustuskorkeakoulun asiantuntijan kanssa, mutta sopivaa haastateltavaa ei löytynyt. Tämän vuoksi plasmaesityksen lisäksi aihetta käsiteltiin pienen sähkösen muodossa. (Jaulimo 25.1.2022)

Venäjästä siirrytään sähkösataseen työelämässä mahdollisesti käyttöön otettavasta koronapassista. Sosiaali- ja terveysministeri Hanna Sarkkinen oli vierailut samana aamuna Uutisaamussa kertomassa asiasta. Tästä leikattiin ”satanen” Liven lähetykseen.



Kuva 2. Lähetyksessä hyödynnettiin aiemmin Uutisaamussa nähtyä pätkää. Infotekstissä kerrotaan, että kyseinen haastattelu on nähty tänään aiemmin muualla kuin Livessä.

Tämän jälkeen käsitellään päivän toista pääaihetta, eli liukkaita. Lähetyksessä siirrytään tapaturma-asemalta tehtyyn inserttiin, jossa lääkäri kertoo liukkaan kelin vaaroista ja sen näkymisestä sairaalassa. Insertin jälkeen nähdään aiemmin tehty vox pop, jossa ihmiset kadulta kertovat kokemuksiaan saamistaan vammoistaan kaaduttuaan. Lopuksi aihetta

lähestytään sääkartoilta, joilla Pekka Pouta antaa ennustuksen. Sää on kuvattu etukäteen aiemmin samana päivänä ja esitetty omana lähetyksenään aiemmin.



Kuva 3. Liukkauskokonaisuuden viimeinen osuus, eli Pekka Poudan sää.

Toiseksi viimeisenä käsittelyssä on illan Viiden jälkeen -lähetyksen puffaaminen. Toinen lähetyksen juontajista saapuu studion deskillä kertomaan, mitä illan lähetyksessä on luvassa. Aikaa tässä osiossa menee noin minuutti.



Kuva 4. Viiden jälkeen -ohjelman puffaus lähetyksen loppupuolella.

Lopuksi lähetyksessä nähdään Salkkarit-Ulla-insertti, jossa Ulla Taalasmaan näyttelijä Maija-Liisa Peuhu reagoi ensimmäiseen roolisuoritukseensa kyseisenä hahmona. Insertti toimii samalla lähetyksen loppukuvana.



Kuva 5. Viihdetoimittajan tekemä haastattelu Maija-Liisa Peuhun kanssa.

Lähetys loppuu ankkurin loppujuontoon, jossa ohjataan katsojia mtvuutiset.fi sivustolle muiden uutisten pariin.

Lähetys kootaan Inews-ohjelmassa ajolistalle. Ajolistalta on luettavissa jokaisen osion nimi ja kesto. Kuva-osioon on merkitty ankkurin taustalla näytettävät kuvat tiedoksi ohjaajalle.

Lähetyksen aikana ajolistaa seuraavat ohjaamossa ohjaaja, tuottaja ja tikkeritoimittaja. Tuottajan tehtävänä on kellottaa lähetystä ja kertoa esimerkiksi deskikeskustelujen aikana aikatieoja ankkurin korvanappiin.

Tikkeritoimittajan vastuulla on lähetyksessä näkyvien otsikon, tikkerin, info-tg:n ja tg:n päivittäminen ja ohjaajan ohjeistaminen niiden nostamisesta oikeassa kohdassa. Kaikki muu on ohjaajan vastuulla. Ohjaajan rooli lähetystä tehdessä on siis suuri.

	NO	AIHE	OK	TOIM	ANK	KUVA	KLIPPI	Ohj	Dur	Clip	ST	KOKO	Script	Video
		TV 1430	leija							0.00	0.01	0.00.00		
		2501-live-tv-alkuj	juuja	Kirsi Alm-Siira						0.00	0.24	0.00.01		
		2501-LIVE-TV-KURKKAUS	juuja				2501-LIVE-TV-KU			0.00	0.19	0.00.25		
		uutisjinkku	juuja							0.00	0.00	0.00.44		
		2501-live-tv-johnson	juuja		2501-live-tv-johnso					0.00	0.24	0.00.44		
		2501-live-tv-johnson-tap	juuja				2501-live-tv-johnso			0.00	0.00	0.01.08		
		2501-live-tv-tanskakorona-j	juuja							0.00	0.12	0.01.08		
		2501-live-biden-j	juuja		2501-live-tv-biden-					0.00	0.25	0.01.20		
		2501-LIVE-BIDEN100	juuja	Jere Silfsten			2501-LIVE-BIDEN			0.00	0.00	0.01.45		
		2501-live-tv-vehvilainen-j	juuja		2501-live-tv-vehvila					0.00	0.20	0.01.45		
		2501-LIVE-VEHVILAINEN100	juuja				2501-LIVE-VEHVI			0.00	1.45	0.02.05		
		2501-LIVE-TV-VANHANEN100	juuja	Christian			2501-LIVE-TV-VA			0.43	0.00	0.03.50		
		2501-live-tv-venaja-j	juuja		2501-live-tv-venaja					0.00	0.14	0.04.33		
		2501-LIVE-TV-VENAJA-PLASM	juuja	Lala Ylitälo						0.00	3.00	0.04.47		
		2501-live-tv-venaja-s	juuja	Lala Ylitälo						0.00	0.24	0.07.47		
		2501-live-tv-venaja-tap	Anton				2501-live-tv-venaja			0.00	0.00	0.08.11		
		2501-ua-sarkkinen-j	juuja		2501-live-tv-korona					0.00	0.18	0.08.11		
		2501-UA-SARKKINEN100	juuja	Sanna Voltti			2501-UA-SARKKI			0.49	0.00	0.08.29		
		2501-live-tv-kaatumiset-j	juuja		2501-live-tv-kaatu					0.00	0.17	0.09.18		
		2501-LIVE-TV-KAATUMISET-IN	juuja	Jere Silfsten			2501-LIVE-TV-KA			0.00	4.52	0.09.35		
		2501-LIVE-TV-LIUKKAUS-INS	juuja				2501-LIVE-TV-LIU			2.16	0.00	0.14.27		
		2501-live-tv-saa-j	juuja							0.00	0.07	0.16.43		
		2501-LIVE-TV-SAA-INS	juuja				2501-LIVE-TV-SA			2.22	0.00	0.16.50		
		2501-live-tv-vj-j	juuja	Kirsi Alm-Siira						0.00	0.14	0.19.12		
		2501-LIVE-VJ-DESKI	juuja	Kirsi Alm-Siira						0.00	1.00	0.19.26		
		2501-LIVE-ALKUTUNNARI-SAL	juuja				2501-LIVE-ALKUT			0.00	0.10	0.20.26		
		2501-live-salkkarit-j	juuja							0.00	0.35	0.20.36		
		2501-LIVE-SALKKARIT-ULLA-IN	juuja				2501-LIVE-SALK			2.27	0.00	0.21.11		
		2501-live-tv-loppuj	juuja							0.00	0.05	0.23.38		
		VARAPALOJA								0.00	0.00	0.23.43		
		2501-LIVE-TV-VENAJA-PUHSU	Lala Ylitälo							0.00	3.00	0.23.43		
		2501-live-tv-kamerun-j	juuja		2501-live-tv-kamer					0.00	0.16	0.26.43		
		2501-live-kamerun-tap	juuja				2501-live-kamerun			0.00	0.00	0.26.59		
										0.00	0.00	0.26.59		

Kuva 6. Opinnäytetyössä käsiteltävän lähetyksen valmis ajolista (Jaulimo, J. 2022).

6.2 Lähetyksen visuaalinen ilme

MTV Uutiset Liven 14.30-lähetyks muistuttaa visuaalisesti tietyin osin Seitsemän ja Kymmenen uutisia. Lähetyksen tehdään ammattimaisesti studiosta käsin ankkurin johdolla. Lähetyksessä käytetään myös esimerkiksi otsikkoa ja tikkereitä. (Jaulimo 25.1.2022)



Kuva 7. Otsikko ja tikkeri pysyvät ruudussa koko lähetyksen ajan, toisin kuin Seitsemän ja Kymmenen uutisissa.

Opinnäytetyössä arvioitavassa lähetyksessä on käytetty yhtenä visuaalisena elementtinä tapetteja sähköiden aikana. Lähetyksen aikana myös poistutaan studiosta erilaisiin ympäristöihin inserttien avulla.

Aiheen vaihtuessa ruudussa nähdään nopea muutaman sekunnin välijingle, jossa pyörähtää MTV Uutisten logo. Tämä auttaa katsojaa erottamaan osiot toisistaan.

Lähetyksessä visualisoidaan erityisesti plasmaesityksellä lähetyksen esityshetkellä käynnissä olleita Venäjän sotaharjoituksia. Plasmaesitys koostuu seitsemästä kuvasta, joissa visualisoidaan Venäjän sotaharjoituksia. Toimittaja avaa aihetta kameran edessä kuvien avulla. Esitys kestää minuutin ja 53 sekuntia.

6.3 Lähetyksen onnistuminen päivän tuottajan näkökulmasta

Lähetyksen tuottajan Juulia Jaulimon näkökulmasta päivän lähetys oli onnistunut. Lähetyksessä ei hänen mukaansa tapahtunut teknisesti radikaaleja virheitä tai ollut suuria ongelmia. Hän kuitenkin huomauttaa, että tekniset valmiudet Liven tekemiseen voisivat olla paremmat. Tähän on tulossa muutos sen jälkeen, kun MTV muuttaa uusiin tiloihin vuoden 2022 lopussa. (Jaulimo 25.1.2022)

Tiistaina 25.01.2022 oli hiljainen uutispäivä, jonka vuoksi lähetyksessä käytettiin yksi helmipala. Käytetty pala oli videotoimittajan aiemmin tekemä voxpop, eli niin sanottu katugalup, katujen liukkauteen liittyen. (Jaulimo 25.1.2022)

Jaulimo ei usko, että tekisi haastatteluhetkellä jotakin toisin lähetykseen liittyen. Hän kertoo kuitenkin, että häntä jäi harmittamaan asiantuntijan puuttuminen Venäjäkokonaisuudesta. Aiheesta oli suunniteltu laajempaa kokonaisuutta, jota ei pystytty toteuttamaan haastateltavan puuttumisen vuoksi. (Jaulimo 25.1.2022)

Jaulimo päätyi laajentamaan liukantumiskokonaisuutta tämän vuoksi vielä sääinsertillä, jotta lähetys saatiin kasaan. (Jaulimo 25.1.2022)

6.4 Nuorten aikuisten huomioiminen osana lähetyksen kohderyhmää

Lähetyksen tuottajan mukaan hän ei ota erikseen huomioon nuoria omana kohderyhmänä kasatessaan lähetystä. Jaulimo kertoo yleensä kokoavansa lähetykseen asioita, joita hän voisi myös itse katsoa. Hän uskoo lähetyksen palvelevan myös nuoria, kun heidän kiinnostuksen kohteitaan ei aliarvioida. (Jaulimo 25.1.2022)

"Siitä tulee cringeä, jos luo päähänsä jonkun abstraktin kuvan siitä, millaisia 20-vuotiaat ovat ja sitten yrittää miellyttää sitä kohderyhmää"

Lähetysten kasaamiseen osallistuva tiimi on melko nuori. Arvioitavan lähetyksen kasaamiseen osallistui myös 20–25-vuotiaita, joiden ehdotuksia Jaulimo kuuntelee työssään aiheiden osalta. (Jaulimo 25.1.2022)

Jaulimo uskoo, että lähetyksen loppupuolella nähty Salkkarit-aiheinen insertti on saattanut puhutella erityisesti nuorempia katsojia. (Jaulimo 25.1.2022)

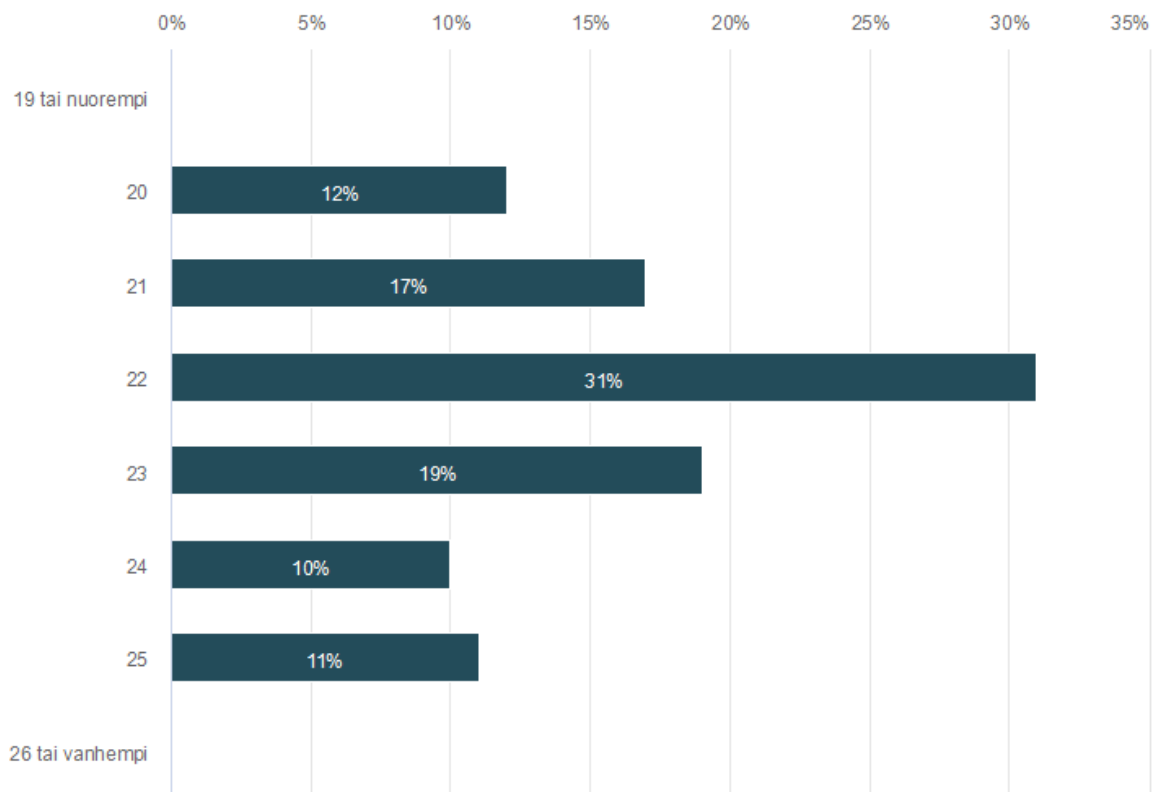
7. Nuorille aikuisille suunnattu kysely

Nuoret aikuiset arvioivat MTV Uutiset Liven 25.01.2022 tiistaina esitettyä lähetystä kyselyn kautta. Kyselyyn vastaaminen edellytti, että henkilö oli katsonut lähetystä ja oli kyselyn toteutumishetkellä 20–25-vuotias.

Kysely sisälsi suljettuja ja avoimia kysymyksiä. Avointen kysymysten vastaukset on luettu kolme kertaa läpi, jonka jälkeen niistä on nostettu erilaisia havaintoja esiin. Avointen kysymysten vastauksista yleisimpiä sekä mielenkiintoisimpia vastauksia on listattu raporttiin mukaan sitaattimuodossa. Kyselyssä esitetyt kysymykset löytyvät opinnäytetyön liitteistä Liite 1. kohdasta.

Kyselyyn vastasi yhteensä 154 henkilöä. Kriteereihin sopivia vastanneita (ikä ja lähetysten katsominen) oli yhteensä 112, joten ainoastaan heidän vastauksiaan käsitellään opinnäytetyössä. Mikäli vastaaja ei sopinut kriteereihin, kysely sulkeutui automaattisesti ensimmäisten taustoittavien kysymysten jälkeen.

Vastaajia oli eniten ikäryhmästä 22-vuotiaat (31 %) ja vähiten 24-vuotiaista (10 %).



Kuva 8. Vastaajien ikäjakaumaa kuvaava grafiikka. n = 112

64 prosenttia vastaajista oli naisia ja 30 prosenttia miehiä. Kaksi prosenttia vastaajista kertoi olevansa sukupuoleltaan jokin muu. Loput vastaajista eivät halunneet kertoa sukupuoltaan.

Vastaajista suurin osa (79 %) oli opiskelijoita. 37 prosenttia vastaajista kertoi olevansa työssäkäyviä. Kaksi vastaajista kertoi olevansa työttömiä ja yksi vastaajista kertoi olevansa sairauslomalla. Yksi vastaajista kertoi olevansa äitiyslomalla. Kukaan vastaajista ei ollut eläkkeellä. Vastaajien oli mahdollista valita vaihtoehtoista enemmän kuin yksi, eli osa vastaajista oli esimerkiksi opiskelijoita ja työssäkäyviä.

Vastaajista 11 henkilöä (10 %) kertoi opiskelevansa journalismia. Journalismin opiskelu voi vaikuttaa lähetyksen katsomistapaan, sillä vastaajalla on voinut kertyä tietoa lähetyksen toteuttamiseen liittyvistä asioista. Kun opinnäytetyössä nostetaan esiin tällaisen henkilön vastauksia yksittäisenä, se ilmaistaan selkeästi.

Kysely avautui tiistaina 25. tammikuuta ja sulkeutui 30. tammikuuta. Kyselyn tulokset on pyöristetty yhden desimaalin tarkkuuteen.

7.1 Vastaajien katselutapa

Vastaajista 51 prosenttia katsoi lähetyksen osittain. Suurin osa heistä kertoi osittaisen katsomisen syyksi lähetyksen pituuden. Syiksi nousivat myös kiire ja mielenkiinnon loppuminen kesken.

”Uutisten aiheiden vaihtumisen tahti oli aika hidas. Jos mielenkiinto ei riittänyt katsomaan loppuun, kelasin itse eteenpäin” – 25-vuotias nainen, opiskelija

”En jaksanut katsoa lähetystä loppuun asti, aiheet olivat tylsiä/eivät vastanneet mielenkiintoni tai olivat muuten jo paljon käsiteltyjä” – 23-vuotias mies, opiskelija ja työssäkäyvä

Ei itseä koskettavia uutisaiheita/jotenkin liian hidastempoista kerrontaa. Uutinen liukkaudesta sai lopettamaan katsomisen” – 24-vuotias nainen, opiskelija ja työssäkäyvä

Osittain lähetyksen katsoneista henkilöistä seitsemän nosti syyksi tekniset ongelmat tai tekniset puutteet lähetyksen katsomisessa. Ongelmia tai puutteita oli esiintynyt niin mtv-palvelussa kuin selaimella katsottaessa. Näitä olivat kuvan puuttuminen, lähetyksen pätkiminen, vaikeasti suljettavat mainokset ja mainosten epäselkeys sekä kännykällä katsomisen epäkäytännöllisyys.

"Muutaman kerran kävi niin, että onnistuin klikkaamaan jostain kohtaa niin että video pysähtyi ja yhtäkkiä olinkin jollain mainossivustolla. Kun tämä tapahtui kolmannen kerran, en enää jaksanut aloittaa taas alusta ja kelata videota oikeaan kohtaan." – 22-vuotias nainen, työssäkäyvä

"Mtv-palvelu toimii huonosti puhelimella, ei esim. pysty kääntämään näyttöä, jotta saisi kuvan isommaksi. Myös painikkeet ovat pieniä, ja mainokset toimii huonosti." – 21-vuotias nainen, opiskelija

"Yritin etsiä videon asetuksista toistonopeuden säädintä, mutta sellaista ei ollut" – 24-vuotias nainen, opiskelija

Suosituin lähetyksen katselutapa (49 %) oli sen katsominen jälkikäteen mtv-palvelusta (entinen katsomo). On huomioitavaa, että kyselyn alussa oleva lähetyksen linkki ohjasi vastaajan mtv-palveluun katsomaan lähetyksen, mikäli hän ei ollut katsonut sitä ennen kyselyn avaamista. Tämä siis voi korostaa mtv-palvelun osuutta kyselyyn vastanneiden joukossa.

Toiseksi suosituin katselutapa oli mtvuutiset.fi-sivusto (47 %). Vastaajista vain kolme henkilöä katsoi lähetyksen suorana, joista kaksi henkilöä katsoi lähetyksen lineaarisesta televisiosta MTV3-kanavan kautta.

Kaksi henkilöä katsoi lähetyksen CMoren MTV Uutiset Live -kanavan kautta. Kukaan vastaajista ei katsonut lähetystä MTV Uutisten Facebook-sivun kautta striimattuna.

7.2 Lähetyksen kesto vastaajien näkökulmasta

Vastaajista 61 prosenttia piti koko lähetystä (noin 24 minuuttia) hieman liian pitkänä ja 13 prosenttia liian pitkänä. Kukaan vastaajista ei pitänyt lähetystä liian lyhyenä tai hieman liian lyhyenä. Loput vastaajista eivät osanneet sanoa mielipidettään asiaan.

Näin yksi vastaajista kommentoi kysymystä siitä, miksi hän katsoi vain osan lähetyksestä:

"Lähetyksen pituus (liian pitkä), audion laadun vaihtelevuus (esim. Venäjän sotaharjoituksista kertovassa osuudessa nuoremman toimittajan ääni kaikui ja kuului epäselvemmin kuin muissa osuuksissa. Välillä puheen kohdalla ei ollut ääntä ollenkaan esim. koronapassia koskevan haastattelun aivan lopussa ja Pekka Poudan osuuden aivan alussa sekä yimääräinen puhe Pekka Poudan osuuden aivan lopussa). Todella ärsyttävästi ainakin mtv-palvelussa esiin pomppaavat ja vaikeasti suljettavat mainokset, jos lähetystä halusi stopata hetkeksi, painoin mainoksen vahingossa monta kertaa auki, kun se aivan varoittamatta aukesi koko näytölle" – 23-vuotias opiskelija

Yhteensä 40 prosenttia vastaajista kertoi pitävänsä osaa lähetyksen sisällöistä liian pitkänä. Heistä 14 prosenttia koki, että enemmän kuin yhden aiheen käsittely kesti lähetyksessä liian kauan. 26 prosenttia katsoi yhden aiheen käsittelyn kestäneen liian kauan.

Liian kauan käsitellyiksi aiheiksi nousivat selkeästi liukkaat kelit ja puhemiehen valinta. Myös muita lähetyksen sisältöjä mainittiin vastauksissa.

"Liukkaiden kelien, linjajohtajan haastattelu oli ehkä vielä tarpeellista uutisointia, mutta monen eri ohikulkijan haastatteleminen liukkaista keleistä vaan turhaan pitkitti osiota. Myös salatut elämät segmentti vei enemmän aikaa kun venäjän tilanne tai koronapassi lähetyksessä, ja tämän olisi ehkä uutisista voinut ottaa pois." – 22-vuotias mies, opiskelija ja työssäkäyvä

"Liukkaiden kelien osuus tuntui hieman pitkäveteiseltä. Aihe on myös mielestäni "itsestäänselvyys", josta voisi mainita, mutta muuten se ei tuntunut kiinnostavalta aiheelta." – 22-vuotias nainen, opiskelija

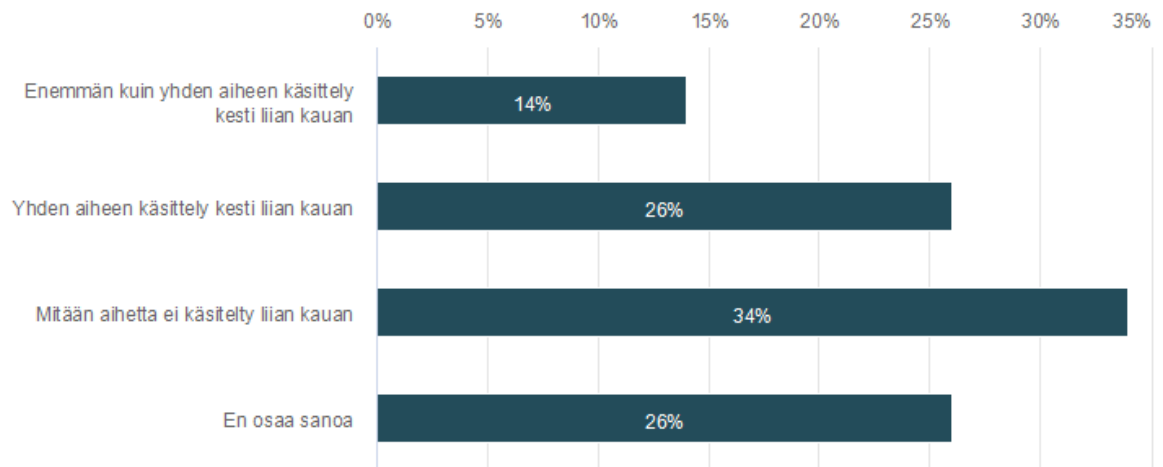
"Juontaja sanoi melkein täysin Anu Vehviläisen tulevat sanat jo ennen oikeaa haastattelua, joten puhemiehen haastattelussa ei tullut mitään uutta" – 25-vuotias nainen, työssäkäyvä

"Aiheissa keskityttiin turhuuksiin ja varsinainen informaatio jäi saamatta. Jos jostain olikin jotain hyödyllistä tietoa, niin se kerkesi unohtua, kun aiheen käsittely jatkui turhalla tiedolla. Esimerkiksi vanhusten haastattelut liukkausasiassa olivat aika turhat, kun eivät edes puhuneet enää liukkaudesta." – 22-vuotias nainen, työssäkäyvä

"Natoon ja Venäjään liittyvä juttu kesti liian kauan. Tai ehkä se tuntui pitkältä pienien teknisten ongelmien vuoksi, kun toimittajan mikrofoni ei toiminut koko juonnon ajan vaan pätki" – 23-vuotias nainen, opiskelija

"Kaikkien aiheiden, sillä kohderyhmänä 20–25-vuotiaat elävät jatkuvassa muutoksessa ja ajankohtaiset ja mielenkiintoisimmat uutiset saa helposti selattua vain muutamassa minuutissa puhelimen uutissovelluksista läpi. Mikäli lähetyksen tarkoituksena olisi palvella vain 20–25-vuotiaita olisi sen syytä olla lyhyempi siksi, että kohderyhmä elää hektisesti ja on tottunut saamaan haluamansa informaation hyvin pikaisesti. Myös nyky-yhteiskunnan aiheuttama heikentynyt kapasiteetti keskittyä ja huomioida vain yksi asia sekä yhä useammin esiintyvät keskittymishäiriöt puoltavat tätä." – 23-vuotias opiskelija

34 prosenttia vastaajista kertoi, että mitään aihetta ei käsitelty liian kauan. 26 prosenttia vastaajista ei osannut ottaa kantaa asiaan.



Kuva 9. Vastaukset kysymykseen ”Kestikö jonkin aiheen käsittely liian kauan?” n = 112

62 prosenttia, eli suurin osa vastaajista, katsoi, että minkään aiheen käsittely ei kestänyt liian vähän aikaa.

Yhdeksän prosenttia vastaajista kertoi yhden aiheen käsittelyn kestäneen liian vähän. Kaksi prosenttia sanoi enemmän kuin yhden aiheen käsittelyn kestäneen liian vähän aikaa. Näistä vastaajista enemmistö nimesi liian vähän kestäneeksi aiheeksi Joe Bidenin kommentin toimittajan kysymykseen liittyen lehdistötilaisuudessa. Bidenin kommentti esitettiin lähetyksen alkupuolella sähkösatasena.

”Lähetyksen alussa oli lyhyt sähke Joe Bidenin kommentista, joka tuntui jäävän kesken. Tuli sellainen olo, että jäi jotain uupumaan, kontekstointia tms. siitä miksi tästä pitäisi kiinnostua. Tuntui irralliselta.” – 24-vuotias nainen, journalismin opiskelija

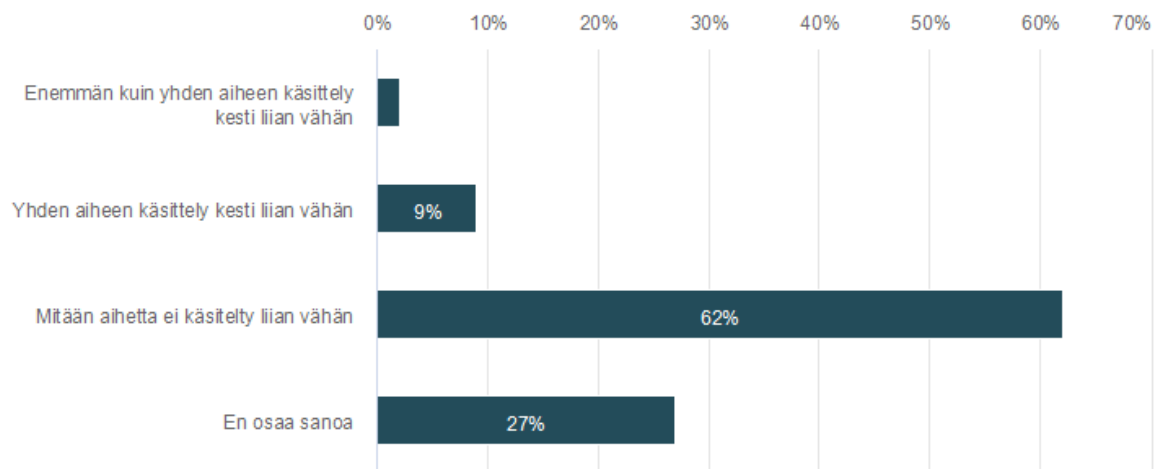
Lisäksi esiin nousivat puhemiehen valinta, Venäjän tilanne ja työpaikoille uumoiltu koronapassi.

Varsinaisia uutisia ei ollut, koitettiin dramatisoida esim. eduskunnan puhemiehen valintaa, vaikkei siinä mitään draamaa ollutkaan ja hyödyllinen tieto kaikista aiheista jäi saamatta” – 22-vuotias nainen, työssäkäyvä

”Olisin halunnut kuulla enemmän Venäjän tilanteesta. Osio tuntui jäävän aika pinta-raapaisuksi” – 22-vuotias nainen, opiskelija ja työssäkäyvä

”Työpaikkojen koronapassista olisi halunnut kuulla lisää, sitä lähinnä vain sivuttiin.” – 22-vuotias nainen, opiskelija ja työssäkäyvä

27 prosenttia vastaajista ei osannut ottaa kantaa siihen, käsiteltiinkö mitään aihetta liian lyhyesti.



Kuva 10. Vastaukset kysymykseen "Kestikö jonkin aiheen käsittely liian vähän?" n = 112

7.3 Sisällön kattavuus vastaajien näkökulmasta

Vastaajia pyydettiin arvioimaan asteikolla 0–10, kokivatko he saavansa kattavan kuvan lähetyspäivän uutisista lähetyksen kautta.

108 vastaajan muodostama mielipide oli keskiarvoltaan 7,2. Neljä vastaajaa ei osannut kertoa mielipidettään aiheeseen liittyen.

Arvosanan 0–6 välillä antoi 23 prosenttia vastaajista. Yli puolet, eli 58 prosenttia, antoi lähetykselle arvosanaksi joko 7 tai 8. Arvosanan 9 tai 10 lähetykselle antoi 19 prosenttia vastaajista. Yksi vastaajista antoi lähetykselle arvosanaksi nolla. Myös yksi vastaaja antoi lähetykselle arvosanaksi 10.

											En osaa sanoa
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
n = 25							n = 63		n = 20		
23,2%							58,3%		18,5%		
1	0	1	1	5	7	10	27	36	19	1	4
0,9	0,0	0,9	0,9	4,6	6,5	9,3	25,0	33,4	17,6	0,9	3,6
%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%

Kuva 10. Vastaajien arvio päivän uutisten kattavuudesta. Ylhäällä arvosanat, jonka jälkeen vastaajamäärä, vastaajamäärä prosenteissa ja yksittäisten arvosanojen vastaajamäärät. n = 112

7.4 Visuaalinen ilme vastaajien näkökulmasta

Vastaajilta kysyttiin mielipidettä lähetyksen visuaalisesta ilmeestä avoimella kysymyksellä. Kysymykseen vastasivat kaikki vastaajat.

Moni vastaaja katsoi lähetyksen ilmeen toimivaksi. Suurimmassa osassa vastauksista korostui se, että visuaalinen ilme ei ollut herättänyt suuria tunteita ja sitä pidettiin ”maikkarimaisena”. Maikkarimaisuudella viitattiin lähetyksessä näkyviin väreihin ja uutistunnukseen.

”Lähetyksestä välittyi mukavan rento fiilis, mutta samalla se oli hyvin selkeä ja käsiteltävät asiat tärkeitä.” – 22-vuotias nainen, opiskelija

”Lähetys on toteutettu ammattimaisesti ja se näyttää maikkarin viralliselta uutislähetykseltä. Katsojalle tulee välittömästi kuva, että hän katsoo journalistista sisältöä ja se tuo lisäuskottavuutta käsiteltäviin aiheisiin.” – 23-vuotias mies, journalismin opiskelija

”MTV:n visuaalinen ilme on kyllä raikas ja omaan silmään miellyttävä. ”Kentällä” kuvatut videot ovat myös pääosin todella laadukkaita ja mieluisia seurata.” – 22-vuotias nainen, työssäkäyvä

”Maikkari uudisti jossain vaiheessa uutislähetystään niin, että toimittaja kertoo studiossa kattavammin tuoreesta uutisaiheesta (esim. tässä lähetyksessä uutinen Venäjän sotaharjoituksista), se on visuaalisesti miellyttävää” – 24-vuotias nainen, opiskelija ja työssäkäyvä

Vastaajista 22 prosenttia ilmaisi negatiivisia mielipiteitä visuaalisesta ilmeestä. Yhdessä vastauksista kiinnitettiin huomiota siihen, että sääkarttoissa ei ollut oikeaoppisesti pistettä päivämäärän perässä. Toisessa vastauksessa kiinnitettiin huomiota insertteihin siirtymisessä: joissakin tapauksissa inserteissä ei kuulunut ensimmäisen sekunnin aikana esimerkiksi ääni. Kolmannessa vastauksessa kiinnitettiin huomiota otsikoihin vaihtumiseen, jonka katsoja oli kokenut liian hitaaksi. Neljäs vastaaja kuvaili lähetystä ”vähän boomerimaiseksi”.

”Pieni näyttö juontajan takana antaa kotikutoisen vaikutelman, mikä ei ole hyvä asia. Lähetyksessä oli myös todella paljon punaista väriä.” – 22-vuotias nainen, opiskelija

”Melko tylsä, kliseinen ja ennalta-arvattava mutta se kai kuuluukin uutisten tunnuspiirteisiin.” – 24-vuotias nainen, opiskelija

”Pekka Poudan käyttämät post-it -laput herättivät lievää hilpeyttä. Eletään kuitenkin jo 20-lukua. Mielestäni digitekniikalla osio olisi ollut visuaalisesti vaikuttavampi.” – 25-vuotias mies, opiskelija

”Ulkohaastattelut olivat erittäin mieluisia. Pääankkurin lähiraportointi (kamera lähellä) ei ollut niin esteettisesti miellyttävä kuin kauempaa kuvattuna” – 23-vuotias nainen, opiskelija

”Visuaalinen ilme vahvistaa käsitystä uutisista. Itse pidän kuitenkin enemmän Viiden jälkeen -uutisohjelman visuaalisesta ilmeestä.” – 22-vuotias nainen, opiskelija

MTV Uutiset Liven studiosta laajaa kuvaa otettaessa studion lasiseinistä näkyy suoraan toimitukseen. Kuvassa näkyy työpisteitä, sekä kauempana seinällä olevat ruudut, joista heijastuu eri medioiden uutisia. Ruutujen yläpuolella on isolla valotaululla MTV Uutiset Liven -logo. Lähetysten taustalla voi lisäksi näkyä esimerkiksi läheltä käveleviä ihmisiä. Osa vastaajista koki tämän taustan häiritseväksi.

”Selostuksen visuaalinen ilme oli sekavahko, kun taustalla oli milloin mitäkin. Paljon värejä ja kontrasteja, mikä ehkä vie fokuksen käsiteltyjen aiheiden vakavuudesta pois.” – 23-vuotias nainen, työssäkäyvä

”Alussa toimittajan kertoessa lähetysten uutisaiheista oli tausta aivan liian häiriöinen siellä ollessa useampaa väriä ja liikkuvia ihmisiä, tämä sai huomion kääntymään taustaan ja pois itse asiasta. Alhaalla vaihtuvat aihepalkit eivät päivittyneet ajantasaisesti, esim. teksti Venäjän sotaharjoituksista oli edelleen kun alettiin jo puhua koronapassista. Maija-Liisa Peuhun reagoinnin lopussa oli kuvassa jokin häikkä. Täl-

laiset pienet mutta jatkuvasti toistuvat häiriöt ovat katsojalle kuluttavia ja saattavat jopa antaa katselijalle syyn keskeyttää katselu.” – 23-vuotias opiskelija

Vastauksissa pohdittiin myös mahdollisuutta erilaiseen uutiskerrontaan. Yhdessä vastauksessa ehdotettiin, voisiko ankkuri esimerkiksi meikata samalla kertoessaan uutisia.

7.5 Kohderyhmään kuuluminen

Vastaajista 53 prosenttia kertoi kokevansa kuuluvan lähetyksen kohderyhmään. Tätä edesauttoivat vastaajien mukaan nuorten toimittajien näkyminen ruudussa ja heidän ilmaisutapansa. Moni vastaaja nosti myös esiin yleissivistyksen, ja että ”ajankohtaisten asioiden pitäisi kiinnostaa kaikkia”. Lisäksi live-lähtöisyys mainittiin vastauksissa.

”Lähetyksessä oli mukana myös nuorempia (oletettavasti alle 30-vuotiaita) joka sai minut tuntemaan siltä, että lähetys oli myös suunnattu ikäisilleni katsojille” –21-vuotias mies, opiskelija

”Lähetys on tehty nuorella otteella ja tiiviinä pakettina. Kuitenkin esimerkiksi laajoja kokonaisuuksia kuten säätä ja Venäjän sotaharjoituksia on avattu enemmän.” –23-vuotias mies, journalismin opiskelija

”Lähetyksessä oli tiivistettynä päivän tärkeimmät tai ajankohtaisimmat uutiset, joita en kuitenkaan välttämättä ollut puhelinta selatessa huomannut.” – 23-vuotias nainen, opiskelija

”Koen, että tämänkaltaisten uutislähetysten kohderyhmä on juuri se, joka uutisia satuu katsomaan. Nämä uutiset koskevat kaikkia, joten tätä kautta koen olevani kohderyhmää. Erityisesti nettipalvelusta katsottavissa olevat lähetykset koen itselleni sopivimpana vaihtoehtona.” – 22-vuotias nainen, opiskelija ja työssäkäyvä

26 prosenttia vastaajista ei lokeroinut näkemänsä perustella itseään kohderyhmään. Yhdessä syyksi nousi uutisten kulutustapa: asia on nopeampi lukea netistä kuin saada tieto uutislähetysten kautta. Osa vastaajista kertoi, että lähetyksessä nähdyt aiheet eivät koskettaneet heidän elämäänsä.

”Uskon, että oma ikäluokkani on kiinnostunut kuluttamaan media ja uutissisältöä, joka on erittäin nopeatempoista. Lähetys ja osa-aihealueista olivat kokonaisuutena turhan pitkiä ikäisilleni.” – 23-vuotias nainen, opiskelija ja työssäkäyvä

”Koin että lähetyksen aiheet kiinnostaisivat enemmän mummoani kuin minua. Sotaharjoitukset, puhemiehen valinta, sairaalan leikkausjonot... kiva näistä on tietää mut-

ta ei ehkä ihan kiinnostavimpia aiheita” – 25-vuotias nainen, opiskelija ja työssäkäyvä

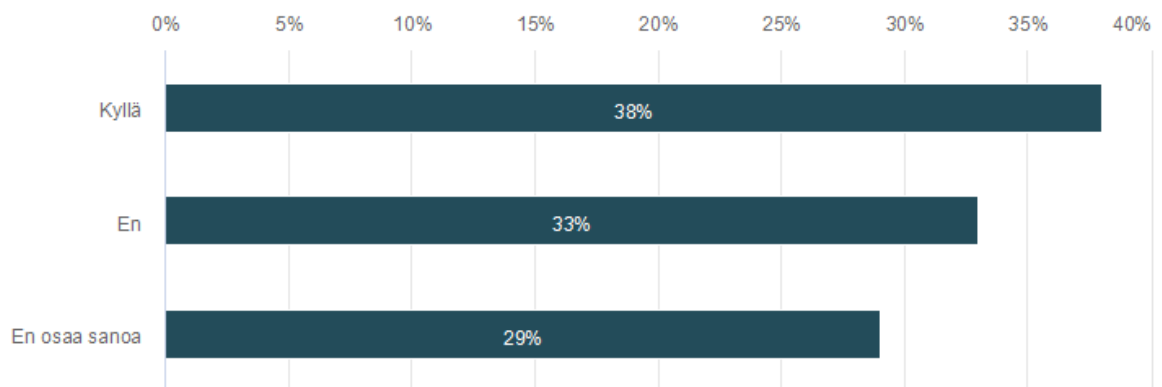
”Vanhat ihmiset katsovat uutislähetysä. Luen uutisia kuitenkin aktiivisesti, niin en koe, että lähetykset antaisivat lisää painoarvoa” – 21-vuotias nainen, opiskelija ja työssäkäyvä

”Katson televisiota melko vähän ja yleensä luen uutiset tekstimuodossa verkkopalveluista (Yle, IL, IS, MTV3, HS, joskus ulkomaisia medioita). Kun katson TV-uutisia, oletan lähetyksen summaavan kattavasti kaikki tärkeimmät aiheet mahdollisimman tehokkaasti, hieman kuin Ylen pääuutislähetys 2.30. Nyt käsiteltävä lähetys oli ehkä enemmän jotakin sellaista, joka on suunniteltu pyörimään olohuoneen tai toimiston televisiossa taustalla, ilman että katsojat välttämättä keskittyvät aktiivisesti sen seuraamiseen” – 25-vuotias mies, opiskelija

Loput vastaajista (21 %) eivät osanneet sanoa, kokivatko he kuuluvansa kohderyhmään.

7.6 Lähetyksen katsominen toisena päivänä

Vastaajista 38 prosenttia kertoi, että he voisivat katsoa MTV Uutiset Liven kello 14.30 alkavaa lähetystä uudestaan. 33 prosenttia vastaajista ei katsoisi lähetystä toisena päivänä. 29 prosenttia vastaajista ei osannut sanoa, katsoisiko lähetystä uudelleen.



Kuva 11. Vastaus kysymykseen, katsoisitko lähetystä toisena päivänä uudelleen. n = 112

Vastaajista 38 prosenttia vastasi voivansa katsoa lähetystä toisena päivänä. Lähetystä pidettiin muun muassa ”informatiivisena pakettina”.

”Saisin tietoa päivän tapahtumista, ehkä vähän syvällisemmin kuin illan uutislähetyksistä. Myös tietyllä tapaa rennompia lähestymistapoja saisi katsomaan uudestaan” – 23-vuotias nainen, opiskelija

"Se on ainoa keskellä päivää lineaarisesta televisiosta tuleva uutisohjelma. Siitä saa pienen käsityksen ajankohtaisista asioista." –21-vuotias nainen, opiskelija

"Tässä tiivistyi todella hyvin päivän tärkeimpiä uutisaiheita, niin "vakavammista" kuten politiikka, kuin viihteellisemmistäkin asioista. Koen, että lähetys avaa monia uutisista enemmän ja paremmin, kun pelkkä tekstiartikkeli. Kuitenkin se osaa olla tarpeeksi napakka, ettei asian käsittely ala kyllästyttämään." –22-vuotias mies, journalismin opiskelija ja työssäkäyvä

Monessa vastauksessa kävi ilmi, että ohjelma voisi katsoa nimenomaan niin, että se pyörisi kotona taustalla.

"Pidän televisiota yleensä aina päällä, jos olen kotona. Voisin hyvin kuvitella tämän lähetysten taustalle." –24-vuotias nainen, opiskelija ja työssäkäyvä

"Se oli ajankohtainen, voisin ajatella katsovani ohjelmaa taustalla, kun teen muuta. Tosin lähetykset eivät aina lähde pyörimään verkossa tai apissa, jonka takia en jaksaa yrittää avata niitä uudestaan. Kaikki muut videot puhelimella latautuu normaalisti." – 22-vuotias nainen, työssäkäyvä

33 prosenttia vastaajista kertoi, että he eivät katsoisi lähetystä toisena päivänä. Syitä olivat lähetysten kellonaika, pituus ja aihevalinnat.

"Mieluummin selaan uutiset puhelimella kuin olen "jumissa" katsomassa ja odottamassa tiettyä uutispätkää (joista alussa kerrottiin vähän)." – 20-vuotias nainen, äitiyslomalla

"Iltaisin tulevat uutiset on rakennettu dynaamisemmaksi ja huolitellummin, sekä niissä on lähes aina vain relevantteja uutisia eikä ns 'täyteuutisia' kuten 14.30 livelähetyksessä on" – 22-vuotias mies, opiskelija ja työssäkäyvä

"Minulla ei tähän päivän aikaan ole aikaa/kiinnostusta kuluttaa tämänkaltaista uutisisältöä. Katsomani lähetys ei jättänyt niin hyvää vaikutusta, että haluaisin katsoa toisenakin päivänä." – 24-vuotias nainen, journalismin opiskelija

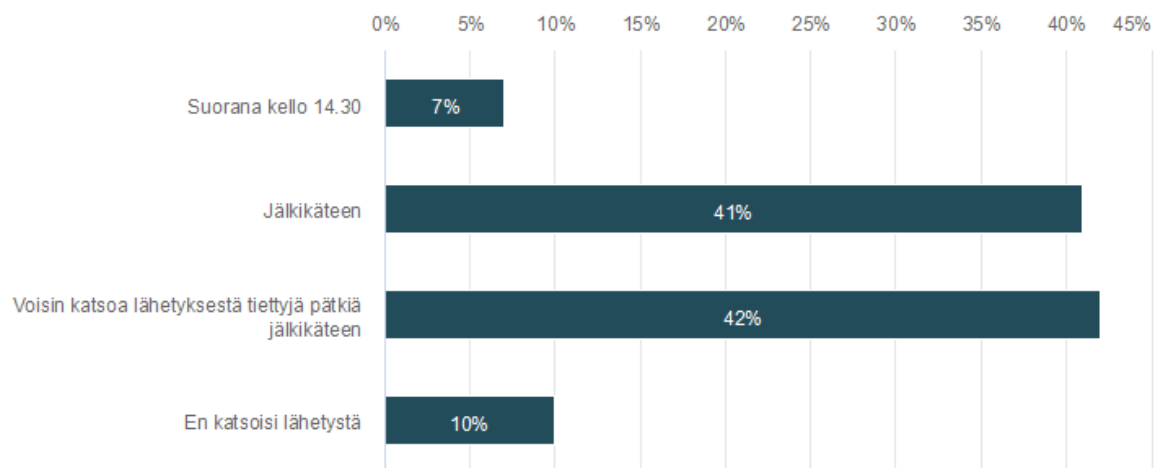
"Livelähetysten aika ei sovi omaan tyypilliseen päivärhythmiini, esim. aamulla tai illemmalla todennäköisemmin katsoisin. Netistä jälkeempäin lähetysten katsominen on muuten hyvä vaihtoehto, mutta ainakin kertakokemus sivuston käytöstä oli nihkeä pop up-ikkunoiden ja lähetysten katkeilun vuoksi. Lisäksi nuoret aikuiset ovat nykyajassa tottuneet ehkä nopeatempoisempaan informaatioon ja suosivat sitä –

myös itse koin lähetyksen tempon hieman hitaaksi (luultavasti tottumuskysymys).” – 22-vuotias nainen, opiskelija

Vastaajilta kysyttiin, milloin he todennäköisesti katsoisivat lähetystä. 42 prosenttia vastaajista ilmaisi voivansa katsoa tiettyjä pätkiä lähetyksestä jälkikäteen.

41 prosenttia vastaajista kertoi todennäköisesti katsovansa lähetyksen jälkikäteen. Tämä tarkoittaa, että noin 83 prosenttia vastaajista kuluttaisi sisältöä vasta jälkikäteen.

Seitsemän prosenttia vastaajista sanoi voivansa katsovansa lähetystä suorana. Kymmenen prosenttia vastaajista sanoi suoraan, että ei katsoisi lähetystä missään muodossa.



Kuva 12. Vastaus kysymykseen siitä, miten vastaajat katsoisivat todennäköisesti lähetystä. n = 112

7.7 Lähetyksen sopiminen MTV Uutisten brändin alle

Vastaajilta kysyttiin avoimella kysymyksellä, miten he kokivat näkemänsä lähetyksen sopivan MTV Uutisten brändin alle. Kysymykseen vastasi 80 henkilöä.

Vastaajista 75 henkilöä, eli 94 prosenttia, katsoi lähetyksen sopivan jollakin tasolla MTV Uutisten brändiin tai heidän ajatukseensa brändistä.

Vastauksissa korostui ajatus MTV3-kanavan viihteellisyydestä. Osaksi brändiä miellettiin myös lähetyksessä näkyvät värit, eli käytännössä valkopunaisuus sekä uutistunnus ja grafiikat. Lähetystä verrattiin myös Kymmenen uutisiin.

”Lähetyks sopii raameiltaan brändin alle, mutta laatu, etenkin tekniset seikat lukuun ottaen, ei yllä MTV Uutisten yleisen, tätä lähetystä korkeamman laadun tasolle” – 23-vuotias opiskelija

"Koen sen parantavan brandiä, sillä arvostan uusia innovaatioita, jotka vastaavat maailman muuttuviin tarpeisiin" – 22-vuotias nainen, opiskelija

"Aika hyvin, olen saanut heiltä muutenkin käsityksen, että sisältö on tylsää ja yksitoikkoista." – 20-vuotias nainen, äitiyslomalla

"Mielestäni lähetys sopii kivasti MTV uutisten brändin alle. Siinä käydään juuri sillä hetkellä olevia ajankohtaisia asioita ja tykkään siitä, että uutiset livessä on mukana "vanhojen konkareiden" lisäksi uusia nuoria juontajina." – 22-vuotias nainen, opiskelija

"Lähetys sopii hyvin brändiin. Koen sen olevan melko samanlainen kuin "kympin uutisten". – 20-vuotias nainen, opiskelija

Muutamissa vastauksista ilmaistiin suoraan, että MTV Uutisten brändi ei ole selvä vastajalle.

"Hyvin, kun teette muutenkin paljon Live-sisältöjä. En ole varma, mikä teidän brändi on, mutta oman kokemukseni mukaan tämä sopii hyvin." – 23-vuotias nainen, opiskelija

"Hmm vaikea kysymys, sanoisin ainakin, että asiallisuus toimii, myös miestoimittajan nuorekkuus sopi hyvin ja toi kivaa vaihtelua" – 21-vuotias nainen, opiskelija

"Eri eroa muista maikkarin ohjelmista, en tunnista niiden brändien tai konseptien eroa" – 25-vuotias työssäkäyvä

7.8 Vastaajien toiveet lähetykseen liittyen

Kyselyn lopussa vastaajat saivat jättää omia toiveitaan lähetykseen liittyen tai terveisiä toimitukseen. 56 henkilöä, eli puolet vastaajista kirjoittivat mietteitään.

Vastauksissa nousi esiin erilaisia kehitystoiveita. Lähetykseen toivottiin jatkossa muun muassa urheilua, kevyiden aiheiden vähentämistä, ilmasto-osuutta, yllättäviä näkökulmia ja aiheita otsikoiden ulkopuolelta sekä erityisesti nuoria koskettavia aiheita.

"Ehkä jonkin verran enemmän vähemmistöihin koskevia asioita. Muuten olen ollut suht tyytyväinen uutisaiheisiin tähän mennessä" – 21-vuotias mies, opiskelija

"Ideana Live on ideaali, lyhyempi katsaus päivän uutisista, mutta käytännön toteutus kaipaa kehitystä." – 23-vuotias opiskelija

"Ajattelisin, että asiantuntijakommentaattorien ja studiokeskustelun käyttöä voisi kehittää, sillä nyt itselleni jäi epäselväksi tämä Bidenin toimittajasta lausuman kommentin laajempi konteksti." – 25-vuotias mies, opiskelija

"Koen, että nuoria yhteiskunnallisia vaikuttajia tulisi tuoda enemmän esille." – 22-vuotias nainen, opiskelija ja työssäkäyvä

"En liikaa seuraa uutisia ja uutisohjelmia, mutta tämä tuntui kivalta ohjelmalta! En ole ennen tiennyt tästä livestä, kiva nyt tietää" – 22-vuotias nainen, opiskelija

"Mahdollisimman ajankohtaisia aiheita, jotka voisivat olla myös jotain hyvin ajatuksia herättävää, kuten pureutuminen esim. tasa-arvo aiheisiin tai moninaisiin sukupuoliin" – 22-vuotias nainen, opiskelija

"Yllättäviä näkökulmia. Asioita, joita ei tule mieleen muuten. Maailmassa on ääretömästi kiinnostavia aiheita, olisi kiva, ettei aina näytettäisi vain niitä mitä muuallakin!" – 24-vuotias nainen, opiskelija ja työssäkäyvä

"Jos/kun haluatte enemmän nuoria yleisöjä, kannattaa pohtia ja ehkä kysellä juttuvinkkejä erilaisten yhteisöjen nuorilta: mitä kuuluu maataloustöissä oleville nuorille? Entä pk-seudun maahanmuuttajataustaisille? Nuorten asema työmarkkinoilla (tutkiva journalismi, hyvä juttu esim. Ylen uutinen Espresso Housen työoloista), yökoeuudistuksen jälkipyykki, nuorten kiinnostus vaaleihin, alaikäisten käsitykset yhteiskunnallisesta osallistumisesta ja vaikuttamisesta? Jos tämäntyyppisistä aiheista saa uutisia aikaiseksi, niin katsoisin innolla!" – 24-vuotias nainen, opiskelija ja työssäkäyvä

Vastauksissa kiitettiin myös "tärkeän työn tekemisestä" ja ilmaistiin iloa nuorten toimittajien näkymisestä ruudussa. Lähetyksen ulkopuolelta vastauksissa nousi esiin pyyntö mtv-palvelun ja MTV Uutisten sovelluksen parantamisesta.

"Käyttäisin varmasti enemmänkin teidän uutispalveluitanne, jos sovelluksenne toimisivat. Esim. Ylen sovellus on erinomaisen hyvä esimerkki" – 22-vuotias opiskelija

"Parantakaa mtv-mobiiliversiota. Videot ja niiden kestot näkyvät allekkain, mutta esim. videon julkaisuajankohtaa ei näy." – 21-vuotias nainen, opiskelija

8. Tulosten yhteenveto ja analyysi

Yhteenvedossa käydään kyselystä saatuja tuloksia läpi. Kyselyn tuloksista on nostettu esiin kuusi laajempaa ilmiötä, joita käsitellään omissa luvuissaan. Ilmiöt on valittu sen perusteella, että ne toistuivat kyselyn vastauksissa.

Yhteenveto pitää sisällään niin tutkijan kuin MTV Uutisten digitaalisen sisällön päällikön Mona Haapsaaren johtopäätöksiä ja analyysia, jotka ilmaistaan selkeästi erillään.

Kuten aiemmin sanottu, on tärkeää huomata, että nuoret eivät ole homogeeninen ryhmä, vaan ihmisten mielipiteet eroavat toisistaan. Vastauksissa on kuitenkin mahdollista nähdä samankaltaisuuksia sekä myös erilaisia pointteja.

8.1 Lähetyksen pituus ja esitysaika

Kyselyyn vastanneista 51 prosenttia kertoi katsoneensa lähetyksen osittain. Yhdeksi syyksi nousi lähetyksen pituus. Noin 25 minuuttia kestävä lähetys koettiin pitkäksi nuoren katsojan näkökulmasta. Tämä tukee myös aiempia tutkimustuloksia nuorten median kulu-
tustavasta. Mikäli nuoria haluttaisiin enemmän lähetyksen pariin, olisi sen kestoa syytä tarkastella.

Haapsaaren mukaan lähetyksen pituuden ongelmat tunnistetaan MTV Uutisissa. Hän sanoo suoraan, että pitäisi lähetyksen ihannemittana varttia.

”Saisimme tiivistettyä kaikki aiheet päivään mennessä napakammaksi paketiksi.”

Haapsaaren mukaan kanavateknisistä syistä lyhyempien lähetysten saaminen ohjelma-
karttaan olisi todella vaikeaa. Talolta on saatavissa puolen tunnin ja tunnin ”slotteja”, joista ensimmäiseen MTV Uutiset Liven 14.30-lähetys lukeutuu, kun lähetysaikaan lasketaan mukaan lopussa tulevat mainokset.

Kun lähetyksen kestoa ei voida muuttaa, tulisi lähetyksen sisältöön kiinnittää entistä enemmän huomiota: mikä on niin mielenkiintoista, että nuori on valmis katsomaan ohjelmaa melkein puoli tuntia. Tulosluvussa nousikin esiin laaja kirjo aiheita, joista nuoret kertoivat olevan kiinnostuneita. Näitä käsitellään lisää luvussa 8.3.

Lähetyksen pituuden lisäksi vastauksista kävi erityisesti ilmi, että kello 14.30 esitettävä uutislähetys on ajallisesti haastava nuoria katsojia ajatellen. Monet 20–25-vuotiaat ovat kyseiseen aikaan koulussa tai töissä.

Lähetyksen kellonajalla on Haapsaaren mukaan ollut tarkoitus kattaa koko uutispäivä, sillä ilman lähetystä MTV3-kanavalla Uutisaamun ja Viiden jälkeen -ohjelman väliin jäisi monta tuntia ilman uutisia. Mikäli lähetyksen kellonaikaa muutettaisiin, olisi lähetys primetimestä ja todennäköisesti Seitsemän ja Kymmenen uutisten välillä.

Lähetyksen kellonaikaa ei kuitenkaan olla nykyisen tiedon valossa muuttamassa, joten katse on syytä kohdistaa jälkikäteen käytössä oleviin katselutapoihin sekä lähetyksen aiheisiin ja niiden jatkoelämään.

8.2 Sisällön kiinnostavuus

MTV Uutiset Liven 14.30-lähetyksen tarkoituksena on tarjota katsojalle joka arkipäivä mielenkiintoisimmat uutiset noin 25 minuutissa. Hiljaisina uutispäivinä on olemassa riski, että lähetykseen ”tungetaan vain jotain”, jotta ohjelma-aika saadaan täyteen.

Kyselyssä selvitettiin vastaajien ajatuksia lähetyksen sisällöstä. Kyselyn perusteella moni vastaaja koki liukkaita kelejä käsitelleen osuuden liian pitkänä ja mahdollisesti jopa täyteenä lähetyksessä.

Haapsaari tunnistaa ”täyteaiheiden” käyttämisen riskin. Hänen mukaansa lähetyksen osuuksia saatettiin alkuaikoina pitää pidempinä, jotta ohjelma-aikaa saataisiin kulumaan.

”En sano, etteikö sitä koskaan tapahtuisi, mutta näen meidän kehittyneen tässä paljon”

Nykyään Haapsaari kuitenkin katsoo suuremmaksi ongelmaksi sen, että hyvää sisältöä syntyy jopa enemmän kuin lähetykseen mahtuu. Esimerkiksi pidemmät infot tai deskivierailut vievät aikaa. Sisällölle pitää kuitenkin aina olla peruste.

”Mitään ei laiteta sinne sen takia, että saadaan minuutit täyteen”.

Kyselyyn vastanneista suurin osa katsoi MTV Uutiset Liveä ensimmäistä kertaa. Onkin tärkeä muistaa, että lähetystä voi katsoa joka päivä uusi ihminen ensimmäistä kertaa. Katsoja tekee kyseisen hetken perusteella päätöksen siitä, tuleeko hän katsomaan toisena päivänä lähetystä. Myös aiemmin lähetyksiä katsonut henkilö voi lopettaa katselun sisällön perusteella.

Kyselyn lopuksi vastaajat saivat esittää toiveita siitä, minkälaista sisältöä he haluaisivat nähdä jatkossa MTV Uutiset Livessä. Vastaukset ovat tärkeitä, sillä ne vastaavat konk-

reettisesti tutkimuskysymyksen toiseen osaan: minkälaiset aiheet saisivat nuoren katso-
maan Liveä?

Vastauksissa nousi harvakseltaan esiin niin sanottuja kevyempiä aiheita, vaan jopa niiden vähentämistä toivottiin suoraan. Sisällöllisesti on mahdollista sortua ajatukseen siitä, että nuoret kaipaisivat ”jotakin kevyempää”.

Haapsaaren mukaan on ongelmallista ajatella, että nuoria tavoitettaisiin kyseisillä aiheilla. Hänen mukaansa nuoria ei pidä ikinä aliarvioida aiheisiin liittyen.

”Ajattelen, nuoret hakevat heitä kiinnostavan tiedon muuta kautta kyseisistä aiheista. Varmaankin moni nuori katsoo esimerkiksi youtubettajia, mutta haluavatko he kuulla kyseisten ihmisten tarinoita uutislähetyksessä? He katsovat ne Youtubesta.”

Kyselyyn vastanneita nuoria kiinnostivat esimerkiksi nuoret poliittiset vaikuttajat sekä opiskeluelämään ja tasa-arvoon liittyvät aiheet. Erityisesti ”nuoria koskettavat aiheet” mainittiin monessa vastauksessa.

On hyvä huomata, että tärkeät uutisaiheet koskettavat kaikkia. Joissakin tapauksissa aihetta tulisi kuitenkin lähestyä erityisesti nuoren aikuisen näkökulmasta. Haapsaaren mukaan erityisesti Liven pitäisi laajentaa kirjoa ihmisistä, jotka pääsevät ääneen.

”On tärkeää kuitenkin kuunnella, mitä nuoret haluavat. Se on meidän ammattitaidostamme ja käsittelytavastamme kiinni, miten pystymme tarjoamaan kyseiset aiheet.”

Tällä hetkellä (huhtikuussa) sisältö on pitkälti Ukrainan sotaa. Onkin tärkeää pohtia, miten katsojat saadaan pysymään Liven parissa, kun sota tulevaisuudessa päättyy.

Haapsaari katsoo, että avainasiana tähän on Liven lupaus mielenkiintoisista ja kattavista uutisista. Hänen mukaansa Liven pitää olla korkeammalla tasolla sodan päättymisen jälkeen kuin ennen sitä.

”Kaikkien sodanaikaisten työskentelytapojen pitää jäädä jokapäiväiseen työkalupakkiin. Se vaatii esimerkiksi toimittajalta todella paljon: et tee koskaan tuotetta, joka on täysin valmis. Uutinen tai tuote ei ole koskaan lopullisesti valmis, vaan tilannetta pitää seurata ja puskea aina hieman eteenpäin”

8.3 Lähetyksen visuaalisuus

Moni vastaajista kuvaili visuaalista ilmettä toimivaksi, mutta ei ”suuria tunteita herättäväksi”. Vastaajista 22 prosenttia toi ilmi negatiivisia mielipiteitä visuaalisesta ilmeestä. Eräs vastaajista kuvaili lähetyksen ulkomuotoa ”vähän boomerimaiseksi”.

Lähetystä verrattiin vastauksissa helposti Kymmenen uutisiin, sillä Liven 14.30-lähetyksestä löytyy paljon samaa. Tekijöiden keskuudessa on kuitenkin usein puhuttu siitä, että lähetyksen ei haluta muistuttavan ”minitelkkua” tai olevan ”Kymmenen uutisten pikkuveli”. Tällä hetkellä katsoja kuitenkin kiinnittää huomiota lukuisiin yhtäläisyyksiin televisiouutisten kanssa, kuten studiossa pöydän takana olevaan ankkuriin sekä ruudussa näkyviin otsikoihin ja tikkereihin.

Haapsaari tunnistaa vertailun Kymmenen uutisiin ja pitää myös erottumista tärkeänä. Hänen mukaansa Liven ulkoasua, kuten juuri otsikoita ja tikkereitä, tullaan muuttamaan loppuvuodesta muuton yhteydessä.

Liven ulkomuoto on kuitenkin Haapsaaren mukaan suunniteltu mobiilinäkymä edellä, jolloin suurempi otsikko antaa mobiilikäyttäjälle nopeasti kuvan siitä, mistä lähetyksessä puhutaan. Haasteena on kuitenkin se, että samaa tuotetta tehdään lukuisille päätelaitteille.

Muihin visuaalisiin elementteihin liittyen, kuten kameroiden kuvakulmiin, päivän tiimi tekee tuottajan ja ohjaajan johdolla ratkaisut. TV-uutisissa kamerat on koodattu tekemään tiettyä asiaa, kun taas Liveä ja sen kameroita ohjataan täysin manuaalisesti. Tämä mahdollistaa erilaisten visuaalisten elementtien kokeilun, jota olisi syytä tehdä entistä rohkeammin, jotta Live erottuisi televisiouutisista.

Nuoria katsojia miettiessä kuvakulmien ja paikkojen vaihtuminen sekä tietty tempo lähetyksessä olisi tärkeää pitää yllä.

8.4 Katselualustat ja materiaalin jatkojalostaminen

Vastaajista ainoastaan kaksi henkilöä katsoi lähetyksen suorana lineaarisesta televisiosta. Tulos on linjassa aiempien tutkimusten kanssa television kuolemasta ja suoratoistopalveluiden aikakaudesta.

Suurin osa vastaajista katsoi lähetyksen jälkikäteen mtv-palvelusta. Nuoret ja mediakultus 2019 -tutkimuksessa nousi esiin nuorten ajatus uutisten suoratoistopalvelusta, jonka kategoriaan myös mtv-palvelu osittain lukeutuu. Opinnäytetyön kyselyn vastauksissa nou-

si kuitenkin esiin mtv-palvelun vaikeakäyttöisyys, jonka myötä nuoria on todennäköisesti vaikea ohjata käyttämään alustaa ja katsomaan lähetystä. Mikäli nuoria haluttaisiin tavoittaa, alustojen toimivuus on yksi tärkeimmistä asioista. Nuori osaa nopeasti hakea uutisen muualta, mikäli mtv-palvelu ei toimi.

Ongelma tunnistetaan MTV:llä, sillä Huotarin mukaan niin mtv-palveluun kuin uutispalveluun on kertynyt ”palvelunkehitysvelkaa”.

Haapsaari pitää huolestuttavana kyselyssä noussutta pointtia siitä, että ihmiset olisivat valmiita kuluttamaan Liven sisältöä, mutta tekniikka ”tulee tielle”.

Haapsaaren mukaan mtv-palvelulle ollaan tekemässä muutoksia. Hän kertoo, että palvelussa tunnistetaan nykyään uutis- ja ajankohtaisohjelmien arvo.

”Korona-aika ja Ukrainan sota ovat osoittaneet sen, että voimme erottua niillä muista suoratoistopalveluista”

Mtv-palvelun lisäksi myös muut, erityisesti sosiaalisen median, alustat ovat vaihtoehto sisällön jakamiselle. Tutkimuksissa on käynyt ilmi, että nuoret kuluttavat uutissisältöä esimerkiksi Instagramista. Mikäli lähetystä ei voida striimata Instagramissa, sen paloittelu osiksi ja tätä kautta jatkojalostaminen olisi erityisen tärkeää nuorten tavoittamisen näkökulmasta. Tätä tukevat myös kyselyn vastaukset, sillä 42 prosenttia vastaajista kertoi olevansa valmis katsomaan tiettyjä pätkiä lähetyksestä jälkikäteen.

Haapsaari jakaa näkemyksen lähetyksen materiaalin jalostamisesta ja pilkkomisesta pienempiin osiin jälkikäteen. Hän alleviivaa, että lähetys on Livelle sivutuote.

”Käytän tarkoituksella tällaista kärjistettyä termiä, koska muistutan usein tekijöille, että se ei ole meidän päätuotteemme. Se näkyy kanavalla ja sen täytyy olla mietitympi, mutta samaan aikaan se on kurkistus sisältöihimme.”

Lähetys striimataan satunnaisesti MTV Uutisten Facebook-sivulla, mutta striimauksen laajentamista Youtubeen ja TikTokiin olisi syytä pohtia. MTV Uutisten Youtube-kanava on kerännyt noin puolessa vuodessa yli 13 000 tilaajaa. Myös pidemmät videot toimivat Youtubessa paremmin, jos katsojamääriä verrataan MTV:n omiin alustoihin. Youtubessa on paljon potentiaalisia katsojia Livelle.

Youtuben lisäksi striimaamista TikTokiin olisi syytä harkita. MTV Uutiset on aktiivinen TikTokissa ja tilillä on seuraajia yli 25 000. Potentiaalisia katsojia olisi siis erittäin paljon jo

seuraajien muodossa. Lisäksi TikTok ehdottaa live-lähetyksiä seuraajien ulkopuolella oleville ihmisille käyttäjän sivulla.

Ulkomaalaismediat, kuten ABC News, striimaa tuottamaansa sisältöä TikTokissa. Yhtiöllä on sivuillaan MTV Uutiset Liven kaltainen ABC News Live, jonka sisältö näkyy myös TikTokissa. ABC Newsin tilillä on TikTokissa yli kolme miljoonaa seuraajaa.

TikTok ja Youtube mahdollistavat katsojalle sisällön kommentoinnin ja ne näkyvät kuvan alapuolella. Tämä myös antaisi nuorille mahdollisuuden keskustella uutisaiheista kommenteissa lähetyksen aikana. Tutkimusten mukaan nuorten uutiskäyttäytyminen on yhteisöllistä ja juttuja jaetaan eteenpäin esimerkiksi kavereille. Tämä olisi yksi tapa vastata yhteisöllisyyden kaipuuseen.

Luonnollisesti katsojien ohjaaminen median omalle sivustolle on tärkeää erityisesti tässä tapauksessa, kun kyseessä on mainostelevisio. Satunnainen TikTokissa striimaaminen loisi kuitenkin tärkeää tunnettavuutta nuorten keskuudessa, jolloin he voivat päätyä katsomaan myös muita lähetyksiä mtv-palvelusta.

8.5 Huolellisuus lähetyksen kasaamisessa

Vastauksista kävi ilmi, että lähetyksen katsojat ovat todella tarkkoja. Vastajat olivat kiinnittäneet huomiota esimerkiksi otsikoiden vaihtumisen tahtiin ja pisteen puuttumiseen päivämäärän perästä. Myös mikrofoniongelmat ja muut tekniset puutteet kiinnittivät monen vastaajan huomion. Lisäksi lähetys ei erään vastaajan mukaan yltänyt yleiselle MTV:n tasolle. Nuorten aikuisten näkökulmasta Liven uutiskerronnassa on siis parannettavaa erityisesti teknisesti.

On tärkeää, että katsojaa ei ikinä aliarvioida, vaan jokainen asia hiotaan mahdollisimman loppuun asti. Katsojien vaikutelma muodostuu loppujen lopuksi todella pienistä asioista. Breaking news -tilanteet antavat anteeksi pienen särön, mutta kyselyssä arvioitu lähetys ei pitänyt sellaisia tilanteita sisällään.

Haapsaaren mukaan huolimattomuus, kuten päivämäärän perästä puuttunut piste, pitää pystyä karsimaan pois. Hän uskoo, että osa tekemisestä voi näyttää ulospäin jopa katsojan aliarvioimiselta, mutta siitä ei ikinä ole kyse.

MTV Uutiset Liveä tehdään erilaisella tekniikalla kuin televisioita, jolloin erilaiset järjestelmät eivät kommunikoi keskenään. Tekemiseen liittyy siis päivittäin teknisiä vaikeuksia esimerkiksi toimittajan tekemän insertin esikatseluun ja lähettämiseen liittyen.

Tekniikkaan huomioon kiinnittäminen on erityisen tärkeää, sillä tekniset puutteet välittyvät katsojalle ja voivat olla haitallisia brändille. Lisäksi ne voivat laskea työntekijöiden motivaatiota työn tekemiseen.

MTV Uutiset on muuttamassa uusiin tiloihin vuoden 2022 lopulla, jolloin Haapsaaren mukaan television kanssa saadaan yhteinen järjestelmä ja asioita automatisoidaan. Liven ja Kymmenen uutisten studiot tulevat olemaan värityksiltään ja äänentasoiltaan yhtäläiset.

Haapsaari myöntää jännittävänsä muutoksen kautta tekemisen mahdollista jäykistymistä.

"Nythän meidän vahvuutemme on se, että voimme lennosta reagoida pienen roson kanssa. On tärkeää saada pidettyä tietty rentous, rohkeus ja pelkäämättömyys"

8.6 Lähetyksen brändäys nuorille

Monesta vastauksesta oli nähtävissä, että koko MTV Uutiset Live oli vastaajalle uusi tuttavuus. Nuorten mediankulutukseen vaikuttaa tutkitusti kulutettavan median brändi, joten sen tuntemattomuus MTV Uutiset Liven kohdalla on huolestuttavaa. Lähetyksen brändäys nuorille aikuisille ei ole erityisen onnistunut.

MTV:n liiketoiminta- ja kehityspäällikkö Jyrki Huotarin mukaan Liven 14.30-lähetystä ei ole erikseen markkinoitu, mikä selittää tuntemattomuutta. Nykyisen saatavilla olevan tietomäärän joukosta on vaikea erottaa, varsinkin ilman markkinointia.

Brändiin liittyen katsojat nostivat esiin ruudussa näkyneet nuoret toimittajat, jotka saivat heidät kokemaan olevan osa kohderyhmää.

MTV Uutiset Liven "omat ankkurit" ovat myös nuorempia, mutta viime aikoina ruudussa on näkynyt välillä ankkureina tuttuja kasvoja muista ohjelmista, kuten Kymmenen uutisista. Tämä voi osittain sekoittaa katsojaa eri ohjelmien välillä. Olisi syytä pohtia MTV Uutiset Liven brändin vahvistamista sen omien ankkureidensa kautta. Toinen vaihtoehto olisi koko talon ankkureiden kierrättäminen Livessä. Tällöin myös ankkureiden kautta ajatus siitä, että Live on koko toimituksen yhteinen tuote, voisi vahvistua. Tämänhetkinen malli ei palvele katsojaa parhaimmalla tavalla.

Haapsaaren mukaan Liveen on lähtökohtaisesti palkattu nuoria ihmisiä, joka on ollut onnistunut asia. Hänen mukaansa konkareiden käyttäminen voi viedä uutta tuotetta vanhempien tuotteiden kaltaiseksi jopa vahingossa.

Tähän liittyen eräässä vastauksessa oli huomioitu, että lähetyksessä ollut ankkuri olisi ”järkyttynyt” nuorempien toimittajien ulosannista. Vaikka vastaus voi kuulostaa hämmäntävältä, taustalta löytyy mielenkiintoinen ajatus: lähtöasetelmana on tunnettu ankkuri, jonka tietynlaiseen ulosantiin on totuttu. Livessä katsoja voi hämmäntyä, kun muiden toimittajien ulosanti ei ole esimerkiksi ”Kymmenen uutisten”-kaltaisen. Tämä vastaus vahvistaa myös ajatusta siitä, että ankkureita tulisi käyttää monipuolisemmin, jolloin katsoja ei hämmäntyisi.

Vaikka uutisankkuri ei valitse aiheita tai käsittelytapoja yksin, Haapsaari näkee, että tilanne on erilainen, kun saman ikäiset ihmiset kohderyhmän kanssa esittävät uutiset. Samaan aikaan tulee kuitenkin ottaa huomioon, että valinta ei saa sulkea pois vanhempaa kohdeyleisöä.

”On hyvä kysymys, pitäisikö Liven olla kanava vain nuorille. Toistaiseksi se ei sitä vielä ole.”

Vaikka MTV Uutiset Liveä on pyritty brändäämään myös nuorille, vastaajista vain puolet kertoi kokevansa kuuluvan kohderyhmään näkemänsä perusteella. Haapsaari pitää lukua mielenkiintoisena.

”Se on hyvä huomio, koska haasteenamme on tuon yleisön tavoittaminen, mutta samaan aikaan meidän pitäisi toimia tunnetun brändin alla.”

Kun tarkastellaan laajemmin lähetystä MTV Uutisten brändin alaisena, suurin osa (94 prosenttia) vastanneista kertoi sen sopivan brändin alle, vaikka moni ei samaan aikaan tiennyt MTV:n brändiä. Vastaajat nostivat ajatuksikseen brändistä viihteellisyys ja visuaaliset elementit. Nuorille aikuisille MTV Uutisten tai MTV Uutiset Liven brändi ei ole selkeä.

Haapsaari kuvailee MTV Uutisten olevan valtakunnallinen uutistoimija, mikä haastaa MTV Uutiset Liven paikallaoloa muuallakin Suomessa pääkaupunkiseudun lisäksi. Lisäksi Live on koko kansan uutistoimija, joka puhuttelee työssäkäynti-ikäisiä ihmisiä. Brändiin kuuluu myös ”ihmisläheisyys ja yhteiskunnallinen puoli”.

”Haluamme ja toivomme, että tekemisessämme näkyy myös rentous ja tietynlainen rohkeus. Näihin pitäisi kiinnittää erityisesti huomiota digipuolella.”

Haapsaaren mukaan on tärkeää tiedostaa, että MTV Uutiset Live on koko MTV Uutisten tuote ja sillä ei ole täysin erillistä toimitusta.

Yksi kyselyyn vastanneista henkilöistä sekoitti Liven lähetyksen Viiden jälkeen -ohjelmaan katselustaan huolimatta, mikä on mielenkiintoinen huomio. Tämä tukee MTV:n aiemmin tekemiä tutkimuksia, joista on Huotarin mukaan ilmennyt, että yleisö ei tiedä MTV:n sisällä olevien sisältöjen eroja.

9. Pohdinta

Luvussa käydään läpi opinnäytetyöhön liittyvää yleistä pohdintaa, johon lukeutuvat muun muassa kyselyn näytteen ja kyselyn sisällön analysointia. Yleisessä pohdinnassa esitetään myös mahdollisia jatkotutkimuksia.

Lisäksi luvussa arvioidaan opinnäytetyön prosessia ja tutkijan ammatillista kehittymistä.

9.1 Yleinen pohdinta

Kysely ei ole edustava, vaan näyte on itsevalikoitunut. Kyselyn tulokset eivät ole siis tieteellisesti päteviä, mutta antavat hyvin suuntaa nuorten aikuisten ajatusmaailmasta.

Kysely toteutettiin täysin anonyymisti. Päädyin kyseiseen valintaan, sillä halusin saada tietooni ihmisten rehellisiä mielipiteitä. Tämä kuitenkin tarkoittaa, että esimerkiksi vastaajien ikää ei voida todentaa. Kyselyä on kuitenkin jaettu alustoilla, joilla suuri osa käyttäjistä kuuluu kyselyn ikäryhmään. Kyselyssä ei myöskään ollut palkintoa, mikä olisi voinut edesauttaa kyselyyn vastaamista väärillä tiedoilla. Samaan aikaan palkinnon tarjoaminen olisi voinut mahdollistaa laajemman otoksen.

Kyselyn avoimet kysymykset onnistuivat, sillä vastaajat kirjoittivat havaintojaan laajasti. Läpikäytävää aineistoa tuli yllättävän paljon, mikä kuitenkin oli vain positiivinen ongelma.

Kyselyyn vastanneista 51 prosenttia katsoi lähetyksen osittain. Tämä korostaa lähetyksen sisällöllisissä kysymyksissä ”En osaa sanoa” -vastausten määrää. Tulokset olisivat tarkempia ja entistä kehittävämpiä, mikäli kaikki 112 vastaajaa olisivat katsoneet koko lähetyksen loppuun. Toisaalta on myös tärkeää huomata, että suurin osa vapaaehtoisesti lähetystä katsoneista ja kyselyyn vastanneista ei esimerkiksi kokenut lähetystä niin mielenkiintoiseksi, että olisivat jaksaneet katsoa koko noin 24 minuuttia kestäneen uutislähetyksen. Tämä nousi myös esiin vastauksissa, kun katsojilta kysyttiin syytä vain osittaiseen katsomiseen. Mikäli katsojakuntaan haluttaisiin lisää nuoria, olisi syytä pohtia lähetyksen sisältöä entistä enemmän, kun lähetyksen lyhentäminen ei ole vaihtoehto.

Mona Haapsaaren haastattelun vertailu kyselystä saatuihin tuloksiin indikoi, että MTV Uutiset on tietoinen nuorten houkuttelemiseen liittyvistä ongelmista ja on pohtinut ratkaisuja asiaan.

Opinnäytetyön valmistumisen aikana Venäjä aloitti hyökkäyssodan Ukrainassa. Haapsaaren haastattelua ja tulosten analyysia tehdessä sota oli alkanut.

Vastauksia hyödyntäessä tulee ottaa huomioon, että nuorten aikuisten mediakulutus on muuttunut sodan myötä, mikä näkyy myös MTV Uutiset Liven luvuissa. Tällä hetkellä (huhtikuu) koko MTV Uutiset Live tavoittaa kaksinkertaisen määrän yleisöä aiempaan nähden. Sodan myötä Liven 14.30-lähetys on todennäköisesti tavoittanut entistä enemmän myös nuoria aikuisia ja lähetystä on tehty päivien ajan niin sanotusti teemalähetyksenä, eli siinä on käsitelty pelkkää sotaa. Tärkeää olisikin pohtia, miten katsojat saadaan pysymään katsojina myös sen jälkeen, kun sota on päättynyt ja ihmiset eivät enää aktiivisesti etsi itse tietoa aiheesta.

Jatkotutkimuksena olisi tärkeää tutkia nuorten uutisten kulutusta sosiaalisessa mediassa. Yle on sosiaalisessa mediassa tapahtuvassa uutiskerronnassa paljon MTV Uutisia edellä. MTV:n tapauksessa kaikkea ei kuitenkaan voida tuottaa sosiaalinen media edellä, sillä Ylen kaltaista rahoitusta ei ole saatavilla. Lukijoiden ja katsojien saaminen MTV:n omille alustoille on siis tärkeää. Tämä tapahtuu kuitenkin entistä enemmän sosiaalisen median kautta, jossa myös nuoret ovat. Tärkeä tutkittava aihe olisikin, minkälainen uutiskerronta sosiaalisessa mediassa toimii erityisesti nuorille ja houkuttelee heidät muille alustoille.

9.2 Prosessin arviointi

Opinnäytetyön prosessi käynnistyi 6. syyskuuta 2021, jolloin työn aihe lyötiin lukkoon toimeksiantajan kanssa. Hieman tahmean alun jälkeen työn tekeminen alkoi sujumaan ja se tempaisi mukaansa välillä monien tuntien ajaksi.

Alkuperäinen työn valmistumisaika oli 30. maalikuuta 2022, joka kuitenkin ylittyi reilulla kuukaudella. Ylityksen syitä olivat loppumetreillä tapahtuneet sairastelut, mukaan lukien korona, ja työtilanteen muuttuminen helmikuun lopusta eteenpäin Venäjän hyökättyä Ukrainaan. Jälkikäteen ajateltuna olisin voinut jättää aikatauluun enemmän niin sanottua tyhjää tilaa, jolloin tällaiset asiat eivät olisi myöhästyttäneet opinnäytetyön valmistumista ainakaan näin paljon.

Informoin opinnäytetyön valmistumisen myöhästymisestä ja sen syistä niin ohjaajaa kuin toimeksiantajaa. Opinnäytetyön valmistumisen myöhästyminen ei kuitenkaan onneksi vaikuta työn tulosten hyödyntämiseen.

Pidin opinnäytetyöprosessin aikana säännöllisesti yhteyttä ohjaajaani ja sain häneltä lukuisia neuvoja mieltäni askarruttaneisiin kysymyksiin. Myös toimeksiantajani tuki minua opinnäytetyöprosessissa ja kävi muun muassa kyselyn kysymykset läpi kanssani ennen sen toteuttamista.

Työn tekeminen ja siitä saadut tulokset ovat vaikuttaneet positiivisesti ammatilliseen kehittymiseeni. Työskentelen MTV Uutiset Livessä toimittajana ja tuottajana, joten tutkimusaihe koskee minun ja kollegoideni työtä. On siis samalla tärkeä huomata, että täysin objektiivinen ote tutkimukseen oli haastavaa. Koen kuitenkin tiedostaneeni hyvin asemani ja pohtineeni valintojani. Jatkossa pääsen myös konkreettisesti itse kehittämään Liveä ja seuraamaan, miten opinnäytetyön tuloksia käytetään.

Lähteet

- Alma Media, Tutkimustoimisto Inspirans & Norstat. 2019. Nuoret ja mediakulutus 2019. Åkerlundin säätiö. Luettavissa: https://akerlundinsaatio.fi/wp-content/uploads/2019/11/NUORET-JA-MEDIAKULUTUS_TUTKIMUS_ARTIKKELI_edit.pdf Luettu 14.9.2021
- CNN. 31.5.2020. Defining moments from 40 years of CNN. CNN. Luettavissa: <https://edition.cnn.com/2020/05/30/world/gallery/cnn-history/index.html> Luettu 10.5.2022
- Haikonen, M. 2020. Uutislivekonsepti Suomen mediakentässä. Opinnäytetyö. Turun ammattikorkeakoulu. Luettavissa: <http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-2020052714446> Luettu 14.9.2021.
- Hakkarainen, Ari. 2011. Hyvästi media. Klaava media. E-kirja. Luettu: 13.5.2022
- Haapsaari, M. 21.3.2022. Digitaalisten sisältöjen toimituspäällikkö. MTV Oy. Haastattelu. Helsinki.
- Helsingin seudun kauppakamari & Ruokolainen, P. 2020. Brändikäsikirja. 1. painos. Hansaprint Oy. E-kirja. Luettu: 11.4.2022
- Huotari, J. 21.1.2022. Uutisten, ajankohtaisten asioiden ja uutispalvelun liiketoiminta- ja kehitysohjaaja. MTV Oy. Haastattelu. Helsinki.
- Hyvärinen M., Nikander P. & Ruusuvaara H. 2017. Tutkimushaastattelun käsikirja. Vastapaino. Tampere. E-kirja.
- Jaulimo, J. 25.1.2022. Tuottaja, MTV Uutiset Live. MTV Oy. Haastattelu. Helsinki.
- Jaulimo, J. 2022. MTV Uutisten Inews. Shows. Live. Ajolista. Luettu 25.1.2022
- MTV Uutiset Live 25.1.2022. Millaista on Venäjän liikehdintä Suomen lähialueilla? Päivän kiinnostavimmat uutiset nyt Livessä. Video. Katsottavissa: <https://www.mtv.fi/sarja/mtv-uutiset-live-33001002003/mtv-uutiset-live-1530938> Katsottu: 25.1.2022.
- MTV Uutiset. 2020. Pelikirja. MTV Uutiset. Helsinki. E-kirja. Luettu: 15.2.2022
- Media-alan tutkimussäätiö & Tampereen journalismin, viestinnän ja median tutkimuskeskus. 2021. Uutismedia verkossa 2021 – Reuters-instituutin Digital News Report, Suomen maaraportti. Luettavissa: https://www.mediaalantutkimussaatio.fi/wp-content/uploads/Reuters-Uutismedia-verkossa-raportti-Suomi_2021.pdf Luettu: 10.2.2022
- Nielsen, R.K. & Sambrook, R. 2016. What is happening to television news? Reuters Institute for the Study of Journalism. Oxford. Luettavissa: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/what-happening-television-news>. Luettu 19.9.2021 15.12.2021 Luettu: 05.02.2022
- Nikkinen, A. & Vacklin, A. 2012. Television runousoppia. 1. painos. Toisenlainen katse tv-ohjelmiin. Like. Helsinki
- Nordenstreng, K, Nieminen H, & Ala-Foss M. 2017. Suomen mediamaisema. 1.painos. Osuuskunta Vastapainos. Tampere.

Reinikainen, P. 2019. INEZ Median takana kovan luokan tv-pomo – houkuttelee nuoria somevaikuttajien tekemällä sisällöllä. Suomen Yrittäjät. Helsinki. Luettavissa: <https://www.yrittajat.fi/uutiset/607427-inez-median-takana-kovan-luokan-tv-pomohoukuttelee-nuoria-somevaikuttajien-tekemalla> Luettu: 19.8.2019

TV4. Toukokuu 2022. TV4 Nyheterna live. Katsottavissa: <https://www.tv4play.se/program/nyheterna/live/13768219> Katsottu 2.5.2022

Uskali, T. 2013. Jokapaikan journalismi. 2013. Kopijyvä. Jyväskylä.

Valli, R. 2018. Ikkunoita tutkimusmetodeihin 1. 5. painos. PS-Kustannus. Jyväskylä.

Vilka, H. 2021. Tutki ja kehitä. 5. painos. PS-Kustannus. Jyväskylä

Liitteet

Liite 1. Kyselyssä esitetyt kysymykset

1. Minkä ikäinen olet?
2. Oletko katsonut MTV Uutiset Liven tiistaina 25.01.2022 kello 14.30 esitettyä lähetystä? Mikäli et ole katsonut lähetystä, löydät siihen linkin kyselyn alusta. Kyselyn jatkuminen edellyttää lähetysten katsomista.
 - a. Mikä sai sinut katsomaan vain osan lähetyksestä? (Kysymys esitettiin, mikäli henkilö kertoi katsoneensa osan lähetyksestä)
3. Sukupuolesi?
4. Mikä on elämäntilanteesi tällä hetkellä? Voit valita useamman
 - a. Opiskeletko journalismia? (Kysymys esitettiin, mikäli vastaaja kertoi olevansa opiskelija)
5. Katsoitko MTV Uutiset Liven tiistaisen kello 14.30 -lähetysten...
6. Katsoitko lähetysten suorana vai jälkikäteen?
7. Saitko lähetysten kautta mielestäsi kattavan kuvan päivän (tiistain) uutisista?
8. Oliko lähetys mielestäsi ajallisesti (noin 25 minuuttia) sopivan mittainen?
9. Kestikö jonkin aiheen käsittely liian kauan?
 - a. Minkä aiheen käsittelyn koit kestävän liian kauan ja miksi? (Kysymys esitettiin, mikäli vastaaja sanoi enemmän kuin yhden aiheen tai yhden aiheen käsittelyn kestäneen liian kauan)
10. Kestikö jonkin aiheen käsittely liian vähän?
 - a. Minkä aiheen käsittelyn koit kestävän liian vähän ja miksi? (Kysymys esitettiin, mikäli vastaaja sanoi enemmän kuin yhden aiheen tai yhden aiheen käsittelyn kestäneen liian vähän)
11. Minkälaisia ajatuksia lähetysten visuaalinen ilme herätti sinussa?
12. Koetko olevasi lähetysten kohderyhmää?
 - a. Miksi et koe olevasi lähetysten kohderyhmää? (Kysymys esitettiin, mikäli vastaaja ei kokenut kuuluvansa kohderyhmään)
 - b. Mitkä asiat saavat sinut kokemaan olevasi lähetysten kohderyhmää? (Kysymys esitettiin, mikäli vastaaja koki kuuluvansa kohderyhmään)
13. Katsoisitko MTV Uutiset Liven kello 14.30 alkavan lähetysten jonakin toisena päivänä kokemuksesi perusteella?
 - a. Mistä syistä katsoisit lähetysten toisena päivänä? (Kysymys esitettiin, mikäli vastaaja sanoi voivansa katsoa lähetysten toisena päivänä)
 - b. Mistä syistä et katsoisi lähetystä toisena päivänä? (Kysymys esitettiin, mikäli vastaaja ei katsoisi lähetystä toisena päivänä)
14. Katsoisitko lähetysten todennäköisesti... (voit valita useamman)
15. Milloin katsoisit lähetysten todennäköisesti?

16. Miten koet katsomasi lähetyksen sopivan MTV Uutisten brändin alle?
17. Minkälaisia aiheita haluaisit MTV Uutiset Liven käsittelevän jatkossa? Voit jättää tätä kautta myös terveisesi toimitukseen. Sana on vapaa!