

TAMPEREEN YLIOPISTO

Kirsi Tirkkonen

MIKÄ MIXI?

Ylen nuorten uutiset eli Uutismixi tekijän ja kohderyhmän kokemana

Tiedotusopin pro gradu -tutkielma
Toukokuu 2008

Sisällysluettelo

1	Johdanto	5
1.2	Tutkimustavoite	6
1.3	Tutkimuksen kulku	7
2	Mediatutkimus ja nuoret	9
2.2	Mediamailma tänään	9
2.3	Uutiset Ylellä ja muualla	10
2.4	Televisiouutisten muotokieli.....	12
2.5	Nuoret ja uutiset – paradoksaalinen pari.....	13
2.6	Kohderyhmänä lapset ja nuoret	17
2.7	Nuori sukupolvi uudessa ympäristössä.....	20
2.8	Mediankäytön funktiot – oppimisen iloa hyvässä seurassa	21
2.9	Tekstuaalisuus vs. visuaalisuus.....	24
2.10	Media identiteetin rakentajana ja kasvattajana	25
2.11	Media vaikuttaa, mutta miten?.....	27
2.12	Unikekokäyrä.....	29
2.13	Erlaisia mediankäyttäjiä.....	30
2.14	Päätelmiä mediatutkimuksesta ja nuorista	32
3	Utismixi.....	34
3.2	Yle ja nuoret.....	34
3.3	Nuorten uutiset muualla Euroopassa	35
3.4	Mikä mixi?.....	38
3.5	Utismixin suunnittelu alkaa	40
3.6	Utismixin ensimmäinen kausi.....	48
3.7	Minä työssäni	50
3.8	Ohjelma alusta loppuun	51
3.8.1	Torstai	51
3.8.2	Perjantai	54
3.8.3	Maanantai.....	55
3.8.4	Tiistai	56
3.9	Palaute ja katsojamäärät.....	58
3.10	Yhteenvedoa Utismixin arjesta.....	61
4	Kohderyhmäkysely	64
4.2	Kvantitatiivinen tutkimusmenetelmä.....	64
4.3	Kyselylomakkeen laatiminen.....	65
4.4	Aineiston keruu	68
4.5	Kyselyn puutteet ja vahvuudet.....	69
4.6	Kyselyn tuloksia – miten paljon ja mitä televisiosta katsotaan	70
4.6.1	Uutisia katsotaan yllättävän ahkerasti.....	73
4.6.2	Utismixiä ei katsota, eikä nuorten uutisia kaivata	77
4.6.3	Utismixi tarkastelussa	79

4.7	Avoimet kysymykset	81
4.7.1	Ajankohtaisohjelmat	82
4.7.2	Ei mitään vanhoja ukkoja puhumassa pörssikursseista	83
4.7.3	Kuvittelutehtävä	85
4.8	Yhteenvetoa kohderyhmäkyselyn tuloksista.....	86
5	Johtopäätökset.....	88
5.2	Uutismixi täyttää odotukset osittain.....	89
5.3	Tarpeelliset nuorten uutiset.....	90
6	Lähdeluettelo.....	92
7	Liitteet 1–7.....	99

TAMPEREEN YLIOPISTO

Tiedotusopin laitos

KIRSI TIRKKONEN: Mikä Mixi? Ylen nuorten uutiset eli Uutismixi tekijän ja kohderyhmän kokemana

Pro gradu -tutkielma, 98 s. + 13 liites.
Tiedotusoppi

Ohjaaja: professori Taisto Hujanen

Toukokuu 2008

Tutkielmassani *Mikä Mixi? Ylen nuorten uutiset eli Uutismixi tekijän ja kohderyhmän kokemana* tarkastelen ohjelmaa kolmesta eri näkökulmasta – mediatutkimuksen, tekijän ja kohderyhmän kannalta. Tutkielman tavoitteena on määrittää nuorten ja uutisten suhdetta sekä arvioida nuorten omien uutisten tarpeellisuutta.

Graduni ensimmäisessä osassa kartoitan tutkimuksen avulla mediaympäristöä, jossa Uutismixiä tehdään ja jonka ympäröimänä ohjelman kohderyhmä on. Lisäksi luon lyhyen katsauksen mielenkiintoisimpiin median vaikutuksia tutkineisiin suuntauksiin.

Toisessa osassa käyn läpi Uutismixin tuotantoprosessin suunnitteluvaiheesta viikoittaiseksi ohjelmaksi työrutiineineen. Suunnitteluvaiheen kartoittamisessa käytän aineistona keskusteluja, joita kävin suunnittelutyössä mukana olleiden kanssa. Lisäksi sain käyttööni sähköposteja ja kokousmuistioita. Viikoittaiset ohjelman käytännöt analysoin itsereflektion avulla. Käytän esimerkkinä yhtä kevään 2008 Uutismixi-lähetystä, jossa vastasin lähetyksen sisällöstä. Aineistoani täydentävät katsojilta saadut sähköpostipalautteet.

Kolmas näkökulma käsittelee Uutismixin vastaanottoa kohderyhmäkyselyn avulla. Kyselylomakkeen avulla kartoitin nuorten mediankäyttöä sekä mielipiteitä ja kokemuksia Uutismixistä. Teetin kyselyni neljässä eri yläkoulussa eri puolilla Suomea, vastauksia sain yhteensä 259. Käsittelem aineistoa pääosin kvantitatiivisen tutkimusmenetelmän avulla, mutta hyödynnän myös kvalitatiivisia keinoja avoimien kysymysten vastauksien tulkinnessa.

Teorian perusteella syntynyt käsitys nuorten ja uutisten paradoksaalisesta suhteesta sai tukea kyselyaineistosta; nuoret pitävät uutisia tärkeänä peruspalveluna, mutta eivät juurikaan katso niitä. Uutismixin tehtävänä on opettaa nuoria uutistenkatsojiksi ja Yleisradion yleisöksi. Tehtävä on vaativa kerran viikossa tulevalle kymmenminuuttiselle ohjelmalle. Kyselyssä selvisi, että Uutismixi ei ole suosittu ohjelma, mutta moni sen nähnyt piti ohjelmaa onnistuneena ja tarpeellisena nuorten näkökulman välittäjänä. Moni vastaaja perusteli omien uutisten tarpeellisuutta sillä, että aikuiset ja nuoret ovat kiinnostuneita eri asioista.

Asiasanat: nuoret, uutiset, televisio, julkinen palvelu, Yleisradio

1 Johdanto

Uutismaailma on murroksessa. Sanomalehtien lukijat vähenevät, televisioyleisöt pienenevät, mutta netin käyttö kasvaa – verkossa luetaan lehtiä, katsotaan videopätkiä ja kuunnellaan radiota. Aikuisten uutistottumukset muuttuvat, mutta millaiseksi muodostuu nuorten suhde uutisiin?

Yleisradion yksi keino johdattaa nuoria uutisten maailmaan on Uutismixi. Ohjelma on nuorille suunnattu viikoittainen uutisohjelma, joka pyrkii tarjoamaan tuoreimmat uutiset yksinkertaisessa ja taustoittavassa kymmenminuuttisessa paketissa. Olen ollut ohjelman toimittajana kolme vuotta. Journalistisessa pro gradu -tutkielmassani pyrin määrittelemään sitä mediamaisemaa, missä nuoret elävät ja sitä, millainen rooli uutisilla tuossa maailmassa on.

Uutismixin suunnitteluvaiheessa ohjelmaan liitettiin paljon laadullisia odotuksia ja sen toivottiin tulevan suosituksi kohderyhmänsä 11–15-vuotiaiden keskuudessa. Ohjelman oli tarkoitus koota viikon uutistarjonnasta nuorten näkökulmasta kaikki olennainen yhteen lähetykseen raikkaasti – Ylen laatuleimaa unohtamatta. Ohjelma perustettiin sitä edeltäneen lasten uutisohjelman Uutisjutun tilalle. Uutismixin haluttiin olevan kuitenkin kokonaan oma erottuva ohjelmansa. Suunnittelutyötä tehtiin perusteellisesti hyödyntäen erilaisten Yleisradion ammattilaisten joukkoa. Päävastuussa olivat uutisten tekijät, joista lähes kaikista tuli myös Uutismixin tekijöitä. Ohjelman tilaajana oli opetusohjelmat, joten he hyväksyivät kaikki ohjelmaan liittyvät linjaukset ja päätökset. Suunnittelutyössä auttoi myös Särnä, joka oli uusien ohjelmien kehittämiseen keskittynyt yksikkö Ylellä. Se on sittemmin lakkautettu. Lisäksi mukana oli graafikoita ja teknistä henkilökuntaa. Toisin sanoen ohjelman onnistumiseksi tehtiin paljon työtä monen ammattilaisen voimin.

Uutismixi alkoi tammikuussa 2005. Alku onnistui hyvin. Ohjelmalla oli monta esityskertaa useilla kanavilla, se löysi nopeasti oman reippaan tyylinsä. Se sai paljon positiivista palautetta Ylen sisältä mutta myös talon ulkopuolelta. Nyt ohjelma on pyörinyt yhteensä kolme ja puoli vuotta Ylen kanavilla. Tällä hetkellä eli keväällä 2008 ohjelmaa on tilattu vuoden loppuun, jatkosta ei ole vielä tehty päätöksiä.

1.2 Tutkimustavoite

Kiinnostukseni kohteita tässä tutkielmassa ovat julkinen palvelu, nuoret, uutiset ja tietenkin itse Uutismixi. Tutkielman syntyyn ja näkökulmaan on olennaisesti vaikuttanut se, että olen itse ohjelman tekijä. Tutkimuskysymykseni ovat:

1. Onko Uutismixi kohderyhmänsä mielestä tarpeellinen ohjelma?
2. Millainen on nuorten ja uutisten suhde?
3. Onko julkisen palvelun eli Yleisradion velvollisuus tarjota tämänkaltaista ohjelmaa nuorille?

Kun tarkastelen kysymyksiä yhden ohjelman tuotantoprosessin kautta, uskon, että julkisen palvelun tuotannosta tulee näkyväksi huomion arvoisia seikkoja. Kaikki kysymykset ovat mielenkiintoisia mielestäni myös laajemmassa yhteydessä. Sen jälkeen kun Suomen televisiokanavat siirtyivät digitaalisiin lähetyksiin elokuussa 2007, on television luonne ja sen katsominen muuttuneet jonkin verran lyhyessä ajassa. Tarjonta on kasvanut selvästi, kun kanavia on tullut lisää. Yleisöt ovat pienentyneet ja segmentoituneet. Yleisradio taas on ollut mullistuksen kourissa jo muutaman vuoden mittavien leikkauksien vuoksi. Samalla on käyty koko ajan keskustelua julkisen palvelun tehtävistä – missä kulkee palvelun ja tarpeettoman ohjelman raja. Lisäksi verkon nousu on tuonut oman lisänsä koko mediamaailmaan ja erityisesti uutisiin. Kaikki mediatilat panostavat verkkopalveluihinsa tällä hetkellä paljon rahaa ja sinne laitetaan kaikki mahdollinen sisältö, jota verkkokäyttäjille vain voidaan tarjota.

Lisäksi tavoitteenani on välittää kuva siitä, mikä tehtävä uutisilla nuorten elämässä on ja vastaako Uutismixi tähän tehtävään. Toivon, että minulla on myös aineksia vastata kysymykseen, pääseekö Uutismixi tavoitteeseensa eli kertomaan nuorille jotain sellaista mitä muut uutiset eivät kerro. Aineiston läpi käynti antaa varmasti vastauksen myös siihen, onko Uutismixin kaltainen ohjelma Yleisradion velvollisuus.

1.3 Tutkimuksen kulku

Opinnäytetyössäni pyrin käsittelemään näitä edellä esittämiäni kysymyksiä eri näkökulmista tutkielman kolmessa eri osassa. Ensimmäinen osa taustoittaa tämänhetkistä media- ja uutismaailmaa, nuoria television ja uutisten katsojina ja ylipäätään mediankäyttäjinä. Kartoitustaan alan tutkimuksen ja teorian avulla, käytän lähteinä myös tuoreita lehtiartikkeleita. Lapsia ja nuoria on tutkittu paljon television katsojina, ja pohdittu miten television katsominen heihin vaikuttaa. Selvästi vähemmälle on jäänyt sellainen tutkimus, jossa pureuduttaisiin itse lastenohjelmien sisältöön. Toisessa osassa korjaan tilannetta omalta osaltani. Käyn läpi Uutismixin tarinan suunnittelusta valmiiksi ohjelmaksi ja käytännön työksi. Aineistona minulla on Uutismixin entisen tuottajan Hannele Muurosen ja toimitussihteerin Riina Malhotran kanssa käymäni keskustelut, lisäksi olen saanut heiltä dokumentteja ohjelman suunnitteluvaiheesta. Itse tulinkin mukaan ohjelman tekoon ensimmäisen kevätkauden jälkeen. Ohjelman tekemistä reflektoin oman kokemukseni ja työni kautta. Käytän esimerkkinä yhtä kevään 2008 Uutismixin lähetystä viikkorutiineineen. Kolmas osa koostuu Uutismixin kohderyhmälle tehdystä kyselystä. Sen avulla halusin selvittää nuorten mediatottumuksia, mutta ennen kaikkea heidän mielipiteitään Uutismixistä. Halusin tietää pystyykö Uutismixi tarjoamaan heille jotain sellaista, mitä muut uutiset eivät tarjoa. Koko työni läpi kulkevat yllä esittelemäni teemat ja näkökulmat.

Kolmen vaiheen jälkeen pyrin johtopäätöksissä kirjaamaan tärkeimmät tulokset ja oivallukset, joita tutkielmaa tehdessä olen kohdannut. Toivon silloin ymmärtäväni aiempaa paremmin nuorten suhdetta uutisiin ja Uutismixin asemaa. Lisäksi tunnen paremmin Yleisradion ohjelman elinkaarta ja toimintaperiaatteita, muuttuvaa mediamaailmaa ja omaa työtäni. Uskon myös, että arvioimalla kriittisesti yksittäisen ohjelman kehitystä suunnitelmasta viikoittaiseksi lähetykseksi, pystyn tuomaan näkyväksi jotain sellaista, josta on hyötyä Yleisradion kaltaisessa talossa laajemminkin. Minulla ei olisi ollut käytettävissä nyt käsillä olevaa aineistoa, mikäli en olisi työskennellyt Ylessä ja Uutismixin toimittajana. Luulen, ettei ulkopuolinen tekijä olisi saanut käyttöönsä kaikkea sitä tietoa, mitä minulla nyt on ollut. Työssäni minun on lyhyesti sivuttava myös Yleisradion tilaaja-tuottaja toimintamallia, johon Uutismixin tekeminenkin perustuu. Omaan rooliini Uutismixin toimittajana pyrin suhtautumaan avoimella rehellisyydellä niin, ettei se leimaa tai latista tutkimustani yksipuoliseksi.

Yleisradio ei ole tilannut minulta tätä tutkielmaa eikä rahoita työtäni. Uutismixin tekemisessä mukana olleet ihmiset ovat olleet kiinnostuneita työstäni ja uskon, että lopputuloksesta on hyötyä heillekin.

2 Mediatutkimus ja nuoret

Tässä kappaleessa käyn läpi sitä tutkimusta mikä mielestäni on tarpeen, kun puhutaan nuorista televisioutisten kohderyhmänä. Arvioin lasten asemaa television katsojina ja kuvaan millaisiin tarpeisiin media vastaa ja millaiset piirteet mediasisällöissä korostuvat. Lopuksi luon tiiviin katsauksen median vaikutuksia kartoittavaan mediatutkimuksen perinteeseen.

Uutismixin kohderyhmä on 9–15-vuotiaat, jotka ovat vielä mielestäni lapsia ja siksi sovellan heihin lapsia koskevaa mediatutkimusta. Tutkimuksessa ei juurikaan eroteta lapsia nuorista ja jos erotetaankin nuorten ikäluokka alkaa vasta Uutismixin kohderyhmää vanhemmista mediankäyttäjistä.

2.2 Mediamaailma tänään

Uutismixin kaltainen viikoittainen uutisohjelma vaikuttaa museotuotteelta, jos tarkastelee nykyistä uutistahtia. Ei riitä, että uutiset ovat verkossa, ne pitää olla siellä nopeasti, nopeiten. Alan sisällä puhutaan uutisvoitoista, tappioista ja tietenkin skuupeista. Mitä nopeammin mediatalo saa uutisen nettisivuilleen, sitä parempi. Vaikkei uutisesta tiedettäisi juuri mitään, se laitetaan jo näkyville, yksikin virke riittää. Ensimmäisenä julkaissut pääsee uutissivustojen, esimerkiksi Amppareiden (ampparit.com), ylimmäiseksi linkiksi ja todennäköisesti ensimmäisenä siitä tulee myös luetuin versio. Ja kun mediatalo saa uutissivustolleen lukijoita eli klikkaajia, se saa myös mainostajia ja rahaa. Kävijöiden määrää mitataan myös Yleisradiossa, vaikka yhtiön ansaintalogiikka ei perustukaan pelkästään suosioon. Ylen on kuitenkin oltava mukana tässä kilpailussa, siinä menestyminen osaltaan oikeuttaa julkisen palvelun olemassaolon.

Samalla kun uutisvälineet ja tahti ovat muuttuneet, ovat muuttuneet myös uutisten sisällöt. Yleisöllä on tuoreessa muistissa uutisten käsittelemät pääministerin Matti Vanhasen ja entisen ulkoministerin Ilkka Kanervan lähettämät tekstiviestit naisystävillään. Monien mielestä niin sanottu laatulehdistö ei tällaisia uutisia olisi vielä muutama vuosi sitten julkaissut. Nyt Helsingin Sanomat, Ylen tv- ja radio-uutiset ja monet ajankohtaisohjelmat käsittelevät ministereiden

tekstiviestejä samalla intensiteetillä kuin iltapäivälehdet tai aikakauslehdet. Skandaaliuutisointi on saavuttanut laatulehdistön Suomessakin, esimerkiksi Britanniassa näin on tapahtunut jo aiemmin. Kova kilpailu ja verkon suosio ovat pienentäneet perinteisen median yleisöjä, tämän vuoksi ne joutuvat kilpailemaan kaikkea vastaan; verkkoa, iltapäivälehtiä, toisiaan jne. Tämän seurauksena uutiskenttä on nyt murroksen kourissa.

Kyselytutkimuksen mukaan median väitetyin viihteellistymisen suhteen mielipiteet jakautuvat (Yle Uutiset 15.1.2008). Vajaa puolet kyselyn vastaajista oli sitä mieltä, että uutiset ovat nykyään vähemmän asiallisia kuin ennen, kolmannes piti niitä yhtä asiallisina kuin aiemminkin. Kyselyn perusteella asiajournalismilla on vankka kannatus: yli puolet vastaajista oli osittain tai täysin samaa mieltä väittämästä, jonka mukaan julkkisjournalismi ei kuulu sanomalehtiin. Kun Helsingin Sanomat taannoin uutisoi Paris Hiltonin Suomen vierailusta, kysyi lehti uutisen yhteydessä myös sitä, pitäisikö Hesarin uutisoida tällaisia asioita. Hesarin verkkosivujen lukijoiden vastaus oli yksiselitteinen: ei vastauksia 86 % ja kyllä 14 %, vastauksia yhteensä 14498 (hs.fi 4.4.2008).

Tämän myllerryksen keskellä perinteisten välineiden sanomalehden, radion ja television on määriteltävä uudelleen tehtävänsä ja roolinsa. Uskallan arvioida, että Ylen uutiset on lähtenyt viihdejulkisuuteen mukaan kaikkein varovaisimmin, vaikka Ylelläkin jo tehdään pääuutislähetyskseen juttuja Paris Hiltonin Suomen-vierailuista. Seuraavaksi luodaankin vilkaisu siihen, millainen rooli uutisilla on Yleisradiossa ja ihmisten arjessa.

2.3 Uutiset Ylellä ja muualla

Uutislähetysten määrä kasvoi 2000-luvun alussa huimasti. Yleisradio näytti jonkin aikaa jopa 19 televisiouutislähetystä päivässä. Nopeasti huomattiin, ettei niille tämänkokoisessa maassa riitä katsojia. Mutta samalla uutisiaan lisäsivät myös MTV3 ja Nelonen. Pahimmasta buumista on jo rauhoitettu, mutta kyllä uutisia edelleen näkee pelkästään television pääkanavilta vähintäänkin usein: 17 Yle 1, 18 Yle 1, 18.50 Yle 2, 19 MTV3, 20 Nelonen, 20.30 Yle 1, 21.50 Yle 2, 22 MTV3, 23 Yle 1. Kun uutisten katsomiseen käytetty aika ei kuitenkaan ole lisääntynyt, on

lähetyksillä entistä vähemmän katsojia. Ennen Ylen puoli yhdeksän uutiset keräsivät helposti miljoona katsojaa, nyt niin käy varmasti vain itsenäisyyspäivänä. Uutismixin kannalta katsoen, tilanne on tiukka. Tunnettuja ja vahvoja kilpailijoita riittää. Uutiset lähetetään yleensä päivittäin, kun Uutismixi tulee vain kerran viikossa. Vahvat kilpailijat tulevat pääkanavilla, Uutismixin kanava on Teema. Uutismixin brändin pitäisi olla aivan erityisen vahva, jotta sen katsojat muistaisivat kymmenminuuttisen kerran viikossa.

Uutisten murroksen aikana niiden rooli on kuitenkin kasvanut, yhtenä syynä on netti mutta varmasti vaikuttajia on muitakin. Ihmiset lukevat uutisia netistä monta kertaa päivässä ja selaavat jotkut niitä kännystäkin. Suuria uutistapahtumia halutaan seurata reaaliaikaisesti. Kun esimerkiksi Jokelan yläasteella oppilaat vielä pakoilivat ampujaa, yleisö luki jo tapahtunutta netistä, katsoi surmaajan lähettämää videota YouTubesta, kuunteli radiota ja katsoi ylimääräisiä televisiouutisia. Uutisista on tullut arjen peruspalvelu, ne ovat saatavilla aina tarvittaessa.

Yleisradiolle uutiset ovat yksi koko toiminnan kulmakivistä ja ylpeyden aiheista. Ne on mielletty kansan keskuudessa ”virallisiksi uutisiksi” ja ovat edelleen suomalaisten mielestä luotetuimmat uutiset (yle.fi 15.1.2008). Kun Mikael Jungner palkattiin Yleisradion toimitusjohtajaksi vuonna 2005 laittamaan yhtiön talous kuntoon, pitkään vakuuteltiin, ettei uutisiin kohdistuisi leikkauksia. Toisin kuitenkin kävi. Suurimpana muutoksena Yle luopui STT:n käytöstä ja rakennettiin Yle uutiset – yhtiön oma uutistoimisto. Uutismixin kannalta oli onni, että ohjelmaa alettiin suunnitella jo ennen suuria säästötoimenpiteitä, muutoin se olisi saattanut jäädä syntymättä. Leikkauksista huolimatta Yleisradion rooli uutisen kertojana on kasvanut. Digisiirtymän jälkeen Ylen uutisten katsojamäärät ovat nousseet selvästi, MTV3:n ja Nelosen uutisten katsojamäärät taas ovat vähentyneet. Television lisäksi Ylen radiokanavat ovat pitäneet hyvin kuulijansa.

Erityisesti suurien uutistapahtumien yhteydessä ihmiset tukeutuvat Ylen uutisiin. Tässä mielessä Uutismixillä on paras mahdollinen lähtökohta ja tuki takanaan. Yleisradiossa on ammattitaitoa tehdä laadukkaita uutisia ja kaikki Ylen uutisten materiaali on myös Uutismixin käytössä.

Ylen tehtävänä on julkisena palveluna tarjota uutisia myös vähemmistöille. Tämän vuoksi FST:llä on ruotsinkielinen Tv-nytt, lisäksi Yle uutisilla tekevät uutislähetykset eri maakunnista, viitottuna, saameksi ja englanniksi. Radio Peili lähettää myös päivittäin selkokieliset ja venäjänkieliset uutiset. Näistä erikoispalveluista ei tingitty säästöjen yhteydessä, päinvastoin. Nyt suunnitteilla on venäjänkieliset uutiset myös televisioon. Tätä taustaa vasten nuorten omat uutiset kuulostavat oikeutetuilta. Pelkästään 10–14-vuotiaita suomalaisia on selvästi enemmän kuin vaikkapa kaikkia suomenruotsalaisia yhteensä. Ruotsinkieliset taitavat olla kuitenkin suurin edellä mainittujen erikoisuutisten yleisöistä. Toki on selvää, ettei tällaisia palveluja pystytä mittaamaan pelkästään kohderyhmän koolla.

2.4 Televisioutisten muotokieli

Uutismixin lähetyksen rakenne kumpuaa perinteisestä television uutislähetyksestä. Kerron rakenteesta tarkemmin Uutismixiä käsittelevässä osiossa, mutta tarkastelen nyt sitä poikkeusasemaa, mikä uutisilla yleisesti on television muihin ohjelmiin nähden. Uutisten katselu on hyväksyttävämpää kuin muiden ohjelmien, varsinkin viihdeohjelmien. Uutisten katsominen oli ennen suorastaan kansalaisvelvollisuus. Koko kansan ns. virallisena ohjelmana ne myös näyttävät, mitkä ovat tärkeitä asioita ja ketkä ovat tärkeitä ihmisiä, ne kuvaavat yhteiskunnallista valtaa ja arvo-asetelmia (Werner 1996, 61).

Hietalan mielestä (1993) uutisia voi tarkastella tv-sarjana, jossa esitysformaatti on aina samanlainen. Formaatin sisällä on erilaisia jatkokertomuksia, jotka saavuttavat ehkä loppuhuipennuksensa jo kahden minuutin jutun aikana, toisia taas seurataan vuosikausia. Uutisia kritisoidaan kuitenkin ajoittain siitä, että ne unohtavat aiheet nopeasti kun akuutein tilanne on ohi. Hietala näkee uutisissa jopa melodraaman aineksia; uutisissa käydään läpi yleisölle tuttujen ihmisten tekemisiä aina uudelleen ja uudelleen.

Uutiset asettuvat tv:n ohjelmavirtaan samaan tapaan kuin esimerkiksi sarjaohjelmat. Ne tulevat päivittäin suunnilleen samaan aikaan jopa vuosikymmenien ajan kuten Ylen pääuutislähetys kello 20.30 tai Kymmenen uutiset MTV3-kanavalla iltakymmeneltä. Tv-uutiset koostuvat omista vakiintuneista palasista: alku- ja lopputunnuksesta, uutisankkurin tervehdyksestä, eri

kertojatasoilla kerrotuista uutisaiheista, säätiedotuksesta ja ankkurin hyvän illan toivotuksista (Hietala 1996, 37).

Uutisilla on omintakeinen muotokieli, joka erottaa sen muista ohjelmista. Moniin muihin ohjelmiin verrattuna kuvausrytmi on melko hidas ja konservatiivinenkin. Kuvakerronta on muuttunut vuosikymmenten aikana hyvin vähän verrattuna siihen teknologiseen muutokseen mikä televisiossa on tapahtunut. Filmistä on siirrytty muistikortteihin ja monimiehisistä kuvausryhmästä yhteen kuvaajaan. Hietala irrotteleekin toteamalla (1996, 37), että periaatteessa uutiset voisi esittää laulamalla ja musiikkivideon rytmiä mukaillen. Tätä tavanomaista muotokieltä Uutismixissä pyritään rikkomaan musiikilla, leikkausrytmillä ja rennolla juontajalla.

Hietala (1996, 63) huomio myös, että uutisankkurit ovat televisiokuuluttajien lisäksi niitä harvoja, jotka voivat puhutella katsojaa suoralla katsekontaktilla minä-sinä-suhteella. Muut joutuvat puhuttelemaan katsojaa välikäsien kautta. Esimerkiksi uutisten haastateltavat puhuvat sivuun usein kuvan ulkopuolelle jäävälle toimittajalle. Uutistenlukija on kuitenkin totuuden torvi, joka johtaa uutislähetystä ja joka ikään kuin antaa puheenvuoron milloin kirjeenvaihtajille maailmalla, milloin urheilutoimittajalle tai meteorologille. Suomalaisessa uutistenlukuperinteessä on viime vuosina lisääntynyt lukijan dialogi muiden uutisstudiossa olevien ihmisten kanssa. Studioon myös kutsutaan entistä useammin päivän aiheen asiantuntija haastateltavaksi. Tämä on Hietalan (1996, 65) mielestä amerikkalaisten vaikutusta. Suomessa on luettu uutisia eurooppalaisittain vaalien objektiivista esitystapaa. Tapa on peräisin sanomalehdistä ja STT:ltä. Tyyliässä uutistenlukijan puheesta pyritään riisumaan kaikki tunteellisuus niin, että viesti välittyisi ei kenenkään -näkökulmasta. Näin vastaanottajan uskotaan pystyvän rakentamaan asiasta oma mielipide.

2.5 Nuoret ja uutiset – paradoksaalinen pari

Tutkimukset osoittavat, että nuorten kiinnostus uutisiin on vähentynyt. Tähän tulokseen on päätyntä myös hollantilainen Irene Costera Meijer (2006). Meijer on tutkinut hollantilaisia nuoria ja heidän mediankäyttötapojaan, suhdetta mediavälineisiin ja uutisiin. Tässä kappaleessa

käyn melko perusteellisesti läpi hänen tutkimuksessaan esiin tulleita ristiriitaisuuksia, joita nuorten ja uutisten väliseen suhteeseen liittyy. Otan mukaan myös joitakin esimerkkejä muista tutkimuksista. Mielestäni Meijerin tutkimustulokset kuvaa hyvin sitä hämmennystä, mitä yleisö ja toisaalta mediakenttä parhaillaan kokevat. Samalla tulokset ovat osa sitä todellisuutta, jossa Uutismixinkin on paikkansa löydettävä.

Meijerin mielestä nuorten passiivisuus uutisia kohtaan ei välttämättä tarkoita sitä, etteivätkö nuoret kantaisi huolta yhteisistä asioista. Uutiset vain esitetään niin, etteivät ne kosketa nuorten elämää. Hän ennustaakin, että uutisten muodonmuutoksesta saattaa tulla medialle vielä suuri ponnistus. Meijer kysyy, voiko media muuttaa pitkään jatkunutta faktat-ja-mielipiteet-lähestymistapaa vastaamaan kasvavaa kokemuksellisesti suuntautunutta kysyntää? Pitääkö median kyseenalaistaa ammatilliset arvot – itsenäisyyden, tosiasioihin perustuvan ja luottamuksellisuuden – palvellessaan nuorta yleisöä? Pitääkö median tinkiä laadusta saavuttaakseen heidät? Sillä aikaa kun näihin kysymyksiin kehitetään vastauksia uutisten toimituksissa, kokeillaan rajoja, tehdään ylilyöntejä ja epäonnistutaan, mutta samalla muodostetaan uutta tyyliä. Uutismixi on yksi vastaus näihin kysymyksiin. Ohjelmassa tehdään oikeita uutisia aiemmasta poikkeavalla tyylillä.

Nuorten kiinnostuksen väheneminen uutisiin liittyy teknologiseen murrokseen, mitä mediamaailma on kokenut sitten 1980-luvun. Samaan aikaan kun televisiokanavien määrä on lisääntynyt vauhdilla, on muukin mediatarjonta suorastaan räjähtänyt. Matkapuhelimien ja laajakaistojen kehitys on johtanut siihen, että valtava informaatiomäärä on käden ulottuvilla missä ja milloin vain. Tämä kaikki on vaikuttanut siihen, mistä nuoret hakevat tietoa, mitä he pitävät viihteenä ja miten he kommunikoivat toistensa kanssa (Meijeri 2006). Jos perinteinen media haluaa taata menestyksen myös tulevaisuudessa, sen pitää Meijerin mukaan muuttaa linjaansa. Sama muutos pitäisi tapahtua myös tutkimuksessa. Lapsia ja nuoria on tutkittu loputtomasti television katsojina, kuitenkin heille suunnattujen ohjelmien kriittinen käsittely on hyvin vajavaista. Tällä hetkellä lasten kirjallisuus on jo yleisesti arvostettu akateemisen työn aihe, lasten media ei sitä vielä ole (Buckingham 2002, 11).

Tv- tai radiouutiset ovat kuvakerronnallisesti hyvin kaukana pelien, musiikkivideoiden ja erikoistehosteiden maailmasta, joiden ympäröimänä nuoret elävät. Kuitenkin uutiset kilpailevat nuorten huomiosta, pelätään, että jollei ihmisiä saada yleisöksi nuorina, he jäävät saavuttamatta aikuisenakin. Katsojatutkimukset kertovat (Finnpanel, maaliskuu 2008), että esimerkiksi Ylen uutisia aletaan katsoa noin 35-vuotiaana. Vielä reilu vuosi sitten tilanne oli vielä huonompi, Ylen uutisia katsoi lähinnä yli 45-vuotiaat miehet. Kun Ylen uutisten ohjelmakarttaa muutettiin syksyllä 2007, yhtenä tavoitteena oli tavoittaa aiempaa paremmin nuoret ja naiset, ja tilanne onkin muuttunut. Silti ollaan vielä aika kaukana todellisista nuorista katsojista, 9–15-vuotiaista joita Utismixi tavoittelee.

Meijerin (2006) mukaan nuoret eivät tunne vetoa uutisiin tai edes koskaan katso uutisia, mutta pitävät niitä kuitenkin tärkeinä. Nuorten kommunikoinnissa olennaisia asioita ovat puhelut, tekstiviestit ja Messenger. Kun Messenger pääosin aiheutti positiivisia assosiaatioita nuorten keskuudessa, moni piti tv:n katsomista ”typeränä toimintana”. Television katsominen on sama kuin ei tekisi mitään: se on hyödytöntä, ajan tuhlausta. Nuoret kertovat, että he ovat Messengerissä ”koko ajan” ja että se on ottanut television paikan heidän vapaa-ajallaan (Meijer, 2006).

Ainakin aiemmin suomalaisnuoret ovat olleet jonkin verran muun maalaisia innostuneempia uutisista. Laajassa kansainvälisessä vertailututkimuksessa suomalaisnuorten keskuudessa televisiouutiset tuntuvat nauttivan jonkinlaista arvonantoa, vaikka kovin mielenkiintoisina niitä ei pidetty. On kuitenkin huomioitava, että tiedot ovat jo lähes kymmenen vuotta vanhoja. Juha Kytömäen haastattelemat 14–15-vuotiaat nuoret olivat kuitenkin varsin hyvin tietoisia ikäkauteensa kuuluvasta oikeudesta olla kiinnostumatta asiaohjelmista. Vastauksissa tuotiin esille, etteivät uutiset ja ajankohtaisohjelmat ”vielä” kiinnosta, vaan heitä kiinnostavat ennen muuta sarjafilmit ja elokuvat sekä urheilu, luonto ja viihde (Kytömäki 1999, 59–60).

Meijerin (2006) mukaan nuorten mielipiteet uutisista noudattavat pitkälti aikuisten käsityksiä. Nuoret pitävät uutisia television päägenrenä, heidän mielestään uutisten katsominen on hyväksi ja kaikkien pitäisi tehdä niin. Nuoret eivät katso uutisia osana päivän rutiineja kuten vanhemmat ihmiset tekevät. Sen sijaan nuoret katsovat uutisia, kun televisio on päällä ja muut katsovat

uutisia eikä heillä satu olemaan mitään muuta tekemistä. Pieni ryhmä nuorista kuitenkin sanoo katsovansa uutisia pysyäkseen tiedon tasalla, kyetäkseen osallistumaan keskusteluun tarvitsematta hävetä. Meijeriä ihmetytti kovasti, miksi nuoret eivät katso uutisia, jos ne monesta näkökulmasta ovat heille kuitenkin tärkeitä. Hän tuli siihen tulokseen, että nuoret uskovat saavansa tiedon tärkeästä uutisesta ilman, että katsovat itse uutisia, sillä he ovat koko ajan tekemisissä ystäviensä, sisarustensa ja vanhempiensa kanssa (Meijer 2006,13).

Suvi Pennanen (2006) tutki gradussaan 5-6-vuotiaita uutisten katsojia. Hänen mielestään lapsikatsoja eroaa aikuisesta siinä, että aikuiselle uutisten katsominen lisää yhteisöllisyyttä ja kasvattaa roolia kunnan kansalaisena. Pienillä lapsilla tällaista yhteisöllisyyttä uutisista ei syntynyt. Kuitenkin kaikista nuoria ja uutisia käsittelevästä tutkimuksesta käy selville, että jo teini-ässä tämä yhteisöllisyyden tunne myös uutisten kautta alkaa kehittyä. Jo ennen teini-ikää sama yhteisöllisyys liittyy television draamasarjoihin. Ne on katsottava, jotta voi osallistua niitä käytävään keskusteluun.

Meijerin tutkimuksessa nuoret eivät halunneet muuttaa uutisia mitenkään, vaikka eivät kokeneet niitä puoleensavetäviksi. Uutisissa näyttäisi olevankin jotain pyhää, johon ei haluta kajota. Nuoret ovat hyvin tietoisia laadukkaiden uutisten katsomisen sosiaalisesta statuksesta ja tärkeydestä kun ajatellaan kunnan kansalaisuutta. Toiseksi, nuoret tarvitsevat vakavasti otettavia uutisia tehdäkseen eroa oikeiden ja vähempi arvoisten uutisten välille. Meijer uskoo tämän rajanvedon liittyvän nuorten bränditietoisuuteen. Nuoret tunnistavat hyvin helposti a-laadun b-laadusta. He soveltavat tätä mallia myös uutisiin ja odottavat, että julkisen palvelun tuottamat uutiset ylläpitävät tätä a-mainetta. Vaikka nuoret halveksuvat viihteellisiä uutisia, he katsovat niitä ja jopa nauttivat näkemästään. Eli se miten paljon ohjelmaa katsotaan, ei korreloi sen kanssa, mikä merkitys samalla ohjelmalla on. Katsojaluvut kertovat jotain ohjelman viihdyttävyydestä mutta luvut eivät ole hyviä mittamaan ohjelman tärkeyttä (Meijer 2006).

Mitä vanhemmaksi nuoret tulivat sen suurempi merkitys laadukkaiden ja viihteellisten uutisten erolla oli. Vanhemmaksi kasvaessaan nuorilla alkaa näkyä kiinnostus uutisten taustoihin. He etsivät televisiosta näkemäänsä uutisiin syitä sanomalehdistä ja television ajankohtaisohjelmista. Nuoremmilla taas korostui uutisten nokkiminen sieltä täältä. He halusivat ennemminkin tietää,

mitä kaikkea tapahtuu etteivät ”missaa” mitään. Tällaiseen pikaiseen tarkistukseen maailmantapahtumista internet tarjoaa vastauksen helpoiten. Netistä voi myös valita vain sen aiheen, mikä itseään kiinnostaa. Netti tarjoaa myös yhä useammin television lähettämät sisällöt (Meijer 2006). Tämä on tuttua Suomessakin. Yleisradion internet-palvelussa Arenassa voi katsoa ja kuunnella kaikki uutislähettykset sekä suuren osan ajankohtaisohjelmista ja muistakin ohjelmista.

Tähän asti lasten mediatottumuksiin ovat vaikuttaneet paljon heidän vanhempansa tavat. On kuitenkin merkkejä siitä, että vanhempien perinnön merkitys on tässä mielessä vähentynyt. Kaikkien nykylasten vanhemmat eivät elä internetaikaa. tietokone olisi kotona ja lapsi illasta. Vaikka lähes kaikki suomalaiset lapset elävät internetaikaa, aivan kaikki vanhemmat eivät vielä elä. On kuitenkin selvää, että myös nuoret käyttävät mediaa toisistaan poikkeavilla tavoilla. Tätä ajatusta vahvistaa se, että Pennanen (2006) löysi jo tarhaikäisistä lapsista erilaisia uutisten katsojia. Suoninen on samaa mieltä eroista (1993), mutta kaiken ikäisiä katsojia hänen mielestään yhdistää se, että siihen ohjelmasisältöön keskitytään, mikä itseä kiinnostaa oli sisältö tarjolla missä välineessä tahansa. Esimerkiksi uutisten katsomiseen keskitytään vain kiinnostavien aiheiden kohdalla.

2.6 Kohderyhmänä lapset ja nuoret

Aluksi on todettava, että lapset ylipäättään ovat mediassa selvästi aliedustettuna, puhuttiinpa sitten lasten-ohjelmista, kirjoista tai mediasta kokonaisuutena. Lapsille suunnatut ohjelmat eivät ole myöskään koskaan lasten itsensä tekemiä (Buckingham 2002, 6).

Mediassa lapsia nähdään harvoin, heidän ääntään kuullaan harvoin ja aikuiset puhuvat lapsista harvoin. Monet sisältöanalyysit osoittavat, että lapset ovat mediassa samassa asemassa vanhuksien, naisten, vähätuloisten sekä etnisten ja kielivähemmistöjen kanssa. Sen sijaan, valtaväestöön kuuluvat keski- ja yläluokkaiset aikuiset miehet ovat selvästi yliedustettuna mediassa. Yleisesti hyväksytyyn tulkinnan mukaan tämä asetelma myös heijastaa eri ryhmien asemaa sosiaalisessa hierarkiassa sekä niiden kulttuurista painoarvoa. Karkeasti tulkiten lasten

arvostus on pieni ja media uusintaa tätä tosiasiaa näyttämällä lapsia vähän sisällöissään (Von Feilitzen, Bucht 2001, 43).

Lisäksi, koska lapsille suunnatut ohjelmat ovat aikuisten tekemiä, jäävät lapset näissä kertomuksissa usein ulkopuolisiksi. Lastenohjelmien tarinat heijastavatkin lähinnä aikuisten kuvaa niin lasten maailmasta kuin toisaalta kertomusten välittämästä aikuisten maailmasta. Tämä pitäisikin muistaa kun analysoidaan lapsille suunnattuja televisio-ohjelmia; sen sijaan että lasten ohjelmat edustavat lasten omia kiinnostuksen kohteita, fantasioita tai mielitekoja, ne edustavat aikuisten käsitystä siitä mitä lapsi haluaa tai vaatii (Buckingham 2002, 6).

Kohderyhmänä lapset eivät ole marginaalinen tai merkityksetön joukko. Alle 18-vuotiaita on väestöstä teollisuusmaissakin lähes neljännes, 22 prosenttia (Von Feilitzen, Bucht 2001, 9). Heille suunnatusta ohjelmasta valtaosa on monenkirjavaa viihdettä. Euroopassa lasten ohjelmien osuus on noin kymmenen prosenttia kaikista yleisradioyhtiöiden tarjoamasta ohjelmasta. Lapsille suunnattua ohjelmaa leimaa se, ettei se ole missään maassa vahvasti kotimaista, vaan yli 60 prosenttia siitä on ulkomaista tuotantoa ja puolet ulkomaisesta ohjelmasta tulee Yhdysvalloista. Lasten ohjelmien määrä on lisäksi vähentynyt, vaikka ohjelmien kokonaistarjonta kasvaa (Von Feilitzen, Bucht 2001, 17).

Jo vuonna 1996 maailman kaikista talouksista seitsemällä kymmenestä oli televisio. Se tarkoittaa, että perheillä on useammin televisio kuin puhelin (Von Feilitzen, Bucht 2001, 12). Tämä pätee kun tarkastellaan television levinneisyyttä maailmanlaajuisesti. On kuitenkin huomioitava, että viimeisen kymmenen vuoden aikana matkapuhelin on todennäköisesti sekoittanut näitä lukuja. Monissa vauraissa maissa ollaan vielä edempänä, internet ja tietokone ovat saavuttamassa ja osin jo saavuttaneet televisiota suuremman huomion. Esimerkiksi Suomessa tehdyn tuoreen kyselytutkimuksen mukaan alle 25-vuotiaat pitivät jo internetiä merkittävimpänä uutislähteenään (hs.fi 14.1.2008).

Enemmistössä maista kuitenkin vielä 2000-luvun alussa (d'Haenens 2001, 77) sekä tytöt että pojat nimesivät television tärkeimmäksi mediaksi. Seuraavaksi tytöillä tuli vanhoja medioita kuten stereot tai puhelin, kun taas pojilla seuraavana tuli jo tuolloin tietokone. Samaan tulokseen

on tultu ainakin Yhdysvalloissa jo ennen Suomea (hs.fi 17.4.2006). Tämä osoittaa sen, että mediankäyttötavat saattavat muuttua nopeastikin, joissain kohdin tutkimuksen on vaikea pysytellä mukana median murroksessa.

Kun tarkastelee nuoria mediankäyttäjiä ja erottelee sen tyttöjen ja poikien mediankäytöksi, alkaa kokonaiskuva muuttua (Lehtimäki, Suoranta 2005, 193–194). Esimerkiksi. Lapsista noin 40 prosentilla on televisio omassa huoneessaan. Mutta pojilla se on 17 prosenttiyksikköä todennäköisemmin huoneessaan kuin tytöillä. Tietokoneen kohdalla ero poikien eduksi oli 12 prosenttiyksikköä. Tämä herättää paljon kysymyksiä, tasa-arvon kannalta tytölle pitäisi vaatia myös vempelitä omiin huoneisiin. Toisaalta perheen sosiaalisuuden kasvattamiseksi ja mediakasvatuksen vuoksi kojeet pitäisi ottaa pois poikienkin huoneista. Sama ero huomataan kun katsotaan tietokoneen käyttöä ja pelaamista. 67 prosenttia lapsista pelaa: pojista 77 prosenttia ja tytöistä 57 prosenttia. Aika huomattava ero. Toisin päin prosentit menevät kirjojen lukemisessa tytöt 87 prosenttia ja pojat 73 prosenttia.

On myös mielenkiintoista, miten eri tavalla television katsominen näyttäisi vaikuttavan tyttöihin ja poikiin. 15-vuotiaiden poikien runsas television katselu näyttää vaikuttavan niin, että 21-vuotiaana heillä on myönteisempi kuva itsestään kuin niillä pojilla, jotka teininä katsoivat televisiota vähemmän. Vastaavasti tyttöihin television katselu näyttäisi vaikuttavan täysin päinvastaisesti. 15-vuotiaana keskimääräistä enemmän televisiota katsoneet tytöt ajattelivat itsestään keskimääräistä kielteisemmin 21-vuotiaana. Tähän syynä voi olla se, että median välittämässä maailmankuvassa miehet ovat naisia menestyneempiä (Werner 1996, 53).

Televisio piti yllättävänkin pitkään pintansa mediaan käytettävän ajan määrässä. Tähän on ainakin kolme syytä; ensinnäkin yhä useammalla nuorella on omassa makuuhuoneessaan televisio, toiseksi nuoriin kohderyhmänä on satsattu ainakin kaupallisilla kanavilla lisäämällä ohjelmatarjontaan vaikuttavia, tunteellisia ja eroottisiakin ohjelmia. Kolmanneksi musiikkikanavat ovat hämärtäneet rajaa television katselun ja musiikin kuuntelun välillä (Beentjes ym. 2001, 108). Kuitenkin nyt television ylivalta on murtunut, nuorten television äärellä käyttämä aika on laskenut selvästi koko 2000-luvun (Finnpanel.fi).

Mediankäytössä on joitakin mieltymyksiä, jotka muuttuvat iän tai sosioekonomisen statuksen myötä. Esimerkiksi stereoiden tai puhelimen suosio kasvaa iän myötä kun taas pelikonsolien ja kirjojen suosio vähenee. Samalla tavalla varakkaimmissa perheissä kirjat rankataan useammin suositummaksi kuin taas alemmissa sosiaaliluokissa pelikonsolit ovat suositumpia (d'Haenens 2001, 77). Toisaalta tämän tutkimuksen jälkeen jälleen puhelimen yleisyys mediavälineiden kesken on saattanut nousta merkittävästi. Nykyään matkapuhelin on jo aktiivisessa käytössä lähes kaikilla koulunsa aloittavilla vauraiden maiden oppilailla.

Internetin nousuun ja television suosion laskuun ovat reagoineet jo lastenohjelmiin erikoistuneet kanavatkin. Esimerkiksi Britanniassa kaikki varteenotettavat lasten kanavat BBC:stä Lasten ITV:hen ja globaaleihin ohjelmantarjoajiin kuten Nickelodeon, Disney, ja Cartoon Networks ylläpitävät jo erittäin laajoja verkkosivuja (Buckingham 2002, 185, 206). Myös Yleisradio on panostanut verkkoon ja niin sanottuihin uusiin palveluihin. Elävä arkisto ja Yle Arena ovat saaneet tuoreeltaan suuren suosion ja toisaalta mustasukkaisuutta kilpailijoiden osalta.

2.7 Nuori sukupolvi uudessa ympäristössä

Tämän päivän lapsi on kasvanut koko elämänsä siinä ympäristössä, johon kuuluvat perinteisten kirjojen, lehtien ja sarjakuvien lisäksi äänikirjoja ja romppusatukirjoja, suuri määrä televisio- ja radiokanavia, videoita ja dvd-soittimia, cd-soittimia ja korvalappustereoita, pelikonsoleita, tietokoneita – ja nettiyhteyden takana avautuva internetin ihmema (Suoninen 2004, 40). Tämä tekee heistä erityisen mielenkiintoisia tutkittavia.

Lasten ja median vuorovaikutuksen seurauksista on monenlaista tutkimustietoa, jotka ovat keskenään ristiriitaisia. Selvää on kuitenkin se, että eri tietolähteiden olemassaolo tukee lasten oppimista, vuorovaikutusta ja sosiaalista kehitystä. Toisaalta eritoten internetiin liittyy myös paljon uhkia ja pelkoja (Inkinen 2005, 10). Nyt kun tiedämme että tietokoneesta voi tulla riippuvaiseksi ja olemme lukeneet ja kuulleet useaan kertaan kiusaamisen lisääntyneen ja raaistuneen internetin välityksellä, voimme todeta, etteivät pelot ole olleet kokonaan turhia. Toisaalta monien tutkimusten mukaan lapset oppivat tietokoneen käyttöä ja pelaamista usein

vuorovaikutuksessa kaverien tai vanhempiensa kanssa, ja myös viettävät koneella aikaa yhdessä muiden kanssa.

Yhtä mieltä ollaan siitäkin, että yksi tietoyhteiskunnan vaaroista on syrjäytyminen. Vaikka kaikilla eri teknisillä vempaimilla voi olla yhteydessä toisiin koko ajan, yhteys vaatii kuitenkin taakseen oikeat ihmiset. Inkinen (2005) liittyy tietoyhteiskunnan yhdeksi ilmiöksi lapsuuden lyhentymisen. Jo useimmat kuudesluokkalaiset kokevat itsensä ”nuoriksi” tai ”nuoriksi aikuisiksi”. Koko tietoyhteiskunta lähtee Inkisen mielestä liikkeelle lähtökohdista, joihin ei lapsuus mahdu. Mutta ilmiö ei ole uusi. Populaarikulttuuria ja viihdemaailmaa on arvosteltu jo 1900-luvun alusta lähtien lasten ja nuorten vikoittelusta väkivallan, seksin ja pinnallisuuden avulla (Herkman 2007, 46).

2.8 Mediankäytön funktiot – oppimisen iloa hyvässä seurassa

Media rytmittää lasten ja nuorten arkea. Televisio kelpaa seuraksi koulupäivän jälkeen, musiikki toimii tunnelman luojana, tietokonepelejä pelataan kun tavataan ystäviä. Media auttaa järjestelmään käyttäjiensä aikaa ja tilaa (Drotner 2001, 283).

Lapset voivat oppia paljon medioiden avulla, mutta millaisia asioita ja mistä, sitä pitää erotella. Tutkimuksissa on huomattu, että lapset voivat oppia paljon erityisesti tapahtumien kulusta ja prosesseista katsomalla televisiota. Myös joitain taitoja voi oppia televisiosta esimerkiksi ruuanlaittoa tai urheilua. Oppimiseen televisio on radiota parempi väline, koska itselleen uutta asiaa lapsi ei pysty näkemään sielunsa silmin. Tutkimukset ovatkin osoittaneet, että televisio on tehokkaampi opettaja kuin radio. Jokaisella medially on omat erityiset vahvat puolensa; toinen soveltuu toisen ja toinen toisen sanoman ja sisällön välittämiseen. Televisio sopii esimerkiksi hyvin luonnontieteellisen sisällön välittämiseen, mutta kirjat ja radio välittävät tehokkaammin tietoa sanoista ja kielellisistä ilmauksista (Werner 1996, 77–79).

Noin 60 prosenttia eurooppalaisista nuorista käyttää koulussa tietokonetta. Lisäksi esimerkiksi Suomessa käytetään myös sähköpostia ja internetiä hyödyksi koulussa (Süss 2001, 237). Internet

onkin vähentänyt television hyödyntämistä opetuksessa. Syitä on monia, kuten esimerkiksi internetin joustavuus, sinne voi mennä silloin kun lukujärjestykseen sopii, koulu-tv:n ohjelmat tai muut ohjelmat taas tulevat tiettyyn aikaan tai ainakin ne pitää muistaa nauhoittaa. Saman voi päätellä myös Uutismixin katsojaluvuista. Päiväsaikaan lähetykset ovat saaneet huomattavasti huonompia katsojalukuja kuin iltapäivällä, kun lapset ovat jo kotona.

Lasten ja nuorten mediankäytössä aikuisten omaksumat arvot ja lasten ”arvovapaa” tila saattavat olla rajussakin ristiriidassa keskenään. Vanhemmat haluaisivat lasten katsovan televisio-ohjelmia, joissa on mukana myös opettavaista sisältöä. Lapset puolestaan haluavat katsella ensisijaisesti hassuja tai jänniä ohjelmia (Suoninen 2004, 54–56). Aikuiset haluavat kuitenkin säädellä lasten television katselua. Valkosen, Pennosen ja Lahikaisen tutkimuksessa (2005, 61–65) 93 prosenttia vanhemmista rajoitti 5–6-vuotiaiden lasten katselun määrää, 98 prosenttia ohjelmansisältöä ja 86 prosenttia katselun ajankohtia. Yllättävää on kuitenkin se, että lapset haluavat katsoa ja vanhemmat myös antavat heidän katsoa televisiota usein yksin. Myös yhteiskunta haluaa rajoittaa lasten mediasisältöjen katsomista. Elokuvatarkastamo määrittelee ikäraajat sallitun ja K18 välille. Samoin televisio-ohjelmien yhteydessä ilmoitetaan, jos ohjelma ei sovi alle 15–tai 13–vuotiaille. Kuitenkin on huomattu, että moni vanhempi suhtautuu ikärajiin viitteellisesti. Vanhemmat ajattelevat myös, että oma lapsi pystyy käsittelemään mediasisältöjä muita ikäisiään paremmin.

Aikuiset ovat myös paljon huolestuneempia lasten ja nuorten turhasta ja viihteellisestä mediankäytöstä kuin omasta viihtymisestään median äärellä. Kuitenkin kaikki tilastot osoittavat, että aikuiset katsovat televisiota selvästi lapsia ja nuoria enemmän (Suoninen 2004, 54–56). Aikuiset toivoisivat lasten ja nuorten käyttävän mediaa ensisijaisesti tietolähteenä, mutta kuitenkin yleisesti ajatellaan, että valtaosa lasten ja nuorten mediankäytöstä koostuu enemmän tai vähemmän tyhjänpäiväisestä hömpästä. Mediat ovat todellisuudessa nuorille erittäin tärkeä tietolähde ja tiedon etsintä on heille ainakin lähes yhtä tärkeä syy käyttää medioita kuin viihteen etsintäkin (Suoninen 2004, 63). On silti huomattu, että halutessaan oppia lapset valitsevat useammin printtimedian, seuraavaksi PC:n ja internetin. Tässä suhteessa Suomi on omassa luokassaan, meillä lapset kuluttavat enemmän aikaa kirjojen kanssa kuin missään muussa

maassa. Toisaalta meillä lapset kääntyvät useimmiten television puoleen oppiakseen, joka luultavasti kielii laadukkaasta julkisen palvelun tarjonnasta (Suoninen 2001, 102).

Kun television katselun syytä on tutkittu Euroopassa, yleisin syy nuorten katseluun on ollut tylsyyden välttäminen. 40 prosenttia lapsista valitsi television katselun tästä syystä. Jännityksen hakeminen oli toiseksi yleisin syy (Suoninen 2001, 102). Myös aiemmin käsittelemässäni hollantilaistutkimuksessa tultiin hyvin vastaavaan tulokseen: nuoret katsovat televisio-ohjelmaa tai kanavaa sen perusteella onko se viihdyttävä vai ei. Tarjoaako ohjelma aiheita keskusteluihin kiinnostavien faktojen, mielipiteiden tai kokemusten avulla. Suurelta osin nuoret katsovat televisiota pitääkseen hauskaa, viihtyäkseen (Meijer 2006, 14).

Yhtä lailla kuin kaikki muukin yhteiskunnassa globalisoituu, globalisoituu myös media; samat televisiosarjat, elokuvat, kirjat ja cd:t kulkeutuvat eri puolille maailmaa. Voisi yleistää, että kaikki hauska ja viihteellinen on globaalia, kun taas opettavainen ja hyödyllinen on paikallisesti tuotettua sisältöä. Tämä paikallinen sisältö taas on kiinteä osa julkisen palvelun tuotantoa (Drotner 2001, 294). Ei ole sattumaa, että Uutismixi tehdään nimenomaan Yleisradiossa. Myös MTV3:lla on ollut omat nuorten uutisohjelmansa. Ne ovat kuitenkin jääneet lähinnä lyhyiksi kokeiluiksi.

Yhä suuremmilta osin mediankäyttö on myös yhteydenpitoa muihin ihmisiin. Nuoret käyttävät erilaisia chatteja, suosituimpana MSN:ää. Jo vuosikymmenen ikäisen chatin rinnalle on kasvanut joukko erittäin suosittuja verkkoyhteisöjä: Irc-galleria, Myspace, YouTube, Facebook jne. Muun muassa teinit pitävät näiden sivustojen kautta yhteyttä toisiinsa, kertovat itsestään, mutta myös erottuvat muista. Netissä puidaan myös televisio-ohjelmien käänteitä ja uutistapahtumia. Jos 80-luvulla pohdittiin (Werner 1996, 43) sitä, miten televisio ja video syrjäyttivät elokuvan, tähän päivään mennessä on tapahtunut monta muutakin syrjäytymisliikettä. Televisio syrjäytti toki radionkin, televisio ja radio syrjäyttivät myös kirjat. Nyt tietokone internetin avustuksella on tullut syrjäyttämään television. Televisio siirtyy yhä enemmän nettiin. Toisaalta syrjäytymistä tapahtuu myös internetissä, uudet palvelut syrjäyttävät vanhempia ja huonompia. Tällä hetkellä puhutaan, että nettiyhteisöt syrjäyttävät myös sähköpostin, ensin ystävien välisen yhteydenpidon ja myöhemmin sen arvioidaan poistuvan myös työelämästä.

2.9 Tekstuaalisuus vs. visuaalisuus

Beentjes ym. (2001, 110) esittävät erittäin mielenkiintoisen näkökulman internetin tekstuaalisuudesta. Heidän mielestään huomionarvoista on se, että vaikka PC ja internet ahmaisevat koko ajan isomman palan nuorten vapaa-ajasta, se ei tarkoita välttämättä visuaalisuuden vahventumista, pikemminkin päinvastoin. Erityisesti internetin käyttö perustuu vahvasti lukemiseen. Internetin ja tietokoneen käyttö voidaankin nähdä sanallisen median vahvistumisena, vaikkakin sana luetaan näytöltä paperin sijaan. Internetissä on paljon myös perinteiseen kirjalliseen ilmaisuun perustuvia suosittuja yhteisöjä, joissa kirjoitetaan tarinoita tai novelleja, esimerkiksi <http://storywrite.com/>. Tämä voi osaltaan myös innostaa internetin käyttäjiä perinteisen kirjallisuuden ääreen. Internetiä on usein syyllistetty siitä, että se vie nuorten huomion sivistävästä kirjallisuudesta, mutta tämä tuomio perustuu pinnallisiin havaintoihin. Ilmiselvää on myös se, että internet on parantunut suomalaisten englannin kielen taitoa entisestään. Vaikka toki tiukkapipoisimmat ovat ehtineet nähdä tämänkin asian huonon puolen. Internetin englannin on pelätty huonontavan nuorten oman äidinkielen osaamista ja aiheuttavan kielten sekoittumista, anglismeja.

Myös Herkmanin mielestä visuaalisuuden korostaminen tuntuu välillä liioittelulta, sillä erimuotoisten tekstien käyttö on lisääntynyt mobiili- ja verkkoviestinnän myötä. Nykykulttuuria leimaakin hänen mielestään enemmän kaikenlaisen ilmaisun kakofonia kuin jonkun yhden ilmaisumuodon ylivalta. Vaikka tämä ei Herkmanin mukaan muuta sitä, että visuaalisen kulttuurin merkitys on korostunut ja sen vaikutusvalta lisääntynyt ihmisten arjessa (2007, 63).

Tekstuaalisuuden tärkeyttä ja läsnäoloa kuvaa sekin, että suomalaisten koululaisten lukutaito on Pisa-testeissä todettu maailman parhaimmaksi. Yhtenä syynä tähän paremmuuteen on pidetty sitä, että televisio-ohjelmat tekstitetään eikä dubata kuten monessa muussa maassa. Veijo Hietala toteaaakin (1993, 119), ettei televisio ole rapauttanut sanallista kulttuuria siinä määrin kuin pelättiin.

Uuteen mediaan on aina liittynyt vanhempien huoli lasten turmeltumisesta. Vielä 1950–60-luvuilla romaanien lukemista pidettiin Suomessa varsinkin maaseudulla yleisesti täysin turhana

ajanvietteenä, jota lapset ja nuoret joutuivat harrastamaan salaa vanhemmiltaan. Nykyisin taas lukemista pidetään – toisin kuin uudempien medioiden käyttöä – hyvänä ja kehittävänä harrastuksena. Väkisin mieleen tulee kysymys, tuleekohan joskus vielä aika, jolloin nykyajan lapset yrittävät saada omat lapset kiinnostumaan antiikkisista elektronisista peleistä tai kehittävästä vanhasta kunnon internetistä (Suoninen 2004, 53).

Mediatuotannossa käytettyjen teknisten keinojen ymmärtämisen merkitys on korostunut – ja korostuu koko ajan. Erilaisten trikkien ja kuvamanipulaatioiden erottaminen todellisuudesta on yhä vaikeampaa. Monista dokumenteista ja elokuvista onkin tehty niin sanottu making of, jossa kerrotaan miten kaikki kikat ohjelmiin on rakennettu. Tämä on osaltaan lisännyt ihmisten kiinnostusta ja toisaalta tietämystä siitä, mikä ylipäättään visuaalisesti on mahdollista, ja nykyään melkein kaikki on mahdollista (Suoninen 2004, 195). Uutismixissä käytämme paljon efektejä, mutta emme edes yritä piilottaa niiden käyttöä. Nopeat leikkaukset, nopeutettu kuvat, hassut grafiikat ja sinitausta ovat kyllä helposti erotettavissa niin sanotusta todellisuudesta.

Millainen kuvamaailma nuoria sitten kiinnostaa. Tutkimusten mukaan enemmistö poikien valitsemista lempitarinoista tapahtuu avaruudessa, tulevaisuudessa, menneen ajan linnoissa, sota-ajan taistelutehtävissä, viidakossa, maanalaisissa käytävissä, intiaanileirillä tai vankiloissa. Tyttöillä tällainen eksoottinen miljöö esiintyy vain nuorempien tyttöjen ryhmässä. Vanhempien tyttöjen valinnoista puolessa tapahtumien miljöö sijoittuu perheen piiriin. Mieliohjelmat eivät usein käsittele lapsille tai nuorille tapahtuvia asioita. Peräti 81prosenttia poikien ja noin puolet tyttöjen mielitarinoiden päähenkilöistä on aikuisia. Tyttöillä kuitenkin päähenkilöiden kirjo on selvästi poikia laajempi (Kytömäki 1999, 172). Näistä mielikuvia on kuitenkin vaikea hyödyntää uutisissa, ja siksi uutiset lienevätkin osaltaan nuorten mielestä tylsää katsottavaa.

2.10 Media identiteetin rakentajana ja kasvattajana

Media on olennainen työkalu kun kasvava sukupolvi muodostaa kuvaansa siitä keitä he ovat ja millaisessa maailmassa he elävät. Kun mediasisällöt viihteellistyvät ja kaupallistuvat, on aiheellista kysyä: Miten tulevaisuudessa nuoret kehittävät ja ylläpitävät kulttuurisia

ilmenemismuotoja median avulla? Kuinka aikuiset varmistavat etteivät media puhuttele kasvavaa sukupolvea pelkästään kuluttajina vaan myös kansalaisina? Aikuisten ei pitäisikään vaan kritisoida sitä, mitä nuoret valitsevat valtavasta mediatarjonnasta, vaan kannustaa heitä sellaisten sisältöjen äärelle, joiden olemassa olosta nuoret eivät välttämättä tiedä mitään (Drotner 2001, 302).

Kouluja tutkiessa (Werner 1996, 21) on huomattu, että virallisen opetussuunnitelman lisäksi kouluissa on ns. piilo-opetussuunnitelma, jota ei ole kirjattu mihinkään. Sen avulla oppilaat oppivat koulussa opettajilta, toisiltaan ja opetustilanteista yhteiskunnan mekanismeista ja toimintatavoista asioita, joita ei kirjoissa lue. Tämä on tarkoituksenmukaista. Mediassa näin ei ole, medialla ei ole velvollisuutta kasvattaa lapsista kunnan kansalaisia. Virallisesti edes Yleisradiolla ei ole enää kansan sivistystehtävää, vaikka toki verorahoilla tehdyiltä ohjelmistolta vaaditaan tasoa ja sisältöä eri tavalla kuin kaupalliselta ohjelmistolta. Toisaalta keskusteltua siitä, missä raja menee, käydään koko ajan. Toki myös kaupallista ohjelmistoa rajoitetaan, eikä kasvattamisen tehtävää voida täysin sulkea pois lastenohjelmilta.

Media ei siis tietoisesti kasvata lapsia ja nuoria, mutta se sosiaalistaa heitä. Sosialisatio koskee kaikkia elämänalueita; perhe-elämää, seksuaalielämää, sukupuolimalleja, politiikka ja työelämää. Medialla on perustava merkitys yhteiskunnan olemassa ololle, yksilön identiteetin kehitykselle, todellisuuskäsitykselle ja asioiden arvostukselle. Kaikenlaisissa yhteiskunnissa on kolme tärkeää sosiaalistavaa tekijää: perhe, samanikäiset ystävät ja työyhteisö. Teknologisesti kehittyneissä maissa seuraavaksi tulevat: kirkko, koulu, järjestöt ja mediat. Pieni lapsi saati sitten koulua käyvä nuori ei ole tabula rasa – tyhjä taulu, joka täyttyy vaikutteista. Pieni lapsikin jo valikoi ärsykeitä ja on itse aktiivinen vuorovaikutuksen ohjaaja. Välittömät kokemukset vanhempien ja ystävien kanssa sekä heiltä saatu palaute ovat lapsen kehitykselle tärkeämpiä kuin sijaiskokemukset, esimerkiksi median käyttö. Toisaalta sillä on vaikutusta, millaista palautetta lapsi saa läheisiltään medialta saamista vaikutuksistaan. Palaute taas vaikuttaa siihen, mitkä median vaikutukset lapsi lopulta omaksuu ja mitkä vaikuttavat häneen myöhemminkin (Werner 1996).

2.11 Media vaikuttaa, mutta miten?

Nykyään lapsiin kohdistuvia mediavaikutuksia tutkitaan kokonaisvaltaisesta – holistisesta näkökulmasta. Lapsen ja vanhempien, kavereiden, koulu, television ja muiden tekijöiden yhteiselistä tulee sekoitus, joka vaikuttaa lapsen kehitykseen (Werner 1996, 17–20). 1980-luvulla alkoi kontekstuaaliseksi teoriaksi kutsuttu tutkimuksen suuntaus. Se pyrki osoittamaan, ettei kuva vaikuta kaikkiin samoin, eivätkä katsojat ole passiivisia vastaanottajia, vaan suodattavat näkemänsä oman persoonallisuutensa kautta. Suuntaus on kuitenkin vasta paljon myöhemmin saavuttanut myös lapset tutkimuskohteina (Valkonen, Pennonen, Lahikainen 2005, 56).

Median vaikutuksia on hyvin vaikea arvioida, ne ovat vaikeasti osoitettavia ja epäsuoria. Koska media on mukana kaikkialla ja läpäisee arkea, sen yksittäisiä vaikutuksia on suorastaan mahdoton eritellä (Herkman 2001, 171). Median kautta oppiminen eli sen tuottama tieto, on sellainen vaikutus, joka voidaan helposti näyttää, samoin affektiiviset tunteita ja elämyksiä tuottavat vaikutukset, mutta millä tavoin nämä vaikutukset ilmenevät? Ovatko ne lyhyt- vai pitkäkestoisia? Syntyvätkö ne tietoisesti vai tulevatko vaikutukset median sisällön sivutuotteena? Moni uskoo nykyisen viihdemaailman vaikuttavan paljonkin ihmisten kauneuskäsitykseen, vaatevalintoihin ja moraaliin. On kuitenkin huomattavasti vaikeampaa osoittaa nykyviihteen konkreettisia vaikutuksia kuin vaikkapa fasistien propagandan seuraamuksia 1920–30-luvun Euroopassa. Kun puhutaan median vaikutuksista, ei voi olla mainitsematta Yhdysvalloissa 1930-syntynyttä Mass Communication Research -tutkimuksen (MRC) perinnettä. Menetelmän avulla on tehty kyselytutkimuksia, paneelitutkimuksia ja pitkäaikaistutkimuksia. Eniten MRC:n avulla on tutkittu mediaväkivallan vaikutuksia. Vaikka tutkimuksia on tehty eri puolilla maailmaa eri vuosikymmeninä, ei mediaväkivallan vaikutuksista lapsiyleisöön ole saatu yliselitteisiä tuloksia. Asiaan vaikuttavat lapsen ikä, sukupuoli, luonne, asenne ja ympäristö (ks. esim. Herkman 2001, 172–174).

Lapsia on kuitenkin pidetty aivan erityisen tärkeänä median vaikutusten tutkimuskohteena (Herkman 2001, 176), koska heitä pidetään kognitiivisesti heikommassa asemassa kuin aikuisia. He eivät siis välttämättä tiedä, mikä on totta ja mikä mahdotonta. Toiseksi lapset nähdään

avuttomiksi tulkitsemaan median sisältöjä, tekemään päätelmiä näkemästään ja kuulemastaan. Tästä raakilemaisuudesta johtuen lapset on usein nähty median passiivisina uhreina. Samoilla argumenteilla on perusteltu myös mediakasvatuksen tarpeellisuutta. Valkonen, Pennonen ja Lahikainen (2005, 91) toteavat kuitenkin, ettei lapsi ole niin kykenemätön kuin aikuiset luulevat. Heidän mielestään median vaikutuksia lapsiin voi tutkia parhaiten antamalla lapsille itselleen mahdollisuuksia kertoa. He kertovat kyllä, kunhan heitä vain on aikaa kuunnella.

Keskustelu median vaikutuksista on virinnyt usein nuorten väkivaltaisten tekojen yhteydessä. Näin kävi jälleen Jokelan koulusurmien jälkeen marraskuussa 2007. Mielipidekirjoituksissa kysyttiin, miten paljon media ja sen väkivalta vaikuttivat Pekka Eric Auvisen päätökseen tehdä järkyttävät tekonsa. Toisaalta tapahtuman jälkeen monessa koulussa Suomessa ja Ruotsissa uhattiin tehdä jotain yhtä paha. Jossain tapauksissa se oli raakaa huumoria, toisissa uhoa ja joissakin todellinen uhka. Mutta yhtä kaikki uhkaukset olivat todellisia ja suoria seurauksia, siitä mitä niiden tekijät olivat nähneet ja kuulleet mediassa Jokelasta. Pitäisikö vastaavia tapahtumia uutisoida pienemmällä volyymilla jotta tällaiset seuraukset voitaisiin estää? Siitä keskusteltiin tänäkin talvena. Yleinen mielipide on, ettei esimerkiksi koulusurmia pidä missään nimessä vähätellä, mutta miten löydetään tasapaino jossa tapahtuma saa tarpeeksi huomiota tekemättä Auvisen kaltaisista nuorista sankareita?

Julkisen palvelun media on tarjonnut aiemmin eritoten aikuisille mahdollisuuksia käydä debattia ajankohtaisista ja yhteiskunnallisista asioista. Viime aikoina tämä debatti on siirtynyt pitkälti internetiin, jossa keskustelu perustuu kunkin hetken mielenkiinnon kohteisiin, keskustelijoiden kykyihin ja on kunkin keskustelijan halusta kiinni. Kun kuitenkin kaikkien pitäisi tasa-arvoisesti voida osallistua julkiseen keskusteluun, tämä vahvistaa sitä, että kaikenikäisillä ihmisillä pitäisi olla pääsy internetiin julkisille keskusteluareenoille. Jos julkinen palvelu vastaa tästä tulevaisuudessa, heidän on huolehdittava että areenoilla on myös relevantteja aiheita nuorille, samaan tapaan kuin televisiossa ja radiossa (Drotner 2001, 302).

2.12 Unikekokäyrä

Yhdysvaltalainen mediatutkija Steve Berlin Johnson (2005) aloittaa uuden perinteen median vaikutusten tutkimuksessa. Vaikka hänen kirjaansa *Everything Bad is Good for You* ei voi kutsua aukottomaksi tieteelliseksi julkaisuksi, on hänen teoriansa mielenkiintoinen poikkeus alan tutkimuksesta. Hän esittää unikeko-käyräksi kutsumansa teesin, jonka mukaan nuorten henkistä kehitystä tavattomasti muokkaavat viihde ja media ovat vähitellen monimutkaistumassa. Hänen mielestään populaarikulttuuri ei olekaan pahasta, se ei tylsistytä ja tyhmistä meitä, vaan kehittää meidän kognitiivisia taitoja ja tekee meistä entistä älykkäämpiä. Johnsonin mielestä viimeisen kolmenkymmenen vuoden aikana populaarikulttuuri keskimäärin on muuttunut monimutkaisemmaksi ja älyllisesti haastavammaksi. Hän ei lue suurinta osaa televisio-ohjelmista, peleistä tai elokuvista varsinaiseksi alansa helmiksi, mutta moni niistä on vivahteikkaampi ja monimutkaisempi kuin edeltäjänsä. Hän uskoo, että media on merkittävin yksittäinen tekijä, joka vaikuttaa nuorten ihmisten sisäiseen kehitykseen (2005, 12).

Johnson esittää esimerkin jonka lähtökohta on tuttu. Monen vanhemman mielestä lapset kuluttavat aivan liian paljon aikaa televisio- tai tietokonepelien äärellä, ja se on pois sivistävästä kirjojen lukemisesta. Johnson näkee kuitenkin peleissä myös vahvuuksia verrattuna kirjoihin. Siinä missä pelit tarjoavat monia aisteja stimuloivan kolmiulotteisen maailman äänineen ja liikkuvine kuvineen, kirja on hyvin koruton sanajono sivulla. Kirjan lukeminen vaatii aivoissa vain pienen osan prosessointia, kun pelit työllistävät suuren osan aivojen sensoreista. Lukeminen ei ole aktivoiva, osallistuva prosessi, vaan alistava. Kirjaa lukevat nuoret oppivat seuraamaan juonta sen sijaan, että oppisivat johdattelemaan tai rakentamaan juonta (Johnson 2005, 19).

Esitän Johnsonilta vielä toisen esimerkin liittyen televisio-ohjelmiin. Hänen mielestään televisiodraama on dramaattisin osa unikekokäyrää. Televisiosarjat ovat monimutkaistuneet viimeisten vuosikymmenien aikana, juonenkoukkuja ja vitsejä kerrotaan monella tasolla. Vitsien kliimakseja voi joutua odottamaan vuosikausia. Yksi tapa mitata ohjelmien kompleksisuutta on katsoa, miten paljon katsojalta vaaditaan tietoja sarjan ulkopuolelta ymmärtääkseen sarjan vitsit. Joidenkin sarjojen eteen voi istahtaa milloin vaan millä tiedoilla vaan ja on heti kärryillä, toiset sarjat vaativat enemmän. Perhe on pahin (*All in the Family*) sarja on esimerkki helposta

seurattavasta, *Frendit* (*Friends*) vaatii jo enemmän tietoa, *Monican* ylipainoisesta lapsuudesta. *Simpson*eita ja *Seinfeld*iä Johnson pitää jo vaativina sarjoina, joissa melkein kaikki jutut aukeavat vain, jos katsoja täydentää tilanteet itse tiedolla, joka on hänelle tarkoituksellisesti aiemmin annettu. *Moni* vitsi saattaa perustua vuosia sitten nähtyyn tilanteeseen. Johnson lainaa *Simpson*eidien fanisivuja, joiden mukaan yksi jakso sisältää keskimäärin kahdeksan viittausta elokuvaan; juoni, dialogin pätkä, visuaalinen sanaleikki jostain kuuluisasta filmistä. Samoin *Seinfeld*issä on käytetty samankaltaisia elementtejä. Tämä kikkailu ja hauskanpito viittaamalla muihin medioihin on osa postmodernia viihdettä. Se vaatii katsojalta enemmän tietoja ja aikansa seuraamista, mutta on myös nautittavampaa jos sitä pystyy seuraamaan (2005, 84–87).

2.13 Erilaisia mediankäyttäjiä

Teoriaosuuden lopuksi eräänlaisena yhteenvetona esitän taulukon, jossa näkyy miten ihmisten aika medioiden kesken jakautuu.

Herkman (2007, 69) esittelee *Kriittinen mediakasvatus* -kirjassaan hyvän yhteenvetotaulukon erilaisista mediankäyttäjistä. Se on TNS Atlas Intermedian ja TNS Gallupin teettämä kysely vuodelta 2005, joka kuvaa median äärellä vietettyä aikaa vuorokaudessa iän ja sukupuolen perusteella. Taulukko tiivistää miten mediaan käytetty aika jakautuu eri välineiden kesken ja mitkä välineet kussakin iässä korostuvat. Mielenkiintoista on esimerkiksi se, että aikuiset ovat syyttäneet lapsia ja nuoria vuosikausia lukemisen vähenemisestä. Silti taulukko osoittaa, että nuoret viettävät ikäryhmistä eniten kirjojen äärellä aikaa. Nuoret ovat myös kokonaisuudessaan kovia mediankäyttäjiä. Heidän yhteenlaskettu mediankäyttöaika ylittää kaikki muut ikäryhmät. Tämä tukee jälleen sitä, miten tärkeää ja mielenkiintoista nuorten ohjaaminen mediankäyttöön on. Nuorten mediankäyttö on myös erittäin perusteltu tutkimusaihe.

TAULUKKO 1. Eri medioihin käytetty aika / vuorokausi

	Kaikki	Sukupuoli		Ikä			
Väestö 10+	min/vrk	Nainen	Mies	10–24	25–44	45–59	60-
Aikakauslehdet	21	24	17	19	17	21	27
Sanomalehdet	36	36	37	18	28	42	56
Ilmais- ja noutolehdet	6	6	6	4	6	6	8
Kirjat	25	31	20	44	20	20	20
Graafiset viestimet yhteensä	88	97	80	85	71	89	111
Tv	168	159	178	177	151	166	183
Radio	135	133	137	98	142	153	140
Video & DVD	12	10	1	24	13	7	5
Äänitteet	25	23	27	55	28	14	6
Internet	35	26	44	63	47	25	6
Sähköiset ja tallenne-Viestimet yhteensä	375	351	400	417	381	365	340
Yhteensä	463	448	480	502	452	454	451

Taulukko kuvaa hyvin myös sitä, miten verkko- ja mobiilisukupolvelle internet, digitaaliset pelit ja kännykät korvaavat niitä tehtäviä, joita televisio on täyttänyt vanhemmille sukupolville - informaatiota, tarinoita, viestintää ja yhteisöllisyyttä (Herkman 2007 s. 190). Näyttää myös siltä, että nuorten elämässä korostuvat sellaiset välineet, joita he voivat käyttää silloin kuin heille itselleen sopii. Television voima kerätä kansa olohuoneisiinsa tietyllä hetkellä ohjelman alkaessa alkaa olla historiaa. Tätä suuntausta vahvistavat entisestään ohjelmien tallentamisen todella helpoksi tehneet digiboksit.

Median äärellä käytetty ajan määrä kuulostaa valtavaltalta. Se ei voi olla vaikuttamatta ihmisten elämään monella eri tasolla. Median valta saattaa sysätä ulkoministerin pois salkustaan, tai se voi vaikkapa vääristää nuoren käsityksiä seksistä. Yhtä kaikkia monen mielestä median valta on liian suuri. Tuore kyselytutkimus kertoo, että alle 25-vuotiaista vain 36 prosenttia ajatteli, että medialla on liikaa valtaa kun yli 60-vuotiaista sitä mieltä oli 62 prosenttia (hs.fi 14.1.2008). Tämä kertoo mielestäni siitä, että nuoret ovat oppineet suhtautumaan hölynpölyyn sen vaatimalla

tavalla, eivätkä koe että sellaisella julkisuudella olisi valtaa. Toisaalta, on vaikea arvioida kuinka hyvin he tuntevat median prosessit ja sen vaikutusmekanismit.

2.14 Päätelmiä mediatutkimuksesta ja nuorista

Edellä esittämäni teoria toimii tutkielmani teoreettisena viitekehysenä. Sen perusteella tiivistän tässä kappaleessa olennaisimpia huomioita mediatutkimuksesta ja nuorista. Nuoret ovat eläneet koko elämänsä valtavan informaatiotulvan keskellä; erilaiset mediavälineet kännykästä ja tietokonepeleistä verkon aarteisiin ovat olleet läsnä heidän arjessaan käytännössä aina. Kun monet muutkin virikkeet median lisäksi haluavat osansa nuorten vapaa-ajasta, kilpailu on kova. Yleisöt pirstaloivat yhä useamman median välille eivätkä nykyiset nuoret tule muodostamaan sellaisia massoja tv:n tai sanomalehtien äärellä kuin heidän vanhempansa. Tämä näkyy muun muassa siten, että Ylen uutistarjonnasta yhä merkittävämpi osa on tarjolla verkossa.

Nuorten suhde uutisiin on paradoksaalinen. Toisaalta he ovat huolissaan siitä, miten ympäristökatastrofit ja maailmantalous vaikuttavat heidän elämäänsä, mutta eivät silti välttämättä koe uutisia puoleensa vetäviksi. Uutisten pitääkin yrittää muuttaa sisältöään nuorten kannalta kiinnostavammaksi ja muutokieltä puoleensa vetävämmäksi, jos he aikovat nuoret yleisökseen. Tällä hetkellä nuorten näkökulma ja nuoret osana yhteiskuntaa eivät riittävästi näy televisio-ohjelmissa saati uutisissa.

Nuoria syyllistetään usein siitä, että he katsovat televisiosta vain hömppää ja ovat kiinnostuneita pinnallisesta populaarikulttuurista. Toisaalta vanhemmat itse katsovat vähintään yhtä paljon viihdettä televisiosta eivätkä pidä sitä ollenkaan yhtä pahana kuin nuorten käyttäytymistä. Mediatutkimusta on leimannut asetelma, jossa lapset ja nuoret nähdään uhreina, joihin väkivaltaiset ohjelmasisällöt juurruttavat aggressiivisia käyttäytymismalleja. Vaikka vuosien mittaan tutkimuksen näkökulma on laajentunut, se on edelleen ottanut huomosti huomioon nuorille suunnattujen ohjelmien sisältöjä tai nuoria katsojia aktiivisina toimijoina.

Amerikkalainen Steve Johnson ajattelee toisin. Hän on sitä mieltä, että nykyiset television laatuohjelmat tekevät vain katsojilleen vain hyvää. Jotta katsoja ymmärtää Simpsonsissa

kerrottuja vitsejä, pitää hänen ymmärtää erilaisia juonen tasoja ja yhteiskunnan muutoksia. Samalla tapaa Johnson näkee monimutkaiset ja kaikkia aisteja puhuttelevat tietokonepelit paljon vanhanaikaista kirjaa kehittävämpänä. Hän ei aliarvioi vanhojen medioiden merkitystä, mutta ei ole valmis tuomitsemaan nykyisiä pelkkänä pahana. Mielestäni hän tekee tärkeän avauksen uudenlaisen mediatutkimuksen suuntaan. Televisio tai tietokonepeli ei ole pelkästään passivoiva syrjäytyneiden väline, vaan saattaa kehittää vaikka katsojansa ongelmanratkaisukykyä.

Medialla on erittäin tärkeä rooli nuorten elämässä. Puhutaan medialisoituneesta yhteiskunnasta, jolla tarkoitetaan median kasvanutta merkitystä kaikkialla; mediatuotteet kyllästävät koulua ja vapaa-aikaa. Erilaisten mediasta opittujen mallien perusteella nuoret rakentavat omaa identiteettiään ja erottuvat muista. Ne valikoivat sellaiset kirjat, bändit ja elokuvat, mitkä sopivat heidän ajattelutavalleen ja jättävät huomiotta ne jotka eivät miellytä.

3 Uutismixi

Tässä luvussa esittelen Ylen Uutismixi-ohjelman, sen suunnitteluprosessin ja työkäytännöt. Suunnitteluvaiheessa en ole ollut vielä itse mukana, vaan tietoni perustuvat Uutismixin tuottajana pitkään toimineen Hannele Muurosen ja toimitussihteerin Riina Malhotran kanssa käymiini keskusteluihin ja heiltä saamiini muistioihin ja sähköposteihin. Uutismixin käytännöt ja rutiinit taas ovat oman kokemukseni peilausta ja itsereflektiota. Pyrin tarkastelemaan kriittisesti kaikkia vaiheita ja olemaan avoin huomioille, niin ettei subjektiivinen asemani ohjelman tekijänä olisi este relevantin tutkimustiedon hankkimiselle.

Ennen kuin alan tarkastella Uutismixin syntyprosessia, käyn lyhyesti läpi kaksi Uutismixiin liittyvää näkökulmaa. Ensiksi Ylen muu nuorille suunnattua tarjontaa. Ylen yhdeksi haasteeksi nimetään se, ettei se tavoita nuoria televisionkatselijoita. Kuten jo aiemmin on todettu, pelkona on, etteivät nykyiset nuoret löydä Yleä myöhemmin aikuisenakaan. Toinen näkökulma tulee Euroopan muista lasten ja nuorten uutisista. Esittelen tiiviisti, missä muualla nuorten uutisia tehdään ja millaisin resurssein. Se antaa puitteita tarkastella Uutismixiä laajassa kontekstissa.

3.2 Yle ja nuoret

Ne nuoret jotka Ylen kanaville eksyvät, katsovat Yleltä samoja ohjelmia kuin aikuisetkin eli uutisia, urheilua, asia-ohjelmia ja jonkin verran viihdettä. Radiokanava Yle X puolestaan tavoittaa hyvin nuoret koko Suomessa, kanava onkin tällä hetkellä selkein ja kokonaisvaltaisin nuorille suunnattu panostus Ylellä. Nuorille suunnattu televisiokanava Yle Extra ehti olla olemassa vain muutaman kuukauden kesällä ja syksyllä 2007, ennen lupamaksujen notkahdusta ja juustohöylän iskua. Tämä Extra-episodi oli kolaus Ylen pyrkimykselle rakentaa mielikuva, jonka mukaan nyt satsataan myös nuoreen yleisöön.

Tällä hetkellä suurin osa nuorille suunnatuista ohjelmista on keskitetty Yle TV2:lle, joitakin satunnaisia ohjelmia tulee myös Ykkösellä ja Yle Teemalla. FST:llä on toki myös oma nuorten tarjontansa. Aiempia nuorille suunnattuja yksittäisiä ohjelmia ovat olleet arki-iltapäiväisin

lähetetty makasiiniohjelma Superfarmi ja kesäisin tuleva päivittäinen ajankohtaisohjelma Summeri, talvella joululomalla nähdään vastaavasti Wintteri. Musa-tv on musiikkivideoita ja artisteja esittelevä makasiiniohjelma, joka lähetetään kaikkina arkipäivinä myöhäisillassa. Kesällä 2007 nuorten suosion sai aamupäivisin nähty espanjalainen saippuasarja Serrannon perhe, joka jatkuu päivittäisenä myös kesällä 2008. Ajoittain nuorille tehdään myös kotimaisia draamasarjoja, tällä hetkellä sellainen on Lukio. Operaatio Hurrikaani on agenttiohjelma, jossa katsoja itse voi osallistua rikosten selvittämiseen.

Internetissä Yle tarjoaa nuorille lukiolaisille Abitreeni-sivuston (<http://abitreenit.yle.fi/>), jossa ylioppilaskokelaat voivat testata osaamistaan ja oppia lisää. Palvelu on ollut erittäin suosittu lukiolaisten keskuudessa. Lisäksi esimerkiksi Musa-tv on Yle Arenassa nähtävissä jo ennen myöhäisillan televisiolähetystä. Free Your Mind on nuorten monimediallinen sivusto (www.freeyourmind.fi/), jonka Yle on kehittänyt yhdessä Helsingin kaupungin nuorisoasiain keskuksen kanssa.

Yhteenvetona edellä mainitusta tarjonnasta voi sanoa, että se on voittopuolisesti viihdettä. Aivan kuten lasten ja nuorten ohjelmalle on leimallista. Kuitenkin aiemmin esitetystä poiketen Ylellä se on usein kotimaista tuotantoa eikä ulkomailta ostettua tuontitavaraa. Omia nuorille suunnattuja asiaohjelmia ei Uutismixin lisäksi Ylellä ole. Yle X:llä on omat kanavan profiilin mukaiset uutisensa, mutta ne on kuitenkin suunnattu selvästi Uutismixiä vanhemmalle yleisölle. Mixillä on silti jonkun verran yhteistyötä niiden kanssa, mikä tulee esiin tuonnempana. YleX:n tarjonta keskittyy uutisia lukuun ottamatta populaarikulttuuriin ja musiikkiin. Nuorten omien ohjelmien lisäksi on muistettava, että nuoret katsovat mielellään ohjelmaa, joka ei ole heille erityisesti suunnattu.

3.3 Nuorten uutiset muualla Euroopassa

Seuraavaksi katsotaan miten muualla Euroopassa lapsille ja nuorille tehdään uutisia. Mielestäni kokoamani tiedot antavat erittäin hyödyllisiä tietoja muiden maiden nuorten uutisista ja perspektiiviä siihen, miten nuorten uutisiin meillä Suomessa panostetaan. En ole mediatutkimukseen tutustuessani löytänyt nuorten uutisia kartoittavaa tutkimusta eli tässäkin

mielessä olen tyytyväinen, että sain kokoon näinkin kattavat tiedot. Alla olevan taulukon olen laatinut eri maiden ohjelmien toimitussihteerien sähköpostitse lähettämien tietojen perusteella. Kartoitimme eri maiden uutisten resursseja, kun laskimme tarpeita mahdolliseen päivittäiseen suomalaiseen nuortenuutisohjelmaan. Saamamme tiedot osoittautuivat opinnäytetyöni kannalta erittäin arvokkaiksi. Saimme sähköpostit yhteensä kymmenestä maasta. Listan ulkopuolelle ovat jääneet esimerkiksi Ranska, Espanja, Portugali, Itävalta.

Monissa maissa lasten tai nuorten uutisilla on pitkät perinteet. Esimerkiksi Britannian yleisradioyhtiö BBC on tehnyt nuortenuutisohjelmaa News Roundia vuosikymmeniä viikon kaikkina päivinä. Arkisin uutiset tulee viisi kertaa päivässä BBC:n eri kanavilla, viikonloppuisin nuorten uutiset lähetetään kolmesti päivässä. Tämä on nuorten uutistarjontaa runsaimmillaan Euroopassa niin määrällisesti kuin resursseillakin mitattuna. Myös potentiaalinen yleisö on Britanniassa suuri verrattuna esimerkiksi Suomeen. Toisessa ääripäässä nuorten uutistarjonnassa olemme kuitenkin me suomalaiset viikoittaisella Uutismixillä tai tanskalaiset, joilla ei ole omaa nuorten uutislähetystä lainkaan.

Kaikki oheisessa taulukossa (Taulukko 2) mukana olevat maat ovat mukana Euroopan yleisradioyhtiöiden nuorten uutisten (YNE -Youth News Exchange) yhteistyössä. Euroopan ulkopuolelta mukana on myös Israel. Saattaa olla, että kaupallisilla yhtiöillä on uutistarjontaa myös nuorille, niitä minun kartoitukseni ei kuitenkaan tavoita. Yleisradioyhtiöillä on materiaalinvaihtojärjestelmä, jonka avulla eri maiden ohjelmat voivat käyttää toistensa juttuja tai materiaaleja hyödykseen. Ne lähetetään normaalien yleisradioyhtiöiden uutiskuvavaihtojen yhteydessä viikoittain. Uutismixissä olemme hyödyntäneet esimerkiksi saksalaisten jääkarhu Knutista tekemiä juttuja. Samoin Uutismixin materiaaleja on hyödynnetty muualla esimerkiksi Jokelan koulusurmien yhteydessä. Ohjelmien tekijät ympäri Eurooppaa tapaavat kerran vuodessa seminaarissa, jossa pohditaan nuorten uutisiin liittyviä kysymyksiä ja vaihdetaan kokemuksia. Esimerkiksi vuoden 2007 tapaamisen teemana Lontoossa oli kriisijournalismi.

Taulukosta selviää, että eri maissa nuorten uutiset saavat hyvin vaihtelevan määrän resursseja. Niin lähetysten kuin tekijöidenkin määrä vaihtelee laidasta laitaan. Merkille pantavaa on sekin, että Pohjoismaat eivät ole taulukon menestyjiä, päinvastoin. Tanskassa, Norjassa eikä Islannissa

nuorille ei tehdä omia uutisia lainkaan. Ruotsissa ja Suomessakin niihin on panostettu selvästi muita maita vähemmän. Tämä tuntuu yllättävältä, kun ajattelee pohjoismaista hyvinvointia, tietoyhteiskuntaa ja vaurautta. Miksi emme halua johdattaa tulevia aikuisia uutisten ja yhteisten asioiden äärelle heille ymmärrettävällä ja kiinnostavalla tavalla. Voisiko tämä liittyä siihen jo aiemmin käsiteltyyn asiaan, minkä mukaan tietoyhteiskunnassa korostuvat nimenomaan aikuisille tärkeiksi koetut asiat. Siihen sopivat huonosti lapsellisuus, leikkisyys ja positiivisuus, joita nuortenuutisten tekoon tarvitaan. Toinen näkemys voisi olla, että Pohjoismaissa lasten kyvykkyyteen ymmärtää tavallisia uutisia. Ehkä ajatellaan, etteivät lapset tarvitse aikuisia selkeämpiä uutisia. Tämä ei ole mielestäni kestävä peruste, kuten myöhemmin tulee ilmi lapsia ja aikuisia kiinnostavat erilaiset asiat. Nämä ovat kuitenkin vain arvauksia, minulla ei ole tietoa siitä, miksi Tanskassa tai Norjassa ei ole omia lastenuutisia.

Näyttää siltä, että on aika sattumanvaraista, onko jonkun maan yleisradioyhtiöllä nuortenuutiset. Suomessakin ruotsinkielisille nuorille on oma uutisohjelmansa, vaikka sitä on ainakin kohderyhmän koolla vaikea perustella. Belgian tarjonta vaikuttaa erittäin runsaalta: lapsille tehdään kaikkina arkipäivinä uutisia kahdella eri kielellä.

Vain kahdessa maassa nuorille tehtiin uutisia kaikkina arkipäivinä, Britanniassa ja Hollannissa. Kuutena päivänä nuortenuutiset nähdään Israelissa ja Saksassa. Yleisimmin nuorten uutisia tehdään arkipäivisin viidesti viikossa: Belgiassa, Irlannissa ja Italiassa. Ruotsissa nuorten uutiset tulee kahdesti ja Suomessa siis kerran viikossa.

Ohjelman tekijöiden määrää oli vaikea määrittää yhdellä luvulla. Pyrin kuitenkin siihen, että tekijöiden lukumäärä kuvaisi televisio-ohjelman toimituksessa olevien ihmisten määrää. Osalla ohjelmista on myös laaja webbitarjonta ja omat ihmiset sen toimittamiseen. Tekijöiden määrän arviointia vaikeutti se, että osa työntekijöistä on osa-aikaisia, osa tekee työnsä ohessa muitakin ohjelmia ja kaikki eivät ole mukana jokaisen yksittäisen ohjelman teossa. Sama koskee meitä uutismixiläisiä; työajasta kaksi kolmasosaa on Uutismixin tekoa, kolmasosa tavallisia uutisia.

Britannia (30) ja Hollanti (25) on tekijöiden määrässä mitattuna aivan omassa luokassaan. Saksassa, Italiassa, Israelissa ja Belgian flaaminkielisissä nuorten uutisissa oli kaikissa noin 10

tekijää. Uutismixin kanssa suunnilleen samoilla resursseilla pyöritetään ruotsinkielistä Station-T:tä ja Belgian ranskankielisiä nuortenuutisia. Pienimmällä porukalla pyörii Irlannin nuortenuutiset, kolmella hengellä.

Taulukon perusteella on tuskin liioittelua tulkita, että monen eurooppalaisen yleisradioyhtiön mielestä nuorten uutiset ovat tärkeä osa päivittäistä uutistarjontaa ja nuoret tärkeä uutisten kohderyhmä. Tämän perusteella Suomessakin voisi ehdottaa nuorten uutistarjonnan laajentamista niin televisiossa kuin netissä.

TAULUKKO 2. Nuorten uutiset Euroopassa

Maa	Ohjelman nimi	Esityskerrat Viikossa	Ohjelman Aloitusvuosi	Ohjelman tekijöiden määrä
Belgia (ranskankiel.)	Less Niouzz	5 ma-pe	2000	6
Belgia (flaaminkiel.)	Karrewiet	5 ma-pe	2001	10
Britannia	Newsround	7 ma-su 5 krt:a päivässä	1972	30
Hollanti	Jeugdjouraal	7 ma-su	1981	25
Irlanti		5 ma-pe	2003	3
Israel	I.B.A.	6 ma-la	2006	10
Italia	GT Ragazzi	5 ma-pe	1998	11
Ruotsi	Lilla Aktuellt	2 ti ja to		
Saksa	Logo!	6 ma-la	1987	9
Suomi (suomenkiel.)	Uutismixi	1 ti	2005	7
Suomi (ruotsinkiel.)	Station-T	1 to	2006	7

3.4 Mikä mixi?

Nyt kun meillä on käsitys siitä, mitä tarjottavaa Ylellä on nuorille ja miten muualla Euroopassa nuorten uutisia tehdään, voimme tutustua tarkemmin Uutismixiin. Tässä luvussa erittelen Uutismixin suunnitteluvaihetta. Kävin siis keskusteluja Muurosen ja Malhotran kanssa ja sain heiltä tarpeellisia dokumentteja. Yksi mahdollinen haastateltava olisi ollut Uutismixin

suunnitteluryhmän vetäjä Kristiina Tolkki. Hän oli keväällä 2008 kouluttautumislomalla ulkomailla ja sen vuoksi haastattelu olisi ollut hankala toteuttaa. Toisaalta uskon, ettei hänen näkökulmansa poikkea juurikaan siitä, millaisen kuvan Muuronen ja Malhotra työstään välittävät. Malhotran mukana olo on mielestäni olennaista siksi, että hän ollut tuotannossa mukana aivan alusta tähän päivään saakka. Muuronenkin oli mukana alusta asti ja tuottajana lopulta yhteensä kaksi ja puoli vuotta. Kristiinan työ päättyi jo ensimmäisen puolen vuoden jälkeen, kun Uutismixin työrutiinit loksahivat paikalleen. Suunnitteluvaiheesta pyrin löytämään perusteet sille, miksi Uutismixiä ryhdyttiin tekemään ja millainen ohjelma siitä silloin haluttiin. Tässä luvussa sivuan myös Yleisradiossa käytössä olevaa tilaaja-tuottaja-mallia, joka on kaikille Ylelle tuotettujen ohjelmien taustalla.

Suunnitteluvaiheen jälkeen kerron ohjelman päivärytmin eli miten viikoittainen ohjelma syntyy. Esimerkiksi otan sellaisen ohjelman keväältä 2008, missä olin itse toimitussihteerinä eli vastasin ohjelman suunnittelusta ja sisällöstä. Käyn ohjelman syntymisen läpi päivä päivältä.

Huomion arvoista on, että työryhmämme on pieni ja tiivis, meille on muodostunut vahva side tekemäämme ohjelmaan. Olemme joutuneet puolustelemaan sen olemassa oloa ja sen vaatimia resursseja toistuvasti uutisten johdolle ja toisaalta valittuja linjoja ohjelman tilaajalle. Tällä hetkellä Uutismixi tulee tiistaisin kello 10.15 Yle Teemalla, ja uusinnat 15.50, 18.50 ja torstaina 10.15.

Jo ennen Uutismixiä Ylellä oli ollut lastenuutisohjelma, Uutisjuttu. Sitä tehtiin vanhaan yleläiseen tyyliin raskaalla koneistolla Opetusohjelmien alaisuudessa. Uutisjuttu oli suunnattu ala-asteikäisille ja siinä käytettiin lapsireporttereita eli lapset juonsivat ohjelman, tekivät haastattelut ja toimittivat jutut. Paljolti sanat olivat kuitenkin aikuisten lasten suuhun panemia. Tekeminen vei paljon henkilökuntaa ja rahaa. Kun Uutisjuttu päätettiin lopettaa, Opetusohjelmat pyysivät uutisilta tarjousta nuorille suunnatusta uutisohjelmasta. Opetusohjelmat toimivat siis uuden ohjelman tilaajana, ja Uutismixin tapauksessa uutiset puolestaan oli ohjelman tuottaja.

Tähän tilaaja-tuottaja-malliin kuuluu, että tilaaja määrittelee mitä haluaa ja tuottaja tekee tuotannosta laskelmia ja suunnitelmia, ja niiden pohjalta tarjouksen. Sitten tilaaja arvioi,

tehdäänkö tuotannosta kaupat. Opetusohjelmat halusi Uutismixistä Uutisjuttuun verrattuna tuotannollisesti keveämmän, uutismaisemman suorine lähetyksineen, räväkemmän ja kohderyhmäksi enemmän nuoret kuin lapset. Uutisilla oli lähtökohtaisesti motivaatiota tehdä nuorten uutisohjelmaa, koska tiedossa oli, etteivät nuoret katso Yleisradion televisiouutisia. Nuorten uutiset nähtiin keinona johdattaa nuoria uutisten äärelle. Sopuun ohjelman tekemisestä päästiinkin nopeasti. Uutismixin kohderyhmäksi päätettiin 9–15-vuotiaat nuoret eli kolmas–yhdeksäsluokkalaiset. Tuolloin ohjelmaa päätettiin näyttää Uutisjutun esityspaikalla torstaina kello 10.15 eli koululaisten toivottiin katsovan ohjelmaa koulussa. Pitkien lomien aikoihin jouluna ja kesällä, ohjelma päätettiin laittaa tauolle.

3.5 Uutismixin suunnittelu alkaa

Edellä esitellyistä lähtökohdista Uutismixin suunnittelu aloitettiin syksyllä 2004. Perustettiin työryhmä, jonka vetäjä oli pitkään Radio Mafiassa uutisten tuottajana toiminut Kristiina Tolkki, joka jo tuolloin työskenteli televisiouutisten kotimaan toimittajana. Työryhmässä oli mukana myös tv-uutisten kotimaan toimituksen esimies ja tuleva Uutismixin tuottaja Hannele Muuronen, ohjelman toimittajat Riina Malhotra, Tiina Torikka ja Janne Toivonen sekä lisäksi mediatoimittajat Anna Kaukinen, Rinna Härkönen, Toni Osolanus ja Nina Jefimoff. Mediatoimittajien tehtävä oli ennen kaikkea keskittyä ohjelman visuaaliseen ilmeen suunnitteluun ja tuotannon tekniseen puoleen – kuvaukseen, leikkaukseen, ohjaukseen. Uutistoimituksen esimiehet halusivat, että uutisia kerrottaisiin aivan uudella tavalla. Lisäksi toivottiin, että ohjelmasta tulisi iso juttu josta kirjoitettaisiin juttuja lehtien tv-osioissa. Uutismixiin liitettiin siis paljon odotuksia. Mitään varsinaista viestintästrategiaa tai katsojalukutavoitteita ei kuitenkaan kirjattu ylös. Ohjelmasta painettiin esite, jota jaettiin Ylen kevätohjelmiston esittelytilaisuudessa.

Alla on aivan ensimmäinen sähköposti, jonka Riina Malhotra sai nuorten uutisista. Tässä vaiheessa raamit olivat yllättävänkin pitkälle valmiina. Ne olivat luoneet tilaaja eli opetusohjelmien Anne Vähäpassi, ohjelman tuottaja Hannele Muuronen ja työryhmän vetäjä Kristiina Tolkki.

Sähköposti Hannele Muuroselta Anne Vähäpassille ja ohjelman muille tekijöille 18.8.2004:

Tervehdys!

Kirjoitimme Kristiinan kanssa jokusen sanan "nuorten uutisista". Mikäli oikein ymmärsin, olet nyt kiinnostunut ohjelman ajattelusta sisällöstä ja tekijöistä. Tuotantosuunnitelma ja kustannusarvio sinulla ovat jo ennestään.

Ohjelman valmistelu käynnistyy siis alkusyksystä. Käytännössä sitä vetää TV-uutisten toimittaja Kristiina Tolkki, joka on mm. aiemmin tuottanut Radio Mafian omia uutisia. Kristiina osallistuu ohjelman tekemiseen vain käynnistysvaiheessa, minkä jälkeen toivomme sen pyörivän tekijätiimin voimin. Minä osallistun valmisteluun ja lähetysten tekemiseen rahakirstun vartijana.

terveisin Hannele

TYÖNIMI "Nuorten uutiset"

Ohjelman nimestä järjestetään syksyllä nimikilpailu YLE24:n sisällä.

Suora lähetys siis kerran viikossa TV1:ssä torstaisin klo 10.15, ohjelman kesto 10 minuuttia, keväällä 19 lähetystä, syksyllä 19 lähetystä, yht. 38.

Hyödynnetään käyttämättömäksi jäänyttä IT-uutisten studioilmettä ja grafiikkamaailmaa sekä tunnusta.

MUOTO

- lähetyksessä keskimäärin kolme juttua, joista 1-2 omaa hankintaa + uutissähkeitä*
- käytetään hyväksi tv-uutisten materiaalia, mutta haetaan uusi näkökulma, kirjoitetaan ja leikataan uusiksi*
- joka viikko gallupia 11–15 -vuotiaiden ajatuksista liittyen päivänpolttaviin kysymyksiin*

AIHEVALINNAT:

- oikeita uutisaiheita (kohderyhmän omin painotuksin), myös lakot, lomautukset, vaalitulokset ja sodat käsitellään*
- näkökulmana "oikeiden ihmisten" ei instituutioiden maailma.*
- näkökulmat nuorten vinkkelistä: ei tupo-prosessiuutisia eikä politiikkaa pelinä vaan päätökset kerrotaan silloin ja siten kun ne koskettavat 11–15 -vuotiaiden omaa elämää/perheiden arkea*
- taloudesta/kulttuurista: pelit, kännykät, elokuvat, tietokoneet jne.*

MITEN NE UUTISET KERROTAAN:

- ei saarnausta, ei opetusta, selkokielellä ja suoraan - uutiset, joita kuka tahansa voi katsoa, periaatteena: hyvä on hyvää kaiken ikäisille*

TYÖJÄRJESTELYT:

Tekijätiimissä on kolme toimittajaa, joista yhtä lähetystä tekee kerrallaan kaksi. Uutishankinnassa käytetään apuna uutisviikko-ohjelman toimittajaa, joka käy läpi kaiken Yle24-materiaalin omaa työtään varten.

Tuotantotapaa lainataan myös englanninkielisistä uutisista eli muihin uutislähetysiin tehtyjä juttuja leikataan ja muokataan uusiksi. Toimittajien työparina on kaksi mediatoimittajaa, jotka kuvaavat, leikkaavat ja huolehtivat grafiikasta sekä ohjaavat lähetyksen.

Työryhmä mietti lisäksi ohjelmalle työtapoja, grafiikkaa, tunnaria ja musiikinkäyttöä. Kuitenkin listauksessa on olemassa jo paljon sen Uutismixin henkeä, mitä nykyäänkin vielä tehdään. Tekstissä puhutaan IT-uutisten lavasteiden käytöstä, vanhojen lavasteiden hyödyntämisellä haettiin säästöjä. Uutismixin onneksi kierrätyksestä luovuttiin ja ohjelma sai omat uudet lavasteet. Koko suunnitteluvaiheen ajan työryhmän jäsenet tekivät perustyötään televisiouutisissa normaalisti eli suunnittelua hoidettiin sen ohella.

Seuraavasta muistiosta huomaa, että ohjelman suunnittelussa on päästy askel eteenpäin. Adjektiivit ja mielikuvat ovat jo täsmentyneempiä. Puhutaan juontajan tyylistä puhua ja vaatetuksesta. Uutispäivä-ohjelman toimittajan ja kirjeenvaihtajien hyödyntämisellä pyritään taas hyödyntämään jo olemassa olevaa, jotta kustannukset eivät nousisi kohtuuttomiksi. Kuten myöhemmin huomaamme, Uutispäivän toimittajan käyttö jäi hyvin vähäiseksi, mutta Ylen kirjeenvaihtajia ja heidän asiantuntemustaan hyödynnämme mielellämme aina kun se on mahdollista.

Kristiina Tolkin kirjoittama kokousmuistio 6.10.2008:

Työtavat:

kaksi mediatoimittajaa, juontaja ja reporterit työskentelevät yhdessä

Tolkki selvittää, miten paljon uutispäivän tekijä voi osallistua

työaika: ensimmäisessä pilotissa ma-to, myöhemmin ti-to.

pilotit 25. 11. ja 16.12. Tiina Torikka etsii Espoo ja Kirkkonummen lisäksi myös koulun Helsingin ulkopuolelta, joka kommentoi pilotteja.

Sisältö:

kyseessä on uutiset eli ei pintapoppia eikä trendi-ilmiöitä

mitään aihealue ei ole pannassa, näkökulma ja käsittelytapa ratkaisevat

ulkomaan uutiset: taustoja ihmisten arkea painotetaan

ulkomaan reporttereita voi periaatteessa käyttää, mutta jutut kulkevat postitse ei kalliita linkkejä pitkin

Riina Malhotra tutkii, mitä mahdollisuuksia EBU:n nuorisovaihto YNE tarjoaa

Haastateltavat:

*hyväpuheisia taviksia, nuoria/selväsanaisia asiantuntijoita
vieraita voi tehdä myös nauhalle, myöhemmin tarvittaessa studioon*

Juontajan rooli

*juontaja ei lue vaan kertoo asiat, rento muttei tekonuorekas
juontajalle oma nurkkaus nettisivuille, näin luodaan katsojayhteisöä
juontajan vaatteet: Riina selvittää mistä*

Reportterin rooli

*osallistuva, saa näkyä kuvissa, spikkejä/stand-uppeja paikan päältä
myös juontaja tekee juttuja*

Kuvaus:

*kuvallista maailmaa ja kuvaustapoja selvitetään yhdessä mediatoimittajien kanssa
iso ja pikkukameran yhdistely, roso saa näkyä*

Muistiossa mainitaan, että Riina selvittää EBU:n eli Euroopan Yleisradioyhtiöiden YNE:n tarjontaa. Uutismixin suunnitteluvaiheessa työryhmälle kerättiin nauhat monesta eurooppalaisesta sisarohjelmasta. YNE:n vuosittainen tapaaminen pidettiin myöhemmin keväällä 2005 Tukholmassa, jonne työryhmä pääsi Ylen Koura-säätiön avustuksella tutustumaan sisarohjelmiinsa ja niiden tekijöihin. Yhteistyö tuli esille jo kappaleessa Nuorten uutiset muualla Euroopassa.

Muistiossa mainitaan myös pilotit. Syksyn loppupuolella ohjelmasta tehtiin kaksi pilottia – koejaksoa. Ohjelmat tehtiin sovittujen linjauksien mukaan ja juonnettiin uudessa studiossa. Pilotit näytettiin muutamassa koulussa kohderyhmälle ja järjestettiin ohjelmasta ryhmäkeskustelu. Keskustelu videoitiin, jotta palautteen kuulisivat muutkin kuin paikalla olijat. Keskusteluja vetäneen Riina Malhotran mukaan ryhmäkeskustelujen anti oli pettymys. Nuorten palautteen sisältö oli ”ihan kiva” tai ”toi politiikkajuttu oli aika tylsä”. Sen avulla ei päästy pintaa syvemmälle. Silti koululaiset katsoivat Riinan mukaan ohjelman aina keskittyneesti ja mielenkiinnolla, mikä oli ristiriidassa laimean palautteen kanssa. Tämä sama ristiriita on ollut näkyvissä mielestäni myöhemminkin.

Olen ollut joitakin kertoja tilanteessa, jossa luokka on katsonut Uutismixin. Oppilaat katsovat ohjelmaa kiinnostuneesti ja keskittyen, jopa huvittuen. Kun katsomisen jälkeen kysyy mielipidettä ohjelmasta, anti on hyvin niukkaa. Uskon, että tämä ristiriita liittyy suomalaisuuteen ja nuoruuteen. Emme ole aktiivisia keskustelijoita luokka- tai luentosalitilanteessa, emmekä

välttämättä tuo mielipidettämme aktiivisesti esiin. Lisäksi kouluympäristö kaikkine kavereineen ei välttämättä ole teini-ikäiselle sellainen paikka, jossa hän haluaa näyttää innostuksensa uutisista uutistentekijöille. Ylipäätään ohjelman analysointi vieraille aikuiselle tekijälle teini-ikäisenä saattaa olla jännittävä ja erikoinen tilanne.

Ohjelman pilottijaksoista saatiin kuitenkin palautetta myös Ylen sisältä, tilaajalta ja Särnäältä. Molempien palaute oli todella kannustavaa ja positiivista, mielestäni palautteen pääkohdat eivät ratkaisevasti poikenneet toisistaan. Sen vuoksi uskon, että yksi perusteellinen esimerkki palautteesta riittää. Alla on tilaajan analyysi ensimmäisestä pilotista.

Tilaajan Anne Vähäpassin sähköposti 30.11.2004 työryhmälle:

*Moi Hannele ja tiimi,
ja heti aluksi: vielä kerran monet kiitokset, että olet pitänyt minut niin hyvin ajan
tasalla, missä tuotannossa mennään! On ollut ilo tehdä kanssasi tilaaja-
tuottajayhteistyötä.*

*Olen katsonut pilotin moneen kertaan, ja kaiken kaikkiaan 8 kpl 20 -25-vuotiaista
työtoveria katsoi sen kanssani (eri aikoina) ja pari varttuneempaakin. Olen koonnut
sekä heidän että omia kommenttejani alle. Ensin tärkein omista huomioistani: Pidän
ohjelmasta tavattoman paljon! Se vastasi täysin tilaustani, paitsi että oli vielä "jotakin
enemmän". Tekijöiden into ja paneutuminen asialle oli aistittavissa ruudun läpikin. Se,
mikä pilotissa aina vielä on karheaa, korvautui taatusti sillä intensiteetillä, millä
keskeiset insertit oli tehty (siltä ainakin tuntui)! Suurkiitos hienosta elämyksestä!*

*Hajahuomioissa aivan varmasti on monta, jotka menevät puhtaasti pilotin piikkiin,
mutta kirjaan kaiken (näette ainakin, että on oltu tarkkoina ruudun äärellä:-)
- huumori ilahdutti aivan kaikkia katsojia, tupotupotupo sai aina aikaan äänekkäät
hörähdykset
- moni piti graffaa tosi onnistuneena, yhden mielestä oli liian synkkä ja toinen ei pitänyt
muuten vain. Itse pidin.
- Janne oli mukavan, rennon ja hyvännäköinen ruudussa. Varmaan vähän jännitti,
mutta rutiini auttaa siinä. Ystävällinen pilke silmäkulmassa ja kontakti katsojaan
onnistuivat.*

Jutuista:

*- Kaikki pitivät kovasti! Eri katselukerroilla mukana oli parikin yli parikymppistä, jotka
sanoivat, että näitä uutisia hekin katsoisivat, vaikka eivät muuten katso! Minustakin
aiheet olivat mainioita, ja taas kerran: kohderyhmän palaute on se tärkein!
- Aivan loistava juttu Tiinalta TUPO. Mieleton "draaman kaari", hienoja oivalluksia,
selkeyttävää graffaa. Itse emmin "energiapakkaukset"-sanana käyttöä - jos se on YLE24
uutistoimituksen mielestä OK, en nyreile, mutta se hiuksenhienosti ylitti rajani. Kaikki*

muuta harmaat herrat olivat jees. Plasmanäytöllä näkyvä MIXI-sana oli toivottavasti tarkoitettukin osoittamaan, että nyt taustoitetaan (?) TUPO-jutussa toimi hyvin, että oli leikattu tiheästi samankokoista kuvaa. Johtuiko arkistomatskustakin, mutta juuri ko. insertissä kamera seurasi mukavasti kohteita, eikä ollut niin paljon tiukoilla leikkauksilla tehtyä.

Nuorten haastattelut olivat tosi hyviä. Koska saatte niitä jatkossa maakunnista, olisi varmaan tosi hyvä laittaa nimen perään aina paikkakunta Kalle Kiemura, Lappeenranta -tyyliin - toisi sitä alueellisuutta. Nyt haastateltavat olivat kohderyhmän yläkvartaalista iällisesti. Entä jos systemaattisesti olisi aina ainakin yksi 10-vuotias myös haastateltavana, ja sen jälkeen keitä tahansa muita kohderyhmästä? Varmistettaisiin silläkin tavalla, ettei olla liian ylävirittyneitä.

Giant R-insertti oli mukava - muutama ei pitänyt nopeista leikkauksista ja tehosteista, mutta minulle ne näyttäytyivät tilaukseni mukaisina... Sähkökyttä oli, ja varmaan sekin löytää optimaalisen tasonsa palautteiden yms. myötä. Tuntuma oli, että on kyse nuorten uutisista, ja se on hienoa!

Tärkeä huomio fontin koosta: Sen täytyisi olla isompaa! Näin siksi, että ohjelmaa katsotaan usein luokkatilanteessa kaukana olevalta ruudulta (Uutisjuttu on ottanut tämän hyvin huomioon). Samoin suunnittelemamme netti- ja mobiilikäyttö puoltavat selvästi isomman fontin merkitystä. Oli hienoa, että niissäkin oli avattu asioita, esim. SAK

Sähke uutisissa oli aika kova taustamusa - erityisesti oppimisvaikeuksista kärsivillä liian kovana se vaikeuttaa keskittymistä. Joissakin leikkauksissa äänimatto katkesi tylästi, mutta laitoimme sen pilotin piikkiin.

Jotkut vierastivat, että oli niin "aikuisten uutismainen", eli tunnarit ja musa hyvin samanlaisia kuin "oikeissa" uutisissa. Minä taas tiedän, että se menee tilaajan piikkiin, ja olen ratkaisuun edelleen tyytyväinen. Olen aivan varma, että nuoret alkavat katsoa ohjelmaa ja siitä on sitten luontevaa siirtyä maailmaan nimeltä "aikuisten oikeesti".

Huom. Ohjelmaan tulee sitten jatkossa hyvin tärkeänä netti- ym. lisäpalvelu-ulottuvuus! Nyt ette tietenkään voineet ottaa sitä mukaan, mutta varatkaa aikaa ajolistassa siihenkin. Koska Uutismixi minulle näyttäytyi mieluisalla tavalla BBC-mäisenä, voitaisiin sieltä ottaa oppia myös kohderyhmän aktivoinnin keinoissa, vai mitä? Ja minkälaisia oheistuotteita aletaankaan tilana YLE Shoppiin?

Toivottavasti osaatte lukea riveiltä paljon enemmän positiivisia kuin kriittisiä mielipiteitä. Lisääkin niitä saa - vaikka tekemällä toisenkin pilotin? Ja voi, kun ruutumarkkinoinnilla ym. saataisiin tälle paljon huomiota! Tanja varmaan tekee kaikkensa asian eteen, sillä upea ohjelma - loistava porukka tekemässä - ammattilaiset asialla - taattua YLE-laatua.

Mielestäni palaute kuvaa monella tapaa sitä, mitä kaikkea pitää ottaa huomioon, kun tehdään yläläisiä uutisia nuorille. Pitää olla selkeä, nuorekas, innostava, silti uskottava ja laadukas. Asiat eivät voi olla liian pääkaupunkikeskeisiä, kun ohjelmaa tehdään koko maahan. Samoin pitää huomioida koko kohderyhmä nuorimmasta vanhimpaan, nopeimmasta oppijasta hitaimpaan, koulu katsomisympäristönä jne. Tietenkään kaikkea tätä ei voi huomioida koko aikaa tai jokaisessa jutussa, mutta asiat on oltava mielessä kun ohjelmaa tehdään. On huomautettava myös, ettei ohjelmaa tehtäessä ole järjestelmällisesti pyritty haastattelemaan kymmenvuotiaita tai minkään muunkaan ikäisiä. Haastateltavat määrittyvät niin kuin kunkin juttuaiheen kohdalla luontevimmalta tuntuu. Toki kuitenkin pyrimme huomiomaan kohderyhmän molemmat päät. Luulen että aiheemme painottuvat kuitenkin selvästi yläkouluikäisiin. Käytämme myös aina sellaiset tilaisuudet hyväksi, joiden avulla pääsemme jutuntekoon Helsingin ulkopuolelle. Turvaudumme silloin tällöin myös Ylen uutisten aluetoimituksien apuun.

Suunnittelun suurimmaksi kompastuskiveksi tuli Hannele Muurosen mukaan ohjelman nimi. Nimestä järjestettiin kilpailu Ylen sisällä, myös yläläisten lapsia kannustettiin osallistumaan kilpailuun. Uutiset halusivat nimeksi dynaamisen uutismaisen asiallisen nimen, kun taas opetusohjelmien mielestä sen piti olla inhimillinen, helposti lähestyttävä ja opetusta kuvaava. Tässä joitakin nimikilpailussa tulleita ehdotuksia: *Murkku News*, *Skuuppi*, *Teenage News*, *Newsteekki*, *Uutisjano*, *Uutispätkä*, *Uutispala*, *Uutispolku*, *Viikon tärkeimmät*, *Yhteenveto*, *24:teen*. Mikään näistä ehdotuksista ei kuitenkaan miellyttänyt loppuun saakka. Viimeisessä vaiheessa nimiehdotuksia oli kaksi: Uutiskone ja Uutismixi. Uutiskonetta opetusohjelmat ei kuitenkaan kelpuuttanut ja niin ohjelman nimeksi valikoitui uutisten graafikon tyttären keksimä Uutismixi. Se oli kompromissi, johon uutismaiset olivat opetuksen väkeä tyytyväisempiä. Nimivääntö oli ensimmäinen kerta, kun opetusohjelmien ja uutisten painotukset aiheuttivat ristiriitaa.

Työryhmän työn tuloksena syntyi Uutismixin käsikirja. Parin liuskan mittainen teksti kiteyttää, miten ohjelmaa tehdään ja mihin pyritään. Sitä voisi kutsua Uutismixin toimittajan huoneentauluksi. Käsikirja on työni liitteenä (Liite 1). Ohjelman haluttiin kokoavan nuorten näkökulmasta viikon tärkeimmät uutiset kymmenminuuttisen suoraan lähetykseen. Uutisista

haluttiin tehdä mahdollisimman selkeitä, niin että kuka tahansa pystyisi seuraamaan ohjelmaa. Käsikirja kiteyttää myös paljon Uutismixin viikkorytmiä, jonka myöhemmin käyn läpi.

Olellisimpia eroja verrattuna perinteiseen uutislähetyskseen ja uutisten toimitukseen oli muun muassa kohderyhmän näkyminen ohjelmassa ja toimittajan tuominen selvästi tavallisia uutisia näkyvämmäksi tekijäksi. Kuten olen aiemmin kertonut, nuoret eivät juuri näy televisiossa eivätkä myöskään uutisissa. Uutismixissä pyrittiin kysymään nuorten omaa mielipidettä ja kertomaan heidän näkökulmansa asioihin. Toimittajan näkyväksi tekeminen on mielestäni hyvä tapa selventää katsojille sitä, miten uutiset syntyvät. Nimittäin edelleen törmää usein katsojien ajatukseen, minkä mukaan uutistenlukija kertoo kaikki lähetysessä olevat uutiset. Nyt haluttiin näyttää, että ohjelmassa on juontaja ja jutuilla on eri tekijä. Toimittajien haluttiin tekevän paljon Strand uppeja eli heidän toivottiin puhuvan suoraan kameralla jutun aikana. Ohjelman juontajiksi haluttiin tyttö ja poika ja näin ohjelma sai kahdet kasvot Riinasta ja Jannesta. Työryhmän mielestä hyvä olisi jos myös kaikissa asiantuntijoissa suosittaisiin nuoria ihmisiä aina kun mahdollista. Tästä olemme pitäneetkin kiinni siinä määrin kuin se on mahdollista. Harmillisen usein on niin, että saavuttaakseen laajan asiantuntemuksen ihmisen pitää kuitenkin elää aika vanhaksi.

Katsojalle näkymätön, mutta suuri ero tavallisiin uutisiin oli myös Uutismixin työprosessi. Ohjelma toimi eräänlaisena pilottina uudelle järjestelylle, jossa ns. mediatoimittaja kuvaisi, leikkaisi ja ohjaisi lähetysten. Tähän asti uutisissa oli aina kuvaaja kuvannut, leikkaaja leikannut ja ohjaaja ohjannut. Nyt tarkoitus oli tehdä toimittajasta ja mediatoimittajasta työpari, joka tekisi juttua yhdessä suunnittelusta valmiiksi lähetyskseen. Tämä oli suuri muutos työkuultuurille. Mediatoimittajat olivat innoissaan vaihtelevasta ja vaativasta työstä. Uutismixin kaltaisessa pienessä viikoittaisessa ohjelmassa työparijärjestely on toiminut erittäin hyvin. Kuitenkin pian Uutismixin pyörähdettyä käyntiin uutisten johto tuli siihen tulokseen, ettei työtapa sovellu siihen suureen koneistoon, jolla tehdään tv-uutislähetysiä. Kuitenkin Hannele Muuronen on edelleen sitä mieltä, että työtavasta on opittu paljon ja sitä tullaan varmasti soveltamaan Ylen muissa ohjelmissa tai aluetoimituksessa jatkossa. Tältä osin Uutismixi on siis luonut uusia työtapoja, joiden vaikutukset saattavat näkyä muuallakin.

Ohjelmalle rakennettiin myös nettisivut. Tarkoitus oli aloittaa kevyellä versiolla, missä olivat viikoittaiset jutut tekstiversioina, tekijöiden esittelyt, palauteosoite ja mahdollisuus katsoa tuorein Uutismixi-lähetys. Uutismixi oli siis nähtävissä jo paljon ennen Yle Areenaa netissä. Sivustolla oli lisäksi viikoittainen kilpailu, josta palkintoina oli Uutismixin pomomateriaalia. Myös keskustelufoorumi oli, mutta sen käyttö jäi melko vähäiseksi. Netin päivitystä hoiti yksi opetusohjelmien palveluksessa oleva toimittaja. Tarkoitus oli, että tällä konseptilla vain aloitetaan ja myöhemmin sivusto vielä laajenee erilaisilla palveluilla ja mobiiliratkaisuilla.

Ohjelman alkaessa Uutismixistä oli joitakin juttuja lehdissä, mutta lehdistön huomio ei ollut erityisen suurta. Itsekin muistan kuitenkin kuulleen Tampereelle saakka, että Ylellä alkaa uusi nuorten uutiset jolta odotetaan paljon. Ensimmäisenä keväänä muistan katsoneeni ohjelman joitakin kertoja. Mutta tuskinpa olisin etsiytynyt ohjelman äärelle, ellei toinen juontajista Janne Toivonen olisi ollut opiskelijakaverini.

3.6 Uutismixin ensimmäinen kausi

Ensimmäinen Uutismixi tuli ulos tammikuussa 2005. Malhotra on kertonut, ja itsekin olen myöhemmin nähnyt, että ohjelmassa näkyi alun jäykkyys. Juontaminen haki vielä tyyliään, leikkausrytmi ei vielä ollut löytänyt paikkaansa eikä ohjelman tekemiseen meinannut annetut työtunnit riittää. Koska kaikki tekijät olivat myös tavallisten uutisten tekijöitä perinteisten uutisten ote – asiallisuus ja totisuus – istuivat työtavoissa ja tyyliässä tiukasti. Tässä vaiheessa ohjelmalla ei ollut myöskään toimitussihteeriä, eikä ohjelman suunnitteluun ollut varattu aikaa eli toimittajat miettivät kunkin viikon aiheita itsekseen etukäteen omalla ajallaan. Kun aiheita suunniteltiin ensimmäisenä tuotantopäivänä, tekemisen alku eli keikalle lähtö venyi pitkälle iltapäivään ja koko tuotantoprosessi pitkittyi.

Käytännön työssä ilmeni nopeasti, ettei tavallisten uutisten kuvamateriaalia pysty käyttämään Uutismixissä siinä määrin kuin oli etukäteen arvioitu. Aiemmin mainitun Uutispäivän toimittajan apu ei löytänyt toimivaa muotoa ja jäi nopeasti pois kokonaan. Ohjelman tuotantoon oli varattu vain yksi auto ja yksi iso kamera. Luultiin, että kolmesta jutusta korkeintaan kahteen tarvitsisi

kuvata omaa materiaalia. Käytännössä lähes kaikki jutut kuvattiin alusta lähtien itse lukuun ottamatta ulkomaan juttuja ja lyhyitä sähköuutisia.

Työryhmää vetänyt Kristiina Tolkki oli ensimmäisen kauden aikana ohjelman teossa mukana opponenttina. Hän mietti aiheiden näkökulmia ja hioi käsikirjoituksia yhdessä toimittajan kanssa. Ensimmäisen kauden aikana tekijät myös kutsuivat jokaisen jakson jälkeen luokseen vieraan. Vieraan kansa katsottiin yhdessä tuore lähetys ja käytiin läpi ohjelman herättämiä ajatuksia. Vieraina kävivät muun muassa uutisten pääohjaaja Annina Enbuske ja uutisten lukija Eva Polttila. Vierailun tarkoituksena oli saada palautetta ja näkökulmaa ohjelmaan alan ammattilaisilta. Malhotran mukaan palautteen perusteella myös muutettiin joitakin seikkoja juontamisessa ja kuvauksessa, jotka ärsyttivät tai pistivät silmään.

Ensimmäisen kauden aikana opetusohjelmissa työskennellyt tilaaja Anne Vähäpassi vaihtui. Siitä lähtien alkoi kasvaa ristiriita, joka oli ollut näkyvissä jo ohjelman nimikiistassa. Opetusohjelmat halusi koulumaailmaan linkitettyä ohjelmaa, jossa olisi opettavainen ote, kun uutiset taas halusivat tehdä uutisohjelmaa, jonka aiheisiin pätsivät normaalit uutiskriteerit tässä tapauksessa tietenkin nuorten näkökulmaan painotettuina.

Työryhmä oli kuitenkin pian ohjelmaan kutakuinkin tyytyväinen. Ohjelmassa käytettiin paljon grafiikkaa, jonka avulla väännettiin rautalangasta vaikeita asioista. Grafiikan tyyli oli uutisissa jotain aivan uutta; yksinkertaista, nokkelaa, hauskaa ja ennen kaikkea toimivaa. Siitä tekijät olivat erityisen ylpeitä. Ensimmäisen kauden aikana Uutismixin juontajaa puetti Ylen puvuston stylisti. Ylen levystön musiikki-informaattikko mietti juttujen aiheisiin sopivaa musiikkia. Promomateriaaliksi painettiin Uutismixin logolla t-paitoja, avainnauhoja, rannenuhoja ja postikortteja.

Heti ensimmäisen kauden aikaan Uutismixi tarttui vaikeisiin aiheisiin; käsiteltiin paperityöläisten lakkoa, miten kunta toimii ja tutustuttiin vanhempien avioeron läpi käyneeseen nuoreen. Ensimmäisen kevätkauden aikana ohjelman viikkorutiinit hakivat vielä paikkaansa. Kun itse seuraavana syksynä tulin mukaan ohjelman tekoon, kaikki oli jo valmista. Suurimpana

parannuksena oli se, että ohjelman toimitussihteeriksi valittiin Riina ja hänelle annettiin vajaa työpäivä aikaa suunnitella kunkin viikon lähetystä.

3.7 Minä työssäni

Tämä osio perustuu omaan kokemukseeni Uutismixin toimittajana. Pyrin olemaan utelias ja avoin ja näkemään työstäni tutkimuksen kannalta olennaisimmat asiat.

Ensimmäisen kauden jälkeen Uutismixin kolmesta toimittajasta kaksi vaihtui. Tiina Torikan ja Janne Toivosen tilalle tulimme minä ja Markus Liimatainen. Riina, Markus ja minä olemme tehneet ohjelmaa nyt yhtäjaksoisesti kolme vuotta. Myös kaikki alkuperäiset mediatoimittajat ovat mukana Nina, Toni ja Rinna. Lisäksi joukko on kasvanut kolmella uudella tekijällä: Sami Laine, Mikko Ahmajärvi ja Timo Keinonen. Riina on ollut koko kolmen vuoden ajan ohjelman toimitussihteeriksi eli hänellä on toimittajan työn lisäksi päävastuu lähetysten suunnittelusta. Minä ja Markus sijaistamme häntä kuitenkin aina tarvittaessa.

Viikoittain yhtä lähetystä tekee kaksi toimittajaa ja kaksi mediatoimittajaa. Uutismixin ohella kaikki tekijät tekevät edelleen tv-uutisten normaaleja uutislähetystyksiä. Kaikki me kolme toimittajaa työskentelemme tv-uutisten kotimaan toimituksessa, mediatoimittajat puolestaan toimivat pääosin leikkaajina eli leikkaavat uutisia kaikille osastoille urheilusta kulttuuriin.

Tällä hetkellä Uutismixiä tehdään Teema-kanavalle, tilaaja on edelleen Opetusohjelmat. Lähetyspäiväksi on muuttunut tiistai ja ensimmäinen esitysaika on suora lähetys kello 10.15. Ohjelma tulee osana opettajille suunnattua Ope-tv:tä. Ohjelma uusitaan tiistaisin 15.50 ja 18.50 ja lisäksi torstaisin 10.15 ja 15.50. Lähetysaika muuttui sinä aikana, kun olen tehnyt tutkimustani. Ennen kevättä 2007 lähetyspäivä oli torstai ja ohjelma nähtiin kolmella eri kanavalla monta kertaa päivän aikana. Lähetyspäivän muuttuminen oli työryhmälle pettymys. Tiistai on huono päivä koota yhteen minkään viikon uutisia. Edellinen viikko on jo kaukana ja käsillä oleva vasta alussa. Myös tuotantoprosessi jakautuu viikonlopun molemmille puolille. Kun

ohjelman suunnittelua tehdään torstaina, on vaikea arvioida, mikä on ajankohtaista seuraavaan viikon tiistaina.

Pettymys oli myös se, että ohjelma nähdään vain Teema-kanavalla. Opetusohjelmat halusi Uutismixin osaksi Ope-tv:tä, mikä ohjelman tekijöiden mielestä ei ollut kohderyhmän mukainen paikka. Ohjelmaa tehtiin nuorille, ei opettajille. Ohjelman sijoittaminen Ope-tv:seen kuvaa kuitenkin sitä nimi-kiistan ristiriitaa. Opetusohjelmat painottavat opetustehtävää, uutiset ajattelevat enemmän todellista kohderyhmää. Mixin tekijöiden mielestä ohjelma pitäisi olla prime timessa, nuorille otollisimpaan aikaan, opetusohjelmat toivoivat että suuntaisimme tiedotusta enemmän opettajille jotka voisivat ohjata nuoria ohjelman äärelle.

Yhteenvedona voi sanoa, että ohjelma on kokenut pieni huononnuksia matkan varrella. Ne eivät ole olleet niin suuria, että ne olisivat lannistaneet tekijän kokonaan. Ne ovat kuitenkin vieneet sitä erinomaista intoa, mikä meillä alussa tekemistä leimasi. Toisaalta kaikki arkipäiväistyy kun aika kuluu.

3.8 Ohjelma alusta loppuun

Tässä kappaleessa kerron, miten yksi Uutismixi kolmen työpäivän aikana syntyy. Esimerkkinä toimii aprillipäivän lähetys keväältä 2008, jossa olin itse toimitussihteerinä. Aineistoni perustuu siis omiin kokemuksiini ja muistiini. Ohjelmasta ei ole tätä kirjoittaessani kulunut kuin kuukausi, eli se on minulla vielä tuoreessa muistissa. Keskityn analyysissä omaan työhöni ja tekemiini juttuihin.

3.8.1 Torstai

Minulla on ohjelman suunnittelua varten kuuden tunnin työpäivä. Tulen töihin yhdeksältä aamulla. Kahvin äärellä selaan sähköpostit, katson uutistoimistoista mitä yön aikana on maailmalla tapahtunut, selaan aamun televisio- ja radiouutisten ajolistoja. Puoli kymmeneltä menen television kotimaan toimituksen kokoukseen kuuntelemaan aiheita Uutismixin korvin. Jos heillä on tekeillä jotain lähetykseemme sopivaa, voimme tehdä yhteistyötä, käyttää samoja haastatteluja tai kuvia. Mikään ei kuitenkaan tällä kertaa herätä mielenkiintoani. Minulla on

mielessäni pari aihetta. Viikon suurin puheenaihe Tiibetin ja Kiinan -kahakat on käsiteltävä jollain tavalla lähetyksessä. Samoin toiveenani on ollut tehdä juttu nuorista tytöistä, jotka pitävät suosittuja muotiblogeja netissä. Selailen tulevien päivien päivälistoja, josko viikonlopun aikana tapahtuisi jotain mielenkiintoista. Mikään ei kolahda. Selaan netistä blogeja, laitan muutamalle kiinnostavalle kirjoittajalle sähköpostia ja kysyn olisivat he innostuneita tulemaan ohjelmaan haastateltaviksi.

Päätän, että kaikissa uutisissa jo reilun viikon puheenaiheena ollut Tiibetin ja Kiinan tilanne tehdään lähetyksen keskimmäiseksi jutuksi. Keskimmäinen juttu on niin sanottu taustajuttu. Sen tarkoitus on vääntää rautalangasta ajankohtaisen ison aiheen syyt ja seuraukset. Taustajuttuja on tehty presidentinvaaleista, Israelin levottomuuksista, Tshetshenian sodasta, halpatyövoimasta, nykytaiteesta jne. Tämä juttu saa usein kiitosta aikuisiltakin katsojilta, sillä tavallisissa uutisissa tapahtumien taustat jäävät usein selittämättä. Tiibetin ja Kiinan kahakka on siis hyvin tyypillinen keskimmäisen jutun aihe.

Luen läpi Ylellä tehtyjä juttuja Kiinasta ja Tiibetistä, vilkaisen myös Helsingin Sanomien arkistoon. Otan Ylen jutuista ylös kuvakoodeja ja mahdollisia kommenttipätkiä. Selaan kansainvälisiä kuvavaihtoja. Soitan Ylen kirjeenvaihtajalle Katri Makkoselle Kiinaan ja sovin haastattelusta. Uutismixissä hyödynnämme usein Ylen omia kirjeenvaihtajia maailmalla. Heidän asiantuntemuksensa on parasta luokkaa paikanpäältä ja he osaavat myös kertoa asiat usein yksinkertaisemmin kuin aiheessa syvällä uiva tutkija Suomessa. Katri on parhaillaan juttumatkalla ja seuraavana päivänä kun haluaisin haastattelun tehdä, hän on matkapuhelinten ulottumattomissa maaseudulla. Sovimme, että hoidamme puhelinhaastattelun poikkeuksellisesti jo samana iltapäivänä.

Yritän selata kiivaasti uutistoimistoja, vilkaisen BBC:n nuorten uutisten kotisivut saadakseni ajatuksia lähetyksen ensimmäisen jutun aiheeksi. Ensimmäisen jutun on tarkoitus olla nuorten elämää koskettava napakka uutinen. Usein uutinen koskettaa jollain tavalla nuorten elämää; mopokorttia, turvakameroiden käyttöä koulussa, alkoholin käyttöä, sukupuolitauteja, opettajien arvostelun reiluutta, opettajanhuoneen puheenaiheita jne. Katson läpi myös Uutismixin oman idealistan alkuvuodelta, mistään aiheesta ei tunnu saavan helposti ajankohtaista. Lopulta löydän kiinnostavan jutun YleX:n uutisten listoilta: nuorten kiinnostus politiikkaan ei ole niin vähäistä

kuin on luultu, netin keskustelupalstoilla nuoret kertovat aktiivisesti mielipiteitään politiikasta. Soitan jutun tehneelle toimittajalle ja kyselen hänen lähteistä. Soitan jutun haastateltavalle tutkijalle ja sovin puhelinhaastattelun seuraavaksi päiväksi. Vielä pitää hankkia juttuun poliittisesti aktiivisia nuoria haastateltavia. Selailen nettiä. Löydän lastenparlamentin ja heidän yhteystietonsa. Muutaman yrityksen jälkeen saan tiedottajan kiinni. Hän on innokas auttamaan ja uskoo, että saa kaivettua perjantaiksi muutamia politiikassa aktiivisesti toimivia nuoria haastateltaviksi. Sovimme, että hän palaa asiaan.

Blogin kirjoittajista ei ole ollut apua, monesta ei ole kuulunut mitään, osa on ilmoittanut asuvansa liian kaukana pääkaupunkiseudulta. On jo iltapäivä ja viimeisen jutun aihe on edelleen auki, sen on tarkoitus olla lähetyksen kevennys. Jutuissa on käsitelty erilaisia harrastuksia, eläimiä, ihmisiä, bändejä, kulttuuria, urheilua. Päätän unohtaa bloggaajat tältä viikolta ja keksiä jotain muuta. Selaan uutistoimistoja ja kansainvälisiä kuvavaihtoja. Sitten silmiini osuu hauska pätkä. Reutersilta on tullut kuvallinen tarina maailman pisimmästä miehestä, jolle Ukrainan presidentti lahjoittaa pitkiin mittoihin sopivan auton. Tässä se on, lähetyksen kepeä viimeinen juttu.

Kun aiheet ovat tiedossa, teen niistä lyhyet esittelytekstit ja lähetän ohjelmatiedot jakelulistallemme. Lista koostuu Ylen järjestelmän ihmisistä, jotka päivittävät tiedot lehtien saataville, nettiin jne. Soitan Markus Liimataiselle joka on ohjelman toinen toimittaja tällä viikolla ja kerron mitä seuraavalle päivälle on luvassa. Hän tekee nuoret ja politiikka -jutun, koska minun on haastateltava Katri Makkonen jo nyt. Yleensä toiselle toimittajalle soitetaan jotta hän osaa asennoitua seuraavaan päivän keikkaan ja ehkä yön aikana syntyy myös ideoita jutun toteuttamiseksi. Aiheet valikoituu lähinnä kunkin kiinnostuksen ja aikataulujen mukaan. Tietoisesti yritämme rikkoa myös sitä, että mies tekisi aina mopojutut ja nainen vaikkapa ratsastukseen liittyvät jutut.

Laadin kysymykset liittyen Kiinaan ja Tiibetiin ja soitan puhelinhaastattelulaitteesta Makkoselle. Laite nauhoittaa puhelun ja siirtää sen järjestelmään, josta voin kuunnella haastattelua. Katri puhuu selkeästi ja mielenkiintoisia asioita. Jätän haastattelun purkamisen seuraavalle päivällä. Yli kuusi tuntia on jo kulunut. Vielä kotona saan soiton Lasten parlamentin tiedottajalta, hän on

löytänyt kolme nuorta poliitikkoa Pusulasta ja Kirkkonummelta. Ilokseni he ovat kaikki 10- ja 13-vuotiaita eli kerrankin katsojiamme nuorta polvea. Kaikkien vanhemmat ovat antaneet luvan haastatteluun, homma on lopullisesti hoidossa.

3.8.2 *Perjantai*

Koko työryhmä tulee töihin kymmenen aikaan. Minä ja Markus sekä mediatoimittajat Toni Osolanus ja Timo Keinonen. Pidämme palaverin, jossa käymme läpi juttuaiheet ja päivän aikataulun. Mediatoimittajat päättävät keskenään, miten työnsä jakavat. Päätetään, että minä teen keskimmäisen jutun lisäksi myös viimeisen jutun koska minun ei tarvitse tehdä enää haastatteluja ja aikaa on enemmän. Markus ja Toni lähtevät Pusulaan ja Kirkkonummelle. Soitan levystöön ja pyydän instrumentaalista hauskaa musiikkia rytmittämään maailman pisimmän miehen autolla ajelua sekä Tiibetiläistä musiikkia keskimmäisen jutun taustalle. Alan kirjoittaa käsikirjoitusta maailman pisintä miestä käsittelevään juttuun.

Kirjoittamisessa ei kestä kauaa, kuvamateriaalia on niin rajallisesti, että juttuun mahtuu vain vähän asiaa. Etsin Tilastokeskuksen sivuilta tietoja miesten ja naisten keskipituudesta, löydän tiedot lopulta Wikipediasta. Kun olen saanut jutun kirjoitettua, käyn spiikkaamassa sen Timo Keinosen editissä. Käymme läpi jutun rungon ja kuvat, haen levyt levystöstä ja jätän Timon leikkaamaan juttua. Pian selviää, että se on kuitenkin liian pitkä. Käyn lyhentämässä tekstiä ja spiikkaan yhden spiikin uudelleen. Viimeisen jutun on tarkoitus olla lähetyksen lyhin noin puolitoista minuuttia.

Sitten Tiibetin ja Kiinan käsittelyyn. Puraan Katri Makkosen haastattelun. Alan hahmotella käsikirjoitusta. Katrin haastattelun lisäksi minulla on käytössä vaihdosta tulleita kommentteja Dalai Lamalta ja Tiibetiläis-alueilla asuvilta munkeilta. Mietin satasten eli kommenttien paikkoja ja sisältöjä. Mietin grafiikkaa. Pysin pitämään kaiken yksikertaisena ja selkeänä. Timo ilmoittaa parin tunnin kuluttua olevansa valmis viimeisen jutun kanssa. Käyn katsomassa sen läpi, mitään muutettavaa ei ole. Juttu naurattaa minua kaikessa yksinkertaisuudessaan. Viimeistelen vielä Tiibet-käsikirjoituksen. Timo käy läpi antamiani kuvakoodeja. Työpäivä on ohi noin kello 17.

3.8.3 *Maanantai*

Maanantaina tulen töihin jo yhdeksän jälkeen. Luen vielä kerran läpi Tiibet-käsikirjoituksen. Markuskin lukee sen ja kommentoi. Teen vielä muutaman muutoksen. Mediatoimittajat tulevat töihin kymmeneksi. Menen spiikkaamaan jutun Timolle ja käymme kuvia yhdessä läpi, etsimme sataset ja valitsemme tarpeeksi lyhyet pätkät. Aiheesta on valtavasti kuvamateriaalia, sitä on tullut vielä edellisenä yönäkin. Päätämme kuitenkin keskittyä pääosin Katri Makkosen Tiibetin vierailun aikana hankkimaan materiaaliin, sillä se on parhaimman näköistä ja laatuista, ja vain muutama viikko vanhaa. Timo jää leikkaamaan juttua.

Käyn tapaamassa graafikkoa. Hän on maanantain käytettävissämme. Pyydän häntä tekemään grafiikan, joka kuvaa maailman pisimpään miehen ja suomalaisten miesten keskipituuden eroa. Tiibet-juttuun haluan kartan, jossa näkyvät aiheen kannalta olennaiset alueet. Luen läpi Markusen tekemän jutun ja kerron hänelle kommenttini. Kun Markus on spiikannut juttunsa, ryhdymme yhdessä käymään läpi uutisten ajolistoja ja etsimme sopivia sähkeaiheita.

Lähetyksessä on kaksi sähkepakettia, joissa molemmissa on yleensä kolme sähkettä. Pyrimme pitämään sähkeet tiiviinä noin kolmen virkkeen eli noin 20 sekunnin mittaisina. Sähkeissä hyödynnämme aika poikkeuksetta valmista kuvamateriaalia. Kumpikin toimittaja spiikkaa yhden paketin. Tarvittaessa jätämme jonkun sähkeen viimeistelemättä maanantaina, jos tiedämme että asia muuttuu vielä yön aikana ennen tiistain lähetystä.

Tällä viikolla Suomen ulkoministerin Ilkka Kanervan tekstiviestikohu on saanut nopeasti uuden suunnan. Ilkka kanervaa uhkaakin nyt potkut ministerin pallilta. Maanantain aikana asian ympärillä tapahtuu niin paljon, että päätämme kirjoittaa sähkeen vasta aamulla, jotta se varmasti pitää paikkansa vielä tiistainakin. Kuubassa on päätetty, että tavallisetkin ihmiset voivat alkaa käyttää kännykkää. Aihe istuu hyvin Kanervan perään ja on lisäksi jatkoa vähän aikaa sitten Fidelin syrjään siirtymistä käsitelleelle jutullemme. Toisesta paketista päätämme tehdä urheilupaketin. Ykköseksi Pekingin olympialaisten soihdun liikkeet ja toiseksi SM-liigan viimeiset käännteet.

Kun olemme löytäneet sopivat aiheet, käymme ne vielä yhdessä läpi. Tarkoitus on pitää ne kielellisesti yksinkertaisina ja selkeinä, jotta ne kaikessa tiiviudessa välittäisivät kuitenkin olennaiset tiedot. Lopuksi käymme spiikkaamassa sähkepaketit toiselle leikkaajista. Samalle käymme läpi sähköisiin tulevat kuvat. Joskus pyydämme filmitoimitusta etsimään säkeisiin sopivaa arkistokuvaa, nyt siihen ei ole tarvetta.

Sillä aikaa kun leikkaajat viimeistelevät juttuja, me hiomme vielä juttujen otsikot ja juonnot valmiiksi. Minä laitan lisäksi maailman pisin mies- ja Tiibet-juttuun ihmisten kommenttien suomenkieliset käännökset paikoilleen ja viimeistelen sanamuodot oikein mittaisiksi ruutuun. Teemme myös tegut eli kirjoitamme jutuissa esiintyvien henkilöiden nimet, tittelit ja paikkakunnat ja liitämme grafiikat juttupohjille. Päivän päätteeksi käymme vielä katsomassa kaikki tulevan lähetyksen jutut läpi ja tarkistamme grafiikat. Jälleen pisin mies naurattaa. Mielestäni onnistuin myös Tiibet-jutussa. Keskimmäisistä jutuista tulee helposti liian perusteellisia esitelmiä, nyt maltoin mielestäni kertoa vain olennaisimman.

3.8.4 Tiistai

Koko porukka tulee töihin yhdeksäksi. Juontaja, joka tällä kertaa on Markus, menee yhdeksältä meikkiin. Minä katson sillä aikaa, onko maailmalla tapahtunut mitään joka vaikuttaisi lähetyksemme. Ei ole. Ohjaaja valmistelee lähetystä tarkastamalla, että kaikki jutut on lähetyksunnossa. Meikin jälkeen Markus tulostaa juontopaperinsa ja siirrymme studioon ja ohjaamoon. Ohjaamossa on meidän oman porukan lisäksi ääni-ihminen, mikseri ja prompteristi, joka pyörittää juontajan tekstiä lukunopeudella. Tällä kertaa, meillä on poikkeuksellisen paljon käännöstekstejä, jonka vuoksi pitää harjoitella. Apulaisohjaaja eli toinen mediatoimittajista hoitaa ihmisten tegut, toinen toimittaja eli tällä kertaa minä hoidan käännöstekstit. Käännökset ovat koko lähetyksen kannalta pieni tekninen yksityiskohta, joka voi kuitenkin pilata koko jutun katselun, jos oikeat tekstit eivät tule oikeaan aikaan ruutuun. Harjoittelu on tälläkin kertaa takkuista, uusi tekstityslaite ei tottele sormeani kuten haluaisin. Kello tulee 10.15 ja lähetys alkaa: tunnari, otsikot, ensimmäinen juonto jne. Käännökset menevät takkuilusta huolimatta moitteettomasti ulos. Kymmenen minuutin kuluttua parin päivän uurastus on lähetetty ulos. Työryhmä kiittää toisiaan. Matkalla ohjaamosta työpisteille naureskellaan vielä maailman pisimmälle miehelle. Myös Tiibet-juttu saa kehuja niin sisällöllisesti kuin kuvallisestikin.

Mediatoimittajat jäävät purkamaan lähetystä ja tekemään musiikista teostoilmoitukset. Meidän toimittajien työpäivä on ohi. Tunnin kuluessa Uutismixi on nähtävissä myös Yle Arenassa.

Alla on kuva 1.4.2008 lähetyksen ohjelmakaaviosta. Siitä näkee juttujen aiheet ja kestot. Lisäksi tutkielman liitteenä on lähetyksen juttujen käsikirjoitukset ja sähkepaketit (LIITTEET 2-5).

TAULUKKO 3. Uutismixin ajolista 1.4.2008

UUTISMIXI 1.4.08	kesto/min
OTS nuoret ja politiikka	
OTS kiina ja tiibet	
OTS maailman pisin mies	
Juonto	
NUORET JA POLITIIKKA	2:08
Juonto	
SAHKEPAKETTI	0:41
Juonto	
KIINA JA TIIBET	2:19
Juonto	
SAHKEPAKETTI	0:27
Juonto	
MAAILMAN PISIN MIES	1:38

Esimerkkiohjelma oli Uutismixiä tyypillisimmillään. Ensimmäinen juttu nuorten maailmasta, toisena maailmanpolitiikan selkkauksen taustat ja tuoreimmat käänteet, viimeisenä juttuna hassu kuriositeetti maailmalta. Poikkeuksellista oli vain se, etten minä käynyt varsinaisella juttukeikalla tällä kertaa lainkaan. Tein ainoastaan yhden haastattelun ja senkin puhelimitse. Lähes aina kuvaamme kaikki kolme juttua itse, nyt kuvasimme vain yhden ja kahdessa käytimme kansainvälistä kuvaa. Kokonaisuus oli mielestäni toimiva. Poikkeus oli sekin, että molemmissa sähkepaketeissa oli vain kaksi sähkettä, kun niitä yleisemmin on kolme. Uskoimme Kanerva-sähkeen tarvitsevan sen verran tilaa, että päätimme jättää ensimmäisestä paketista yhden sähkeen pois. Toiseen pakettiin taas emme löytäneet sopivaa ja tarpeeksi merkittävää urheilu-uutista.

Ohjelman viikkorutiini on muodostunut mielestäni hyvin selkeäksi ja toimivaksi. Kaikki tietävät tehtävänsä ja pystyvät toimimaan hyvin itsenäisesti. Tavallisiin uutisiin verrattuna Uutismixissä leikkaat leikkaavat hyvin itsenäisesti. Se on mahdollista juuri sen vuoksi, että he ovat itse usein kuvanneet materiaalin ja olleet mukana jutun eri vaiheissa. Heille muodostuu oma käsitys jutun visuaalisuudesta, jonka he myös saavat toteuttaa. Toki juttua tehdään toimittajan ja mediatoimittajan yhteistyönä, mutta mielestäni on hyvä että mediatoimittaja vastaa pääosin jutun visuaalisuudesta, koska se on hänen ammattitaitoaan. Näin toimittaja voi keskittyä jutun sisältöön täysipainoisemmin.

3.9 Palaute ja katsojamäärät

Aluksi kun ohjelma tuli useilta kanavilta monta kertaa torstaina aikana, se sai kohtuullisia katsojalukuja. Katsotuin lähetys oli kello 16 TV2:lla nuorten makasiiniohjelman Superfarmin yhteydessä. Katsojaluvut kieppuivat sadan tuhannen alapuolella, parhaimmillaan yksittäinen jakso keräsi 160 tuhatta katsojaa ennen joulua kun koululaisten joululoma oli jo alkanut. Katsojalukuja ei ole koskaan kerrottu suoraan meille toimittajille, eikä niistä muutenkaan ole juuri puhuttu. Kun syksyllä 2007 tiedustelin Uutismixin katsojalukuja opinnäytetyötäni varten, en saanut niitä. Syynä oli se, että alle 50 tuhannen katsojamääriä ei luokitella eikä Uutismixin katsojamäärät ylittäneet tätä rajaa. Luulen, että tällainen suhtautuminen on mahdollista vain Yleisradiossa ja sielläkin vain tiettyjen ohjelmien kohdalla. Sillä teidän, että tavallisten uutisten katsojalukuja seurataan talon sisällä hyvinkin tarkasti.

Iloinen yksityiskohta on kuitenkin se, että Uutismixi on ollut kohtalaisen katsottu Yle Arenassa. Moni lähetys on katsottu reilusti yli tuhat kertaa. Se ei ole kokonaiskatsojamäärissä paljon, mutta on piristävä lisä.

Työryhmämme paras palaute on ollut keväällä 2006 saatu Bonnierin suuri journalistipalkinto. Uutismixi sai palkinnon vuoden journalistisesta uudistuksesta. Oli hienoa, että uurastuksemme palkittiin talon ulkopuolelta. Ohjelmamme sai palkinnon myötä jonkin verran huomiota muussa mediassa ja lisäsi näin tunnettuuttaan. Meille on kerrottu myös, että ilman palkintoa Uutismixi

olisi todennäköisesti lopetettu. Palkinnon myötä Uutismixi pääsi myös toimitusjohtaja Mikael Jungnerin tietoisuuteen. Hän kutsui meidät kakkukahville, joiden yhteydessä pääsimme puhumaan ohjelman tekemisestä. Tapahtuman jälkeen Jungner on monissa yhteyksissä kehunut Uutismixin tuotantoa, esimerkiksi kirjoituksessaan Ylen henkilöstölehdessä Linkissä.

Katsojapalautetta olemme saaneet kaikkina vuosina niukan tasaisesti sähköpostitse. Käsittelen seuraavaksi esimerkkien avulla palautteiden sisältöä. Uutismixin nettisivuilla on kohta anna palautetta ja sieltä suurin osa palautteesta tulee. Palautteen määrä kertonee jotain ohjelman suosiosta, sillä se on vähentynyt selvästi viime syksyn jälkeen. Tällä hetkellä saamme keskimäärin pari palautetta viikoittain. Palaute on lähes pelkästään positiivista. Olen poistanut esimerkkeinä käyttämistäni palautteista tiedot, joiden perusteella palautteen antaja voitaisiin tunnistaa.

Meiltä toivotaan järjestelmällisesti juttuja eläimistä ja erilaisista urheilulajeista. Positiivinen palaute liittyy useimmiten eläimiin, mutta toki myös bändeihin ja erilaisiin ilmiöihin ja ihan uutisjuttuihinkin. Kuitenkin uutisjuttuja kehuvat useammin esimerkiksi opettajat kuin nuoret katsojat.

Enemmän musiikkiaiheisia uutisia (sähköpostipalaute 5.2.08)

Tehkää juttu ratsastuksesta (esim. Islanninhevosista, Talli Brobacka) Hyvä juttuaihe on myös kesätyöt. Ja myös se kun elokuvia tulee kymmeniä uusia viikossa. Miten ne muka ehtii katsoa? (sähköpostipalaute Sofia, 17.3.08)

Usein palautteet ovat todella lyhyitä toteamuksia: ihan kiva, hyvä ohjelma tai sitten kehuaan muutamalla adjektiivilla yksittäisiä juttuja. Poimin palautteiden joukosta esimerkkejä, joissa ohjelmaa arvioitaisiin vähän perusteellisemmin.

*Hyvä tietopaketti joka kerta! Mutta enemmän tietoa olisi kovanasa!!! Hienosti kerrottu kaikki. Jotain kevennyksiä lopuksi tai jotain olisi myös mukava!
Kiitos. (sähköpostipalaute Inku, 13.11.07)*

Musta tuntuu, että tuota Jokelan kouluammuskelu-aihetta on käyty jo tarpeeksi läpi, älkää nyt hyvät ihmiset sitä enää paasatko. Tuntuu että korvista tulee jo ulos! Olen katsonut jokaiset Uutismixin kolmen vuoden ajan, ja sillä kokemuksella voin sanoa, että

*ihan hyvä ohjelma on!:)kiinnostavia aiheita ja juttuja, ISO KIITOS SIITÄ!
(sähköpostipalaute Inka, 13.11.07)*

*Uutismixi on mukava tapa kertoa ajankohtaisista ja tärkeistä aiheista. Normaaliit uutiset näyttävät maailman pahuuden liian elävästi. Nämä uutiset sopivat meille nuoremmille paremmin ja kertovat asioista pehmeämmin. Kiitos Uutismixi
(sähköpostipalaute Aino, 8.11.07)*

Inka antama palaute valikoitui mukaan sen vuoksi, että Jokelasta teimme erikoislähetysten. Ohjelman koko sisältö liittyi suuren onnettomuuteen ja siitä selviämiseen, lähetys sai hyvää palautetta jopa mediakriittisestä Jokelasta.

Opettajilta saamme lähes poikkeuksetta positiivista palautetta. Moni opettaja on ilmoittanut katsovansa ohjelman luokan kanssa aina kun mahdollista ja se synnyttää opettajien kertoman mukaan myös hyviä keskusteluja.

*Olen viikoittain käyttänyt Uutismixiä 9. luokan yhteiskuntaopin tunneilla. Olen katsonut ne netistä. Tällä viikolla niitä ei sieltä kuitenkaan ole löytynyt. Harmi. Oppilaatkin mielellään katsovat heille tehtyä ajankohtaisohjelmaa ja usein aiheista on syntynyt hyvää keskustelua.
Toivottavasti ohjelmat on kuitenkin mahdollista saada Ylen sivuilta. Kiitos tekijöille mielenkiintoisesta ohjelmasta. (sähköpostipalaute 28.1.08 historian ja yhteiskuntaopin lehtori, Vantaa)*

Joitakin kertoja olemme törmänneet myös siihen, että Uutismixiä seurataan netin kautta myös ulkomailla. Ulkomailla katsoneet ovat kokeneet myös jutuista tehdyt tekstiversiot hyödyllisinä apuvälineinä. Markus tapasi työmatkallaan Saksassa tällaisen suomea opiskelevan saksalaisen pojan, joka oli seurannut ohjelmaamme ja lähettänyt meille palautetta. Markus teki pojasta jutun Uutismixiin. Seuraavan palautteen lähettäjä ei ole tapaamamme Jaakob, hän on toinen suomenkielen opiskelija Romaniasta.

*Viime vuonna teidän sivullanne oli myös Uutismixi-juttujen tekstiversio. Se oli todella hyvää ja hyödyllistä, erityisesti niille, jotka opiskelevat suomea vieraana kielenä, sillä kuuntelemalla ja lukemalla on voinut opiskella ohjelmistanne todella paljon. Nyt en ole löytänyt niitä transkriptioita. Voisikohan niitä laittaa taas sivullenne? Ois tosi kivaa!
Kiitos muuten hyvästä ja laadukkaasta ohjelmastanne! Moni S2-opiskelijaa katsoo niitä mielellänsä! (Sähköpostipalaute Csenge, Romaniasta 9.11.07)*

3.10 Yhteenvettoa Uutismixin arjesta

Me tekijät ja ohjelman tuottaja olemme tavanneet tilaajan kerran–kaksi vuodessa. Tilaaja on vaihtunut monta kertaa, ohjelmalla on nyt neljäs tilaaja. Tapaamisten yhteydessä on keskusteltu ohjelman sisällöstä, tilaaja on antanut palautetta ja joskus esittänyt joitakin aiheita, joita toivoisi ohjelmassa käsiteltävän. Tilaaja on toivonut enemmän juttuja koulumaailmasta ja korostanut ettei ohjelman tarvitse olla niin tiukan ajankohtainen kuin me tulkitsemme. Me taas olemme korostaneet, että haluamme tehdä uutisia, joiden aiheita määrittelee uutiskriteerit. Tilaaja ei ole tapaamisten lisäksi mukana Uutismixin tekemisessä eli yhteydenpito tilaajan ja tuottajan välillä voi sanoa olevan vähäistä.

Kun digisiirtymän jälkeen ohjelmaa on näytetty vain Teema-kanavalla, sen saama huomio on entisestään pienentynyt. Ohjelma on kadonnut nuorille tuntemattomalle alueelle. Teeman kohderyhmä on keski-ikäiset keskiluokkaiset kulttuurin ja taiteen ystävät, jotka ovat kaukana Uutismixin kohderyhmästä. Vaikka opetusohjelmat aluksi tilasikin juuri nuorten uutisohjelman, on tilauksen sisältö henkilöjen vaihtuessa jonkin verran muuttunut. Mitään virallista ohjelmakonseptin muutosta ei ole kuitenkaan tehty, eikä varsinaisia kehitysehdotuksia esitetty. Usein tilaajan ja tekijöiden tapaamisen jälkeen muistan kokeneeni ristiriitaisia tunteita. Minulla on ollut tunne, ettei ohjelmamme vastaa sitä mitä meiltä tilataan, mutta asialle ei kuitenkaan tehdä mitään. Lopulta tilaaja lienee kuitenkin tyytyväinen, sillä ohjelmaa on aina tähän asti tilattu lisää.

Uutismixin kolmen ja puolen vuoden aikana uutisten johto on joitakin kertoja väläytellyt mahdollisuutta tehdä Uutismixistä päivittäinen ohjelma. Hannele Muurosen mukaan uutisten johdossa on monta kertaa keskusteltu siitä, että Uutismixin pitäisi olla uutisten oma tuotanto, jotta kahden osaston ristiriidasta päästäisiin eroon. Samalla ohjelma saisi sopivamman lähetyiskanavan ja -ajan. Hankkeeseen ei kuitenkaan lopulta ole ollut tarpeeksi tahtoa ja tilaaja-tuottaja-asetelma on pysynyt ennallaan. Näistä kahden osaston painotuseroista johtuu myös se, että tekijäporukka on kokenut jääneensä ohjelmansa kanssa jollain tapaa yksin. Hannele Muuronenkin puhui tästä. Ohjelma ei ole ollut ensimmäisen tilaajan Anne Vähäpassin jälkeen

kenenkään ”suojeluksessa”, sen kehittämistä ei ole pitänyt kukaan tosissaan huolta. Sen vuoksi se on pyörinyt jossain uutisten ja opetusohjelmien välimaastossa omalla painollaan.

Kuten jo aiemmin mainitsin, vuosien mittaan Uutismixin resursseja on karsittu jonkin verran; stylisti ei auta enää vaatteiden kanssa, nettitoimittajaa ei ole ollut enää kahteen vuoteen. Sen sijaan, että verkkopalvelua olisi alkuperäisten suunnitelmien mukaan laajennettu, se ajettiin lähes kokonaan alas. Tämä tuntuu suurelta puutteelta kun tehdään ohjelmaa nuorelle kohderyhmälle, joille netti on tärkein media. Jonkin aikaa me toimittajat päivitimme verkkosivuja, mutta aikapulan vuoksi sekin lopetettiin.

Jos ohjelmaa vertaa tavallisiin tv-uutisiin, siinä on paljon yhtäläisyyksiä, mutta myös eroja. Lähetyksen juttujen kestot ovat suunnilleen samoja, mutta muuten ne eroavat toisistaan paljon. Uutismixin juttujen tekemiseen käytetään suunnilleen kaksinkertainen määrä aikaa verrattuna normaaliin televisiouutisten juttuun. Kuvamateriaalia kuvataan myös noin kaksi kertaa enemmän jotta leikkausrytmi saadaan tarpeeksi rivakaksi. Pyrimme välttämään tavallisten uutisten kaavamaisuutta: jäykkiä haastateltavia jäykissä asennoissa tylsien taustojen edessä pönöttämässä.

Uutismixin viikkorytmi on tehokas ja toimiva. Kaikki tekijät toimivat itsenäisesti, eikä viikkoon mahdu tyhjäkäyntiä. Vaikka yritin olla kriittinen arvioidessani työtapoja, en huomionnut mitään sellaista minkä olisin tehnyt työtavoissa toisin. Tällä tarkoitan nimenomaan työkäytäntöjä ja rutiineja, ohjelman sisällön kehittäminen on asia erikseen.

Työryhmässä tasapainoillaan sen välillä tehdäkö ohjelmaa kohderyhmän nuorimmille vai vanhimille. 9- ja 15-vuotiaan elämät ovat jo erilaisia. 9-vuotias on vielä lapsi, kun 15-vuotias on jo syvällä teini-ikänsä kiemuroissa.

Uutismixin teossa vaikeinta on päästä nuorten elämään sisälle, kun tekijät itse ovat viettäneet teiniaikansa vähintään viisitoista vuotta sitten. Miten olla yhtä aikaa hauska, luotettava, uskottava, kiinnostava, rento, mutta asiallinen? Miten avata asioita niin, etteivät ne muutu pelkiksi esitelmiksi. Mistä tietää, mitkä käsitteet yläkouluikäiselle ovat vaikeita ja mitkä taas itsestään selviä.

Uutismixi osiota kirjoittaessani minulla on vahvistunut tunne siitä, että teemme kelpo ohjelmaa, jota ei kuitenkaan juuri kukaan katso. Tämän luvun kirjoitettuani olen myös sitä mieltä, ettei Uutismixiin ole kohdistunut niin paljon huononnuksia kuin mitä kuvittelin. Konkreettisia leikkauksia on tehty nettisivuihin ja stylistin käyttöön, muuten ohjelman resurssit ovat pysyneet kutakuinkin ennallaan. Yleisöltä tullutta palautettakin selatessa yllätyin siitä, miten positiivista se oli. Vaikka katsojia ei ole paljon, niiltä saadun palautteen perusteella he ovat verrattain tyytyväisiä. Asennemuutosta joka on tapahtunut tilaajassa, meissä tekijöissä ja uutisten sisällä on vaikea tavoittaa ainakaan käsillä olevan aineistoni perusteella. Mutta katsotaan mitä mieltä on ohjelman kohderyhmä.

4 Kohderyhmäkysely

Kolmas osa graduani koostuu Uutismixin kohderyhmälle teettämästäni kyselystä. Kyselyn avulla halusin selvittää sitä, tunnetaanko Uutismixi kohderyhmän keskuudessa, mitä mieltä kohderyhmä ohjelmasta on, ja ennen kaikkea onko ohjelma nuorten itsensä mielestä tarpeellinen. Toinen kyselyn tavoitteista on selvittää, mitä nuoret televisiosta katsovat. Käsittelen kyselystä saatuja vastauksia pääosin kvantitatiivisin menetelmin tilastollisen SPSS-ohjelman avulla. Avoimia kysymyksiä analysoin laadullisin menetelmin.

4.2 Kvantitatiivinen tutkimusmenetelmä

Kvantitatiivinen tutkimus on yhä vallitseva tutkimusstrategia sosiaali- ja yhteiskuntatieteissä. Menetelmän juuret ovat luonnontieteissä ja siksi monet menettelytavat ovat luonnon- ja yhteiskuntatieteissä samantapaisia. Kvantitatiivisen tutkimuksen taustalla on niin sanottu realistinen ontologia. Tällä tarkoitetaan sitä, että todellisuus rakentuu objektiivisesti todettavista tosiasioista. Tämän ajatuksen taustalla taas on looginen positivismi, minkä mukaan kaikki tieto on peräisin suorasta aistihavainnosta ja loogisesta päättelystä (Hirsjärvi, Remes, Sajavaara 2002, 129).

Kvantitatiiviseen eli määrälliseen tutkimukseen liittyy ajatus suuresta otoksesta ja sen mahdollistava yleistettävyys. Se yhdistetään media-alan tutkimuksessa yleisesti massamedian tutkimukseen, kuten television, radion ja elokuvan (Berger 2002 s. 13). Tässä mielessä menetelmä on minun televisiouutisia käsittelevään tutkimukseeni oikein sopiva.

Päätin tehdä kyselyn, koska halusin yleiskuvan siitä, kiinnostaako Uutismixin kaltainen ohjelma. Samalla halusin tietoa siitä, että kiinnostaako nuoria televisiouutiset. Jos olisin tehnyt kyselyn laadullisin menetelmin haastatteleamalla pientä joukkoa perusteellisemmin, olisin saanut paremmin tietoa kiinnostukseen laadusta ja siihen vaikuttavista asioista. Nyt halusin nimenomaan piirtää suuntaviivoja siihen, onko nuorille suunnatuille uutisille kysyntää vai riittääkö heille tavalliset aikuisille tarkoitetut uutiset ja kiinnostaako heitä uutiset ylipäätään.

Mielestäni näihin kysymykseen antaa parhaiten vastauksen mahdollisimman suuri määrä vastauksia. Siinä missä kvantitatiivinen tutkimus ei kerro koko asiaa, kvalitatiivisen tutkimuksen heikkous on sen antaman tiedon kapeus (esim. Berger 2000 s. 13).

Määrällinen aineisto voidaan jakaa kahteen tyyppiin; havainnolliseen ja analyttiseen. Minun aineistoni edustaa havainnollista aineistoa. Kuten termikin viittaa, aineistolla pyritään havainnollistamaan sitä ihmisjoukkoa jota tukitaan. Aineistossa pyritään kuvaamaan demografisten tekijöiden – iän, sukupuolen, etnisyyden, koulutuksen, asuinpaikan – vaikutusta jonkun tietyn ihmisryhmän mielipiteisiin, uskomuksiin, arvoihin ja käyttäytymiseen. Tyypillisimmillään tällaista tutkimusta käytetään juuri silloin, kun kartoitetaan miten suosittu jokin ohjelma on ja kuka ohjelmia katsoo. Analyttisen aineiston avulla taas pyritään selvittämään, miksi ihmiset käyttäytyvät kuten käyttäytyvät. Menetelmään yhdistetään usein myös havainnollista aineistoa ja rakennetaan hypoteeseja (Berger 2000 s. 188)

Tutkielmaoppaan (Hirsmäki ym. 2002 s.214) mukaan eritoten laadullisen tutkimuksen luotettavuus kohenee, jos tutkija selostaa tarkasti tutkimuksen tekoa ja toteuttamista. Omasta mielestäni rehellisyys ja läpinäkyvyys parantavat yhtä lailla myös kvantitatiivista tutkimusta. Varsinkin minun tapauksessa, kun aihe on tekijälle niin läheinen.

4.3 Kyselylomakkeen laatiminen

Tein kyselylomakkeen syksyllä 2006. Halusin, että lomakkeen avulla saan käsityksen Uutismixin tunnettuudesta, eli onko ohjelma yläasteikäisille ylipäättään tuttu. Toiseksi halusin tietää pitävätkö yläkoululaiset ohjelmaa tarpeellisena ja mitä mieltä he ohjelmasta ovat. Kolmanneksi halusin, että saan lomakkeen avulla käsityksen siitä, miten paljon yläasteikäiset ylipäättään seuraavat uutisia, mistä he niitä katsovat ja mitä mieltä he niin sanotuista tavallisista uutisista ovat. Taustatietoina päätin kysyä vastaajan sukupuolen, luokan ja viimeisen todistuksen keskiarvon.

Kyselylomakkeen tekemisessä tuli kiire. Ehdin kuitenkin pyytää lomakkeesta arvion Yleisradion tutkijalta Juha Kytömäeltä. Hän on tehnyt väitöskirjansa lasten ja perheiden televisionkatselutottumuksista, olenkin viitannut hänen tutkimukseensa työssäni aiemmin. Kytömäki ehdotti kyselylomakkeen viimeiseksi kysymykseksi kuvittelutehtävää, jossa nuoret saisivat arvioida, mitä ohjelmia he olettavat katsovansa kymmenen vuoden kuluttua. Ajatus oli mielestäni hyvä, uskoin vastauksien kertovan jotain siitä, millaisia ohjelmia nuoret arvostavat, mitkä ovat heidän mielestään aikuisten ohjelmia ja mitä televisiosta heidän mielestään pitäisi katsoa.

Toiseksi kyselylomakkeen opponentiksi sain tiedotusopinlaitoksen professorin Taisto Hujasen. Hän avusti minua laittamaan lomakkeen teknisesti helppoon ja yhdenmukaiseen muotoon. Laitoin vaihtoehdot toisiinsa verrattaviksi ja tarkensin termistöä. Ja mikä tärkeintä, sain häneltä hyväksynnän, että lomakkeen avulla voisin kerätä gradukelpoisen aineiston. Lomakkeesta tuli kaksisivuinen ja siinä oli yhteensä 21 kysymystä. Valtaosa kysymyksistä oli monivalintaisia, mutta joukossa oli myös avoimia kysymyksiä. Halusin välttää turhia avoimia kysymyksiä, sillä avoimista kysymyksistä saatavien vastausten kirjo on yleensä laaja ja luotettavuudeltaan kyseenalainen (Hirsjärvi ym. 2002 s.185). Minusta nuorten vastaajien kohdalla nämä tekijät vain korostuivat. Kun vielä tiesin, että lomake täytettäisiin koulussa, halusin, että se oli vastaajalle mahdollisimman selkeä ja nopeasti vastattavissa.

Lisäsin kysymyksiä Uutismixin ulkopuolelta sen vuoksi, etten uskonut ohjelman tunnettuuteen. Vaikka Uutismixiä koskeviin kysymyksiin en saisi tuhtia vastausmäärää, minulla olisi ainakin tavallisia uutisia ja televisionkatsomista koskevat vastauksia eli joka tapauksessa tarpeeksi sisältöä tutkielmaani. Lomaketta tehdessä ajattelin, että kvantitatiivinen osuus tutkielmassani olisi suurempi kuin se nyt lopulta on.

Halusin koota reilun kokoisen aineiston, ettei sen kokoa tarvitsisi selitellä tai harmitella. Lisäksi koululuokista vastauksia saa kohtuullisella vaivalla paljon. Vaatimukseni oli myös, että vastauksia tulisi eri puolilta Suomea. Uskon, että pääkaupunkiseudulla suhtautuminen mediaan ja sen käyttökin on erilaista kuin muualla Suomessa. Helsingin liepeillä media on eri tavalla läsnä,

toimittajia ja kuvaajia saattaa vierailta koulussa, media on täynnä tuttuja paikkoja, kadulla tulee vastaan mediasta tuttuja ihmisiä jne.

Ajattelin, että aineiston kokoaminen olisi helppoa. Veisin lomakkeita yläasteille työkeikkojen yhteydessä ja pyytäisin heitä täyttämään ne. Käytännössä kokoaminen oli hankalampaa. Työkeikat olivat usein niin kiireisiä, etten ehtinyt edes ajatella graduaineistoani. Lopulta sain muutaman pääkaupunkiseudun ulkopuolelle suuntautuneen työkeikan yhteydessä teetettyä kyselyn, Vieremällä Kajaanin lähellä ja Ilmajoella Etelä-Pohjanmaalla. Näiden kahden keikan jälkeen selasin lähinnä avoimien kysymyksien vastauksia pintapuolisesti. Yritin arvioida, pitäisikö lomaketta muuttaa jotenkin.

Jo pinnallisella vilkaisulla täytettyihin lomakkeisiin huomasin, että läheskään kaikki kyselyyn vastanneista ei tosiaan tuntenut ohjelmaamme. Tämä niukensi kyselyn antia ja oli ehdottomasti minulle pettymys, vaikkeikaan yllätys. Toinenkin ennakkopelkoni toteutui; avointen kysymysten vastaukset olivat todella lyhytsanaisia. Kumpaankaan asiaan en keksinyt ratkaisua. Avoimia kysymyksiä olin jo lomaketta laatiessa vältellyt ja Uutismixin tunnettuutta en voinut muuttaa. Lisäksi huomasin lomakkeessa yhden puutteen: kysyin kyllä Uutismixin juttujen ymmärrettävyyttä ja sitä kuinka usein nuoret katsovat tavallisia uutisia, mutta en kysynyt suoraan, ovatko tavalliset uutiset nuorten mielestä vaikeasti ymmärrettäviä. Lisäsin siis yhden monivalintakysymyksen kaavakkeeseen: Ovatko tavalliset uutiset mielestäsi vaikeaselkoisia? Ei koskaan, joskus, usein. Molemmat kyselykaavakkeen versiot ovat työni liitteenä (Liitteet 6-7).

Tämän jälkeen teetin kyselyn vielä kahdessa koulussa Espoossa ja Helsingissä. Välitin Espoon koulun opettajille lisäksi viestin, jossa toivoin heidän katsovan Uutismixin ennen vastaamista. Ajattelin, että sen minkä Uutismixin tunnettavuuden mittauksessa menettää, sen sisällön arvioinnissa voittaa. Aion huomioida tämän kun teen johtopäätöksiä ohjelman katsomisesta.

Toinen opettajista kommentoi minulle sähköpostitse, että kyselyn anti olisi ollut hedelmällisempi, mikäli heillä olisi ollut aikaa katsoa useampia ohjelmia ja keskustella asiasta laajemmin. Hänestä yhden katsomiskokemuksen perusteella oppilaat olivat vielä aika huonoja

arvioimaan ohjelmaa. Hän kertoi oppilaiden kuitenkin innostuneen ohjelmasta kovasti ja toivoneen, että he katsoisivat ohjelmaa jatkossakin koulussa.

Kun pääsin syöttämään aineistoa tilasto-ohjelmaan SPSS:ään, huomasin aineiston keruussani yhden lipsahduksen. Olin lisännyt väärään versioon kysymyksen tavallisten uutisten vaikeudesta. Olin siis lähettänyt kahteen jälkimmäiseen kouluun väärän version kysymyslomakkeesta. Aluksi olin tyrmistynyt. Mutta tartuttuani toimeen, huomasin ettei virhe ollut kohtalokas. Selvästi yli puolet vastauksista oli samoja, suurin ero oli siinä, miten kysymykset mediankäytöstä oli aseteltu. Molempien lomakkeiden aineistot ovat lopulta mukana tutkimuksessa, mutta tämä selittää, miksi joissakin taulukoissa puuttuvien vastauksien määrä on suuri. En teettänyt kyselyä uudelleen, sillä ajattelin tämän olevan osa pro gradu-työn oppimisprosessia. Minulla oli virheestä huolimatta kädessä kohtalainen määrä vastauksia. Työssähän on tarkoitus harjoitella tutkimuksen tekoa, ja harjoitellessahan virheet ovat sallittuja. Tärkeintä on, että tunnustan virheet ja kirjoitan ne näkyviksi.

4.4 Aineiston keruu

Kysely on tehty kevät- ja syyslukukaudella 2007. Aikaväli on pitkäkö ja seikka aiheuttikin joitakin mainitsemisen arvoisia havaintoja. Esimerkiksi televisiossa pyöri eri ohjelmisto kevään ja syksyn aikana, jonka vuoksi suosikkisarjojen kirjo oli nyt runsaampi kuin se oli ollut lyhyempänä ajanjaksona. Kyselyyn vastattiin koulussa oppitunnin yhteydessä, vastausaikaa oli kymmenisen minuuttia, se riitti hyvin. Olin itse teettämässä kyselyn Ilmajoella ja Vieremällä, kahdessa muussa koulussa kyselyn teetti äidinkielen opettajat. Uutismixin lähetyksessä tapahtui myös muutoksia syksyllä kevääseen verrattuna. Kun se vielä keväällä nähtiin Ykkösellä, Kakkosella ja Teemalla, syksyllä kanavien kirjo supistui pelkästään Teemaan. Tämä on televisio-ohjelman elämää.

Otoksessani oli 259 (=N) yläkouluikäistä vastaajaa neljästä eri koulusta ympäri Suomea – Pohjanmaalta (55), Kainuusta (46), Helsingistä (53) ja Espoosta (105). Espoosta on vastauksia eniten sattumalta, siellä opettaja oli innostunut teettämään kyselyn useammalla luokallaan. Tämä

ei ole mielestäni ongelma. Tärkeintä tutkimukseni kannalta oli saada mahdollisimman paljon vastauksia, ei niinkään tehdä eroja koulujen välillä, vaikka erojakin lopulta löytyi. Tyttöjä otoksessa oli 149 ja poikia 110. Eri luokka-asteille vastaajat jakaantuivat niin, että seitsemäsluokkalaisia oli vähiten 76, kahdeksaluokkalaisia 89 ja yhdeksäsluokkalaisia 94.

4.5 Kyselyn puutteet ja vahvuudet

Listaan seuraavassa muutaman huomion lomakkeen puutteista ja vahvuuksista. Lomakkeesta näkyy, ettei tutkielmani näkökulma ollut vielä täysin selvillä sitä laatiessa. Suurin tästä aiheutunut seuraus oli, että päätin käyttää lomakkeesta vain niitä osia, jotka antoivat mielestäni merkityksellisiä vastauksia. Tämä tarkoittaa sitä, että testasin esimerkiksi taustatekijöinä kysymiäni keski-arvon ja luokan vaikutuksia mielipiteeseen Uutismixistä. Kun huomasin, etteivät ne johtaneet merkittäviin havaintoihin, en niitä myöskään ottanut mukaan tuloksiin. Samoin kävi joillekin avoimille kysymyksille, joihin vastattiin vain harvoissa papereissa. Vaikka suljinkin osan kysymyksistä tutkielmasta pois, sain mielestäni aivan riittävästi mielenkiintoisia tuloksia kyselystä.

Lomakkeen näkökulman kirkastamisen lisäksi, sen olisi voinut ryhmitellä vielä paremmin. Ensiksi olisi pitänyt olla taustakysymykset, mediankäyttöä koskevat kysymykset ja vasta viimeiseksi kysymykset Uutismixistä. Näin siksi, että yli puolet ei ollut koskaan katsonut ohjelmaa. Tämä järjestys olisi helpottanut vastausten käsittelyä, mutta toisaalta myös vastaajia. Osa vastaajista oli ärsyyntynyt siitä, että Uutismixistä kysyttiin ja kysyttiin, vaikka he olivat jo kertoneet etteivät tunne ohjelmaa. Lomakkeeseen olisikin Uutismixin katsomista kuvaavan kysymyksen jälkeen pitänyt lisätä, että jos et ole katsonut ohjelmaa, voit siirtyä kohtaan x. Lomakkeen ensimmäisen sivun loppuun olisi voinut myös laittaa muistutuksen toisesta sivusta, koska muutama vastaaja oli unohtanut vastata kokonaan lomakkeen toisen puolen kysymyksiin.

Sen lisäksi, että kysyin ovatko vastaajat katsoneet Uutismixiä, olisin voinut kysyä, tietävätkö he ohjelmaa tai ovatko kuulleet siitä. Nyt päätin hylätä kaikkien niiden Uutismixiä koskevat vastaukset, jotka ilmoittivat, etteivät ole ohjelmaa koskaan katsoneet. Ajattelin vastausten olevan

tekaistuja, koska heillä ei ollut ohjelmasta kokemusta. Toisaalta heillä olisi voinut olla joku käsitys ohjelmasta, jos vaikka kaveri tai opettaja olisi siitä puhunut. Tällöin vastaukset olisivat voineet olla relevantteja ilman omaa katsomiskokemusta. Mielestäni päätökseni oli kuitenkin selkeä ja perusteltu.

Koska halusin luoda yleisen käsityksen nuorten mediaan käytetystä ajasta, minun olisi ehdottomasti pitänyt kysyä netin käytöstä tarkemmin. Miten paljon nuoret viettävät aikaansa netissä ja mitä siellä tekevät. Tämä on selkeä puute, joka näin jälkikäteen tuntuu käsittämättömältä. Miten saatoin unohtaa moisen kysymyksen, koska tiedän hyvin, miten paljon netti nuorten mediankäytössä korostuu. Ei pidä kuitenkaan unohtaa sitä, että tarkoitukseni on kartoittaa nimenomaan television merkitystä nuorten elämässä. Toisaalta internet on se, joka television asemaa nyt horjuttaa. Lomakkeen toisessa versioissa kysytään onneksi mitä muita medioita television lisäksi käytetään ja miten usein. Näissä vastauksissa netti näkyy, se antaa käsityksen siitä miten usein siellä käydään, ei siitä mitä netissä tehdään tai miten paljon aikaa siellä vietetään.

Toisaalta kyselyyn oli vastattu tunnollisesti, enkä joutunut hylkäämään kuin yhden lomakkeen. Tässä mielessä voin arvioida sen olleen selkeä ja motivoiva. Sain selville mielenkiintoisia koskien Uutismixin tunnettuutta, television katsomista, suosikkiohjelmia ja nuorten uutisten tarpeellisuutta.

4.6 Kyselyn tuloksia – miten paljon ja mitä televisiosta katsotaan

Yleisesti voisi luonnehtia, että kyselyni perusteella yläkoululaiset katsovat televisiota samaan tapaan kuten opinnäytetyössäni aiemmissa luvuissa on esitetty eli tulokseni tukevat aiempia tuloksia. Kysymykseni oli muotoiltu kahdella eri tavalla – avoimena kysymyksenä kuinka paljon katsot televisiota päivässä ja toisessa versiossa kysymyslomakkeessa annettiin neljä eri vaihtoehtoa a) tunnin b) 2 tuntia c) kolme tuntia d) yli kolme tuntia. En ole kuitenkaan tuloksia tarkastellessa tehnyt eroa sen perusteella miten asiaa kysyttiin, mielestäni sillä ei ollut merkitystä tulosten kannalta.

TAULUKKO 4. Kuinka paljon katsot televisiota päivässä?

		Frekvenssi	Prosentti	Prosentti vastanneista
Vastauksia	Tunnin	54	20,8	21,7
	Kaksi tuntia	99	38,2	39,8
	Kolme tuntia	49	18,9	19,7
	Yli kolme tuntia	47	18,1	18,9
	Yhteensä	249	96,1	100,0
Puuttuvat		10	3,9	
Yhteensä		259	100,0	

Yleisimmin televisiota katsottiin kaksi tuntia päivässä, näin teki 38 prosenttia vastanneista (Taulukko 4). Mielenkiintoista on se, että kolme tuntia ja yli kolme tuntia televisiota katsovia oli yhtä paljon reilu 18 prosenttia. Nuoret näyttävätkin jakautuvan television katselun suhteen suunnilleen yhtä suuriin, mutta toisistaan poikkeaviin ryhmiin; toiset eivät katso televisiota juuri lainkaan, toiset käyttävät lähes kaiken vapaa-aikansa sen äärellä. Huomattavaa on, että viidennes vastaajista vietti television äärellä vain tunnin. Television määrän katsomista kysyttäessä olisi ollut voinut antaa vaihtoehdon myös heille, jotka katsovat televisiota alle tunnin tai eivät ollenkaan. Lisäksi vastauksista voi päätellä sen, että tyttöjen ja poikien television katselussa on huomattavia eroja. Tytöt katsovat televisiota selvästi poikia enemmän; yli kolme tuntia televisiota päivässä katselevista tyttöjä oli 34 ja poikia 13 (Taulukko 5).

TAULUKKO 5. Kuinka paljon katsot televisiota päivässä? Tytöt ja pojat.

		Sukupuoli		Yhteensä
		Tytöt	Pojat	
Kuinka paljon katsot televisiota päivässä?	Tunnin	34	20	54
	kaksi tuntia	56	43	99
	kolme tuntia	23	26	49
	Yli kolme tuntia	34	13	47
Yhteensä		147	102	249

Finnanelin tutkimukset nuorten television katselusta tukevat minun tuloksiani. Finnanelin mukaan helmikuussa 2008 10–24-vuotiaat katsoivat televisiota keskimäärin 109 minuuttia

päivässä, mikä oli kuusi minuuttia enemmän kuin vuotta aiemmin (Finnpanel, 1.4.2008). Finnpanelin tutkimus osoittaa myös sen, että tyttöjen ja poikien television katselun määrässä on huomattava ero, tyttöjen televisiominuutteja kertyy 117, kun taas poikien 92 päivässä. Poikien aikaa kuluu selvästi enemmän tietokoneen ja pelien äärellä.

Mielenkiintoista on se, että television katselussa näkyi myös selviä alueellisia eroja (Taulukko 6). Pääkaupunkiseudulla yläkoululaiset katsoivat selvästi vähemmän televisiota kuin ikätoverit maalaiskunnissa Ilmajoella ja Vieremällä. Yli kolme tuntia televisiota katsoi Vieremällä 38 ja Ilmajoellakin 28 prosenttia vastanneista, kun vastaavat luvut pääkaupunkiseudulla olivat Alppilassa 14 ja Espoossa 8. Tämän uskon johtuvan siitä, että pääkaupunkiseudulla televisiolla on yksinkertaisesti enemmän vaihtoehtoja kuin maalla. Myös laajakaistayhteydet ovat levinneet nopeammin suurissa kaupungeissa kuin haja-asutusalueilla.

TAULUKKO 6. Television katsominen eri kouluissa

Kuinka paljon katsot televisiota päivässä?			Koulu			
			Alppilan yläaste	Vieremän yläaste	Ilkan koulu	Espoon yläaste
	Tunnin		16	4	8	26
		Koulu	32,0%	8,9%	15,4%	25,5%
	Kaksi tuntia	Lkm	16	15	21	47
		Koulu	32,0%	33,3%	40,4%	46,1%
	Kolme tuntia	Lkm	11	9	8	21
		Koulu	22,0%	20,0%	15,4%	20,6%
	Yli kolme tuntia	Lkm	7	17	15	8
		Koulu	14,0%	37,8%	28,8%	7,8%
Yhteensä		Lkm	50	45	52	102

Mitä televisiosta sitten näiden vajaan kahden tunnin aikana katsotaan? Kysymys yläkoululaisten suosikkiohjelmasta sai yhteensä 49 erilaista vastausta. Kuten jo edellä mainitsin, yksi syy näin laajaan kirjoon on se, että kyselyä tehtiin kahden eri ohjelmistokauden aikana. Taulukossa 7 on 15 eniten ääniä saanutta suosikkiohjelmasta. Selvä ohjelmasuosikki kyselyni mukaan on Pako. Se oli kaikkiaan 26 prosentin ehdotus lempiohjelmaksi. Toiseksi tuli Simpsonit ja kolmanneksi Serrannon perhe, neljänneksi Salatut elämät. Nämä neljä sarjaa erottuivat selvästi omaan

luokkaansa. Tosi-tv-sarjoja on sijoilla 12 ja 13. Jos vastaava kysely tehtäisiin nyt, listan kärjessä lienis Tanssii tähtien kanssa ja syksyllä sinne ilmestyisi Idols. Molemmat ovat viime vuosien superhittejä ja tosi-tv:tä parhaimmillaan.

TAULUKKO 7. Mikä on lempiohjelmasi? Top 15.

		Frekvenssi	Prosentti	Prosentti vastanneista
1.	Pako	57	22,0	25,9
2.	Simpsonit	23	8,9	10,5
3.	Serrannon perhe	23	8,9	10,5
4.	Salatut elämät	20	7,7	9,1
5.	Täydelliset naiset	9	3,5	4,1
6.	Lost	9	3,5	4,1
7.	O.C.	8	3,1	3,6
8.	24	6	2,3	2,7
9.	Oz	5	1,9	2,3
10.	Las Vegas	4	1,5	1,8
11.	Frendit	4	1,5	1,8
12.	Huippumalli haussa	4	1,5	1,8
13.	Big Brother	3	1,2	1,4
14.	CSI	3	1,2	1,4
15.	Supernatural	3	1,2	1,4

Taulukko tuokin mielen Steven Johnsonin ajatuksia. Pako ja Simpsonit ovat molemmat television laatusarjoja. Simpsonit vielä Johnsonin itsensäkin analysoima niin sanottu älykkösarja. Serrannon perheellä taas oli erittäin otollinen paikka koululaisten kesäloman aikaan aamupäivässä, sen suosio yllätti Ylen. Toisaalta sitäkin on keuhuttu omassa lajissaan rohkeaksi. Teinejä sarjassa veti varmasti puoleensa mutkaton seksin käsittely. Viihteen lisäksi televisiosta katsottiin myös asiaohjelmia. 40 prosenttia vastanneista ilmoitti katsovansa asiaohjelmia. Tässä kohdassa ei kuitenkaan kysytty miten usein tai mikä asiaohjelmista olisi heidän suosikki. Käsittelen kuitenkin vastauksia asiaohjelmista laajemmin avoimien kysymysten kohdalla.

4.6.1 Uutisia katsotaan yllättävän ahkerasti

Tavallisten uutisten katsomista kartoitettiin kahden erilaisen version avulla – kuinka usein katsot tavallisia uutisia ja mitä muita uutisia televisiosta katsot. Lomakkeen kaksi eri versiota selittää

myös sen, miksi puuttuvien osuus vastanneista on näiden kysymysten kohdalla suuri. Vastanneista 25 prosenttia ilmoitti katsovansa uutisia päivittäin (Taulukko 8). Mielestäni se on yllättävän suuri luku. Puolet kertoivat katsovansa uutiset muutaman kerran viikossa. Kahdeksan prosenttia ei katsonut uutisia ollenkaan.

TAULUKKO 8. Kuinka usein katsot tavallisia uutisia?

		Frekvenssi	Prosentti	Prosentti vastanneista
	Päivittäin	39	15,1	25,0
	Muutaman kerran viikossa	80	30,9	51,3
	Viikoittain	8	3,1	5,1
	Muutaman kerran kuussa	16	6,2	10,3
	Harvemmin tai ei ollenkaan	13	5,0	8,3
	Yhteensä	156	60,2	100,0
	Puuttuvat	103	39,8	
	Yhteensä	259	100,0	

Kun kysyttiin, mitä muita uutisia televisiosta katsot, selvästi eniten mainintoja sai MTV3:n uutiset. Peräti 56 prosenttia vastanneista kertoi katsovansa niitä (Taulukko 9). Viidennes vastaajista ei tarkenna uutisia millekään kanavalle, vaan ilmoittaa katsovansa ”tavallisia uutisia”. Ylen uutisia katsoo reilut viisi prosenttia vastanneista. Maikkari on siis selvästi Yleisradiota suosituimpi uutiskanava nuorten kesken.

TAULUKKO 9. Mitä muita uutisia televisiosta katsot?

	Frekvenssi	Prosentti	Prosentti vastanneista
MTV3	40	15,4	55,6
Yle	4	1,5	5,6
Ei mitään	7	2,7	9,7
Tavalliset uutiset	15	5,8	20,8
MTV3 ja Nelonen	2	,8	2,8
MTV3, Nelonen, Yle	1	,4	1,4
MTV3 ja viihdeuutiset	1	,4	1,4
Kulttuuriuutiset	1	,4	1,4
Alueuutiset	1	,4	1,4
Yhteensä	72	27,8	100,0
Puuttuvat	187	72,2	
Yhteensä	259	100,0	

Kyselylomakkeessa jäi liian vähälle huomiolle se, miten nuorten median äärellä käyttämä aika jakautuu. Radiosta ja netistä ei suoraa kysytty mitään. Sanomalehtien lukemisesta kuitenkin kysyttiin toisessa lomakkeen versiossa. Vastanneista päivittäin sanomalehtiä luki 22 prosenttia. Muutaman kerran viikossa 3 prosenttia ja tätä harvemmin yhteensä 30 prosenttia. Tämän perusteella tv-uutisten suosio päihittää sanomalehden. 8 prosenttia ilmoitti, ettei koskaan katso tv-uutisia, vastaava prosentti sanomalehdessä on 14.

Annikka Suonisen (1999) tutkimuksesta ilmenee, että uutis- ja ajankohtaismedioiden seuraaminen on selvästi yhteydessä vastaajien ikään. Televisioututisia ilmoitti seuraavansa usein vain vajaa kolmannes 13–15-vuotiaista, mutta yli puolet 17–19-vuotiaista. Tämän perusteella uutisten katsominen 13–15-vuotiaiden kesken onkin selvästi lisääntynyt.

Meijerin tutkimuksessa Hollannissa nuoret katsoivat selvästi vähemmän yleisradiokanavan uutisia verrattuun muihin ikäryhmiin. Suomessa tilanne näyttää olevan samankaltainen. Hollannissa nuorten kiinnostus myös kaupallisten kanavien uutisiin oli vähäisempää kuin muissa ikäryhmissä (Meijer, 2006).

Tulosten perusteella sanomalehtien lukeminen on vähentynyt selvästi. Suonisen (1999) tutkimukseen osallistuneista nuorista puolet luki sanomalehtiä päivittäin ja kaksi kolmesta luki niitä neljänä päivänä viikossa. Kuten taulukosta 10 näkyy, nyt sanomalehtiä luetaan selvästi vähemmän.

TAULUKKO 10. Luetko sanomalehteä?

		Frekvenssi	Prosentti	Prosentti vastanneista
	Päivittäin	34	13,1	21,9
	Muutaman kerran viikossa	56	21,6	36,1
	Viikoittain	19	7,3	12,3
	Muutaman kerran kuussa	25	9,7	16,1
	Harvemmin tai en ollenkaan	21	8,1	13,5
	Yhteensä	155	59,8	100,0
	Puuttuvat	104	40,2	
	Yhteensä	259	100,0	

Yhden kysymyksen vastauksissa tulee esiin netin tärkeys - mistä haet tietoa uutisesta (Taulukko 11). Netti nousi tässä ylivoimaisesti yksittäiseksi suosikiksi. 36 prosenttia vastaajista ilmoitti hakevansa tietoa uutisesta netistä, viidennes kertoi hakevansa sitä monesta eri välineestä; netistä, televisiosta ja sanomalehdestä. Sanomalehden edelle tiedonhaussa kurvasi televisio. Radio ei vastauksissa esiintynyt. Sen sijaan moni vastaaja toi itse esille sen, että he kyselevät kavereilta ja vanhemmilta lisätietoja ajankohtaisesta tapahtumasta.

TAULUKKO 11. Mistä haet tietoa uutisesta?

		Frekvenssi	Prosentti	Prosentti vastanneista
	Netistä	92	35,5	36,1
	Kaikista kolmesta	53	20,5	20,8
	Televisiosta	27	10,4	10,6
	Televisiosta ja lehdestä	27	10,4	10,6
	Televisiosta ja netistä	22	8,5	8,6
	Lehdestä	17	6,6	6,7
	Lehdestä ja netistä	11	4,2	4,3
	Muualta	6	2,3	2,4
	Yhteensä	255	98,5	100,0
Puuttuvat		4	1,5	
Yhteensä		259	100,0	

4.6.2 Uutismixiä ei katsota, eikä nuorten uutisia kaivata

Mielestäni kyselyni yksi olennaisimmista tuloksista selviää taulukosta 12. Kaikista vastanneista 62 prosenttia ilmoitti, ettei ole katsonut Uutismixiä koskaan. Ilman kyselyä prosentti olisi ollut vieläkin korkeampi. Kuten on tullut jo ilmi, ainakin Espoossa osa oppilaista katsoi Uutismixin opettajansa pyynnöstä ennen vastaamista kyselyyni. Samoin Vieremällä yksi luokka näki ohjelman ennen vastaamistaan. Kun ohjelmaa ei katsota – sitä ei joko tunneta tai sitä ei pidetä katsomisen arvoisena.

TAULUKKO 12. Kuinka usein olet katsonut Uutismixiä?

		Frekvenssi	Prosentti	Prosentti Vastanneista
	En koskaan	160	61,8	66,1
	1-3 kertaa	62	23,9	25,6
	3-5 kertaa	9	3,5	3,7
	Yli 5 kertaa	10	3,9	4,1
	Yhteensä	242	93,4	100,0
Puuttuvat		17	6,6	
Yhteensä		259	100,0	

Ei pidä kuitenkaan unohtaa, että 40 prosenttia vastanneista oli nähnyt Uutismixin, eikä se ole aivan surkea osuus, heidän arviot ohjelmasta ovat tutkimukseni kannalta arvokkaita. Opettajan pyyntö katsoa ohjelma ennen vastausta, näkyy mielestäni siinä, että valtaosa ohjelman nähneistä oli katsonut sen 1-3 kertaa 24 prosenttia, yli kolme kertaa katsoneita oli yhteensä vain vajaat 8 prosenttia, yli viisi kertaa katsoneita 4 prosenttia. Analysointivaiheessa mieleeni tulikin, että olisi ollut paikallaan kysyä erikseen, oletko katsonut ohjelman kerran. Yli kolme tai yli viisi kertaa ohjelman katsoneisiin ei kyselylläni ole ollut vaikutusta ja ne luvut kertovatkin parhaiten ohjelman katselusta. Luvut kertovat laihasta suosioista.

Tulokset kertovat myös sen, ettei koulu ole yleisin ympäristö Uutismixin katsomiselle. 56 prosenttia oli katsonut ohjelman kotona, koulussa 34 prosenttia, netissä 17 prosenttia. Tässä kysymyksenasettelussa ongelmana oli se, että toki nettiäkin katsotaan jossain tietyssä paikassa, esimerkiksi kotona tai koulussa.

Tärkeä ja mielestäni yllättävä tulos näkyy myös taulukossa 13. Kun yläkoululaisilta kysyttiin pitäisikö heille tehdä omia uutisia, kaikista vastanneista 59 prosenttia oli sitä mieltä, ettei tarvitse tehdä. Se on selvä enemmistö.

TAULUKKO 13. Pitäisikö nuorille tehdä omia uutisia?

		Frekvenssi	Prosentti	Prosentti vastanneista
Vastauksia	Ei	138	53,3	58,7
	Kyllä	97	37,5	41,3
	Yhteensä	235	90,7	100,0
Puuttuvat		24	9,3	
Yhteensä		259	100,0	

Kun sitten erotellaan ne jotka ovat nähneet Uutismixin, tilanne muuttuu (Taulukko 14). Uutismixin nähneistä 55 prosenttia on sitä mieltä, että nuorten uutiset ovat tarpeelliset. Ja toisin päin, niistä jotka eivät olleet nähneet Mixiä 67 prosenttia piti nuorten uutisia tarpeettomina. Tämä kertonee siitä, etteivät nuoret tiedä millaiset nuorten uutiset voisivat olla, eivät osaa kaivata niitä.

TAULUKKO 14. Uutismixin nähneet pitävät nuorten uutisia tarpeellisena

		Oletko nähnyt Uutismixiä		Yhteensä
		En koskaan	Olen nähnyt	
Pitäisikö nuorille tehdä omia uutisia?	Ei	95	35	130
		Oletko nähnyt Uutismixiä 66,9%	45,5%	59,4%
	Kyllä	47	42	89
		Oletko nähnyt Uutismixiä 33,1%	54,5%	40,6%
Yhteensä		142	77	219
		Oletko nähnyt Uutismixiä 100,0%	100,0%	100,0%

Kysyttäessä ovatko tavalliset uutiset vaikeaselkoisia (Taulukko 15) vastanneista 56 prosenttia piti niitä vaikeina joskus tai usein. Luku on melko suuri, mutta uskon, ettei vastaava luku aikuisilta kysyttäessä olisi varmasti juuri pienempi. Tarvetta asioiden taustoittamiseen siis on.

TAULUKKO 15. Ovatko tavalliset uutiset vaikeaselkoisia?

		Frekvenssi	Prosentti	Prosentti vastanneista
Vastauksia	Ei koskaan	69	26,6	44,2
	Joskus	84	32,4	53,8
	Usein	3	1,2	1,9
	Yhteensä	156	60,2	100,0
Puuttuvat		103	39,8	
Yhteensä		259	100,0	

4.6.3 Uutismixi tarkastelussa

Uutismixiä koskevissa kysymyksissä tein päätöksen jättää huomioimatta niiden vastaukset, jotka eivät olleet koskaan nähneet ohjelmaa. Sillä en halunnut pohjata tuloksia mielikuviin. Halusin nimenomaan tietää, mitä mieltä ohjelmasta ovat he, jotka ovat ohjelman myös nähneet. Tämän vuoksi puuttuvien vastauksien lukumäärä näissä kohdissa on suuri.

Utismixin aihevalinnat eivät saaneet kohderyhmän täyttä luottamusta, tulokset ovat hämmentäviä (Taulukko 16). 58 prosenttia on sitä mieltä, että ohjelmassa käsitellään joskus kiinnostavia aiheita, 14 prosenttia on sitä mieltä, että usein käsitellään kiinnostavia aiheita, mutta 28 prosenttia on sitä mieltä, ettei ohjelmassa koskaan käsitellä kiinnostavia aiheita. Luulen, että 28 prosentin joukossa on monia, jotka ovat nähneet lähetyksen vain kerran eikä siinä sattunut olemaan mitään vastaajaa kiinnostavaa.

TAULUKKO 16. Käsitteleekö Utismixi kiinnostavia aiheita?

		Frekvenssi	Prosentti	Prosentti vastanneista
	Ei koskaan	29	11,2	28,4
	Joskus	59	22,8	57,8
	Usein	14	5,4	13,7
	Yhteensä	102	39,4	100,0
Puuttuvat		157	60,6	
Yhteensä		259	100,0	

Utismixin nähneistä 19 prosenttia oli sitä mieltä, että ohjelma on auttanut heitä ymmärtämään uutisia, joita he eivät olisi muuten ymmärtäneet (Taulukko 17). 80 prosenttia oli kuitenkin sitä mieltä, että ohjelmasta ei ole ollut apua ymmärtämisessä. Tässä mielessä Utismixi on epäonnistunut tavoitteessaan selkeyttää tavallisten uutisten käsittelemiä asioita.

TAULUKKO 17. Onko Utismixi auttanut ymmärtämään uutisia?

		Frekvenssi	Prosentti	Prosentti vastanneista
	Ei koskaan	83	32,0	80,6
	Joskus	17	6,6	16,5
	Usein	3	1,2	2,9
	Yhteensä	103	39,8	100,0
Puuttuvat		156	60,2	
Yhteensä		259	100,0	

16 prosenttia Utismixin nähneistä oli sitä mieltä, että ohjelma on lisännyt heidän kiinnostustaan tavallisiin uutisiin (Taulukko 18). Tämäkään ei ole hyvä tulos.

TAULUKKO 18. Onko Uutismixi lisännyt kiinnostustasi tavallisiin uutisiin?

		Frekvenssi	Prosentti	Prosentti vastanneista
	Ei	86	33,2	84,3
	Kyllä	16	6,2	15,7
	Yhteensä	102	39,4	100,0
Puuttuvat		157	60,6	
Yhteensä		259	100,0	

4.7 Avoimet kysymykset

Seuraavaksi käsittelen niiden avoimien kysymyksien vastauksia, jotka antoivat mielestäni mielenkiintoisia tuloksia. Analysoin niitä laadullisin menetelmin käsittelemällä ne lomake lomakkeelta. Koska vastausprosentti avointen kysymysten osalta oli matala – alle puolet, tarkastelussani tulevat esiin kaikki saamani vastaukset. Kuten jo aiemmin totesin, yritin pitää avointen kysymysten määrän vähäisenä, koska vastausten saaminen niihin on epävarmaa. En tehnyt vastausten sisällöistä tarkkoja laskelmia, koska monet vastauksista olivat yksittäisiä.

Avoimia kysymyksiä oli lomakkeessa seitsemän. Näistä neljä koski ohjelmia, joita vastaajat katsovat televisiosta: ohjelmat joita katsoo, suosikkiohjelmat, ajankohtaisohjelmat joita katsoo sekä perustelut siihen miksi katsoo juuri näitä ajankohtaisohjelmia. Lisäksi kysyttiin auttaako Uutismixi ymmärtämään vaikeita uutisia ja esimerkkiä siitä. Myös nuorten uutisten tarpeellisuuden perusteista kysyttiin ja siitä, mitä vastaaja uskoo katsovansa televisiosta kymmenen vuoden kuluttua.

Käyn seuraavaksi läpi kolmen avoimen kysymyksen vastaukset: Katsotko ajankohtaisohjelmia tai keskusteluohjelmia? Mainitse joku tai joitakin. Miksi nuorille pitäisi tehdä omia uutisia? Mitä ohjelmia kuvittelet katsovasi televisiosta kymmenen vuoden kuluttua?

4.7.1 Ajankohtaisohjelmat

Lomakkeessa kysyttiin, Katsotko ajankohtaisohjelmia tai keskusteluohjelmia? Mainitse joku tai joitakin. Jo kvantitatiivisessa osiossa selvisi, että yli puolet vastaajista ei katso ajankohtaisohjelmia. Vastauksista näkyi myös se, että joskus ohjelmia katsotaan pakon edessä, koska joku muu perheenjäsen (äiti, isä tai mummo) käyttää kaukosäädintä. Muutama vastaaja ilmoitti katsovansa ajankohtaisohjelmia, mutta ei muistanut tai tiennyt ohjelmien nimiä.

Ajankohtaisohjelmien suosikiksi nousivat yleisesti suositut ajankohtaisohjelmat. Amerikkalaisista keskusteluohjelmista suosituimpia olivat Oprah Show, Late Night with Conan O'Brian ja Dr Phil. Kotimaiset ajankohtaisohjelmat mainitsemisjärjestyksessä vastauksissa olivat: 45-minuuttia, Uutisvuoto, Ajankohtainen kakkonen, Karpolla on asiaa. Yksittäisiä mainintoja saivat lisäksi tv-chat, Superfarmi, Arto Nyberg, Prisma, Kuningaskuluttaja, Ruben ja Joonas, Akuutti, Punainen lanka, Silminnäkiä, A-Plus, A-Piste, A-Talk, Huomenta Suomi sekä Ylen aamutelevisio. Dokumenttiohjelmista mainittiin: 4D, Villi luonto, luonto-ohjelmat, historiadokumentit, ja yleisterminä dokumentit. Mainitsi joku myös musiikkikanavien Voicen ja MTV:n julkkishaastattelut.

Kirjo tuli minulle yllätyksenä. Itsellänihan ei edes tule mieleen Oprahin ja Conanin kaltaiset ohjelmat varsinaisina keskustelu- tai ajankohtaisohjelmina, vaikka ne niitä lienevät. Yleisesti vastausten perusteella voi sanoa, että nuoria kiinnostaa selvästi ajankohtaisohjelmista viihteellisimmät, mutta myös ne jotka ovat aikuistenkin suosiossa. Toisaalta se, ettei läheskään kaikki osanneet nimetä ajankohtaisohjelmaa jota katsoo, kertoo siitä, ettei ohjelmagenre ole kovin tärkeä.

Ajankohtaisohjelmista kysyttiin myös: Miksi katsot juuri näitä ajankohtaisohjelmia? Tämä kysymys osoittautui lähes turhaksi, sillä siihen vastattiin ani harvoissa papereissa ja näissäkin vastaukset olivat kehoja. Vastauksissa suurin osa oli tyyppiä: *koska ne ovat hauskoja, kiinnostavia*. Toisaalta joku myös kertoi valikoivansa ajankohtaisohjelmat aiheiden mukaan: *katson silloin kun on mielenkiintoisia aiheita*. Perusteluna mainittiin myös se, että *niistä oppii asioita* tai *koska Phil on ääliö (Dr. Phil)*. Automaattisesti ajankohtaisohjelmia ei pidetty kiinnostavina tai hyvinä, vastauksissa mainittiin: *katson joskus, koska aiheet saattavat olla*

mielenkiintoisia. Oprahin katselua perusteltiin sillä, että *se on vähiten tylsä.* Yleisin peruste ajankohtaisohjelmien katsomiseen oli: *jos televisiosta ei tule muita kiinnostavia ohjelmia tai sattumanvaraisesti, jos ne tulevat ennen hyviä ohjelmia.* Ylen Superfarmin katselua perusteltiin sillä, että ohjelma käsittelee nuorten asioita.

Perusteluista näkyy, että ajankohtais- ja keskusteluohjelmat mielletään niin sanotuiksi aikuisten ohjelmiksi. Usein niiden katsominen kiellettiin ponnekkaasti: *en todellakaan katso.* Vaikka toki ponnekkuus sopii hyvin tämänikäisten mihin tahansa vastauksiin, tulkintani on, että tässä tapauksessa sillä otettiin myös kantaa: ne ohjelmat eivät vielä kuulu minun kohderyhmälleni. Ne ovat tylsiä ja kelpaavat katsottavaksi korkeintaan silloin, kun televisiosta ei kerta kaikkiaan tule mitään muuta.

4.7.2 *Ei mitään vanhoja ukkoja puhumassa pörssikursseista*

Nuorten uutisten tarpeellisuutta kysyttiin ensin kyllä ja ei vaihtoehdoilla. Tämän jälkeen esitettiin jatkokysymys: Jos vastasit kyllä, miksi mielestäsi nuorille pitäisi tehdä omia uutisia? Perusteluja annettiin kohtalaisen paljon, mutta läheskään kaikki, jotka pitivät nuorten uutisia tarpeellisina eivät perustelleet kantaansa. Lisäksi *en tiedä* -vastaus oli yksi yleisimmistä.

Eniten nuorten uutisten tarvetta perusteltiin sillä, että nuoret ja aikuiset ovat kiinnostuneita eri asioista:

Ei nuoria kiinnosta samat asiat kun vanhuksia / Nuoria ei kiinnosta ”aikuisten uutiset” / nuoria kiinnostaa eri asiat kuin aikuisia / Nuoria kiinnostaa enemmän nuorille tehdyt uutiset / Että ei oo mitään ihmeen vanhoja ukkoja puhumassa pörssikursseista / Ku tavallisis uutisis on vaan jotaki politiikkaa / Yleensä poliittiset asiat eivät kiinnosta nuoria /ei nuoria kiinnosta politiikka ja talous yms. / Nuorilla saattaa olla iso kynnys katsoa niitä asiapitoisia kymppi uutisia.

Nuorten ääni ei vastaajien mielestä myöskään kuulu tavallisissa uutisissa:

Koska nuoret haluavat, että myös heitä koskevista asioista puhutaan / Voitaisiin kertoa nuorille tärkeistä uutisista / Nuorten uutiset varmaan kiinnostaa enemmän. Niitä on kiinnostavampi katsoa kuin virallisia uutisia / niissä voisi käsitellä nuorien omia ongelmia ja aiheita jotka eivät aikuisia kiinnosta / tavallisissa uutisissa asiat ovat aikuisten näkökulmasta

Tavallisia uutisia pidetään myös liian vaikeaselkoisina ja nuorten uutiset nähtiin mahdollisuutena selittää asioita yksinkertaisemmin ja nuorille tutummalla kielellä:

Jotkut ei ymmärrä "aikuisten uutisia" / Jotta niistä tajuaisi sitten jotain / Aikuisten uutisten puhe on vaikeasti ymmärrettävää / nuoret haluavat tietää omalla kielellään maailman jutuista / Että nuoret ymmärtäisivät ajankohtaisohjelmia.

Vastaajat kokivat myös, että nuorten uutiset voisi osaltaan innostaa kiinnostumaan yhteiskunnallisesti asioista. Samalla vastauksista pystyi päättelemään, että moni on huolissaan nuorten sivistystasosta:

Nuoretkin haluavat sivistyä, mutta kaikki uutiset eivät aina innosta. Eikä niitä aina ymmärrä / No se olis kiva oppia ja kuulla jotain uutia / Nuoria ei varmaan muuten uutiset kiinnosta, jos on omat uutiset niin saattavat jopa katsoa / Että ne kiinnostuisi uutisista / Että saisi tietoa paremmin / Että nuorista tulisi viisaampia / Että he pysyvät ajan tasalla.

Omat uutisten puuttuminen koettiin myös merkinä epätasa-arvosta:

Koska tosi harvoin tehdään nuorille suunnattuja ohjelmia. / Että kaikki eivät ole pienille tai aikuisille / koska aikuisillakin on omat / Nuorisolle tärkeitä asioita ei nosteta esille. Niistä ei puhuta / Nuoret tarvitsevat paljon asioita elämäänsä /

Nuoret ovat väliinputoajia televisio-ohjelmien suhteen. He eivät ole enää lapsia, mutta eivät vielä aikuisiakaan. Heille suoraan suunnattuja ohjelmia on vähän. Vaikka nuorten onkin havaittu katsovan mielellään aikuisten ohjelmia, heidän näkökulmastaan tehdyt uutiset tekevät poikkeuksen. Tavallisten uutisten äärellä nuoret kokevat jäävänsä ulkopuolisiksi. Nuorten uutisten tarpeellisuutta perusteltiin myös niillä argumenteilla, joilla Uutismixin tekoa perusteltu ja määritelty. Se oli mielestäni lohdullista ja hienoa. Toisaalta vastauksia lukiessani mieleeni tuli myös se, että nuoret saattoivat joissakin tapauksissa pitää omia uutisia tarpeellisina siksi, että kyselylomake oli saattanut johdatella heitä tähän vastaukseen. Edelliset kysymykset eivät ikään kuin jättäneet mitään mutta vaihtoehtoa kuin vastata: kyllä, me tarvitsemme omat uutiset, sillä meitä ei huomioida tavallisissa uutisissa. Tähän liittyy sama ilmiö kuin siihen, että

katsojatutkimuksissa aikuiset ilmoittavat katsovansa uutisia vaikka katsoisivatkin oikeasti vain Kauniita ja rohkeita.

4.7.3 Kuvittelutehtävä

Helpoimmaksi avoimeksi kysymykseksi osoittautui kuvittelutehtävä, jossa piti ennakoida mitä katsoo televisiosta kymmenen vuoden päästä. Suurimmalla osalla vastaajista oli joku arvio. Ehkä vähän yllättäenkin yleisin vastaus oli, että vastaaja aikoo katsoa samankaltaisia ohjelmia kuin nytkin:

Katson samoja ohjelmia kuin nytkin / kaikkia samoja, siksi koska minä haluan / luultavasti samaa kamaa sillä en usko muuttuvani paljoa ainakaan tällä hetkellä / ehkä action-sarjoja koska mä oon silloin vielä nuori / samanlaisia kuin nykyisin, koska muut ohjelmat ovat niin tylsiä ja masentavia / samoja kuin nytkin sillä ne ovat parhaita

Toisaalta moni uskoo tulevansa kymmenessä vuodessa uutisikään, osa jopa koki sen vähän raskaana:

Katson uutisia ja enemmän keskusteluohjelmia ja puuduttavia talousuutisia / enemmän uutisia koska silloin maailmanmeno saattaa kiinnostaa enemmän / samankaltaisia kuin nyt mutta myös uutisia / uutisia ja jotain löpöttelyohjelmia / kaikkia tylsiä ohjelmia / varmasti aika samanlaisia enemmän ajankohtaisohjelmia. Ne olisivat hyödyllisiä.

Moni sanoi myös, ettei vielä tiedä mitä katsoo tulevaisuudessa. Tämä vastaus on vähintäänkin perusteltu, sillä televisiolla saattaa olla hyvinkin muuttunut rooli kymmenen vuoden kuluttua. Yhdessä vastauksessa tätä jo ennakoitiinkin: *en varmaan mitään, silloin katsotaan tietokonetta*

Vastauksissa ennakoitiin myös elämän muuttumista sekä tulevaa kasvua ja aikuistumista:

Tavallisia sarjoja, koska olen 25 eli aikaa ei ole / luulen, että katson aikuisille suunnattuja ohjelmia koska olen silloin aikuinen / enemmän dokumentteja, koska nyt ne tulevat aika myöhään enkä saa katsoa niitä / jotain aikuisten sarjoja / pornoa / sellaisia ohjelmia / eroottisia ohjelmia / sisustusohjelmia / samanlaisia kuin nyt enhän ole vasta kuin 25 / Verisiä tosi-tv-sarjoja, kauhuelokuvia ja muita jännittäviä ohjelmia / pornoa

Parissa vastauksessa myös ennakoitiin ohjelmiston muuttumista:

Tosi-tv-ohjelmia, ne ovat lisääntymässä / Poliisisarjoja, niitä tulee nytkin lisää / Katson uusintoja vuosilta kivi ja kirves, koska uudet ohjelmat ei jaksa kiinnostaa

Monissa vastauksissa mainittiin myös ihan yksittäisiä ohjelmatyylejä: *saippua- ja draamasarjoja, rikossarjoja, elokuvia, dokumentteja, urheilua.*

4.8 Yhteenvetoa kohderyhmäkyselyn tuloksista

Kohderyhmäkysely osoittaa, että televisiolla on edelleen suuri merkitys nuorten elämässä. Sen äärellä vietetään joka päivä aikaa noin kaksi tuntia. Toisaalta erot nuorten välillä ovat kasvaneet, osa katsoo paljon, osa ei juuri lainkaan. Myös sukupuolten välisiä eroja on, tytöt katsovat poikia enemmän telkkaria, pojat taas ovat tyttöjä enemmän tietokoneen äärellä. Maalla telkkaria katsotaan enemmän kuin kaupungissa. Suosikkisarjojen perusteella voi sanoa, että nuoret pitävät samoista sarjoista kuin aikuisetkin. Heidän suosikkilistansa top 15:ssä ei ollut yhtäkään varsinaista nuorten sarjaa.

Kyselyssä tulee kuitenkin esiin myös internetin kasvava merkitys, sinne nuoret menevät jos haluavat tietää jotain enemmän uutisesta. Televisioututisia nuoret katsovat yllättävän paljon. Ne ovatkin kasvattaneet suosiota samalla kun sanomalehtien lukeminen on vähentynyt. Ajankohtaisohjelmiakin nuoret katsovat jonkin verran, mutta se ei ole heille kovinkaan merkityksellinen ohjelmaryhmä.

Mielestäni kohderyhmäkyselyn tärkeintä antia ovat Uutismixiä koskevat tulokset. Niiden perusteella voi sanoa, ettei Uutismixi ole kohderyhmässään kovin tunnettu tai suosittu ohjelma. Se ei myöskään liene kovin uskottava, koska sitä arvosteltiin hyvin kriittisesti. Sen ei nähty auttavan vaikeiden uutisten ymmärtämisessä tai käsittelevän kovin usein mielenkiintoisia aiheita. Suurin osa ei myöskään pitänyt tarpeellisena sitä, että nuorille pitäisi tehdä omia uutisia. Samaan aikaan yli puolet vastanneista piti tavallisia uutisia usein vaikeaselkoisina. Näiden tuloksien välillä on mielestäni ristiriitaa.

Nuorten uutiset eivät ole kuitenkaan yläkoululaisille tuttu asia. Ne voivat sanaparina kuulostaa tavallisten uutisten tylsältä jatkeelta. Tätä tukee se, että Uutismixin nähneistä selvästi useampi piti nuorten uutisia tarpeellisena. Aiemmin ensimmäisessä luvussa esiin tullut nuorten paradoksaalinen suhde uutisiin näkyy mielestäni kyselyssäni parhaiten kuvittelutehtävässä. Siinä nuoret mainitsivat, että uutisia pitää alkaa katsoa, koska kymmenen vuoden päästä on jo aikuinen. Aikuisena nuorten mielestä pitää katsoa muitakin tylsiä ohjelmia.

Ne jotka olivat sitä mieltä, että nuorille pitäisi tehdä omia uutisia, perustelivat kantaansa samoilla asioilla, joilla Uutismixiä sen suunnitteluvaiheessa perusteltiin ja määriteltiin. Nuoria pitää opettaa katsomaan uutisia, heille pitää esittää asiat kielellä ja tasolla jota he ymmärtävät. Lisäksi he katsovat maailmaa eri näkökulmasta kuin aikuiset ja siksi heitä usein myös kiinnostaa eri asiat kuin aikuisia.

Moni oli sitä mieltä, että katsoo televisiota vielä kymmenenkin vuoden päästä ja vieläpä samoja ohjelmia kuin nytkin. Tässä mielessä ainakaan yläkouluikäiset eivät usko television kuolemaan ainakaan lähivuosina.

Kyselyssä oli joitakin puutteita, jotka mielestäni vähentävät sen merkitystä koko tutkielmani kannalta. Kuitenkin se antaa lahjomatonta tietoa siitä, mitä mieltä Uutismixin kohderyhmä ohjelmasta on. Aiemmin käsittelemääni yleisöpalautteeseen verrattuna kyselyn anti on sisällöltään huomattavasti ankarampaa, se tekee siitä entistäkin arvokkaampaa ja antaa tutkielmalleni uuden näkökulman.

5 Johtopäätökset

Teoriaosuuden selvin johtopäätös on nykyisen mediatarjonnan loputon runsaus. Median vaikutuksia on tutkittu paljon, mutta lapsia ja nuoria on pitkään aliarvioitu tutkimuskohteina. Heille suunnattuja ohjelmia ei ole tutkittu siinä määrin kuin aikuisten. Lapset ja nuoret on katsottu tutkimuksessa usein passiivisiksi uhreiksi, vaikka he ovat aktiivisia ja valikoivia mediankäyttäjiä. Nuorille tehdään vähän omia ohjelmia, he eivät tee ohjelmia itse, eivätkä he näy heille tarkoitetuissa ohjelmissa. Lasten ja nuorten ohjelmat ovat lisäksi useimmiten ulkomailla tuotettua viihdettä

Tutkimuskohteenani oleva Uutismixi poikkeaa ainakin osin positiivisessa mielessä edellä mainituista määreistä. Uutismixi on kotimaassa tuotettua asiaohjelmaa nuorten omasta näkökulmasta. Lisäksi ohjelman käytäntönä on näyttää kohderyhmään kuuluvia nuoria jutuissaan ja antaa heille mahdollisuus tuoda esiin omia mielipiteitään ajankohtaisista ajoista. Uutismixi on silti aikuisten tekemä ohjelma. Uutismixin aiheet ovat siis aikuisten kuvitelmaa siitä, mikä nuoria kiinnostaa.

Uutismixiä on pidetty Yleisradion sisällä ja myös ulkopuolelta saadun palautteen perusteella laadukkaana tuotteena. Ohjelman on tilannut Ylen opetusohjelmat, mutta sitä on tehty Yle Uutisissa. Tämä eri osastojen välinen yhteistyö oli aluksi hyvin hedelmällistä ja johti kaikkien kiittämään lopputulokseen. Myöhemmin kahden osaston välillä on ilmennyt jonkin verran ristiriitaa. Opetusohjelmat olisi halunnut kiinnittää Uutismixin selvemmin koulumaailmaan, kun taas ohjelman tekijät uutisista haluavat tehdä uutisohjelmaa, jonka aiheita määrittelevät yleiset uutiskriteerit. Paras ratkaisu ohjelman kannalta olisi ollut, jos ohjelma olisi siirretty kokonaan uutisten alaisuuteen tai sen sisältö olisi määritelty selvästi uudelleen opetusohjelmille sopivaksi.

Mielestäni Uutismixin menestymisen kannalta tärkeää olisi lisätä ohjelman tunnettuutta. Sen voisi tehdä esimerkiksi siirtämällä ohjelma Teemalta niille kanaville, joilla tavallisiakin uutisia nähdään. Tilannetta parantaisi myös se, jos Uutismixi lähetettäisiin sellaisen ohjelman jälkeen,

jota nuoret katsovat ja ovat jo ikään kuin valmiiksi television äärellä. Lisäksi tunnettuutta voisi lisätä puffaamalla eli mainostamalla ohjelmaa Yleisradion kanavilla.

Tutkielmassani käytin esimerkkinä yhden kevään 2008 Uutismixin tuotantoprosessia. Itsereflektion keinoin tarkasteltuna ohjelma syntyi mielestäni järkevien rutiinien johdattelemana tehokkaasti ja pakottomasti. Uskon, että Uutismixin työprosessin tarkastelusta voi olla apua Yleisradion myöhemmissä tuotannoissa. Erityisen toimiva on mediatoimittaja-toimittaja-työskentelypari, jonka antaa kummallekin oman ammattitaidon puitteissa mahdollisuuden itsenäiseen ja vastuulliseen työskentelyyn. Suosittelen työtapaa sovellettavaksi muihinkin Yleisradion ajankohtaistuotantoihin. Päivittäistuotantoihin malli saattaa olla liian sitova, mutta viikoittaistuotannoissa uskon sen olevan hyödyllinen.

5.2 Uutismixi täyttää odotukset osittain

Uutismixin kohderyhmälle teettämän kyselyni yksi tarkoitus oli selvittää, miten hyvin Uutismixi tunnetaan kohderyhmänsä keskuudessa. Tulosten mukaan Uutismixiä ei tunneta hyvin eikä se ole suosittu. 40 prosenttia kyselyyn vastanneista ei ollut koskaan nähnyt Uutismixiä ja kuitenkin huomattava osa vastaajista oli katsonut ohjelman kyselyn yhteydessä. 30 prosenttia Uutismixin nähneistä oli sitä mieltä, ettei ohjelmassa koskaan käsitellä mielenkiintoisia asioita. Vain harva oli myös, että Uutismixi olisi auttanut heitä ymmärtämään vaikeita uutisia. Tuloksia saattaa vääristää jonkin veran se, että suurin osa kyselyyn vastanneista teki arvionsa yhden näkemänsä Uutismixin perusteella. Mielenkiintoinen tulos on toisaalta se, että Uutismixin nähneet pitivät nuorten uutisia tarpeellisina, kun taas ne jotka eivät olleet ohjelmaa nähneet, eivät pitäneet nuorten uutisia tarpeellisina. Uutismixi oli siis tässä mielessä oikeuttanut olemassa olonsa. On myös huomioitava, että nuorten uutiset eivät ole tuttu konsepti suomalaisnuorille, minkä vuoksi heidän on vaikea tehdä arviota nuorten uutisten tarpeellisuudesta. Kysely oli monella tapaa tutkimukseni lähtökohta, mutta sen tehtävä lopulta on kiinnittää tutkielmassani aiemmin käsitelty osaksi nuorten omia mielipiteitä ja kokemuksia.

Uutismixiä suunniteltaessa ohjelmalle aseteltiin monia tavoitteita. Sen piti olla laadukas viikon tärkeimmät uutisaiheet yhteen kokoava uutispaketti. Ohjelman piti toimia välittäjänä uutisten ja nuorten välillä niin, että uutiset tulisivat nuorille läheisemmäksi ja ymmärrettävämmäksi. Lisäksi toivottiin, että ohjelmasta tulisi suosittu ja iso juttu. Mielestäni laadulliset tavoitteet saavutettiin, mutta suosio ja suuri määrä katsojia jäi tavoittamatta. Ohjelman laadukkuutta ja tuoreutta olisi pitänyt pitää yllä kehittämällä ohjelmaa.

Miksi Uutismixistä ei sitten tullut suosittua? Oliko syynä se, ettei ohjelman tunnettuuteen panostettu tarpeeksi. Vai se, että ohjelma ei kuitenkaan onnistunut tyyliinsä ja aihevalinnoissaan. Tähän saattaisi saada vastauksen laadullisen tutkimuksen menetelmin. Yksi mahdollisuus voisi olla ryhmäkeskustelut tai teemahaastattelut muutamien Uutismixi ohjelmien pohjalta.

5.3 Tarpeelliset nuorten uutiset

Nuorten uutisia voi graduni aineiston perusteella pitää tarpeellisena, sillä niitä on tehty vuosikymmeniä eri puolella Eurooppaa. Esimerkiksi Italiassa ja Belgiassa nuorten uutiset lähetetään kaikkina arkipäivinä. Perusteena voidaan käyttää myös sitä, että Suomessakin nuoria pienemmille ryhmille tehdään omia uutisia. Julkisen palvelun tehtävänä on lisäksi huomioida kaikki kohderyhmät ja huolehtia eri ikäryhmien ohjelmatarjonnasta tasapuolisesti. Lisäksi Yleisradio ja varsinkin uutiset ovat tähän asti tavoittaneet huonosti nuoret katsojat, kattavammat nuorten uutiset voisi olla keino johdattaa nuoria Yleisradion yleisöksi. Tämä tehtävä on turhan vaativa kerran viikossa lähetettävälle kymmenminuuttiselle Uutismixille.

Nuoret katsovat tavallisia televisiouutisia jonkin verran enemmän kuin kymmenen vuotta sitten. Nuorten suhde uutisiin on kuitenkin paradoksaalinen, toisaalta he pitivät uutisia tärkeinä ja kokevat niiden katsomisen kansalaisvelvollisuudekseen. Silti nuoret eivät koe uutisia katsomisen arvoisina. Tämä ei välttämättä kerro kuitenkaan siitä, että nuorten mielestä maailman tapahtumat olisivat yhdentekeviä. Uutiset vain esitetään tavalla, joka ei puhuttele tai kiinnosta heitä. Toisaalta nuoret olivat huolissaan siitä, etteivät he tiedä tarpeeksi asioista ja nuorten uutisia tarvittaisiin sivistämään heitä. Mielestäni tämä on merkki siitä, että nuoret kokevat uutisten

seuraamisen edelleen kansalaisten velvollisuudeksi. Monissa vastauksissa tuli myös ilmi, että nuoret olettavat kiinnostuvansa uutisista aikuisina.

Jo työni alussa Meijerin tutkimuksessa tuli esiin, etteivät nuoret haluaisi muuttaa uutisia mitenkään vaikka eivät niitä kiinnostavaksi kokisikaan. Uutisissa pitää olla ripaus harmautta, kuivakkuutta ja politiikkaa, jotta ne säilyttävät ihmisten mielissä luotettavuutensa. Median ja yleisön suhde on nykyään monimutkainen ja se sisältää keskenään ristiriitaisia piirteitä. Eri välineiden kilpailu on koventunut ja yleisöt pienentyneet. Tämä ketjureaktio on johtanut myös median sisältöjen muuttumiseen ja uusien rajojen muodostumiseen. Laatulehdet ja uutiset ovat valmiita tekemään aiempaa tunteikkaampia juttuja saadakseen yleisön puolelleen. Toisaalta yleisökään ei tiedä, mitä haluta. Johdannossa kerroin, miten Helsingin Sanomien verkkoliitteen lukijat olivat selvästi sitä mieltä, ettei HS:n pitä uutisoida Paris Hiltonin Suomen-vierailua. Samana päivänä verkon kävijät olivat kuitenkin lukeneet Paris Hilton -uutisen päivän luetuimpien HS:n uutisten joukkoon.

Onko Yleisradion velvollisuus tehdä nuorten uutisia ja onko ohjelma tarpeellinen? Mielestäni julkisen palvelun velvollisuus on kannustaa nuoria uutisten äärelle tekemällä heille omista kiinnostuksen kohteista ja tiedontasosta lähtevää uutisohjelmaa. Uutisten seuraaminen saattaa parhaimmillaan johtaa kiinnostumaan yhteisistä asioista laajemmin yhteiskunnassa.

6 Lähdeluettelo

Painetut lähteet:

Beentjes, Johannes W.J, Koolstra Cees M, Marseille, Nies and van der Voort, Tom H.A. Children's Use of Different Media: How long and Why? Teoksessa Livingstone, Sonia ja Bovill, Moira toim. *Children and Their Changing Media Environment, A European Comparative Study*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates Inc

Berger, Arthur Asa (2000) *Media and Communication Research Methods – An Introduction to Qualitative and Quantitative Approaches*. California USA: Sage Publications, Inc

Buckingham, David (2002) *Introduction: The Child and the Screen*. Teoksessa Buckingham, David toim. *Small Screens, Television for Children*. London: Leicester University Press

Von Feilitzen, Cecilia ja Bucht Catharina (2001) *Outlooks on Children and Media, Yearbook 2001*, Göteborg: Unesco

Drotner, Kirsten (2001) *Global Media Through Youthful Eyes*. Teoksessa Livingstone, Sonia ja Bovill, Moira toim. *Children and Their Changing Media Environment, A European Comparative Study*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates Inc

d'Haenens Leen, (2001) *Old and New Media: Acces and Ownership in the Home*. Teoksessa Livingstone, Sonia ja Bovill, Moira toim. *Children and Their Changing Media Environment, A European Comparative Study*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates Inc

Herkman, Juha (2001) *Audiovisuaalinen mediakulttuuri*. Tampere: Vastapaino

Herkman, Juha (2007) *Kriittinen mediakasvatus*. Tampere: Vastapaino

Hietala, Veijo (1993) Kuvien todellisuus – Johdatusta kuvallisen kulttuurin ymmärtämiseen ja tulkintaan. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy

Hietala, Veijo (1996) Ruudun hurmaa – Johdatus tv-kulttuuriin. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Hirsjärvi, Sirkka, Remes, Pirkko, Sajavaara, Paula (2002) Tutki ja kirjoita. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.

Inkinen, Tommi (2005) Johdattava polku lasten tietoyhteiskuntaan. *Teoksessa Lapsuus mediamaailmassa, näkökulmia lasten tietoyhteiskuntaan*. Tampere: Gaudeamus.

Johnson, Steven (2005) Everything Bad is Good for You, How Popular Culture Is Making Us Smarter. United States of America: Riverhead Books

Kytömäki, Juha (1999) Täytyy katsoa, jos saa katsoa. Vantaa: Tummavuoren Kirjapaino

Lehtimäki, Hanna, Suoranta, Juha (2005) Tytöt ja pojat tietoyhteiskunnassa ja sen tutkimuksessa. *Teoksessa Lapsuus mediamaailmassa –näkökulmia lasten tietoyhteiskuntaan*. Helsinki: Gaudeamus

Pennanen, Suvi (2006) *Mä sitä paitsi tykkäänkin uutisista. 5-6-vuotiaiden lasten kokemuksia ja käsityksiä tv-uutisista*. Pro gradu-työ, Tampereen yliopisto

Süss, Daniel (2001) Computers and The Internet in School: Closing the Knowledge Gap? *Teoksessa Livingstone, Sonia ja Bovill, Moira toim. Children and Their Changing Media Environment, A European Comparative Study*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates Inc

Suoninen, Annikka (1993) *Televisio lasten elämässä*. Jyväskylä: Nykyculttuurin tutkimusyksikkö

Suoninen, Annikka (2001). The Role of Media in Peer Group Relations. Teoksessa Livingstone, Sonia ja Bovill, Moira toim. *Children and Their Changing Media Environment, A European Comparative Study*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates Inc

Suoninen, Annikka (2004) *Mediakielitaidon jäljillä, Lapset ja Nuoret valikoivina mediankäyttäjinä*. Saarijärvi: Gummerus Kirjapaino

Werner, Anita (1996) *Lapset ja televisio*. Suomenkielisen laitoksen toimittanut Suoninen, Annikka. Tampere: Gaudeamus, Tammer-Paino

Valkonen, Satu, Pennonen, Marjo, Lahikainen, Riitta (2005) Televisio pienten lasten arjessa. Teoksessa *Lapsuus mediamaailmassa – näkökulmia lasten tietoyhteiskuntaan* Helsinki, Gaudeamus

Sähköiset lähteet:

Ampparit-uutispalvelu

[www-dokumentti]

ampparit.com

Luettu 11.3.2008

Finnpanel

Katsotuimmat ohjelmat ikä/sukupuoliryhmittäin

[www-dokumentti]

<http://www.finnpanel.fi/tulokset/tv/kk/ohjika/viimeisin/>

Luettu 7.11.2007 ja 4.4.2008

Costera Meijer, Irene,

The Paradox of Popularity. How Young People Experience the News (2006)

Paper RIPE Conference: November 16 – 18, 2006, Helsinki, Amsterdam University,

[www-dokumentti]

http://www.yle.fi/ripe/Papers/Costera_Meijer.pdf

Luettu 10.8.2007

Helsingin Sanomat

Tutkimus: Internet on yhdysvaltalaisille nuorille tärkein uutisväline, 17.4.2006

[www-dokumentti]

hs.fi/arkisto

Luettu 17.1.2008

Helsingin Sanomat

Internet on noussut nuorten tärkeimmäksi mediaksi

[www-dokumentti]

<http://www.hs.fi/talous/artikkeli/Internet+noussut+nuorten+t%C3%A4rkeimm%C3%A4ksi+mediaksi/1135233357800?ref=rss>

Luettu 17.1.2008

Helsingin Sanomat

Päivän kysymys

[www-dokumentti]

<http://www.hs.fi/paivankysymys/>

Luettu 4.4.2008

Helsingin Sanomat

Kansalaiset uskovat median vallan kasvaneen

[www-dokumentti]

www.hs.fi/arkisto

Luettu 14.1.2008

Helsingin Sanomat

[www-dokumentti]

hs.fi 17.1.2008

Story Write

[www-dokumentti]

<http://storywrite.com>

Luettu 10.2.2008

Yle Uutiset

Median vallan kasvu huolettaa - luottamus YLE:en vankka

[www-dokumentti]

http://www.yle.fi/uutiset/haku.php?action=page&id=272305&search=media%20luotett*

Luettu 15.1.2008

Yle Areena

[www-dokumentti]

<http://areena.yle.fi/>

Luettu: 15.2.2008

Yle Elävä arkisto

[www-dokumentti]

<http://www.yle.fi/elavaarkisto/>

Luettu 15.2.2008

Yle Uutismixi

[www-dokumentti]

<http://www.yle.fi/uutismixi>

Luettu 13.5.2008

EBU: Youth News Exchange

[www-dokumentti]

http://www.ebu.ch/en/eurovisiontv/children_youth/youth_news_exchange.php

Luettu 13.10.2008

Lehdet:

Image 3/2008, Television kuolema

Sähköpostit:

Sähköposti Hannele Muuroselta Anne Vähäpassille ja Uutismixin tekijöille 18.8.2004

Sähköposti Anne Vähäpassilta Uutismixin työryhmälle 30.11.2004

Sähköpostipalaute 5.2.08

Sähköpostipalaute Sofia, 17.3.08

Sähköpostipalaute Inkku, 13.11.07

Sähköpostipalaute Inkku, 13.11.07

Sähköpostipalaute Aino, 8.11.07

Sähköpostipalaute 28.1.08 historian ja yhteiskuntaopin lehtori, Vantaa

Sähköpostipalaute Csenge, Romaniasta 9.11.07

Kokousmuistiot:

Kristiina Tolkin kirjoittama kokousmuistio 6.10.2008:

Haastattelut:

Riina Malhotra 29.4.2008

Hannele Muuronen 9.5.2008

7 Liitteet 1–7

LIITE 1.

UUTISMIXI

TOIMITTAJAN KÄSIKIRJA

UUTISMIXIN RAKENNE

Uutismixissä on yleensä kolme juttua, joiden välissä ennakkoon leikatut sähköpaketit. Juttujen ja sähköpakettien pituus vaihtelee, mutta koko lähetyksen mitta on 9:30.

1. Otsikko

Esitellään juttuaiheet. Leikataan hyvät kuvat, tehdään puhuttu otsikko sekä kirjoitetaan ytimekäs otsikkoteksti, joka tulee ruudun alalaitaan.

Pituus noin 0:40

2. Lähtöjuttu

Viikon uutinen tai puheenaihe, joka koskettaa lasten ja nuorten elämää.

Pituus noin 1:45

3. Sähköpaketti 1

Spiikataan ja leikataan valmiiksi. Pyritään kokoamaan viikon kovia uutisia, mahdollisuuksien mukaan käytetään myös satasia. Tekstit pyritään linkittämään jollakin tavalla lapsille tuttuihin asioihin. Pituus noin 1:00

4. Taustajuttu

Pohtiva ja taustoittava juttu ajankohtaisesta aiheesta. Yritetään vastata kysymykseen miksi. Kerrotaan taustoista ja syistä ymmärrettävästi.

Pituus noin 2:10

5. Sähköpaketti 2

Kahdesta kolmeen sähkettä, mahdollisuuksien mukaan satanen tai sataasia. Mielellään oikeita, kunnollisia uutisia, mutta mukana voi olla myös sähkeitä esimerkiksi urheilusta, viihteestä tai eläinten maailmasta.

Pituus noin 1:00.

6. Lopetusjuttu

Lyhyt juttu, josta lähetykseen jää hyvä maku suuhun. Ajanpuutteen vuoksi olisi hyvä, jos tämä juttu tulisi valmiina tai edes puoliksi valmiina tai olisi muuten helposti toteutettava. Tälle paikalle on saatu hyviä juttuja alueilta. Pituus noin 1:30

TYÖSKENTELEYRUTIINIT

Uutismixin tekemiseen osallistuu kaksi toimittajaa, kaksi mediatoimittajaa sekä graafikko. Toimittaja ja mediatoimittaja tekevät työtä työparina eli suunnittelevat jutun yhdessä, käyvät kuvauskeikalla yhdessä ja leikkaavat jutun yhdessä. Kullakin lähetyksellä on nimetty toimitussihteeri, joka viime kädessä päättää lähetyksen sisällöstä mutta pääsääntöisesti lähetyksen rakennetaan yhdessä.

Maanantaina toimittajat käyvät läpi viikon uutistarjontaa, pohtivat lähetykseen sopivia aiheita sekä ovat mahdollisesti yhteydessä aluetoimittajiin tai kirjeenvaihtajiin. On hyvä vilkaista myös YNE (Youth News Exchange) – uutisvaihdon tarjonta. Jos tiedossa juttukeikkoja kouluihin, ne on sovittava mahdollisimman aikaisin, sillä monissa kouluissa ei saa kuvata ilman vanhempien suostumusta.

Tiistaina pidetään klo 10.00 aamukokous, johon osallistuvat sekä toimittajat että mediatoimittajat. Käydään yhdessä läpi lähetyksen juttuaiheet, mietitään näkökulmia ja kuvitusideoita. Mahdollisuuksien mukaan katsotaan valmiiksi myös sähkeaiheita ja pohditaan niiden kuvitusta. Kaikki kuvauskeikat yritetään hoitaa tiistaina jos vain mahdollista. Kun aiheet ovat selvillä, soitetaan musiikkitoimittajalle, joka etsii lähetykseen sopivaa musiikkia.

Keskiviikko on pääsääntöisesti leikkauspäivä. Jutun leikkaamiseen menee aikaa keskimäärin 4-5 tuntia. Oman juttunsa lisäksi toimittajat huolehtivat sähköpaketeista. Leikkaamoissa aikaa on

varattava jutunteon lisäksi myös sähköpakettien ja otsikoiden leikkaamiseen. Leikkausvaiheen aikana toimittajat seuraavat aktiivisesti uutisvirtaa ja miettivät, onko sähköpaketteja syytä muuttaa. Uutismixin graafikko tulee töihin kello 10.00 ja grafiikkatilaukset on syytä tehdä silloin. Kello 14.00 mennessä uutisten tiedottajalle lähetetään puffitekstit lehtiä varten. Puffiteksti menee parhaiten läpi kun se on lyhyt. Kolme lyhyttä lausetta lähetyksen pääjutuista on hyvä mitta. Annetaan jutunteon aikana kertynyt materiaali ja mahdolliset linkit nettitoimittajalle. Lähetys alkaa olla valmis yleensä noin kello 20.00–21.00 aikoihin, viikosta riippuen. Juontaja katsoo puvustajan vaate-ehdotukset ja valitsee itselleen seuraavan päivän esiintymisvaatteen.

Torstaina juontaja menee maskiin 8.30. Mediatoimittajat valmistelevat ajolistan lähetyksuntoon. Toimittaja ja juontajat käyvät läpi aamun uutistarjontaa, tarkistavat juontotekstit ja liimaavat ne Uutismixi-juontokorteille. Lähetyksen jälkeen käydään yhdessä läpi lähetys ja annetaan palaute. Mietitään missä onnistuttiin, missä olisi voitu olla parempia. Luetaan katsojapalaute ja vastataan mahdollisiin kysymyksiin. Lähetetään viikon aiheet sekä seuraavan viikon suunnitelmat tiedoksi EBU Youth News Networkin sähköpostilistalle sekä mahdollisesti valmistellaan oma juttu sellaiseen kuntoon, että sen voi lähettää uutisvaihtoon.

UUTISMIXILLE TYYPILLISTÄ

Jutun tekijä saa näkyä kuvissa. Stand-upeissa toimittajat antavat kasvot ohjelmalle. Näytämme, että joku ihminen on oikeasti tehnyt jutun.

Haastateltavat ovat pääsääntöisesti nuoria. Asiantuntijahaastateltaviksikin pyritään etsimään ihmisiä nuoremmasta päästä. Uutismixiä voi mainostaa nuorille osaajille hyvänä esiintymisharjoittelumahdollisuutena. On hyvä muistaa, että asiantuntijoita ei ole pakko käyttää. Nuorten ja lasten oma ääni saa ja pitää kuulua lähetyksessä. Gallupit ovat hyviä.

Vaikeat sanat kannattaa unohtaa. Ei tarvitse sanoa identiteetti tai konsensus, kun se ei kerro kohderyhmälle välttämättä mitään. Jopa kunta on monelle 12-vuotiaalle vaikea käsite.

Juttuja ei spiikata puhki, vaan tehoille, satasille ja musiikille annetaan tilaa.

Juonnot ovat ytimekkäitä. Jutun tekijä ehdottaa tavalliseen tapaan juontoa, mutta juontaja muokkaa sen omaan suuhunsa sopivaksi.

Grafiikoista vastaa Utismixin oma graafikko. Grafiikoita ei viljellä itsetarkoituksellisesti ja niiden suunnittelussa voi käyttää mielikuvitusta.

Jutuissa saa käyttää huumoria, yllätyksellisyys on valttia. Useimmat jutut ovat vauhdikkaita, mutta hitaampi tahti on välillä tarpeen. Rytmin muutokset tekevät lähetykselle hyvää.

KÄYTÄNNÖN TIETOA

Utismixin palauteposti

Yle-posti

Login: uutispa

Password: 7uutispa1

Youth News Exchange – uutisvaihto

<http://www.eurovision.net/>

Login: uutismixi

Password: mixi321

LIITE 2.

Uutismixi 1.4.2008 Nuoret ja politiikka -jutun käsikirjoitus Toimittaja Markus Liimatainen

Juonto: Nuorten osallistumista politiikkaan moititaan veltoiksi. K2 Äänestysinnostus vaaleissa ei ole huippuluokkaa, mutta tutkijan mielestä nuoret ovat nyt poliittisesti aktiivisempia kuin koskaan.

Juttu: Silva Järvinen klikkautuu kotikoneeltaan Lasten parlamentin sivuille.

SILVA JÄRVINEN, Pusula: *100%Lasten parlamentti on semmonen missä on vaan lapsia ja lapset tekee aloitteita, jotka lähetetään sitten eduskuntaan. Koitetaan saada lastenoloja paremmaksi Suomessa.*

Jokaisesta Suomen kunnasta on mukana yksi edustaja -Silva on Nummipusulan edustaja ja koko Lasten parlamentin puheenjohtaja.

SILVA JÄRVINEN, Pusula: *100%Nyt on ollut pikkukoulujen lakkauttamisesta ja lastenoikeuksista tosi paljon puhetta.*

Nuorten poliittista osallistumista moititaan veltoksi. Tämä ei kuitenkaan pidä paikkaansa. (kuvaa ja musaa äänestämisestä)

Väärinkäsitys johtuu vanhentuneesta ajattelusta, jossa vaikuttamisen uskotaan olevan pelkkää puoluepolitiikkaa ja äänestämistä. Tutkijan mielestä nuoret ovat poliittisesti aktiivisempia kuin koskaan.

TIMO TUIKKA, poliittisen historian tutkija: *100%"Nykyisellä nettiakaudella nuoret ovat poliittisempia kuin koskaan. Keskustelupalstat ovat pullollaan viestejä, näkökulmia ja näkökantoja. Mutta sitä ei haluta tunnustaa politiikaksi"* (kuvaa ja musaa eduskunnasta)

Netti on lasten parlamentin tärkein työkalu. Joka torstai edustajat Kuusamosta Kuopion kautta Helsinkiin vaihtavat chatissa mielipiteitä. Kirkkonummella kaksoset Kare ja Roope miettivät chatissa Silvan kanssa keinoja lasten ja nuorten olojen kehittämiseen.

KARE JA ROOPE, Kirkkonummi: *100%Uudistetaan kaupunkia niin ei aina tehtäis vaan aikuisten mukaan, vaikka puistoista vois lapset päättää vaikka yhden osan.*

100%Entä sun mielestä? 100%Niin ku sillain, että lapset niin kun meidän ikäiset niin monet harrastaa kaikkee. Lätkähallejakin tässä on vain yksi, eikä sinne saa paljon vuoroja paljon. Vois ajatella että tekisi halleja niin kun paljon.

100%Kuuntelevatko kansanedustajat lasten ja nuorten ääntä? 100%Kyllä mä uskoisin niin. Nyttenhän meillä on ollut tosi paljon puhetta siitä, mitä aikuiset luulee, että mitä lapset ajattelee ja mitä ne sitten tietää mitä lapset ajattelee.

LIITE 3.

1.4.2008 Uutismixin sähköpaketit

Juonto: Seuraavaksi uutisia ulkoministerin seikkailuista.

Sähkeet: Ulkoministeri Ilkka Kanerva on saanut potkut. Kokoomuksen puheenjohtajan Jyrki Kataisen mielestä Kanervan uskottavuus on romahtanut eikä hän voi jatkaa tehtävässään. Uusi ulkoministeri valitaan saman tien. Tänään tiistaina Hymy-lehti julkaisi parikymmentä Kanervan tekstaria, jotka hän on lähettänyt eroottiselle tanssijalle Johanna Tukiaiselle.

Kuubassa tavalliset ihmiset voivat hankkia kännykän ja käyttää sitä. Tähän mennessä virallisesti vain ulkomaalaisilla ja hallituksen virkailijoilla on voinut olla kännykkä. Päätös on osa viime kuussa presidentiksi tulleen Raul Castron uudistuksia.

Juonto: Nyt lisää uutisia lyhyesti.

Sähkeet: Kiinassa Pekingin Taivaallisen rauhan aukiolla on juhlistettu olympiatulen saapumista kaupunkiin. Soihtu lähtee vielä 20 maan kierrokselle ennen paluutaan kesäolympialaisten avajaisiin elokuun alussa.

Jääkiekon SM-liigassa taistelu kiristyy. Espoon Blues ja Helsingin Jokerit väentävät pääsystä finaalipeleihin. Blues tai Jokerit kohtaavat kultamitalipeleissä Oulun Kärpät.

LIITE 4.

1.4.2008 Uutismixin Kiina-Tiibet -jutun käsikirjoitus Toimittaja Kirsi Tirkkonen

Juonto: Kiina ja Tiibet ovat näkyneet otsikoissa kaikkialla maailmassa viime viikkoina. K2 Tiibetiläiset ottivat yhteen kiinalaisten mellakkapoliisien kanssa viimeksi viikonloppuna. K1 Tiibetiläiset ovat yksi Kiinan monista vähemmistökansoista ja he haluaisivat enemmän valtaa päättää omista asioistaan.

Juttu: Tiibetiläisten ja kiinalaisten kahakoissa on kuollut ja loukkaantunut jo kymmeniä ihmisiä. Ylen kirjeenvaihtaja Katri Makkonen on seurannut tilannetta Kiinassa.

KATRI MAKKONEN, Kiina (puhelimessa, ei tegua)

100% mistä tiibetiläiset ja kiinalaiset nyt kiistelevät? 0135 tiibetiläiset ja monet muutkin, jotka ovat osoittaneet siellä mieltään ovat sitä mieltä, että tiibetiläisten pitäisi olla itsenäinen kanssa tai sitten heillä pitäisi ainakin olla paljon enemmän sananvaltaa omiin asioihinsa eli heillä pitäisi olla enemmän niin sanottua autonomiaa. 0152 ja kiina taas on sitä mieltä, että Tiibet kuuluu kiinalle, Tiibet on kuulunut kiinalle nyt 50 vuotta mutta kiina sanoo, että se on historiallisesti aina kuulunut kiinalle ja 0202 kiinan mielestä Tiibetillä ja tiibetiläisillä menee tosi hyvin taloudellisesti tai paljon paremmin juuri sen vuoksi, että se on osa kiinaa. 0211

KARTTA: Tiibetiläiset ovat vähemmistökansa, samaan tapaan kuin saamelaiset Suomessa. Tiibet on autonominen alue korkealla vuoristossa Intian ja Kiinan välissä. Tiibetiläisiä asuu paljon oman alueen ulkopuolellakin, esimerkiksi Intiassa.

KATRI MAKKONEN, Kiina

*Ne ovat valtavan uskonnollista väkeä, ne ovat buddhalaisia, niillä on ihan oma tiibetiläinen buddhalaisuutensa, joita niitäkin on kyllä monia. 0324
0327 Niillä on myös oma kieli, oma kulttuurinsa,*

Intiassa toimii tiibetiläisten hallitus ja ylin hengellinen johtaja Dalai Lama. Hän joutui pakenemaan Tiibetistä 50 vuotta sitten. Kiinalaiset syyttävät nyt häntä väkivaltaisuuksien lietsomisesta. Rauhaa rakastava Dalai Lama haluaa tilanteen rauhoittuvan.

DALAI LAMA, Tiibetiläisten hengellinen johtaja

*Me tarvitsemme
erityistä huolenpitoa.*

*Meille on taattava
Kiinalaisten keskuudessa*

ainutlaatuinen kulttuurimme,

kielemme ja mahdollisuus -

omistautua ympäristölle.

Vaikka tiibetiläisalueet ovat viime vuosina vaurastuneet, kuuluvat ne edelleen Kiinan köyhimpiin.

MUNKKI, Labrangin luostari
*Kiina ei tule koskaan -
antamaan Tiibetille vapautta*

tai edes oikeaa itsehallintoa.

*Tilanne on tiibetiläisten
kannalta toivoton.*

KATRI MAKKONEN, Kiina
*0739 jos kiina päästäisi Tiibetin itsenäistymään se menettäisi hirveen luonnonvaroiltaa
rikkaan alueen, toisekseen se vois johtaa siihen, että monet muutkin kansat haluaisi
itsenäistyä 0750*

Kiista Tiibetin ja Kiinan välillä on kärjistynyt nyt, koska Pekingin Olympialaisten vuoksi Kiinan tekemisiä seurataan tarkasti ympäri maailmaa.

LIITE 5.

1.4.2008 Uutismixin Maailman pisin mies – jutun käsikirjoitus.

Toimittaja Kirsi Tirkkonen.

Juonto: Lopuksi tapaamme jotain hyvin erikoista, nimittäin maailman pisimmän miehen. Jättiläinen on ukrainalainen Leonid Stadnyk, jolla on pituutta hankaluuksiin saakka. Apuun saapui lopulta itse Ukrainan presidentti.

Juttu: Tässä hän on 37-vuotias ukrainalainen Leonid Stadnyk -maailman pisin mies. Matkaa päästä varpasiin kertyy 2 metriä ja 53 senttiä. Mitta riitti maailman pisimmän elävän miehen titteliin uusimmassa Guinnessin ennätystenkirjassa.

GRAFFA Suomalaisen miehen keskimitta on 180 senttiä. Leonid yltää siis perusmiestä 73 senttiä korkeammalle. Mittansa vuoksi Leonidin on ollut hankala mahtua esimerkiksi autoihin.

Elämää helpottaa nyt se, että Ukrainan presidentti Viktor Yushchenko lahjoitti hänelle viime viikolla hujopin mittoihin tuunatun karrryn.

100%

*On hyvin vaikea löytää autoa,
jota voisin käyttää -*

epätavallisen mittaisena.

*Minulla ei myöskään ole
varaa vuokrata bussia taksin sijaan.*

*Tästä lähtien voin matkustaa
mukavasti ympäri Ukrainaa.*

*Pidän matkustamisesta kovasti.
Myös sukulaiseni tulevat iloisiksi.*

Leonidille pituus on lähinnä taakka, eikä hän mielellään puhu asiasta. Nuorena hän oli lahjakas koulussa ja valmistui eläinlääkäriksi. Jättiläislääkäri joutui kuitenkin lopettamaan työnsä, kun ainut sopiva mutta toivottaman hidas menopeli eläinpotilaan luota toiselle olivat hevonen ja karrry. Nyt sinisen Chevroletin katolta puuttuu enää vilkkuvalo.

LIITE 6.

Kyselylomake Uutismixistä

Ympyröi sopivat vaihtoehdot, tarvittaessa voit ympyröidä monta sopivaa vaihtoehtoa samasta kohdasta.

Olen a) tyttö b) poika Viimeisen todistukseni keskiarvo oli _____ Luokka _____

1. Kuinka usein olet katsonut Uutismixiä? a) en koskaan b) 1-3 kertaa c) 3-5 kertaa c) yli 5 kertaa

2. Olen katsonut Uutismixiä a) koulussa b) kotona c) netissä

3. Mitä muita uutisia televisiosta katsot? _____

4. Kuinka usein katsot muita uutisia? a) päivittäin b) muutaman kerran viikossa c) viikottain
d) muutaman kerran kuussa c) harvemmin tai en ollenkaan

5. Mitä muita medioita käytät?

6. Kuinka usein näitä medioita käytät?

a) päivittäin b) ainakin kerran viikossa c) silloin tällöin
d) muutaman kerran kuussa c) harvemmin tai en ollenkaan

7. Kuinka paljon katsot televisiota päivässä? Arvioi tunteina ja minuutteina.

8. Luettele ohjelmia joita katsot televisiosta:

9. Mikä on lempiohjelmasi ja miksi pidät eniten juuri siitä?

10. Katsotko televisiosta ajankohtaisohjelmia tai keskusteluohjelmia? Mainitse joku tai joitakin.

11. Miksi katsot juuri näitä ajankohtaisia ohjelmia?

12. Jos haluat tietoa jostain uutisesta, hankitko tietoa? a) katsomalla televisiota

b) lukemalla lehteä c) hakemalla netistä d) jotenkin muuten, miten? _____

13. Onko Uutismixi auttanut sinua ymmärtämään uutisia, joita et muuten ymmärtäisi

a) ei koskaan b) joskus c) usein

Voitko kertoa jonkin esimerkin?

13. Onko Uutismixi saanut sinut kiinnostumaan aiempaa enemmän television muista uutislähetyksistä? a) ei b) on

14. Käsitteleekö Uutismixi mielestäsi sinua kiinnostavia aiheita?

a) ei koskaan b) joskus c) usein

Kerro, mistä uutisista:

15. Käsitteleekö Uutismixi mielestäsi kiinnostavia aiheita

a) usein b) joskus c) ei koskaan

16. Luettele joitakin kiinnostavia aiheita, jotka tulevat mieleesi:

17. Kun katsot Uutismixiä, tuntuuko sinusta että ohjelma on tehty

a) ala-asteikäisille b) yläasteikäisille c) vanhemmille

18. Pitääkö nuorille mielestäsi tehdä omia uutisia a) ei b) kyllä

19. Jos vastasit kyllä, miksi mielestäsi nuorille pitää tehdä omia uutisia?

20. Oletko koskaan käynyt Uutismixin nettisivuilla? a) en b) olen

21. Pitäisikö nettisivuilla olla mielestäsi lisää tietoa Uutismixin aiheista? a) kyllä b) ei

22. Onko Uutismixin vauhti liian nopea, liian hidas vai sopiva?

a) liian nopea b) sopiva c) liian hidas

23. Lopuksi kuvittelutehtävä. Millaisia ohjelmia uskot katsovasi televisiosta kymmenen vuoden kuluttua ja miksi?

LIITE 7.

Kyselylomake Uutismixistä

Ympyröi sopivat vaihtoehdot, voit ympyröidä monta sopivaa vaihtoehtoa samasta kohdasta.

Olen a) tyttö b) poika Viimeisen todistukseni keskiarvo oli _____ Luokka _____

1. Kuinka usein olet katsonut Uutismixiä? a) en koskaan b) 1-3 kertaa c) 3-5 kertaa c) yli 5kertaa

2. Olen katsonut Uutismixiä a) koulussa b) kotona c) netissä

3. Kuinka usein katsot tavallisia uutisia? a) päivittäin b) muutaman kerran viikossa c) viikoittain d) muutaman kerran kuussa e) harvemmin tai en ollenkaan

4. Luetko sanomalehteä? a) päivittäin b) muutaman kerran viikossa c) viikoittain d) muutaman kerran kuussa e) harvemmin tai en ollenkaan

5. Kuinka paljon katsot televisiota päivässä? a) tunnin b) 2 tuntia c) kolme tuntia d) yli kolme tuntia

6. Luettele ohjelmia joita katsot televisiosta:

7. Mikä on lempiohjelmasi ja miksi pidät eniten juuri siitä?

8. Katsotko televisiosta ajankohtaisohjelmia tai keskusteluohjelmia? Mainitse joku tai joitakin.

9. Miksi katsot juuri näitä ajankohtaisia ohjelmia?

10. Jos haluat tietoa jostain uutisesta, hankitko tietoa? a) katsomalla televisiota b) lukemalla lehteä c) hakemalla netistä d) jotenkin muuten, miten? _____

11. Onko tavalliset uutiset mielestäsi vaikeaselkoisia?

a) ei koskaan b) joskus c) usein

