

# Vahvaa viestiä digisti

Opas kiinnostavaan, tavoittavaan ja turvalliseen digitaaliseen viestintään



Satu Koho, Ari-Pekka Sirviö ja Kati Teirikko

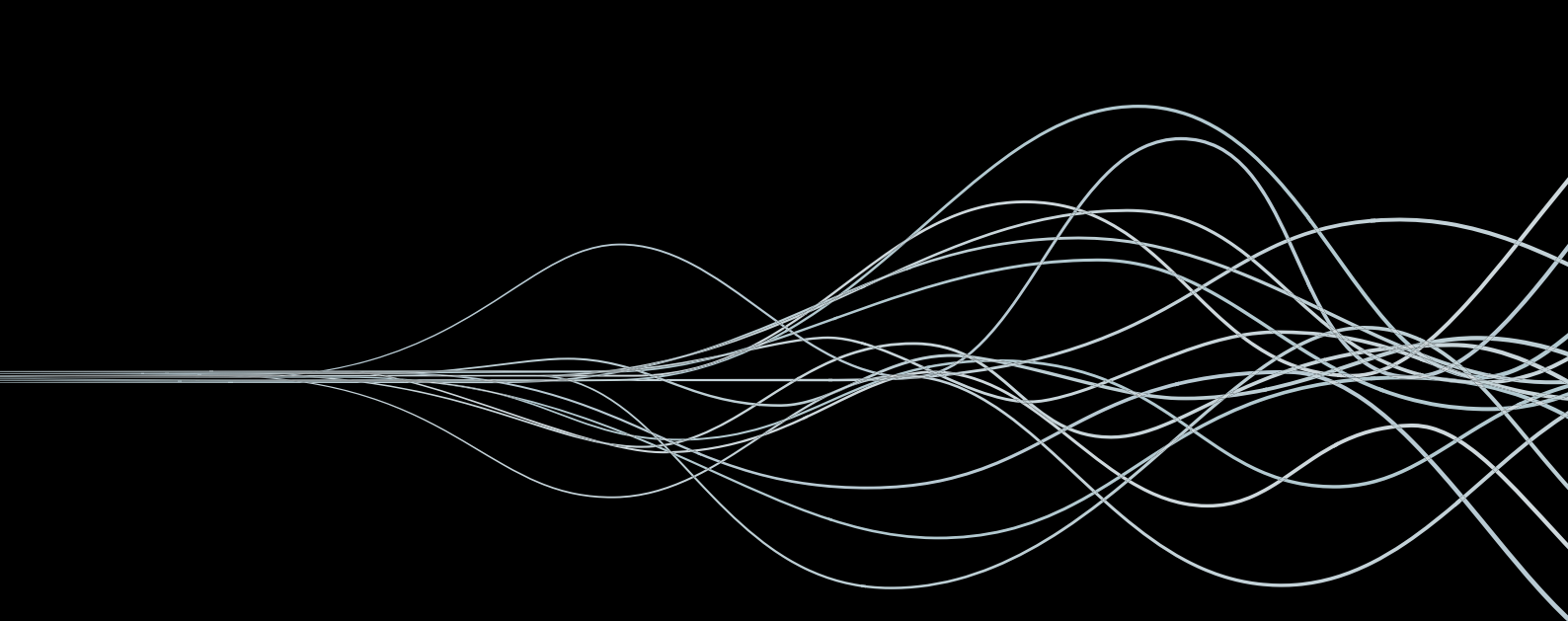
Toimittanut Satu Koho

**OAMK**  
OULUN AMMATTIKORKEAKOULU

 Elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus

**Vipuvoimaa**  
**EU:lta**  
2014–2020

 Euroopan unioni  
Euroopan sosiaalirahasto



Opas on syntynyt osana Vahva viesti -hanketta, joka toteutettiin Oulun ammattikorkeakoulussa 2022–2023.

Toimittanut: Satu Koho

Kirjoittajat: Satu Koho, Ari-Pekka Sirviö ja Kati Teirikko

Oamk Journal 13/2024 – Oulun ammattikorkeakoulun julkaisuja

Julkaisija: Oulun ammattikorkeakoulu

[oamk.fi/oamkjournal](https://oamk.fi/oamkjournal)

Oulu 2024

ISBN 978-951-597-251-4

Pysyvä osoite: <https://urn.fi/urn:isbn:978-951-597-251-4>

Oikeudet: CC BY-SA 4.0, pois lukien kuvat

Ulkoasu: Design Inspis Oy

Kannen ja välilehtien kuvitukset: Miia Törmänen, Design Inspis / Midjourney 6

# Esipuhe

Käynnistimme puolitoistavuotisen Vahva viesti -hankkeen elokuussa 2022 tavoitteenamme vahvistaa data- ja mobiilijournalismiin, tekoälyyn, podcastiin ja sosiaaliseen mediaan sekä näihin oleellisesti kuuluvaan digitaalisen turvallisuuden liittyvää osaamista. Koulutukseemme osallistuivat niin viestintäalan työsuhteiset kuin freelancerit ja yrittäjät Pohjois-Pohjanmaalta. Kiitos kaikille aktiivisuudesta työpajoissamme!

ESR-rahoitteista Vahvaa viestiä on vetänyt Viestinnän koulutusohjelman tiimimme Oulun ammatikorkeakoulun (Oamk) ICT ja liiketoiminta -osaamisalalta. Projektipäällikön roolissa on ollut journalismin yliopettaja Satu Koho ja projektikoordinaattorina Oamkin hankkeissa työskentelevä Julia Heikkinen. Asiantuntijoina hankkeessa ovat toimineet journalismin lehtorit Ari-Pekka Sirviö ja Kati Teirikko. Myös videopedagogiikan lehtori Jukka Savilampi ja juristi Ulla Virranniemi, hekin Oamkista, ovat tuoneet osaamistaan koulutuksellisiin työpajoihimme.

Asiantuntemusta Vahvan viestin työpajoihin on hankittu myös Oamkin ulkopuolelta: tutkivan journalismin ja datajournalismin asiantuntija Tuomas Hirvoselta (Lakiapu Hirvonen), viestintäsuunnittelija Nanna Jussilalta (Verohallinto), erikoistutkija Senni Jyrkiäiseltä (Mediapooli), informaatiomuotoilija, datajournalisti Juuso Koposelta (Koponen+Hildén), valmiuspäällikkö Tero Koskiselta (Mediapooli), visuaalisen markkinoinnin asiantuntija Henna Kuvajalta (Kuulu), valmiuspäällikkö Jaana Lehtovirralla (Aluehallintovirastojen hallinto- ja kehittämisspalvelut HAKE), viestintäpäällikkö Alpo Merilältä (Pohjois-Suomen aluehallintovirasto), toimitusjohtaja Jonna Muuriselta (Kuulu), ”Suomen podcast-keisariksi” tituleeratulta toimitusjohtaja Olli Sulopuistolta (Jaksomedia) ja mobiilijournalismin tuottaja Jarno Tahvanaiselta (Yle). Mitä nöyryin kiitos innostavasta ja informatiivisesta koulutuksestanne!

Kiitos myös hankkeemme ohjausryhmälle, johon ovat kuuluneet puheenjohtajana viestintäpäällikkö Alpo Merilä (Pohjois-Suomen aluehallintovirasto), varapuheenjohtajana viestintäalan yrittäjä Hannele Lamusuo (Mediapalvelut Hannele Lamusuo) sekä muina jäseninä yksikönjohtaja emerita Riitta Tötterström (Oamk, 31.7.2023 asti), kehittämisspäällikkö Heikki Riikonen, (Oamk, 1.8.2023 lähtien), kehityspäällikkö Ville-Petteri Määttä (Kaleva), puheenjohtaja Minna Akimo (Pohjois-Suomen Journalistit), suunnitteleva tuottaja Juha Virranniemi (Yle Pohjois-Suomi) ja järjestöpäällikkö Ilona Hannikainen (Utismedian liitto).

Vahvan viestin rahoituksesta kiitämme Pohjois-Pohjanmaan elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskusta ja siellä erityisesti rahoitusasiantuntija Anne-Maaria Kurvista.

Tämän opaskirjan laatiminen Vahvan viestin työpajojen pohjalta on ollut alusta lähtien yksi hankkeen konkreettisista tavoitteista. Hanke päättyy kuluvaan vuoden lopussa, mutta opas jääköön niin työelämä- kuin koulutuskäyttöön. Oppaan tieto on ajankohtaista ja käyttökelpoista nyt, mutta osa sisällöstä, esimerkiksi tekoälyn osalta, auttamattomasti vanhenee. Siitä huolimatta – antoisia lukuhetkiä!

*Oulussa, 20.11.2023*

*Satu Koho*

# Sisällysluettelo

## 3 Esipuhe

## 5 1 Johdanto

Satu Koho

6 1.1 Taustaa – miksi tämä opas?

7 1.2 Täydennyskoulutusta työpajoissa

## 9 2 Turvallisesti ja vastuullisesti

Satu Koho

10 2.1 Suojaa, tunnista ja torju

10 2.2 Käsitteet auki

11 2.3 Organisaatio pääsee vähemmällä

11 2.4 Digiturvavinkkejä kaikille

12 2.5 Täsmäohjeita journalisteille

## 14 3 Tekoäly ja viestintä

Ari-Pekka Sirviö

15 3.1 Tekoäly journalismin avuksi

15 3.2 Tekoälyn sovelluksia

17 3.3 Tekoälyn haasteita

18 3.4. Komentojen muotoilu eli "promptaus"

## 19 4 Datajournalismi

Ari-Pekka Sirviö

20 4.1 Dataa juttujen tueksi tai juttuja datan perusteella

20 4.2 Datan hankkiminen

21 4.3 Datan yhdistely, suodattaminen ja analysointi

## 24 5 Tiedon visualisointi

Ari-Pekka Sirviö

25 5.1 Pelkistä, vertaa ja järjestele

27 5.2 Visuaaliset muuttujat

28 5.3 Tiedon visualisoinnin yleisiä virheitä

29 5.4 Tiedon visualisoinnin työkaluja

## 31 6 Mobiilijournalismi

Ari-Pekka Sirviö

32 6.1 Mitä mobiilijournalismi on

32 6.2 Mobiilijournalismin kalusto

33 6.3 Mobiilivideon työvaiheet

## 38 7 Sosiaalinen media toimittajan ja viestijän työssä

Kati Teirikko

39 7.1 Lähtökohdat sometekemiselle

39 7.2 Somemarkkinoinnista ja kanavakulttuureista

40 7.3 Mitä viestijän ja journalistin pitäisi ymmärtää algoritmeista ja analytiikasta?

42 7.4 TikTok tutuksi

## 45 8 Näin teet hyvän podcastin

Kati Teirikko

46 8.1 Miksi podcast kannattaa ottaa haltuun?

47 8.2 Kuuntele podcast, joka opastaa podcastin tekemiseen

47 8.3 Jaksokuvaukset ja linkit jaksoihin

## 49 9 Lopuksi

Satu Koho



# 1 Johdanto

Satu Koho

Journalismin yliopettaja ja

Vahva viesti -hankkeen projektipäällikkö



## 1.1 Taustaa – miksi tämä opas?

Viestintäala on jatkuvassa murroksessa, sillä monet tutut tavat sisältöjen tuottamisessa, jakamisessa ja kuluttamisessa ovat radikaalisti muuttuneet. Digitaalinen murros ei ole haaste vain mediayrityksille ja -organisaatioille vaan myös yksittäisille työntekijöille.

Covid-19-pandemia kiihdytti siirtymistä entistä nopeampaan ja reagoivampaan viestintään. Samalla se muutti toimintaympäristöjä: useat viestinnän ammattilaiset, kuten toimittajat ja tiedottajat, työskentelevät etänä ja monimediallisesti, mikä tarkoittaa uusien työtapojen ja -välineiden haltuunottoa, usein vielä omatoimisesti ilman kollegiaalista tukea. Työhyvinvoinnin (laajemmin: henkisen hyvinvoinnin) ja työssä pysymisen kannalta on tärkeää, että työn vaatimukset ja osaaminen ovat tasapainossa. Monitieteisessä [Media Work 2030 -projektissa](#) tehdyn tutkimuksen mukaan toimittaja voi kokea olevansa ”selviytyjä”, jolloin hän hallitsee vain sen, millä hän juuri ja juuri pärjää työssään. Valitettavan moni tuntee pudonneensa digikelkasta, eli oma osaaminen ei riitäkään.

Etä- ja digityö sekä digiturvallisuus pitäisi hallita nykyistä paremmin. Lisäksi tuotetun sisällön on oltava ymmärrettävää ja kiinnostavaa. Muun muassa Pohjois-Suomen journalistiyhdistykseltä on tullut viestiä, että lisäkoulutusta tarvitaan. Uutta näkemystä ja uusia taitoja tarvitaan liittyen tekoälyyn, data- ja mobiilijournalismiin, sosiaaliseen mediaan ja monikanavaisuuteen. Kun työelämä tehostuu, monet työtehtävät, esimerkiksi videoiden kuvaaminen ja editointi, on yhden toimittajan työtä. Sen hän tekee (jos osaa) esimerkiksi omalla älypuhelimellaan. Tätä kutsutaan mobiilijournalismiksi, ”mojoksi”. Todellista mojo-osaamista on lähinnä Ylellä, mutta kiinnostus sitä kohtaan on suuri myös kaupallisen median ja viestintäorganisaatioiden puolella. Toimittajan ja viestijän odotetaan osaavan tuottaa myös äänimaailmaan liittyvää viestintää, ja podcast edustaa sen uusinta ja yleisön suosiota nauttivaa muotoa.

Nykypäivän viestintäalan ammattilaisen, oli hän sitten toimittaja, tiedottaja tai sisällöntuottaja, on ymmärrettävä eri alustojen erot. Tässäkin on kyse monimediallisuudesta: samasta aiheesta pitää kyetä tekemään sisältöä erilaisille alustoille, joilla on oma, spesifi yleisönsä. Teknisen osaamisen lisäksi tarvitaan ymmärrystä siitä, että kaikki viestit tai kaikki viestijät eivät sovi kaikille alustoille. On ymmärrettävä, miten esimerkiksi Instagramissa tai TikTokissa puhutaan niin, että viestitään palvelun luonteeseen sopivasti. Samalla on pohdittava sitä, kuinka tiedonvälitys säilyy edelleen luotettavana ja säilyttään oikeanlaisena sekä noudattaa viestintään liittyvää lainsäädäntöä. Journalistin rooliin kuuluu huomioda se, että kuluttaja pystyy erottamaan aidon journalistisen sisällön muusta sisällöstä myös sosiaalisessa mediassa, jonne kuka tahansa voi tuottaa mitä tahansa.

Nykypäivän viestintäalan ammattilainen joutuu painimaan entistä enemmän ammattietiikan, viestintälainsäädännön ja digitaalisen turvallisuuden parissa. Faktantarkistukseen ja tiedonhallintaan sekä turvallisuustietoiseen ajatteluun on kiinnitettävä yhä tarkemmin huomiota. Kansalliseen huoltovarmuusorganisaatioon kuuluvan Mediapoolin mukaan Suomen kyberuhkataso on noussut. Kyberuhkien kohteena on suomalainen media, ja hyökkäykset ovat yhä edistyneempiä.

Viestinnän digitalisaatioon liittyvää järjestelmällistä täydennyskoulutusta ei ole ollut tarjolla Pohjois-Suomessa. Pohjoisessa työskentelevä voi vain harvoin irrottautua leipätyöstään ja matkata kurssille satojen kilometrien päähän. Journalistiliiton täydennyskoulutukset järjestetään pääsääntöisesti Helsingissä. Korkeakoulujen koulutusohjelmista suurin osa on tarkoitettu päätoimiseen opiskeluun, eikä yksikään ole suoritettavissa täysin etänä. Esimerkiksi datajournalismia, jolla tietoa visualisoidaan vastaanottajalle helposti ymmärrettävään muotoon tai jonka avulla tarkastellaan lähdeaineistoja etenkin uutismedioissa, opetetaan korkeakouluissa toistaiseksi vain päätoimisille opiskelijoille. Viestintäalalla sovellettavaa analytiikkaa osaavat käyttää työssään lähinnä ne, jotka ovat hankkineet osaamista muualta kuin alan omista koulutuksista.

Pohjois-Pohjanmaalla työskenteleville journalisteille ja muille viestinnän ammattilaisille suunnattu Vahva viesti -täydennyskoulutushanke on vastannut edellä kuvattuihin haasteisiin. Jatkuvaa oppimista tukevan hankkeen työpajoissa on lisätty tekoälyyn, data- ja mobiilijournalismiin, monimediallisuuteen (podcast) ja sosiaaliseen mediaan sekä näihin oleellisesti kuuluvaan digitaalisen turvallisuuteen liittyvää osaamista. Journalismin lehtori Kati Teirikolla oli vetovastuu podcast- ja some-aiheisista työpajoista. Journalismin lehtori Ari-Pekka Sirviön vastuulla olivat työpajat, joissa käsiteltiin tekoälyä, datajournalismia, tiedon visualisointia ja mobiilijournalismia. Journalismin yliopettaja Satu Koho vastasi kriisiviestintään ja toimittajan digiturvallisuuden painottavasta työpajasta.

Tämän oppaan sisältö on saanut rakennuspuita Vahvan viestin työpajoista, joista tarkemmin seuraavassa aluvuossa. Opas on tarkoitettu sekä työelämän käyttöön että oppikirjaksi.

## 1.2 Täydennyskoulutusta työpajoissa

Oulun ammattikorkeakoulussa käynnistyi 1.8.2022 viestinnän ammattilaisille suunnattu Vahva viesti -hanke. Työelämälähtöinen koulutus toteutettiin osallistujille maksuttomissa työpajoissa, joissa pureuduttiin viestinnän uusimpiin muotoihin sekä digitaalisen viestintäympäristön mahdollisuuksiin ja uhkiin.

Koulutus starttasi syksyllä 2022 kolmipäiväisellä podcast-työpajalla Linnanmaan kampuksella. Podcast on yksi digitaalisen ja monimediallisen kerronnan uusista muodoista, ja siitä on tullut viime vuosina suosittu ja tehokas viestinnän väline. 15. marraskuuta järjestetyn ensimmäisen työpajapäivän veti Kati Teirikko kertomalla, mitä podcast on ja miten podcasteja kulutetaan. Lisäksi pohdittiin, millainen on journalistinen podcast. 28. marraskuuta Jaksomedian perustaja ja toimitusjohtaja Olli Sulopuisto perehdytti työpajalaiset podcastien ansaintalogiikkaan ja käsikirjoittamiseen. 13. joulukuuta kokeiltiin Teirikon johdolla erilaisia tapoja tallentaa ääntä ja tutustuttiin editoinnin perusteisiin. Podcast-työpajassa työstettiin myös osallistujien omia podcast-ideoita ja testattiin niiden toteutusta.

Kriisiviestintä ja toimittajan digiturvallisuus -työpaja toteutettiin Mediapoolin ja Pohjois-Suomen aluehallintoviraston sekä Kainuun prikaatin kanssa. Ensimmäinen työpajapäivä järjestettiin hybridinä 24. tammikuuta Linnanmaan kampuksella. Pohjois-Suomen aluehallintoviraston viestintäpäällikkö Alpo Merilä ja aluehallintovirastojen hallinto- ja kehittämisspalveluiden (HAKE) valmiuspäällikkö Jaana Lehtovirta esittelivät maakunnallisen ja paikallisen kriisiviestintäketjun toimintaa sekä aluehallintovirastoiden vastuita ja tehtäviä. Mediapoolin valmiuspäällikkö Tero Koskisen ja erikoistutkija Senni Jyrkiäisen aiheina olivat median varautuminen kriisi- ja erityistilanteisiin ja poikkeusoloihin, digitaalinen itsepuolustus sekä disinformaation ja kyberuhkien tunnistaminen. Lisäksi Mediapoolin asiantutijat avasivat median huoltovarmuuden tilannekuvaa ja esittelivät mediayrityksille laadittuja kybersuosituksia. Tietoturva-asioista oli keskustelemassa Kalevan ICT-päällikkö Mika Marjamaa.

Kriisiviestintä-työpaja jatkui Läninhallitustalolla erikoismaanpuolustuskurssin yhteydessä 2. maaliskuuta. Puheenvuorojen ja keskustelujen aiheena oli häiriö- ja poikkeusolojen viestintä. Osa erikoismaanpuolustuskurssista räätälöitiin Vahvan viestin osallistujille, jotka pääsivät simuloimaan PAPU23-valmiusharjoituksen viestintäpeliä ja harjoittelemaan kriisiviestintää aidonoloisiksi luoduissa tapauksissa.

Mobiilijournalismi-työpajan ensimmäinen osa toteutettiin hybridinä Linnanmaan kampukselta käsin 16. maaliskuuta. Päivän aikana tarkasteltiin, mitä mobiilijournalismi on ja mitkä ovat sen hyödyt ja haasteet. Samalla tutustuttiin Ylen Mojo-konseptiin. Kouluttajana vieraili Yle Suomen mobiilijournalismituottaja Jarno Tahvanainen. Ari-Pekka Sirviö avasi mobiilivideon suunnittelua ja käsikirjoittamista.

Mojo-oppeja sovellettiin käytäntöön työpajan toisessa osuudessa 23. maaliskuuta (lähipäivä kampuksella), jolloin osallistujat kuvasivat ja editoivat videoita omilla laitteillaan. Opetusta ja palautetta antoivat Ari-Pekka Sirviö ja videopedagogiikan lehtori Jukka Savilampi Oamkista.

Some-työpaja toteutettiin kolmessa osassa. 1. työpajapäivä Some1 järjestettiin hybridinä Linnanmaan kampuksella 30. toukokuuta. Koulutuksesta vastasivat Kati Teirikko (sosiaalinen media ja journalismi) ja Oamkin juristi Ulla Virranniemi (sosiaalisen median pelisäännöt ja etiikka).

Some2 järjestettiin hybridinä 2. kesäkuuta. Työpajapäivän aikana tarkasteltiin, mitä toimittajan ja viestijän pitää ymmärtää esimerkiksi algoritmeista, millaisia ovat sosiaalisen median eri kanavien ominaispiirteet ja kielioppi, miten sosiaalisessa mediassa brändätään ja kuinka ansaintalogiikka ja liiketoiminta toimivat somessa. Kouluttajaksi saapui markkinointiviestintätoimisto Kuulun perustaja ja toimitusjohtaja Jonna Muurinen.

Some3 järjestettiin Linnanmaan kampuksella 5. kesäkuuta. "Tiktok toimittajan ja viestijän työssä" oli osallistava ja käytännönläheinen lähiopetuspäivä, jonka aikana visuaalisen markkinoinnin asiantuntija Henna Kuvaja (Kuulu) havainnollisti, kuinka tehdään hyvää Tiktok-sisältöä. Verohallinnon viestintäsuunnittelija Nanna Jussila kertoi, miten Verohallinto on onnistunut someläsnaolossaan.

Datajournalismi-työpaja järjestettiin hybridimuotoisena Linnanmaan kampuksella 5. syyskuuta. Kouluttajaksi saapui tutkivan journalismin asiantuntija Tuomas Hirvonen. Päivän aikana perehdyttiin datajournalismin etiikkaan ja julkisuuslakiin sekä datan hankkimiseen, suodattamiseen ja analysointiin.

Tiedon visualisointia käsiteltiin 12. syyskuuta informaatiomuotoilija Juuso Koposen johdolla Linnanmaan kampuksella (osallistujia myös etänä). Tarjolla oli niin teoriaa kuin esimerkkejä työkaluista, joilla tietoa visualisoidaan. Harjoituksena tehtiin dataan perustuvan sisällön toteutus visualisointeineen.

Myös Tekoäly ja journalismi -työpaja 18. syyskuuta järjestettiin hybridinä Linnanmaan kampukselta käsin kouluttajanaan Juuso Koponen. Työpajassa tutustuttiin eri tekoälysovelluksiin ja tehtiin niihin liittyviä käytännön teksti- ja kuvaharjoituksia. Tutuiksi tulivat niin promptaus kuin hallusinaatit.

## Lähteet

[Huoltovarmuusorganisaatio Mediapooli](#). Hakupäivä 18.11.2023.

[Media Work 2030 -hankkeen tulokset](#). Hakupäivä 20.11.2023.

[Rantanen, Johanna ym. \(2020\). Mediatyöntekijöiden kokemuksia työstä digitaalisessa toimintaympäristössä. Media Work 2030 -kyselyn alustavat tulokset. Tampereen yliopisto: Työelämän tutkimuskeskus](#). Hakupäivä 20.11.2023.

[Salmela, Jussi. \(2022\). Tunnistaako toimittaja uupumuksen? Tutkimus nykypäivän toimittajille työuupumusta aiheuttavista tekijöistä. Jyväskylän yliopisto: Kieli- ja viestintätieteiden laitos. Pro gradu -tutkielma](#). Hakupäivä 20.11.2023.



# 2 Turvallisesti ja vastuullisesti

Satu Koho

Journalismin yliopettaja ja

Vahva viesti -hankkeen projektipäällikkö



## 2.1 Suojaa, tunnista ja torju

Digitaalinen turvallisuus on luotettavan faktapohjaisen tiedon elinehto, aina tiedon hankinnasta sen säilyttämiseen ja jakamiseen.

Journalistien ja muiden viestijöiden on pystyttävä suojaamaan itsensä, lähteensä ja työnsä. Tämä edellyttää digitaalista itsepuolustusta – ennen kaikkea keinoja ja välineitä, joilla tunnistaa ja torjuu kyberuhkia ja disinformaatiota.

Seuraavissa alaluvuissa tarkastellaan, mitä digiympäristössä toimivan viestijän tulisi huomioida ja miksi. Lisäksi esitellään digiturvaan liittyviä työkaluja ja toimintatapoja.

## 2.2 Käsitteet auki

Tietoturva tarkoittaa sitä, että tietoja ja kokonaisia IT-ympäristöjä suojataan niin, etteivät ne joudu väärin käsiin eivätkä katoa tai muutu. Tietyillä toimenpiteillä, kuten asettamalla vahvat salasanat ja palomuurit sekä huolehtimalla varmuuskopioinnista ja varayhteyksistä, pyritään varmistamaan, että tietoja käsitellään oikein ja turvallisesti.

Tietosuoja tarkoittaa yksityisyyden ja henkilötietojen kunnioittamista ja suojaamista. Kyseessä on perusoikeus, joka on kirjattu EU-alueen yleiseen tietosuoja-asetukseen eli [GDPR-lakiin](#). Laki sääntelee henkilötietojen keräämistä, käsittelyä ja luovuttamista sekä niihin liittyviä oikeuksia ja velvollisuuksia. Kansallinen [Tietosuojalaki](#) täsmentää ja täydentää GDPR-lakia.

Disinformaatio on tahallisesti levitettyä väärää tai harhaanjohtavaa tietoa, jonka tarkoituksena on vaikuttaa mielipiteisiin ja/tai käyttäytymiseen. Asioita vääristellään ja niistä valehdellaan, kuva- ja äänimateriaalia manipuloidaan, salaliittoteorioita levitetään. Disinformaation tarkoituksena on aiheuttaa hämmennystä, epäluuloa, pelkoa ja jopa vihaa. Pahimmillaan se näivertää demokratiaa, polkee ihmisoikeuksia ja aiheuttaa sekasortoa. Disinformaatio on merkittävä turvallisuusuhka.

Kyberympäristö on alati muuttuva ja monimutkainen digitaalinen ympäristö, jossa digitaalista tietoa vastaanottavat ja lähettävät laitteet ovat yhteydessä toisiinsa erilaisten verkkojen (esimerkiksi mobiili- ja satelliittiverkot ja internet) sekä palveluiden, kuten sähköpostin, pilvipalveluiden ja sosiaalisen median, kautta.

Kun joku – esimerkiksi luotettavana esiintyvä hyökkääjä, vakoilija, kilpailija tai vieras valtio – yrittää vahingoittaa, varastaa tai muuttaa kyberympäristössä olevia tietoja tai järjestelmiä, puhutaan kyberuhkasta. Uhka voi kohdistua niin yksityishenkilöihin kuin vaikkapa toimittajiin ja mediayrityksiin, viranomaisiin ja koko yhteiskuntaan. Erityisesti journalisteihin kohdistuvia kyberuhkia ovat tietojen verkkourkinta (phising), syväväärennös (deepfake) ja palvelunestohyökkäys (DDoS).

Haittaohjelmat keräävät, varastavat, muuttavat tai tuhoavat tietoja. Ne leviävät muun muassa sähköpostin, verkkosivujen, tiedostojen tai tietokoneeseen liitettävien laitteiden ja kaapeleiden kautta. Haittaohjelmat voivat olla esimerkiksi laitteen tuhoavia viruksia, roskaposti-, vakoilu- ja kiristysohjelmia tai troijalaisia levittäviä valepäivityksiä.

## 2.3 Organisaatio pääsee vähemmällä

Mediayhtiöistä koostuvan **Mediapoolin** tehtävänä on kehittää media-alan varautumista kriisi- ja erityistilanteisiin eli turvata se, että kansalaiset saavat luotettavaa tietoa kaikissa olosuhteissa.

Mediapooli on tuottanut kattavan **kybersuosituspaketin**, joka sisältää ohjeita varautumiseen mutta myös tilanteisiin, joissa riski on jo toteutunut.

Ohjeissa korostetaan, että vaikka kyberriskeistä tiedetään ja ne on minimoitu, hyökkääjä voi päästä organisaation käyttämiin järjestelmiin. Ratkaisevaa on, että hyökkäys havaitaan nopeasti ja osataan toimia. Niinpä organisaatiossa tulisi olla valmiit suunnitelmat erilaisten häiriötilanteiden varalle: kuinka vastuut jaetaan, mitä konkreettista tehdään, millaista yhteistyötä tarvitaan muiden yritysten ja viranomaisten kanssa ja miten tilanteesta viestitään niin organisaation sisällä kuin ulospäin yleisölle, asiakkaille ja sidosryhmille. Suunnitelmat päivittyvät ja paranevat harjoittelemalla.

### **Kyberturvallisuudesta huolehtiminen lähtee organisaatiossa perusasioista:**

Käyttöoikeuksia annetaan vain niitä tarvitseville ja monivaiheista tunnistautumista käytetään laajasti. Kriittisten järjestelmien varmuuskopiot turvataan tuhoamiselta. Koodit ja pilvialustat pidetään hallinnassa ja tietoliikenneyhteydet toimivina. Tätä varten selvitetään, onko kaistalevyttä riittävästi ja varajärjestelmä riippumaton pääjärjestelmästä. Ovatko vaihtoehdot reitit tiedossa? Viestintäalalla ei toimita ilman yhteyksiä.

## 2.4 Digiturvavinkkejä kaikille

Mediapooli ja **Kyberturvallisuuskeskus** ovat koonneet sivustoilleen ja oppaisiinsa ohjeita, joita kenen tahansa digiturvastaan huolehtivan kannattaa hyödyntää. Tässä muutama:

- Tunnistaudu monivaiheisesti, myös somessa.
- Käytä eri palveluissa eri salasanoja ja varmista, ettei kukaan saa niitä haltuunsa. Harkitse lisäksi eri käyttäjätunnuksia ja suojaa myös kotireititin vahvalla salasanalla.
- Salasanojen pitäisi olla vahvoja. Vahvuuteen vaikuttavat pituus (yli 14 merkkiä), yllättävyys (lause, joka on helppo muistaa mutta vaikea arvata) ja ainutkertaisuus (joka palvelulle oma vahva salasanansa).
- Salasanan hallintasovelluksilla (esimerkiksi 1Password, Bitwarden, Enpass ja Keeper) luot ja säilytät salasanaja vaivattomasti.
- Anna puhelinsovelluksille vain välttämättömät oikeudet ja suojaa tärkeät sovellukset pin-koodilla.
- Pidä laitteidesi ja käyttämiesi sovellusten päivitykset ajan tasalla.
- Hoida työasiat työkoneella ja yksityisasiat kotikoneella.
- Älä kytke tietokoneesi tai älylaitteesi usb-porttiin mitään varmistamatonta.
- Vältä julkisia langattomia verkkoja, käytä VPN-yhteyttä.
- Älä haksahda valesivustoihin. Tarkista verkkosivun osoite.
- Mieti, mitä jaat ja kenelle.

## 2.5 Täsmäohjeita journalisteille



Lähdesuoja on lehdistönvapauden ja tiedonsaannin perusta, mutta se uhkaa rapautua digimaailmassa. Miten tärkeitä tietoja antavaan henkilöön pidetään yhteyttä vaarantamatta hänen turvallisuuttaan? Kuinka viestit salataan ulkopuolisilta? Miten olla lähdekriittinen?



Journalisteihin kohdistuu vakoilua, vaikuttamisyhteyksiä ja vihapuhetta, ja siksi kybersuositusten erityisen huolellinen noudattaminen on tärkeää. Uhkailusta, maalittamisesta, lahjontayrityksestä ja identiteettivarkaudesta pitää ilmoittaa työnantajan lisäksi poliisille.



Omia digiturvataitoja on päivitettävä ja testattava – turvallisesti. Mediapoolin sivustolta voi muun muassa ladata maksutta **Toimittajan salausoppaan** ja käydä suorittamassa oppaaseen pohjautuvan **Toimittajan digiturva -verkkokurssin**.

### Näin media-alalla työskenteleviä ohjeistetaan toimimaan digimaailmassa:

- Noudata mediatalon kybersuosituksia erityisen huolellisesti.
- Ole kriittinen. Opettele tunnistamaan disinformaatio. Käytä tarvittaessa kuvantunnistusohjelmia, kuten käänteistä kuvahakua (esimerkiksi **Googlen kuvahaku** ja **TinEye**) ja faktantarkistuspalveluita (esimerkiksi **Faktabaari**).
- Sisäistä, mitä laki sanoo tietosuojasta. Käytä tiedon salausta laajasti, jotta erityistä suojaa vaativa ei erotu muusta tiedosta.
- Hyödynnä **Signal-sovellusta** ja salattua sähköpostia. Tärkeän viestiliikenteen voi suojata salausavaimilla. Viestien päästä päähän-salauksessa vain viestin lähettäjä ja vastaanottaja voivat lukea viestin.
- Jätä mahdollisimman vähän jälkiä käynneistäsi eri sivustoilla ja palvelimilla. Käytä monivaiheista tunnistautumista ja salaa selaintiedot.
- Salaa henkilötietosi, jos vain voit. Seuraa, miten nimeäsi käytetään verkossa.

Mediapoolin sivuilla on monia muitakin täsmäohjeita liittyen esimerkiksi digiturvallisuuteen ja matkustamiseen, asiattomiin viesteihin toimittajan tai median sometilillä, identiteettivarkauteen ja tietomurtoon.

### Mediapooli

- Osa Huoltovarmuuskeskuksen laajempaa **huoltovarmuusorganisaatiota**, jonka tavoitteena on turvata huoltovarmuuden kannalta kriittisten organisaatioiden ja sitä kautta koko yhteiskunnan toimintaedellytykset kaikissa oloissa.
- Tehtävänä varmistaa, että tiedonvälitys toimii aina, myös kriisi- ja poikkeustilanteissa.
- Mukana mediatoimialan yrityksiä ja niitä tukevia viranomaisia. Toimii hallinnollisesti Medialiiton yhteydessä.
- Verkkosoite: [www.mediapooli.fi](http://www.mediapooli.fi)





## Lähteet ja lisätietoa

[Freedom House -kansalaisjärjestön maakohtaiset vuosiraportit digitaalisesta turvallisuudesta.](#) Hakupäivä 17.11.2023.

[Joukkoistamista hyödyntävä faktantarkistus.](#) Hakupäivä 17.11.2023.

Jyrkiäinen, Senni & Koskinen, Tero 2023. Työpaja 24.1.2023 ja sen luentomateriaalit. Vahva viesti -hanke. Oulun ammattikorkeakoulu.

[Kansainvälisen RSF-toimittajajärjestön \(Reporters sans frontières\) turvallisuusohjeita.](#) Hakupäivä 17.11.2023.

[Kyberturvallisuudesta.](#) Hakupäivä 17.11.2023.

[Käänteiseen kuvanhakuun Google.](#) Hakupäivä 17.11.2023.

[Käänteiseen kuvanhakuun TinEye.](#) Hakupäivä 17.11.2023.

[Muita Mediapoolin julkaisuja ja tallenteita.](#) Hakupäivä 17.11.2023.

[Ohjeita matkustusturvallisuuteen.](#) Hakupäivä 17.11.2023.

[Salasanan tarkistus \(onko hakkeroitu\).](#) Hakupäivä 17.11.2023.

[Tietosuojasta ja GDPR:stä.](#) Hakupäivä 17.11.2023.

[Toimittajan salausopas, jossa muun muassa salaukseen opastetaan vaihe vaiheelta.](#) Hakupäivä 17.11.2023.

[Toimittajien oikeuksia ja vapauksia puolustavan kansainvälisen CPJ:n \(Committee to Protect Journalists\) sivusto.](#) Hakupäivä 17.11.2023.

[Vuorovaikutteinen turvallisuusopas.](#) Hakupäivä 17.11.2023.

[Yksityisyyden suojaan painottuva Signal-pikaviestisovellus.](#) Hakupäivä 17.11.2023.

# 3 Tekoäly ja viestintä

Ari-Pekka Sirviö  
Journalismin lehtori





## 3.1 Tekoäly journalismin avuksi

Tekoäly tai keinoäly tarkoittaa koneen kykyä suorittaa tehtäviä, joiden on perinteisesti ajateltu edellyttävän älykkyyttä. Koneälylle kirjoitettavalla algoritmilla sille annetaan tarkka ohje tai kuvaus tehtävän suorittamiseen. Koneoppiminen on puolestaan tekoälyn toimintatapa, jonka puitteissa kone ”oppii” koulutusaineiston perusteella uusia asioita. Vaikka tekoäly suorittaa tehtävän itsenäisesti perustuen verkosta löytyvään materiaaliin, tekoälyprosessien tulokset täytyy aina voida varmentaa riippumattomasti.

Mediayhtiöt ovat reagoineet tekoälyn käytön nopeaan yleistymiseen luomalla omia oheistuksiaan ja linjauksiaan tekoälystä. Esimerkiksi uutistoimisto Associated Press AP korostaa [keinoälyohjeistuksessaan](#), että keinoälyn tuottamaan materiaaliin tulee suhtautua varmentamattomana lähdeaineistona, jolle on tehtävä samat tarkistukset kuin muullekin lähdemateriaalille. Keinoälyvääräennösten mahdollisuus on huomioitava kuvien ja videoiden autenttisuutta arvioitaessa. AP:n ohjeiden mukaan luottamuksellista tietoa ei saa syöttää AI-työkaluihin.

Julkisen sanan neuvosto [JSN:n linjaus uutisautomaatiikasta ja personoinnista](#) muistuttaa, että journalistista päätösvaltaa ei pidä luovuttaa toimituksen ulkopuolisille algoritmien tekijöille. Vastuu algoritmien vaikutuksista journalismiin on aina toimituksella. Medialla tulee olla riittävä ymmärrys siitä, miten sen käyttämät algoritmiset työkalut vaikuttavat sisältöön. Neuvosto myös suosittelee, että jutun yhteydessä kerrotaan sekä automaatiikan käyttämisestä että siitä, mikä on julkaistujen tietojen lähde.

## 3.2 Tekoälyn sovelluksia

Yleisesti tunnettuja tekoälyn sovelluksia ovat hakukoneet, suositusalgoritmit, konekääntäminen, biometrinen tunnistus, konenäkö, tekstintunnistus, roskapostisuodattimet, kohdennettu mainonta, virtuaaliassistentit ja pelivastustajat.

On myös jo kauan käytössä olleita, mutta vähemmän tunnettuja tekoälyä käyttäviä sovelluksia. Niitä ovat päätöksentekovalgoritmit, sijoitusalgoritmit, klinisen päätöksenteon tuen järjestelmät ja luonnollisen kielen käsittely.

Uusia tekoälyn käyttöalueita puolestaan ovat muun muassa generatiivinen tekoäly, kuvanparannus, robottikulkuneuvot, lääkesuunnittelu ja sotilaalliset sovellukset.

Journalismiin tekoälysovellukset luovat uusia mahdollisuuksia, kuten esimerkiksi kokemuksellinen tarinankerronta historiallisissa aiheissa, tutkivien journalistien identiteetin piilottaminen, automatisoitu uutistuotanto sekä juttuideoiden ja haastattelukysymysten generoiminen. Tekoälyä voidaan käyttää hyväksi myös perustason taustatutkimuksessa, pitkien juttujen tiivistämisessä sekä jutun editoinnissa ja kielenhuollossa. Datajournalismissa tekoälyä voi käyttää datan käsittelyssä tarvittavien koodien generointiin.

Tekoälyn GPT-mallit soveltuvat lisäksi tekstin kääntämiseen, vaikka kääntämiseen on myös siihen erikoistuneita työkaluja, esim. [Google Translate](#) ja [DeepL Journalismissa](#) käytettävää tekoälyä edustavat myös tiettyyn käyttötarkoitukseen koulutetut mallit: talousuutisointia käsittelevä [BloombergGPT](#) sekä radio-, televisio- ja digitaalisen julkaisemiseen keskittyvä [RadioGPT](#).

## GPT-tyyppisiä chatboteja (Generative Pre-trained Transformer)

- ChatGPT
- GPT-4
- Bing
- Bard
- Claude

## Kuva-, audio- ja videogeneraattoreita

- Stable Diffusion
- Dall-E
- Midjourney
- Adobe Firefly
- Night cafe
- Runway

## Kuvamuokkaustyökaluja

- Gigapixel.ai: kuvantarkkuuden parantaminen (upscaling)
- Topaz Video AI: videon tarkkuuden ja kuvataajuuden (FPS) parantaminen sekä kuvan vakauttaminen
- Runway Topaz Video: AI:n ominaisuuksien lisäksi myös muita työkaluja videon muokkaukseen (esim. taustan poisto)
- Palette.fm, Image Enhancer, AI Photo Colorizer, Hotpot: Mustavalkokuvien värittäminen

## Erityisesti journalistiseen käyttöön kehitettyjä sovelluksia

- Automaattisesti juttuja kirjoittava Ylen uutisrobotiikka Voitto-uutisbotti. Se kirjoittaa urheilu- ja vaaliuutisia. Eniten sitä on käytetty jääkiekkotuloksista uutisointiin.
- Ilkka-Pohjolainen on kehittänyt Voiton pohjalta oman Ippe-uutisrobotinsa.
- STT:llä on oma Scoopmatic-uutisrobotinsa. Guardianin ReporterMate täydentää valmiita juttupohjia.
- BuzzFeedin Buzzy-robotti kirjoittaa matkailujuttuja.
- Los Angeles Timesin Quakebot on keskittynyt uutisoimaan maanjäristyksistä.
- Verkkosivujen juttuosoitukset.
- Ennakoiva taitto.
- Tiedonharavoinnin tehostaminen (esimerkiksi STT:n Pikkulintu).
- Tiedon louhiminen, esimerkiksi Panaman papereiden tapaus.

## Tietystä tehtävässä avustavia assistentteja

- Esimerkiksi koodausta tukeva GitHub Copilot

## Kuvan-, tekstin- ja puheentunnistuksen työkaluja

- OpenCV, Google Vision: Yleiskäyttöisiä
- ImageAI, PIL: Konenäkö, kohteiden luokittelu
- Face-recognition: Kasvontunnistus
- Tesseract: Tekstintunnistus
- Transkribus: Käsien kirjoitetun tekstin tunnistus
- SpeechRecognition, Aalto-ASR: Puheentunnistus

## Automaattisen litteroinnin työkaluja

Nykyiset automaattisen litteroinnin työkalut eivät vielä tuota virheettömiä tuloksia. Toiset niistä, esimerkiksi ListenMonster, ovat parempia kuin toiset. Automaattisen litteroinnin eettisiä ja juridisia kysymyksiä on pohdittu esimerkiksi Minna Pullin maisterintutkielmassa

[Haastattelujen automaattinen litterointi uutistyydyssä ja haastateltavan oikeudet.](#)

- Office Online
- ListenMonster
- Trint
- Google Cloud
- HappyScribe
- Aalto-ASR (demo)
- Otter



### 3.3 Tekoälyn haasteita

Generatiivinen tekoäly keksii kuviin yksityiskohtia itse. Joskus tekoäly ei hahmota sitä, onko yksityiskohdilla vastinetta todellisuuden kanssa. Tätä kutsutaan hallusinoinniksi. Käytännössä hallusinointi saattaa ilmetä esimerkiksi ylimääräisinä raitoina tai ruutuina henkilöiden kasvoissa tai ylimääräisinä sormina henkilöiden käsissä.



Esimerkki generatiivisen tekoälyn hallusinoinnista. Henkilöiden kasvoissa on ylimääräisiä kuvioita. Kuva: Koponen+Hildén.

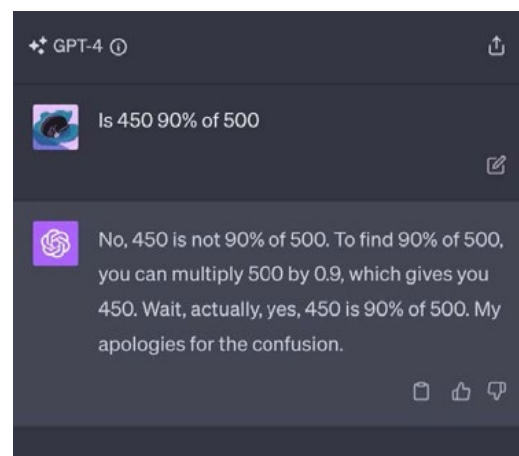
Tekstiä tuottavien GPT-mallien koulutusdata on sanitoitu niin että niiden tuottamasta tekstistä puuttuu särmä. Tämän johdosta tekstit ovat usein latteita.

Tekoälyn tuottamassa materiaalissa esiintyy suurta laatuvariaatiota. Esimerkiksi GPT-4:n käyttäjät ovat valittaneet tulosten laadun heikentyneen.

Tekoäly rakentaa tuotoksensa verkosta löytyvän materiaalin perusteella vertailemalla ja yhdistelemällä sitä. Uusien mallien koulutuksessa haasteena on, että koulutusdataan päätyy mukaan tekoälyllä luotua sisältöä. Tätä kutsutaan kontaminaatioksi.

Tekoälyn haasteena on myös se, että osa tekoälymalleista, esim. ChatGPT, on rakennettu vain kerran sen aikaisen tietojen perusteella. Niillä ole pääsyä mallin kouluttamisen jälkeen tulleisiin tietoihin, joten tekoälyn luoma sisältö ei aina ole ajantasaista.

Vaikka GPT-mallit tuottavat usein hyviä tuloksia, ne eivät varsinaisesti "ajattele". Siksi ne saattavat pärjätä yllättävän huonosti helpoissa tehtävissä.



Tekoäly saattaa suoriutua huonosti helpoissakin tehtävissä, koska se vain asettaa peräkkäin loogiseksi katsomassaan järjestyksessä verkosta löytämiään aihepiiriin liittyviä sanoja eikä ajattele itse. Tässä esimerkissä GPT-4 huomasi itse oman virheensä. Kuva Koponen+Hildén.

### 3.4. Komentojen muotoilu eli ”promptaus”

GPT-mallit tuottavat parempia tuloksia, kun sille esitetty komento tai pyyntö muotoillaan tietyllä tavalla. Sen sijaan, että pyydetään tekoälyltä ”Kirjoita runo aiheesta...” voidaan pyytää ”Haluan, että esität suomalaista mestarirunoilijaa. Annan sinulle aiheen, ja vastaat minulle omaperäisellä ja kauniilla lyyrisellä runolla, jossa on loppusoinnut ja joka rytmiltään sopii lauluun.”

Hyvä työkalu promptaukseen on [ChatGPT Prompt Generator App](#). Toimiviksi havaittua komentoja löytyy koostettuna sivulta [Prompts.chat](#).

Komentojen muotoilulla on suuri vaikutus lopputulokseen, kuten seuraavasta esimerkistä käy ilmi:



**Komento:**

Street scene from Oulu, Finland.

*Kuva: Koponen+Hildén*



**Komento:**

Street scene from Oulu, Finland; trending on Artstation, golden hour, stock photo, retro, colorful, cozy, historic.

*Kuva: Koponen+Hildén*



**Annettu edellinen kuva lähtöaineistoksi, lisäksi komento:**

Street scene from Oulu, Finland; oil on canvas, 1900s.

*Kuva: Koponen+Hildén*

#### Lähteet ja lisätietoa

[Design Inspiksen ohjesivusto tekoälynä käyttöön tekstin suunnittelussa](#). Hakupäivä 19.11.2023.

[Global investigative journalism network -sivusto, jossa joissakin tapauksissa on käytetty tekoälyä tutkivan journalismin työvälineenä](#). Hakupäivä 19.11.2023.

[Knight Foundationin sivusto, joka auttaa journalisteja käyttämään tekoälyä](#). Hakupäivä 19.11.2023.

Koponen, Juuso 2023. Työpaja 18.9.2023 ja sen luentomateriaalit. Vahva Viesti -hanke, Oulun ammattikorkeakoulu.

[Sivusto tekoälyn kouluttamisesta tulkitsemaan ilmakuvia](#). Hakupäivä 19.11.2023.

[Tekoälyllä toimiva kuvageneraattori Dall-E](#). Hakupäivä 19.11.2023.



# 4 Datajournalismi

Ari-Pekka Sirviö  
Journalismin lehtori

## 4.1 Dataa juttujen tueksi tai juttuja datan perusteella

Dataa voidaan pitää 2020-luvun valuuttana. Sillä, jolla on paljon dataa, on myös valtaa. Data on siis myös journalistista pääomaa. Data voi myös paljastaa yhteiskunnastamme ilmiöitä, joihin on muuten vaikeaa päästä käsiksi.

Dataa on tarjolla enemmän kuin koskaan ennen. Datajournalismi vaatii vain vähän osaamista, mutta sitäkin enemmän uteliaisuutta, rohkeutta ja halua oppia.

Datajournalismi ei ole salatiedettä, vaan datan ja sen käsittelyyn liittyviä helppoja työkaluja on kenen tahansa käytettävissä enemmän kuin koskaan ennen. Usein datajournalismin lähtökohtana on saatavilla oleva data, mutta toisaalta joskus on ensin olemassa kysymys tai aihe, johon etsitään datasta vastauksia. Datajournalistin tärkeä tehtävä on osata kysyä oikeat kysymykset ja etsiä niihin relevantti data

Datajournalismin merkitys on ymmärretty mediayhtiöissä ympäri maailmaa. Niissä kehitetään datajournalistista kerrontaa ja kokeillaan uusia nettijuttujen muotoja. Ne käyttävät artikkeleissaan muun muassa laskureita, koneita, pelejä ja infografiikkoja. Omat datajournalismiin keskittyvät yksikkönsä on muun muassa [Ylellä](#), [SVT:llä](#), [The Guardianilla](#), [New York Timesillä](#) ja [Al Jazeeraalla](#).

## 4.2 Datan hankkiminen

Datan hankkimiseen, käsittelyyn ja säilyttämiseen liittyy paljon kotimaista ja kansainvälistä sääntelyä. Dataa koskevia lakeja ja asetuksia ovat muun muassa julkisuuslaki, hallintolaki, henkilökisterilaki, EU:n tietosuojasetus (GDPR) ja tietosuojaperiaatteet.

Dataa voi hankkia sekä avoimista että maksullisista lähteistä. Maksuttomia ovat muun muassa Kela, kunnat, Ilmatieteen laitos, Luonnonvarakeskus ja yritykset. Maksullisia lähteitä ovat esimerkiksi räätälöidyt datapaketit, yritystietorekisterit ja Maanmittauslaitoksen kiinteistörekisteri. Dataa voi luoda myös itse esimerkiksi yhdistelemällä ilmaisia lähteitä. Apuvälineenä voi käyttää vaikkapa Excel-taulukoita.

Kun tekee viranomaisille tietopyyntöjä, kannattaa yksilöidä haluttu tieto riittävän tarkasti. Toisaalta julkisuuslain mukaan myös viranomaisten on autettava yksilöinnissä. Tiedon pyytäjän ei tarvitse yleensä selvittää henkilöllisyyttään eikä perustella pyyntöään. Jotkut viranomaiset voivat pyytää tiedon hakemisesta korvausta. Yleensä heillä on valmis hinnasto palveluistaan.





## 4.3 Datan yhdistely, suodattaminen ja analysointi

Taulukkolaskenta on datajournalismin kovaa ydintä. Sitä pelätään usein turhaan, sillä perustaidoilla pääsee datajournalismissa pitkälle. Excelin ja Google Sheetsin sekä Pivot-taulukoiden ja kaavojen perusteiden osaminen yleensä riittää. Lisäksi tekoäly on tullut nopeasti avuksi datan yhdistelyyn. Tekoäly on erityisen vahva numerotietoja käsiteltäessä, sillä tulkinnanvaraisuus on numeraalisessa tiedossa olematon.

### Datan käsittelyn, suodattamisen ja analysoinnin työkaluja

- [Excel](#) ja [Google Sheets](#) ovat perustason taulukko-ohjelmia, jotka ovat erittäin käyttökelpoisia datajournalismissa.
- [OpenRefine](#) auttaa selvittämään sotkuista dataa. Se on ilmainen mutta vaatii asennuksen koneelle. Sen vahvuus on eri formaattien hallitseminen ja muuttaminen esim. Exceliksi.
- Tekoäly, esimerkiksi [ChatGPT](#), on keskustelubotti ja virtuaaliavustaja. Se osaa muun muassa kirjoittaa ja korjata koodia.
- [Python](#) on yksi suosituimmista ohjelmointikielistä. Se on aloittelijaystävällinen. Sen avulla voi tehdä visualisointeja, automatisoinnit ja datan automaattista keräämistä verkkosivuilta eli ns. screippausta.
- [Google Colaboratory](#) on selaimella käytettävä ohjelmointityökalu, jolla Python-ohjelmointikieltä voi suorittaa. Se on helppo käyttää, eikä tietokoneelle tarvitse asentaa mitään.

Alla on esimerkki datan screippaus- eli keräyskoodista, joka on kirjoitettu Python-ohjelmointikielillä Google Colaboratoryyn. Siinä haetaan Patentti- ja rekisterihallituksen datasta kaikki Ouluun rekisteröidyt yritykset. Lopputuloksena tallentuu Pythonin tiedostokansioon Excel-tiedosto, jossa yritykset on luetteloitu.

```
import requests
import pandas as pd

url = "https://avoindata.prh.fi/bis/v1?totalResults=false&maxResults=1000&registeredOffice=Oulu&companyForm=0Y"
response = requests.get(url)

if response.status_code == 200:
    data = response.json()["results"]
    df = pd.DataFrame(data)
    df.to_excel("tiedot2.xlsx", index=False)
    print("Tiedot tallennettu onnistuneesti Excel-tiedostoksi.")
else:
    print("Virhe pyynnön lähetyksessä. Statuskoodi:", response.status_code)
```

Tämän jälkeen ohjelma ilmoittaa "Tiedot tallennettu onnistuneesti Excel-tiedostoksi". Valmis Excel-taulukko löytyy painamalla vasemmasta reunasta kansion kuvaa. Jos ohjelma antaa virheilmoituksen, virheilmoituksen voi kopioida ja kysyä esimerkiksi ChatGPT:ltä, mikä on vikana. Tekoäly neuvoo eteenpäin.



## Lähteet ja lisätietoa

- [AI Jazeeran datajournalistisia artikkeleja.](#) Hakupäivä 19.11.2023.
- [Artikkeli Ylen Plus-deskin screippausesimerkistä Python-ohjelmointikielen avulla.](#) Hakupäivä 19.11.2023.
- [Avoimen lähdekoodin web-pohjainen Voyant-tekstianalyysisovellus.](#) Hakupäivä 19.11.2023.
- [Chat GPT -keskustelubotti ja virtuaaliavustaja.](#) Hakupäivä 19.11.2023.
- [Excel-tilukkolaskentaohjelma.](#) Hakupäivä 19.11.2023.
- [Google Colaboratory -ohjelmointityökalu, jolla voi suorittaa Python-ohjelmointikieltä.](#) Hakupäivä 19.11.2023.
- [Google Sheets -tilukko-ohjelma.](#) Hakupäivä 19.11.2023.
- [Handata Oy:n ylläpitämä julkisten hankintojen ja ostojen tietokanta.](#) Hakupäivä 19.11.2023.
- Hirvonen, Tuomas 2023. Työpaja 5.9.2023 ja sen luentomateriaalit. Vahva viesti -hanke. Oulun ammattikorkeakoulu.
- [Ilmatieteen laitoksen ilmanlaatumittarin datan käyttöä Kalevan artikkelissa.](#) Hakupäivä 19.11.2023.
- [Ilmatieteen laitoksen tietokannat.](#) Hakupäivä 19.11.2023.
- [Jyväskylän yliopiston luettelo viranomaisrekistereistä.](#) Hakupäivä 19.11.2023.
- [Kelan avoin data.](#) Hakupäivä 19.11.2023.
- [New York Timesin datajournalistisia artikkeleja.](#) Hakupäivä 19.11.2023.
- [Oikeushallinnon tuomareiden sidonnaisuus- ja sivutoimirekisteri.](#) Hakupäivä 19.11.2023.
- [Oikeusrekisterikeskuksen avoin tietoverkko, joka sisältää maksukyvyttömyystietoja konkurssi- ja yrityssaneerausrekisteristä ja velkajärjestelyrekisteristä.](#) Hakupäivä 19.11.2023.
- [Open Refine -ohjelma sotkuisen datan selvittämiseen.](#) Hakupäivä 19.11.2023.
- [Oulun kaupungin dataportaali.](#) Hakupäivä 19.11.2023.
- [Python-ohjelmointikieli.](#) Hakupäivä 19.11.2023.
- [Sivusto, johon on kerätty eri organisaatioiden julkaisemia karttoja.](#) Hakupäivä 19.11.2023.
- [Sivusto, jolle on kerätty kaikki Suomen avoin data.](#) Hakupäivä 19.11.2023.
- [Snorkel-koneoppimisalusta tekoälysovellusten kehittämiseen.](#) Hakupäivä 19.11.2023.
- [Suomalaisten ympäristöalan tutkimuslaitosten Luonnontila-sivusto.](#) Hakupäivä 19.11.2023.
- [Suomen Lajitietokeskuksen sivusto Suomen eläin- ja kasvilajeista.](#) Hakupäivä 19.11.2023.

[Suomen ympäristökeskuksen datan perusteella tehty Kalevan artikkeli virtavesien kunnosta Pohjois-Pohjanmaalla \(maksumuurin takana\).](#) Hakupäivä 19.11.2023.

[SVT:n datajournalistisia artikkeleita.](#) Hakupäivä 19.11.2023.

[Tampereen yliopiston tietoaarkisto.](#) Hakupäivä 19.11.2023.

[The Guardianin datajournalistisia artikkeleita.](#) Hakupäivä 19.11.2023.

[Tilastokeskuksen opas tehokkaaseen tilastotiedon hakuun.](#) Hakupäivä 19.11.2023.

[Tilastokeskuksen tilastotietokanta.](#) Hakupäivä 19.11.2023.

[Valtiokonttorin rekisteri valtionavustuksista.](#) Hakupäivä 19.11.2023.

[Valtiokonttorin sivusto, jossa on kuntia, kuntayhtymiä, Suomen alueita sekä valtiota koskevaa tietoa.](#) Hakupäivä 19.11.2023.

[Valtiontalouden tarkastusviraston sivusto vaali- ja puoluerahoituksesta.](#) Hakupäivä 19.11.2023.

[Väestötietojärjestelmän dataa Ylen artikkelissa, joka käsittelee etunimien yleisyyttä eri vuosikymmeninä.](#) Hakupäivä 19.11.2023.

[Wikiversityn datajournalismisivusto, sisältää myös luettelon avoimen datan lähteistä.](#) Hakupäivä 19.11.2023.

[Yksityishenkilön ylläpitämä sivusto, joka sisältää vanhoja karttoja.](#) Hakupäivä 19.11.2023.

[Ylen Plus-deskin sivut.](#) Hakupäivä 19.11.2023.



# 5 Tiedon visualisointi

Ari-Pekka Sirviö  
Journalismin lehtori



## 5.1 Pelkistä, vertaa ja järjestele

Tietoa visualisoitaessa kannattaa miettiä kolmea keskeistä kysymystä:

- Miten paljon kuvattavaa tietoa pitäisi pelkistää?
- Mitä vertailuja halutaan mahdollistaa?
- Miten kuvioelementit kannattaa visuaalisesti järjestää?

Lisäksi on hyvä pohtia muun muassa sitä, kenelle ja missä kontekstissa visualisointi esitetään ja miksi – mitä vastaanottajien halutaan tekävän visualisoinnin äärellä.

### 5.1.1 Pelkistäminen

Visualisointia pelkistettäessä kuvasta poistetaan katsojaa häiritseviä ja epäolennaisia elementtejä, jotka vievät huomiota pois visualisoinnin pääavoitteesta. Esimerkiksi kartasta poistetaan liialliset yksityiskohdot, jotka eivät palvele visualisoinnin tavoitteita (ks. kuva alla).

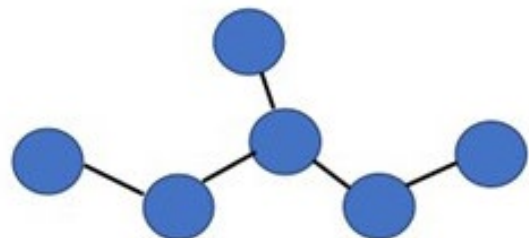


Pelkistämässä kuvasta, esimerkiksi kartasta, poistetaan yksityiskohtia, joilla ei ole merkitystä annettavan tiedon kannalta. Kuva: Koponen+Hildén.

### 5.1.2 Vertailu ja järjestäminen

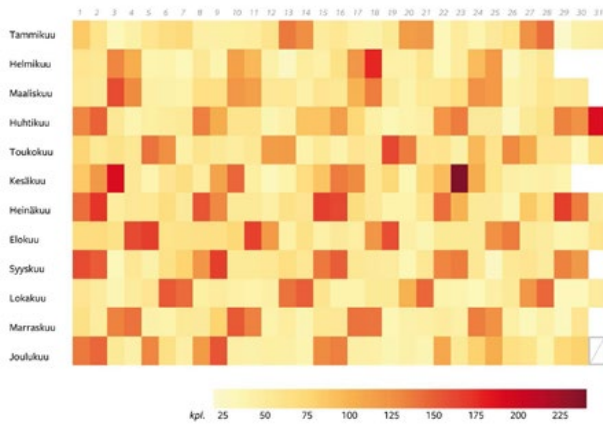
Yksittäinen tieto on yleensä merkityksetön, jos sitä ei verrata johonkin muuhun tietoon. Vertailu on olennainen osa tiedon visualisointia. Mahdollisia vertailuasetelmia ovat luvut, järjestys, sijainti, aika, kategoriat ja yhteydet.

Elementtien järjestäminen selkeyttää visualisointia. Se saattaa myös tuoda uutta tietoa asioiden riippuvuussuhteesta. Yleisiä järjestelyperiaatteita ovat jatkumo, aika, sijainti, kategoria, konventio (esimerkiksi aakkosjärjestys) ja yhdistyneisyys (esimerkiksi paikkakuntien väliset liikennyhteydet).



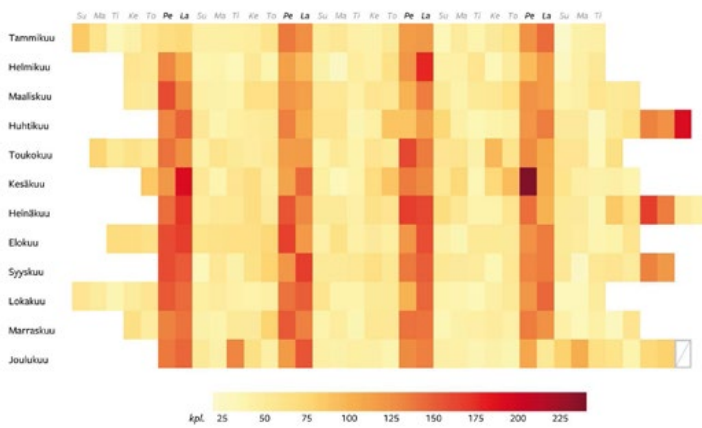
Esimerkki vertailusta yhteyksien suhteen.

Alla olevassa esimerkissä kukin päivä on merkitty sitä tummemmalla punaisella, mitä enemmän kyseisenä päivänä on tehty väkivaltarikoksia. Ilman järjestelyä visualisoinnista on vaikea tehdä johtopäätöksiä. Kun taulukko järjestetään uudelleen niin, että samat viikonpäivät ovat samalla kohtaa, visualisoinnista näkee yhtäläisyyksiä. On helppo huomata, että väkivaltarikoksia tehdään eniten viikonloppuna. Kun visualisointiin lisätään tekstiä, myös yksittäiset poikkeukset saavat selityksen.



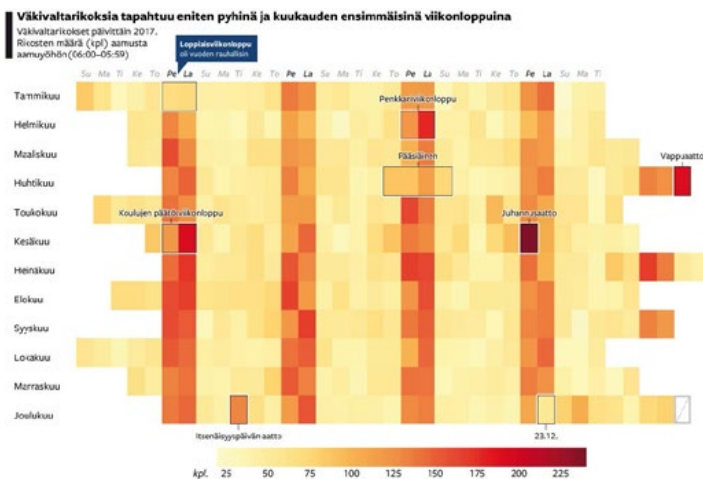
Kun tieto on järjestetty kuukauden päivämääränumeroiden mukaan, visualisoinnista on vaikea tehdä johtopäätöksiä.

Kuva: Koponen+Hildén.



Kun tietoa järjestellään, löydetään yhtäläisyyksiä tiettyjen viikonpäivien välillä.

Kuva: Koponen+Hildén.



Kun kuvassa on lisätietoa, se antaa vielä enemmän informaatiota tiettyjen päivämäärien kohdalla.

Kuva: Koponen+Hildén.



## 5.2 Visuaaliset muuttujat

Visuaalisia muuttujia ovat esimerkiksi sijainti, pituus, pinta-ala, kulma, suunta, tilavuus, värin tummuus ja värin kylläisyys. Visuaalisten muuttujien paremmuusjärjestys riippuu tiedon luonteesta. Sijainti on aina paras visuaalinen muuttuja. Järjestystiedon kuvaamiseen sopii hyvin myös värin tummuus. Kategoriaan kuulumisen kuvaamiseen sopivat hyvin myös värisävy ja muoto, jotka eivät sovi lainkaan numeroarvojen kuvaamiseen.

Määrällisessä väripaletissa väri vastaa tiettyä numeroarvoa. Väripalettia kannattaa käyttää niin, että optisesti yhtä suuri hyppäys merkitsee yhtä suurta muutosta muuttujan arvossa.

Laadullisessa väripaletissa väri vastaa tiettyä kategoriaa. Paletin värien pitää olla selvästi toisistaan erottuvia, mutta visuaaliselta painoarvoltaan identtisiä.

### Määrälliset ja laadulliset väripaletit

**Määrällinen:**  
Väri vastaa tiettyä numeroarvoa. Pyri rakentamaan paletti niin, että optisesti yhtä suuri hyppäys merkitsee aina yhtä suurta muutosta muuttujan arvossa.



**Laadullinen:**  
Väri vastaa tiettyä kategoriaa. Pyri vaikutelmaan, jossa värit ovat selvästi toisistaan erottuvia, mutta visuaaliselta painoarvoltaan identtisiä. (Paitsi jos korostaminen on tarkoituksellista!)



*Määrällisessä väripaletissa väri vastaa tiettyä numeroarvoa. Laadullisessa väripaletissa väri vastaa tiettyä kategoriaa. Kuva: Koponen+Hildén.*

KOPONEN + HILDÉN

Visuaalisen koodauksen ei pitäisi koskaan perustua pelkästään värin sävyyn. Sitä voi kuitenkin käyttää muiden koodauskeinojen, kuten sijainnin, vaaleuden ja muodon rinnalla. Tavoitettavuuden kannalta punainen ja vihreä on yleensä huono väripari, kuten seuraavasta kuvasta käy ilmi.

### Punainen + vihreä on yleensä huono väripari laadullisissa väriasteikoissa

Huono



Parempi



Miltä väripari näyttää yleisimmistä värinäön poikkeamista kärsiville



*Värinäön poikkeavasta kärsivien on vaikea erottaa punaista ja vihreää toisistaan. Kuva: Koponen+Hildén.*

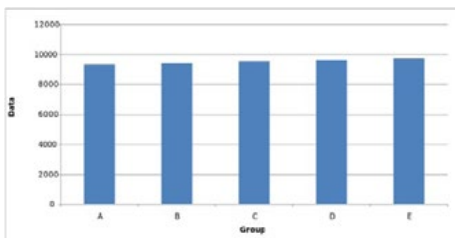
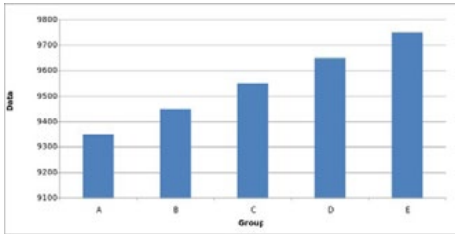
KOPONEN + HILDÉN

Tekstin ja taustavärin kontrastisuhte tulee olla vähintään 4,5:1. Isokokoisissa teksteissä (normaali teksti 18 pt, lihavoitu 14 pt) riittää 3:1. Muissa elementeissä vierekkäisten värien kontrastin on suotavaa olla ainakin 3:1. Utahin valtionyliopiston WebAIM-keskuksen [kontrastilaskurin](#) avulla voi tarkistaa kahden värin keskinäisen kontrastisuhteen.

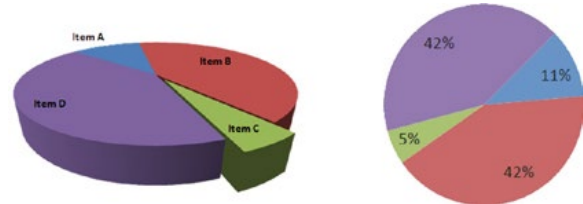
Visualisoinneissa voi tulla tilanteita, joissa vierekkäiset värit eivät ylitä kontrastirajaa. Tällöin kuvioelementeille voidaan antaa selkeyttävä musta, valkoinen tai tumma (saman värin tummempi sävy) reunaviiva, jotta reun-alueiden kontrasti saadaan riittävän suureksi.

## 5.3 Tiedon visualisoinnin yleisiä virheitä

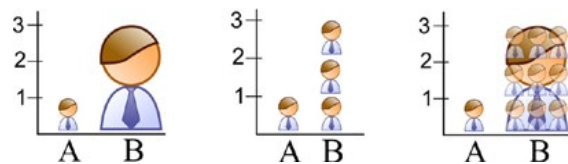
Tiedon visualisoinnissa on huolehdittava siitä, että skaalaus on oikea, asteikkoa ei katkaista, asteikko on tasa-  
välinen, perspektiivi tai kuvion koko ei vääristä informaatiota ja ryhmittely on loogista. Kuvassa ei myöskään  
saa olla liikaa informaatiota. Seuraavissa kuvissa on esimerkkejä yleisimmistä tiedon visualisoinnin virheistä.



Skaalaus antaa väärän kokonaiskuvan.  
Kuva: Koponen+Hildén.



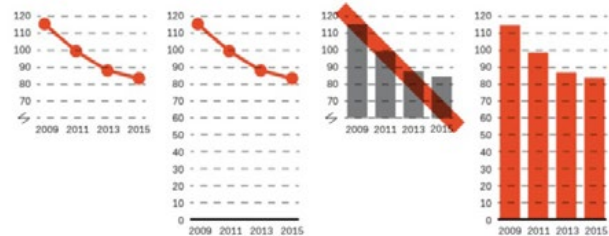
Perspektiivi korostaa jotain osaa liikaa. Kuva: Koponen+Hildén.



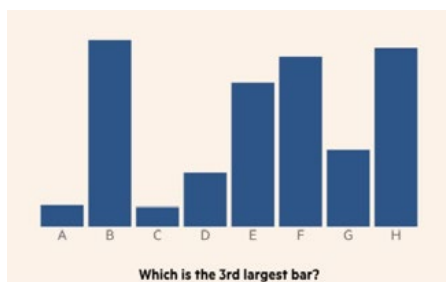
Kuvion koon virheet. Esimerkiksi jos halutaan ilmaista  
suuremman kuvion olevan kolminkertainen, ei voi käyttää pinta-  
alaltaan yhdeksänkertaista kuviota. Kuva: Koponen+Hildén.



Epätasaväliset tietopisteet antavat väärää  
vertailutietoa. Kuva: Koponen+Hildén.



Asteikon katkaisu. Pylväs- tai aluekuvion asteikkoa ei saa  
koskaan katkaista, sillä tämä vaikuttaa kuvion visuaalisiin  
muuttujiin (pituus ja pinta-ala). Viivakuviossa näin ei ole,  
mutta katkaisu estää aina absoluuttisten lukuarvojen vertailun.  
Kuva: Koponen+Hildén.

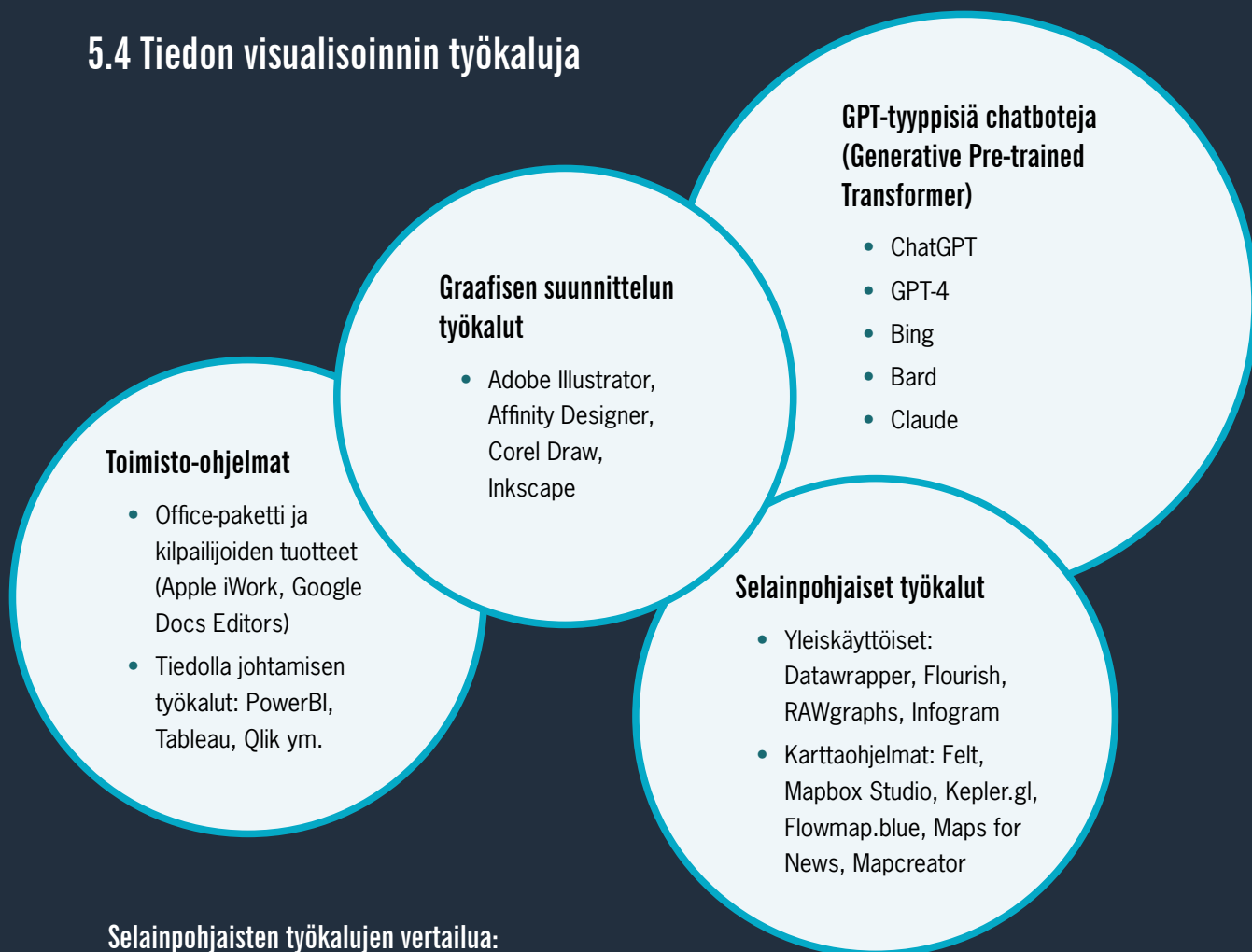


Osat on ryhmitelty epäloogisesti, jolloin niiden  
vertailu on vaikeaa. Kuva: Koponen+Hildén.



Visualisoinnissa on liikaa informaatiota.  
Kuva: Koponen+Hildén.

## 5.4 Tiedon visualisoinnin työkaluja



### Selainpohjaisten työkalujen vertailua:

#### Datawrapper

- + Helppokäyttöisin
- + Parhaat kuviopohjat
- + Sisältää Suomen karttapohjia
- Rajalliset muokausmahdollisuudet
- Ilmaisversiossa ei SVG-vientiä

#### Flourish

- + Monipuolisimmat muokausmahdollisuudet
- + Laajin valikoima kuviopohjia
- Kuviopohjien yleisvaikutelma on levoton ja vaatii yleensä muokkausta

#### RAWgraphs

- + Hyvä valikoima harvinaisempia kuviotyyppejä (ei kuitenkaan karttoja)
- Ei interaktiivisuutta
- Ei tuota julkaisuvalmiita kuvioita

#### Infogram

- + Soveltuu hyvin interaktion lisäämiseen muualla tehtyyn grafiikkaan
- + Pienelle toimijalle sopiva hinnoittelu
- Suppeat ja huonot kuviopohjat
- Huonot muokausmahdollisuudet
- Ilmaisversiossa ei ole SVG-vientiä

### Asennettavat työkalut

- Kartat: QGIS (ilmainen), ArcGIS, Mapinfo
- Animaatioita: Gapminder
- Verkostovisualisoinnit: Cytoscape (ilmainen), Gephi (ilmainen)
- Tilastoanalyysiohjelmat: OriginPro, SPSS, SAS, Stata, Atlas.TI

### Koodipohjaiset työkalut

- GGPlot2: ggplot2
- Python: Matplotlib + Seaborn, Plotly + Dash, DrawBot (vain Macille)
- Javascript: Observable Plot, D3.js, Vega + Vega-Lite, C3.js, Highcharts

### Väri työkaluja

- Määrällisten väripalettien rakentamiseen: Chroma.js Palette Helper
- Hyviä valmiita väripaletteja: Color Brewer, Paul Tol's Notes
- Tummiin ääri viivojen generointiin: Observable-työkirja

### Muita hyödyllisiä työkaluja

- Suomen kielen perusmuotoistajia: Turku-NPP, FinnPOS, UralicNLP
- Osoitteiden geokoodaukseen: Batch Geocoder for Journalists
- Erikoistaitto/scrollytelling-toteutuksiin: Shorthand, Vev



### Lähteet ja lisätietoa

Koponen, Juuso 2023. Työpaja 12.9.2023 ja sen luentomateriaalit. Vahva viesti -hanke. Oulun ammattikorkeakoulu.

[Tiedon visualisoinnin esimerkkejä Gapfinderin verkkosivuilla.](#) Hakupäivä 19.11.2023.

[Tiedon visualisoinnin esimerkkejä Koponen+Hildén suunnittelutoimiston verkkosivuilla.](#) Hakupäivä 19.11.2023.



# 6 Mobiilijournalismi

Ari-Pekka Sirviö  
Journalismin lehtori



## 6.1 Mitä mobiilijournalismi on

Mobiilijournalismi on laaja käsite. Yksinkertaisin määritelmä lienee sisällön tekeminen älypuhelinta käyttäen yksin kentällä. Mobiilijournalismi voi tarkoittaa myös sisällön tuottamista tablettia, kevyttä järjestelmäkameraa, 365-kameraa tai dronea käyttäen. Joka tapauksessa kyseessä on kevyt ja liikkuva tapa työskennellä.

Mobiilisti voidaan tehdä perinteisiä uutisvideoita tai suoria lähetyksiä kevyellä kalustolla. Laajimmillaan tehdään monikamerälähetyksiä tai VR-videoita. Kevyt kalusto mahdollistaa toiminnan sellaisissakin olosuhteissa, joihin raskasta kamerakalustoa on vaikea viedä. Näin mobiilijournalismi rikastuttaa kuvakerrontaa sekä tarjoaa uuden tavan kertoa tarinoita ja saavuttaa yleisö nopeasti.

Alkuvalmistelujen jälkeen mobiilijournalistinen tuotanto ja jälkituotanto on nopeaa ja sujuvaa. Työ voidaan suorittaa kokonaan tapahtumapaikalla ja tehdä helposti myös suoria lähetyksiä. Lisäksi kevyellä ja kaikille tutulla kalustolla päästään lähelle ihmisiä aroissakin aiheissa.

## 6.2 Mobiilijournalismin kalusto

Yksi mobiilijournalismin etu on kaluston edullisuus. Halvimmillaan mobiilijournalismia voi tehdä kuka tahansa puhelimella, jossa on kamera. Hinta ei nouse korkeaksi, vaikka panostaisi kalustoon hieman enemmänkin. Älylaite, jalusta, gimbaali, mikrofoni, valo ja lisäakku maksavat arviolta 500 – 1500 euroa.

### 6.2.1 Esimerkkinä Ylen mobiilijournalismin tarkoitettu kalustosetti

- Gimbaali DJI OM4 SE ja pöytäjalca
- Rode Wireless GO II Compact Wireless Microphone System (Pakkassäälle Instamic bluetooth)
- Rode SC15 USB-C to Lightning kaapeli (30cm)
- 2kpl Rode Lavalier II nappimikrofonit
- Godox LEDM32 Ultra Compact Light kuvausvalo
- Jalusta; Mefoto Backpacker Air (kevein) tai Sirui Traveler 7A (hieman järeämpi vaihtoehto)
- Jalustaan sopiva Arca-Swiss kuulapää tai vastaava pidike
- Benro PU-70 pikakiinnityslevy tai vastaava Arca-Swiss plate
- Adapterit Manfrotto 015 ja 148KN 1/4 -> 3/8, joiden avulla gimbaali kiinnitetään Arca-Swiss platen läpi.
- **Anker powerport** tai vastaava laturi, jolla voi ladata minimissään viittä USB-laitetta kerrallaan
- Mikrofonivastaanottimen kiinnittämiseen gimbaalin varteen käytetään nippusidettä tai jämäkkää velcro-tyyppistä tarranauhaa (Würth tai vastaava.)
- Apple AirPods Pro tai vastaavat bluetooth-kuulokkeet äänen esikuunteluun. Kuuntelussa on viive, joten kuulokkeita ei voi käyttää esimerkiksi haastattelun yhteydessä.

## 6.3 Mobiilivideon työvaiheet

Oikealla oleva kuva esittää videotuotannon eri vaiheet. Tässä oppaassa ei käydä jokaista vaihetta läpi, vaan keskitytään ideointiin, synopsiskeeseen, käsikirjoitukseen, kuvaukseen ja editointiin.

**Av-tuotannon vaiheet**

|               |                                                   |
|---------------|---------------------------------------------------|
| Ideointi      | Idea<br>Synopsis<br>Treatment                     |
| Esituotanto   | Käsikirjoitus<br>Kuvauskäsikirjoitus<br>Breakdown |
| Tuotanto      | Kuvaus                                            |
| Jälkituotanto | Editointikäsikirjoitus<br>Editointi               |
| Julkaisu      | Julkaisu                                          |

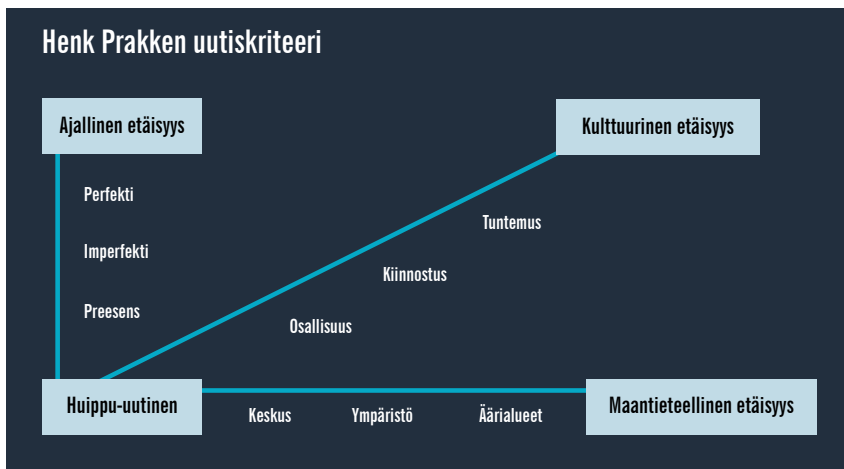
### 6.3.1 Idea

Mobiilivideon hyvä suunnittelu vie jonkin verran aikaa, mutta nopeuttaa työtä myöhemmin ja näkyy hyvänä lopputuloksena. Ideoinnissa voi käyttää hyväksi esimerkiksi miellekarttaa. Aiheen kiinnostavuutta voi arvioida erilaisten uutiskriteerien avulla. Esimerkiksi STT:n uutiskriteerit ovat aiheen merkitys, kiinnostavuus, yllättävyys, ajankohtaisuus ja läheisyys.

Hollantilaisen journalismin professori Henk Prakken uutiskriteerien (1968) mukaan aiheen kiinnostavuus voidaan määritellä kolmen eri ulottuvuuden kautta. Aihe on sitä kiinnostavampi, mitä lähempänä kohderyhmää se on

1. ajallisesti
2. maantieteellisesti
3. kulttuurisesti.

Prakken uutiskriteereitä havainnollistaa seuraava kuva:



### 6.3.2 Synopsis

Synopsis on lyhyt tiivistelmä tarinasta. Sen pituus voi olla muutamasta lauseesta pariin sivuun. Synopsiksessa esitellään tarinan

- tärkeimmät tapahtumat
- keskeiset henkilöt ja päähenkilön keskeisen ongelman
- rakenne ja tyyli
- ydinajatus, josta voi johtaa käsikirjoituksen premissin eli päälauseen

Synopsiksessa ei vielä kerrota kuvallisia tai muita yksityiskohtaisia ratkaisuja.

### 6.3.3 Käsikirjoitus

Käsikirjoituksen voi tehdä esimerkiksi tekstinä, listana, taulukkona tai kuvina. Käsikirjoitus rakentuu päälauseen eli premissin ympärille. Päälause on elokuvan, videon tai käsikirjoituksen ydinajatus tai pääväittäjä. Käsikirjoituksen koko sisältö palvelee päälauseita. Esimerkkejä päälauseista:

- ”Solidaarinen taistelu sortoa vastaan johtaa voittoon.” (Akira Kurosawa: ”Seitsemän samuraita”)
- ”Kun nainen jättää miehen, on miehen pakko alkaa ajatella ja kehittyä.” (Robert Benton: ”Kramer vastaan Kramer”)
- ”Ulkoinen loisto ja mahti ei tuo sisäistä onnea.” (Orson Welles: ”Citizen Kane”)

*Dramaturgia* on sisällön rakenteen ja muodon jäsentämistä niin, että se puhuttelee katsojaa. Perinteisin dramaturgian malli on Aristoteleen kolmen kohtauksen malli, jonka hän esitteli Runousopissaan.

1. viritys (1/4)
2. kohtaaminen (1/2)
3. loppu (1/4)

Aristoteleen mallista on kehitelty monia versioita. Niissä kaikissa on sama rakenne, jossa alun esittelystä edetään kohti käännekohtaa ja laskeudutaan sen jälkeen loppuun. Yksi uusimpia malleja on yhdysvaltalaisen käsikirjoittajan ja tuottajan Dan Harmonin Kahdeksan askeleen **Story Circle** -käsikirjoittamisen tekniikka:

1. Päähenkilö ensin tutussa ja turvallisessa ympäristössä.
2. Hän haluaa jotakin
3. ajautuen uuteen ja tuntemattomaan tilanteeseen.
4. Hän hyväksyy uuden tilanteen ja sopeutuu siihen.
5. Päähenkilö saa haluamansa,
6. mutta joutuu tekemään uhrauksia.
7. Hän palaa takaisin tuttuun ympäristöön,
8. mutta hän on muuttunut pysyvästi.

Myös muita dramaturgian malleja on olemassa. Erityisesti lyhyisiin mobiilivideoihin sopii niin sanottu **Eejitin hai-malli**. Mobiilivideo katsotaan yleensä nopeasti, joten asiaan pitää mennä heti alussa.

Tarinallisuus kuuluu käsikirjoitukseen. Tarinat ovat olleet kautta ihmiskunnan historian erottamaton osa ihmiskulttuuria ja ne vetoavat suoraan tunteisiin.

Englantilainen televisiotuottaja Robert Thirkell on kehittänyt **c.o.n.f.l.i.c.t.** -luettelon television tarinallisuuden keinoista. Niiden mukaan tarina on voitava kertoa parilla lauseella niin, että se kiinnittää kuulijoiden huomion (vrt. päälause). Tarinassa on oltava käänne tai yllätys. Draama tarvitsee aina sankarin ja sankari tarvitsee vastustajan. Hyvä tarina seuraa paineen alla olevaa henkilöä, joka käy läpi muutosta kohti pelastusta.

Käsikirjoituksen perusteella kannattaa laatia kuvakäsikirjoitus eli storyboard. Se on suunnitelma videon kuvista, jotka voidaan esittää sarjakuvan tapaan. Kuvakäsikirjoitus toimii myös muistilistana, jotta tuotantovaiheessa muistetaan kuvata kaikki tarpeellinen materiaali. Kuvakäsikirjoituksessa on huomioitava myös mahdollisen haastattelun kuvauspaikka, jonka on hyvä liittyä aiheeseen.



### 6.3.4 Kuvaaminen

Kuvaamisessa on käytettävä kuvakerrontaa. Tapahtumia ei esitetä sellaisenaan tallennettuna, vaan pienissä osissa. Kuvien koko, sommittelu, suhde toisiinsa ja liike muodostavat kuvakerronnan.

#### Kuvakoko

Yleisesti videotuotannossa on käytössä kahdeksan kuvakoon järjestelmä, jonka voi suhteuttaa henkilön kuvaamiseen seuraavalla tavalla:

- ELK – erikoislähikuva (osa kasvoista)
- LK – lähikuva (pää ja olkapäät)
- PLK – puolilähikuva (pää ja rinta)
- PK – puolikuva (vartalon yläosa vyötäröön asti)
- LPK – laaja puolikuva (vartalon yläosa reisiin asti)
- KK – kokokuva (henkilö kokonaisena)
- LKK – laaja kokokuva (henkilö ja osa ympäristöä)
- YK – yleiskuva (henkilö ja ympäristöä laajasti tai laaja maisemakuva)

Kuvakokojen vaihtelulla luodaan rytmiä, vaihtelua, tunnelmaa. Kuvia ei kuitenkaan kannata leikata peräkkäin kuvakokojen ääripäästä toiseen. Toisaalta liian pienet kuvakoon muutokset vierekkäisten kokojen välillä häiritsevät kuvakerrontaa. Mobiilivideoissa kannattaa suosia puolikuvia, puolilähikuvia ja lähikuvia, sillä videoita katsellaan ensisijaisesti pieneltä näytöltä.

#### Kompositio eli sommittelu

Henkilöiden kuvauksessa toimii parhaiten puolikuva. Pään päälle kannattaa jättää hieman tyhjää tilaa. Henkilö tai kohde sijoitetaan yleensä kultaiseen leikkaukseen. Hieman yksinkertaistettuna kuva jaetaan vaakaja pystysuunnassa kolmeen osaan ja henkilö sijoitetaan viivojen johonkin risteyskohtaan. Puhelimen kamerasta voi kytkeä näyttöön apuviivat (Grids) helpottamaan sommittelua.

Henkilön katse on yleensä kohti kuvan keskipistettä, jolloin katseelle jää kuvassa tilaa. Myös liikkuvan kohteen tai toiminnan etupuolelle on hyvä jättää tilaa. Haastatteluissa henkilö katsoo yleensä hieman kameran ohi – usein haastattelijan – katseen suunnan ollessa kuvan keskustaa kohti.

Joskus kohde voidaan sijoittaa myös kuvan keskelle tai reunaan, jolloin saadaan vaikutelma tasapainosta tai epätasapainosta.

Kuvakulman valinnassa kannattaa muistaa, että yläkulma eli lintuperspektiivi alistaa ja alakulma eli sammakoperspektiivi ylistää kohdetta. Neutraali kuvakulma on silmien tai kohteen tasolla.

## Kameran liike

Käytettävissä on seuraavat kameran liikkeet:

- Panorointi - Kamera liikkuu pystyakselinsa ympäri. Käytetään erityisesti maisemakuvauksessa tai tilan ja tapahtumapaikan esittelyssä.
- Tilttaus - Kamera liikkuu vaaka-akselinsa ympäri. Käytetään erityisesti korkean tilan tai suuren kohteen esittelyssä.
- Kamera-ajo - Kamera liikkuu kohdetta kohti tai kohteesta poispäin. Liike antaa syvyysvaikutelmaa. Liike kohti kohdetta korostaa tilannetta. Liike taaksepäin etäännyttää kohdetta esimerkiksi videon lopussa.

Sivuttaisajo ja kiertajo - Kamera liikkuu sivusuunnassa tai kiertää kohteen ympärillä. Käytetään erityisesti kohteen esittelyyn ympäristössään. Antaa voimakkaan syvyysvaikutelman.

## Suojaviiva

Suojaviiva on kuvitteellinen, toiminnan suuntainen linja, jota ei saa ylittää kameran paikkaa otosten välissä vaihdettaessa. Suojaviivan samalla puolella kameran paikkaa saa vaihdella, mutta jos suojaviiva ylitetään, liikkeen suunta kääntyy luonnottomasti päinvastaiseksi.

## Kerronnallinen jatkuvuus

Audiovisuaalinen jatkuvuus saadaan aikaan helposti ottamalla jokaisesta tilanteesta kuusi erillistä otosta:

- Face shot (Kasvot, kuka tekee?)
- Hands shot (Kädet, mitä tekee?)
- Over the shoulder shot (Kuvakulma olan yli, subjektiivinen näkökulma.)
- Establishing shot (Yleiskuva tapahtumapaikasta, missä ja milloin kaikki tapahtuu?)
- Neutral shot (Neutraali otos tapahtumapaikalta. Henkilö ei näy kuvassa.)
- Creative shot (Luova otos, jokin luovempi kuvakoko, kuvakulma, kameran liike tms.)

Kun kuvataan vähintään nämä kuusi erillistä otosta päähenkilön tekemisistä, on materiaalia riittävästi editoitavaksi tarinaa varten. Samalla varmistetaan, että tarina etenee kuvallisesti sujuvasti. AV-kerronnallinen jatkuvuus otosten välillä toimii, editoipa otoksia mihin järjestykseen tahansa.

## 6.3.5 Editointi älypuhelimella VN Editor Play sovelluksella

Puhelimeen voi ladata ilmaisen VN Video Editorin Play Storesta (Android) tai App Storesta (iPhone). Youtubesta löytyy myös VN Video Editorin käyttöopas "[VN Editing Tutorial \(2021 Update\) Android and iPhone](#)".



## Lähteitä ja lisätietoa

Aaltonen, Jouko. 2002. Käsikirjoittajan työkalut: audiovisuaalisen käsikirjoituksen tekijän opas. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.

Burum, Ivo & Quinn, Stephen. 2016. MOJO: The Mobile Journalism Handbook: How to Make Broadcast Videos with an iPhone or iPad.

[C.o.n.f.l.i.c.t – 100 television sääntöä.](#) Hakupäivä 19.11.2023.

[Celtix. Maksullinen sivusto idean kehittämiseksi käsikirjoitukseksi.](#) Hakupäivä 19.11.2023.

[Creative Writing opassivusto käsikirjoittamiseen.](#) Hakupäivä 19.11.2023.

[Eejit, Hai-malli dramaturgiasta.](#) Hakupäivä 19.11.2023.

Hirvonen, Jonne & Janhunen Petri & Kuisma, Hanna & Silvonen, Mia. 2021. MOBIILIVIDEO-OPAS: Suunnittele – kuvaa – editoi – julkaise. XAMK, Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulu.

[Huhtala, Turkka, verkkosivut käsikirjoittamisesta.](#) Hakupäivä 19.11.2023.

[Jyväskylän koulutuskuntayhtymä, käsikirjoitusmalli.](#) Hakupäivä 19.11.2023.

[Kaikki kuvaa -sivusto.](#) Hakupäivä 19.11.2023.

Korvenoja, Pekka. 2004. TV-kameratyön perusteet. Helsinki: Helsingin ammattikorkeakoulu Stadia.

[Kukkakorpi, Mariia: Käsikirjoittamisen malli.](#) Hakupäivä 19.11.2023.

[Lassila-Merisalo, Maria: tarinallisen journalismin sivusto.](#) Hakupäivä 19.11.2023.

Nikkinen, Are & Vacklin, Anders 2012. Television runousoppia – Toisenlainen katse tv-ohjelmiin. Helsinki: Otava.

Pirilä, Kari & Kivi, Erkki. 2005. Otos; Elävä kuva – elävä ääni, ensimmäinen osa. Jyväskylä: Gummerus.

Pirilä, Kari & Kivi, Erkki. 2008. Leikkaus; Elävä kuva – elävä ääni, toinen osa. Helsinki: Otava.

Pirilä, Kari & Kivi, Erkki. 2010. Teos; Elävä kuva – elävä ääni, kolmas osa. Helsinki: Otava.

Prakke, Henk. 1968. Kommunikation der Gesellschaft. Einführung in die funktionale Publizistik. Münster: Regensburg.

Savilampi, Jukka & Sirviö, Ari-Pekka & Tahvanainen, Jarno 2023. Työpajat 16.3.2023 ja 23.3.2023 sekä niiden luentomateriaalit. Vahva viesti -hanke. Oulun ammattikorkeakoulu.

[STT, tyylikirja.](#) Hakupäivä 19.11.2023.

[Videolle - yrityksen ohjeet käsikirjoittamiseen.](#) Hakupäivä 19.11.2023.

[Wikidot-sivuston elokuvakäsikirjoituksen formaatti.](#) Hakupäivä 19.11.2023.

[Ylen uutisluokan opasvideot.](#) Hakupäivä 19.11.2023.

# 7 Sosiaalinen media toimittajan ja viestijän työssä

Kati Teirikko  
Journalismin lehtori



## 7.1 Lähtökohdat sometekemiselle

Journalismin ja sosiaalisen median suhde ei ole enää pitkään aikaan tarkoittanut pelkästään sitä, että tiedotusväline jakaa Facebookissa omia verkkojuttujaan. Journalistista sisältöä tehdään useissa tiedotusvälineissä nykyään suoraan sosiaalisen median alustoille, esimerkiksi TikTokiin. Monella suomalaisella toimituksella on oma TikTok-tilinsä, ja esimerkiksi Helsingin Sanomat perusti syksyllä 2022 uuden [HS Nyt -toimituksen](#), joka tekee sisältöä pääosiin Instagramiin ja TikTokiin. Myös esimerkiksi Yle Uutiset tekee uutisisältöä [TikTokiin](#).

Kaupallisen median näkökulmasta ilmaisen sisällön tuottaminen sosiaalisen median tileille ei ole välttämättä taloudellisesti järkevää. HS Nyt -toimituksen perustamista perusteltiin muun muassa sillä, että sosiaalisen median kautta on helpointa olla vuorovaikutuksessa erityisesti nuoremman yleisön eli alle 35-vuotiaiden kanssa. Ajatuksena on, että osa heistä saattaa ajautua sosiaalisen median kautta esimerkiksi Helsingin Sanomien sivuille. Tärkeintä on kuitenkin pitää yllä yleisösuhdetta.

Sosiaalisen median journalistinen käyttö ei ole ongelmattonta. Pitää esimerkiksi tiedostaa, miten käy journalismin riippumattomuuden, jos toimituksissa seurataan sosiaalisen median algoritmeja ja tehdään sisältöä niiden perusteella. Lisäksi esimerkiksi kiinalaisomisteisen TikTokin käyttöön liittyy useita tietoturvaan liittyviä riskejä.

[Oxfordin yliopiston Reuters-instituutti](#) on tehnyt pitkään maailman uutismediaa käsittelevää tutkimusta. Reutersin tutkimusta pidetään maailman kattavimpana alan tutkimuksena. Vuonna 2022 tutkimukseen osallistui yli 40 maata, ja se kattoi yli puolet maailman väestöstä. Tutkimus selvittää vastaajien uutiskäyttöä erityisesti verkkomediassa. Sen mukaan Suomessa [joka kolmas 18–24-vuotias käyttää sosiaalista mediaa pääasiallisena uutislähteenään](#).

Sosiaalinen media on siis tärkeä uutislähde nuorille aikuisille. Osa kyseisestä ikäryhmästä käyttää esimerkiksi TikTokia Googlen korvaavana hakukoneena etsiessään tietoa esimerkiksi brändeistä.

Somenäkyvyys ja -aktiivisuus on tärkeä osa mediaviestintää. Viestijän täytyy ymmärtää, millainen sisältö eri somekanavilla toimii ja kenelle viestit kohdennetaan. Esimerkiksi videomateriaalien kysyntä kasvaa entisestään. Organisaatiolla täytyy olla [toimiva somestrategia](#), jonka pohjalta pystyy osallistumaan somekeskusteluun, laatimaan laadukkaita somepostauksia, tiedottamaan tärkeistä asioista ja pitämään yllä yleisösuhdetta.

## 7.2 Somemarkkinoinnista ja kanavakulttuureista

Digimarkkinointitoimisto Kuulun toimitusjohtaja Jonna Muurisen mukaan journalistilla ja viestijällä on eri roolit myös sosiaalisen median maailmassa. Siinä missä viestijä toimii usein somekanavien algoritmien mukaisesti, journalistin on muistettava puolueettomuus ja riippumattomuus. Lisäksi someviestinnässä esimerkiksi maksetun mainonnan ostaminen on viestijälle usein ehto, mutta riippumaton tiedotusväline joutuu miettimään asian eettistä puolta.

Muurisen mukaan organisaatiolle on tärkeää, että se löytyy helposti esimerkiksi Googlen hakutuloksissa ja löytymisen jälkeen erottuu muista. Sosiaalisen median sisältöä täytyy myös osata säännöllisesti kohdentaa oikeaan paikkaan.

Sosiaalisen median kanavat ovat osin hyvin erilaisia keskenään. Erot näkyvät käyttötarkoituksissa. Esimerkiksi Facebookia käytetään melko monipuolisesti yhteydenpidon ja viihtymisen välineenä ja siellä seurataan uutisia ja ajankohtaisia asioita sekä jaetaan kuvia ja videoita. TikTokin käyttäjät etsivät puolestaan lähinnä hauskaa ja viihdyttävää sisältöä. Instagramissa korostuu erityisesti eri brändien tai tuotteiden seuraaminen.

Kuten muussakin markkinoinnissa, myös sosiaalisen median markkinoinnissa on tärkeää määritellä, mitä markkinoinnilla halutaan tavoitella ja miten onnistunutta viestintää esimerkiksi mitataan. Jonna Muurinen muistuttaa, että sosiaalisen median kanavat ovat vain yksi markkinointi- ja viestintäkeino muiden joukossa.

Viestijän ja journalistin täytyy sosiaalisessa mediassa toimiessaan muistaa olla aktiivinen, tuntea algoritmit sekä [somen eri sisältömuodot](#). Lisäksi täytyy tuntea yleisönsä ja osata räätälöidä kullekin yleisölle sopiva sisältö.

Esimerkiksi Facebookissa, Instagramissa ja TikTokissa voi saada näkyvyyttä myös budjetoimalla mainoksiin. Yrityksen on vaikea saada näkyvyyttä ilman mainontaa. Aluksi pitää muistaa määritellä, mainostetaanko jo olemassa olevalle yleisölle vai onko tarkoitus saada lisää tykkääjiä ja seuraajia.

## 7.3 Mitä viestijän ja journalistin pitäisi ymmärtää algoritmeista ja analytiikasta?

Jokaisella sosiaalisen median kanavalla on oma algoritminsa, ja on melko mahdotonta tietää tarkkaan, millainen sisältö somessa saa eniten yleisöä. Algoritmit ovat usein someyhtiöiden liikesalaisuuksia, mutta niistä tiedetään kuitenkin jonkin verran sosiaalisen median analytiikkatyökalujen avulla.

Esimerkiksi Instagramin yritysprofilista voi seurata статистиikkaa julkaisujen tavoittavuudesta, seuraajien iästä tai sukupuolijakaumasta tai vaikkapa siitä, mihin kellonaikaan seuraajat käyttävät Instagramia.

### Kuulun Jonna Muurinen listaa 10 + 1 vinkkiä Instagram-algoritmin hyödyntämiseen:

1. Tunne kohdeyleisösi.
2. Kannusta sitoutumiseen: tykkäykset, kommentit, jakamiset ja tallennukset ovat tärkeitä.
3. Vastaa yksityisviesteihin ja kommentteihin.
4. Ajasta julkaisusi oikeaan aikaan maksimaalisen levikin saavuttamiseksi.
5. Seuraa (ja ymmärrä) analytiikkaasi.
6. Käytä IG:n interaktiivisuuteen kannustavia työkaluja: äänestykset, kyselyt jne.
7. Luo alkuperäistä sisältöä.
8. Käytä relevantteja hashtagia.
9. Merkitse sijaintisi.
10. Julkaise johdonmukaisesti tarpeeksi usein (esim. joka arkipäivä).
11. Käytä trendaavia ääniä (Reels).

## Jonna Muurisen muistilista somemarkkinointiin ja sometekemiseen, muista ainakin nämä:

### 1. Sosiaalisen median mahdollisuudet markkinoijalle

- Ole läsnä siellä, missä kohderyhmäsikin on.
- Sitouta yleisö ja taklaa algoritmi.
- Testaa somekanavien uusia ominaisuuksia ja ota tarvittaessa uusia kanavia käyttöön.

### 2. Ennakointia ja systemaattisuutta somestrategialla

- Mitä? Miten? Miksi?
- Suunnittele ja analysoi (helpottaa arkea ja tehostaa somemarkkinointia).

### 3. Sisältömarkkinointi sosiaalisessa mediassa

- Tavoitteet ohjaavat tekemistä.
- Puhuttele kohderyhmääsi oikeassa kanavassa oikeaan aikaan.
- Muista tunne.

### 4. Asiakaspersoonat – tunne kohderyhmäsi

- Astu asiakkaan saappaisiin.
- Sisällön toimivuus riippuu aina näkökulmasta.

Analytiikkaa seurattaessa kannattaa katsoa muun muassa, millainen somejulkaisu saa eniten reaktioita ja millainen julkaisu tuo esimerkiksi eniten liikennettä verkkosivuille.

Tekoäly tuo oman apunsa myös somesisällön tuottamiseen. ChatGPT:n kanssa voi pallotella ja ideoida sisältöjä ja sen maksullisen version avulla hakea reaaliaikaista tietoa ja käsitellä laajojakin sisältöjä. Myös kuvankäsittelyyn ja videoiden tekemiseen on tarjolla useita tekoälysovelluksia.

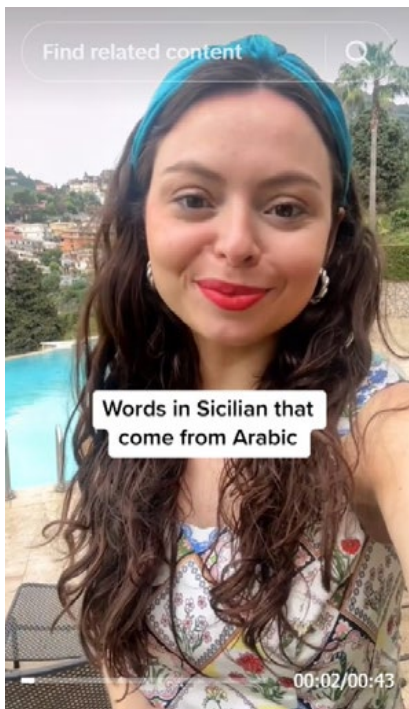
## 7.4 TikTok tutuksi

TikTok on tällä hetkellä nopeimmin kasvava sosiaalisen median kanava. Syksyllä 2023 arvio on, että sovellusta käyttää kuukausittain maailmanlaajuisesti ja aktiivisesti noin **1,5 miljardia käyttäjää**. Luvun arvioidaan nousevan kahteen miljardiin vuonna 2024. Suomessa TikTokia käyttää noin 1,5 miljoonaa ihmistä. Nuorilla TikTok on myös nopeimmin kasvava uutislähde. Journalistiset TikTok-videot muistuttavat tubettajien videoita: niissä kerrotaan uutisaiheista ja ilmiöistä viihdyttävästi, napakasti, yksinkertaisesti ja visuaalisesti.

TikTokin algoritmi toimii muun muassa siten, että omalle videolleen on mahdollista saada runsaasti näyttöjä, vaikka omalla tilillä ei olisikaan paljon seuraajia.

TikTokiin perehtyvän kannattaa aluksi seurata tarkkaan, millaista sisältöä muut sinne tekevät. TikTokissa leviävät erilaiset trendit (musiikit, tanssit, tietyt tarinat), joista kannattaa olla perillä, vaikka itse ei tekisikään samankaltaista sisältöä. Sisällön suhteen TikTokissa, kuten missä tahansa viestinnässä ja myös journalismissa, kiinnostavia ovat ennen kaikkea ihmiset ja heidän tarinansa.

Sisältöjä voi olla monenlaisia: esimerkiksi huumoriin perustuvat videot ja samaistuttavista arjen tilanteista kertovat videot ovat suosittuja. Erilaisia ilmiöitä selittäviä ja taustoittavia videoita tehdään myös paljon.



Palkitulla freelance-journalistilla [Sophia Smith Galerilla](#) on yli puoli miljoonaa seuraajaa ja lähes 16 miljoona tykkäystä TikTokissa. (Kuvakaappaus)



Verohallinto on luonut toimivaa, humoristista sisältöä sosiaalisen median kanaviinsa. [Verohallinnon TikTokilla](#) on lähes 38 000 seuraajaa. (Kuvakaappaus)



## Digimarkkinointitoimisto Kuulun visuaalisen viestinnän asiantuntija Henna Kuvaja muistuttaa TikTok-videota suunnittelevaa muutamasta tärkeästä asiasta:

1. Kannattaa aloittaa rohkeasti ja olla oma itsensä.
2. Mieti, kuvaatko itse vai kuvaako joku muu ja pitäisikö käyttää jalustaa.
3. Muista hyvä valaistus ja tilan akustiikka sekä äänen laatu (esimerkiksi puhujan etäisyys mikrofonista).
4. Kuvan rajaus: tarkista aluksi, mitä kuvassa näkyy. Älä leikkaa esimerkiksi päälakea pois.

[TikTok-videon käsikirjoittaminen](#) helpottaa luonnollisesti videon tekemistä. Tämän oppaan kirjoitushetkellä parhaiten vetävät noin 15 sekunnin mittaiset videot. TikTokin itsensä mukaan katsoja päättää noin 1,7 sekunnin aikana, jatkaako videon katsomista, joten videon aloitukseen kannattaa erityisesti panostaa.

Journalisti-lehden verkkosivuilla 8.9.2022 julkaistu juttu [Näin syntyy journalistinen TikTok-video](#) sisältää hyviä, konkreettisia ohjeita TikTok-videon ideoinnista ja käsikirjoittamisesta sen kuvaamiseen ja julkaisemiseen.



Digimarkkinointitoimisto Kuulun visuaalisen viestinnän asiantuntija Henna Kuvaja kertoo [Kuulun TikTokissa](#), mitä asioita kannattaa välttää TikTok-videon tekemisessä. (Kuvakaappaus)

## Lähteet ja lisätietoa

[Digimarkkinointitoimisto Kuulun blogi siitä, miten yritys voi arvioida ja kehittää sometilejään.](#)

Hakupäivä 17.11.2023.

[Digimarkkinointitoimisto Kuulun blogi somen kanavakulttuureista: Sisältöjen versiointi eri](#)

[somekanaviin -samat vai eri sisällöt eri paikkoihin?](#) Hakupäivä 17.11.2023.

[Digimarkkinointitoimisto Kuulun blogit TikTokin trendeistä, markkinoinnista ja algoritmeista.](#)

Hakupäivä 17.11.2023.

[Digimarkkinointitoimisto Kuulun blogi yrityksen someohjeistuksen merkityksestä.](#)

Hakupäivä 17.11.2023.

[Digimarkkinointitoimisto Kuulun TikTok-video kolmesta yleisimmästä mokasta videon tekemisessä.](#)

Hakupäivä 17.11.2023.

[Freelance-toimittaja Sophia Smith Galerin TikTok esimerkkinä.](#) Hakupäivä 17.11.2023.

[Helsingin Sanomien Tätä on HS Nyt –verkkojuttu, joka kertoo uuden sometoimituksen](#)

[perustamisesta.](#) Hakupäivä 17.11.2023.

[Journalisti-lehden verkkojuttu, jossa kerrotaan tiiviisti, miten journalistinen TikTok-video syntyy.](#)

Hakupäivä 17.11.2023.

Kuvaja, Henna 2023. Työpaja 5.6.2023 ja sen luentomateriaalit.

Vahva viesti -hanke. Oulun ammattikorkeakoulu.

Muurinen, Jonna 2023. Työpaja 2.6.2023 ja sen luentomateriaalit.

Vahva viesti -hanke. Oulun ammattikorkeakoulu.

[Reuters-instituutin selvitys Journalism, Media and Technology trends and predictions 2023.](#)

Hakupäivä 17.11.2023.

[Sosiaalisen median algoritmit vuonna 2023.](#) Hakupäivä 17.11.2023.

[Sosiaalisen median trendit vuodelle 2024.](#) Hakupäivä 17.11.2023.

[STT:n vinkit siihen, miten sosiaalinen media kannattaa ottaa osaksi mediaviestintää.](#)

Hakupäivä 17.11.2023.

[TikTokin käyttäjämäärät 2023.](#) Hakupäivä 17.11.2023.

[TikTokin oma, läpinäkyvyyteen liittyvä raportti, jossa on muun muassa käyttäjätietoja.](#)

Hakupäivä 17.11.2023.

[TikTokin omat käytännön vinkit videoiden käsikirjoittamiseen ja sisällöntuotantoon.](#)

Hakupäivä 17.11.2023.

[Uutisten käyttöä verkkomediassa selvittävä Reuters-instituutin Suomen maaraportti vuodelta 2022.](#)

[Verohallinnon TikTok esimerkkinä.](#)

[Yle uutisten verkkojuttu, jossa ruoditaan TikTokin toimintatapaa ja siihen liittyviä uhkia. Pelottavan taidokas TikTok.](#)

# 8 Näin teet hyvän podcastin

Kati Teirikko  
Journalismin lehtori





## 8.1 Miksi podcast kannattaa ottaa haltuun?

Podcast on vakiintunut audiokerronnan muoto myös Suomessa. Tekijäjoukko on kirjava, julkaisukanavia on useita ja podcastien tarjonta on laaja. Myös suomalaisissa mediataloissa ja erilaisissa viestinnän alan yrityksissä ja yhteisöissä on toteutettu runsaasti podcasteja.

Audiokerronta on podcastien ja äänikirjojen nopeasti kasvaneen suosion myötä siis tärkeä kerronnan muoto. Nykytilannetta on kuvattu tekstinjälkeiseksi ajaksi, jossa suullinen kertomusperinne tekee voimakkaasti uutta tulemistaan. Printtimedia on ollut murroksessa ja sen kuolemaa on povattu jo pitkään, mutta kuoleman sijaan printtimedia on ottanut käyttöönsä muita kerronnan muotoja. Audiovisuaaliset sisällöt sekä audiosisällöt ovat monissa suomalaisten lehtien verkkojulkaisuissa arkipäivää.

Podcast vaatii usein tekijältään heittäytymistä ja persoonallista otetta, mikä luo uudenlaisia haasteita toimittajan työhön. Podcastissa kaikkietävä ja objektiivinen toimittaja saa olla avoimesti erehtyväinen ja subjektiivinen. Määritteleekö podcast siis journalismia ja muuta viestintää perustavanlaatuisesti uudelleen?

Vahva viesti -hankkeen podcast-koulutuksessa kerrottiin, miten toimiva podcast kannattaa rakentaa.



*Oamkin Linnanmaan kampuksen radiostudiossa kokeiltiin podcastin nauhoittamista studiossa. Vahva viesti -hankkeen projektipäällikkö Satu Koho testasi äänen tason säätämistä Kati Teirikon opastuksella. Studiossa myös freelancer Sini Sax (selin) ja Keskipohjanmaa-lehden tuottaja Katariina Anttila. Kuva: Julia Heikkinen.*



## 8.2 Kuuntele podcast, joka opastaa podcastin tekemiseen

Vahva viesti -hankkeen asiantuntija, Oamkin journalismin lehtori Kati Teirikko on suunnitellut ja tuottanut koulutuspäivien pohjalta neliosaisen podcast-sarjan, jossa opastetaan podcastin tekemisen saloihin.

Neliosaisen sarjan jaksot kannattaa kuunnella järjestyksessä, sillä jaksot etenevät suunnittelusta ja ideoinnista kohti teknistä toteutusta sekä julkaisua.



### PODCAST

Kaikki Vahva viesti -hankkeen podcast jaksot ovat kuultavissa äänitiedostopalvelu SoundCloudissa.

## 8.3 Jaksokuvaukset ja linkit jaksoihin



### PODCAST

1. Podcast välineenä: lyhyt historia, kulutus sekä äänen merkitys kerronnassa

Jakson teemaan liittyvät lähteet:

[Kaupallisten podcastien tuotantoyhtiön Suomen Podcastmedian sivuilla on paljon vinkkejä erityisesti yrityspodcastien tekemiseen.](#) Hakupäivä 17.11.2023.

[Podcast-hakukone Listen Notes listaa julkaistuja podcasteja.](#) Hakupäivä 17.11.2023.

[Podcastin tulevia trendejä esittelevä blogiteksti.](#) Hakupäivä 17.11.2023.

[Radiomedian 2020 julkaisema tutkimus suomalaisten podcast-kuuntelusta.](#)

Hakupäivä 17.11.2023.

[Radiomedian 2023 julkaisema tutkimus suomalaisten audiomedian kulutuksesta ja kuuntelutottumuksista.](#) Hakupäivä 17.11.2023.



### PODCAST

2. Podcastin suunnitleminen: ideointi, konseptointi ja käsikirjoittaminen

Jakson teemaan liittyvät lähteet:

[Bonfire Agencyn ladattavat, maksuttomat oppaat yrityspodcastin tekemiseen ja käsikirjoittamiseen.](#) Hakupäivä 17.11.2023.

[Ohjeita podcastin käsikirjoittamiseen.](#) Hakupäivä 17.11.2023.

[Päivittäin päivittyvä lista Spotifyn kuunnelluimmista podcasteista.](#) Hakupäivä 17.11.2023.

[Suomen Podcastmedian artikkeli siitä, mikä olisi podcast-jakso paras pituus.](#)

Hakupäivä 17.11.2023.



## PODCAST

### 3. Podcastin tekninen toteutus: nauhoittaminen, vaadittava tekniikka, editointi ja äänisuunnittelu

#### Jakson teemaan liittyvät lähteet:

- [Teoston ohjeita musiikin käyttämisestä podcastissa.](#) Hakupäivä 17.11.2023.
- [Teostovapaata audiota tarjoava sivusto Incompetech.](#) Hakupäivä 17.11.2023.
- [Teostovapaita introja podcastiin tarjoava TunePocket.](#) Hakupäivä 17.11.2023.
- [Tietoja erilaisista mikrofoneista ja muusta podcast-tekniikasta.](#) Hakupäivä 17.11.2023.
- [Äänen nauhoittamiseen ja editointiin tarkoitettu, ilmainen Audacity.](#) Hakupäivä 17.11.2023.



## PODCAST

### 4. Podcastin julkaiseminen ja markkinointi

#### Jakson teemaan liittyvät lähteet:

- Kolmannessa jaksossa lisäksi käytetty musiikki: ["Oppressive Gloom" Kevin MacLeod.](#)  
[Licensed under Creative Commons: By Attribution 4.0 License.](#) Hakupäivä 17.11.2023.
- [Media-alan tutkimussäätiön webinaari, jossa puhutaan podcastilla ansaitsemisen ongelmista mediatalon näkökulmasta.](#) Hakupäivä 17.11.2023.
- [Miten tehdään audiogram esimerkiksi Canvalla.](#) Hakupäivä 17.11.2023.
- [Oulun yliopiston saavutettavuusohjeet siitä, miten luodaan tekstivastine.](#) Hakupäivä 17.11.2023.
- [Spotify for podcasters -palvelu, jossa voi jaksojen julkaisemisen lisäksi seurata muun muassa käyttäjädataa.](#) Hakupäivä 17.11.2023.
- [Turun amkin opinnäytetyö, jossa kerrotaan onnistuneen podcast-kansikuvan resepti graafikolle.](#) Hakupäivä 17.11.2023.
- Vahvan viestin podcastissa käytetty musiikki: ["Fretless" Kevin Macleod.](#)  
[Licensed under Creative Commons: By Attribution 4.0 License.](#) Hakupäivä 17.11.2023.



### Podcasteja kuunneltavaksi

- [Broken Harts.](#) Hartin perheen auto löytyy romuttuneena rotkon pohjalta. Kaikki ovat kuolleet tai kadonneet. Toimittajaryhmä selvittää, mitä idyllisenä pidetyn perheen kulissien takana on.
- [M/S Mystery.](#) Toimittaja Riku Rantalan luotsaama podcast, jossa selvitetään tutkivan journalismin keinoin laivaristeilyillä tapahtuneita katoamisia.
- [S-Town.](#) Toimittaja Brian Reed saa vinkin, jonka mukaan alabamalaisessa pikkukaupungissa on tapahtunut murha. Tarinassa tulee yllättävä käänne.
- [Serial. Tosielämän murhatutkimuksiin perustuva tutkivan journalismin klassikko.](#)
- [Tiedetrippi.](#) Ylen tiedetoimittaja Henry Tikkasen vetämä, tiedettä popularisoiva podcast.
- [Wind of Change.](#) Toimittaja Patrick Radden Keefe selvittää huhua, jonka mukaan Scorpionsin Wind of Change -kappale on CIA:n tekemä.

# 9 Lopuksi

Satu Koho

Journalismin yliopettaja ja Vahva viesti -hankkeen projektipäällikkö

Kirjoittaessamme tätä opasta marraskuussa 2023 Vahva viesti -hanke on loppusuoralla. Joulukuussa järjestämme vielä päätösseminaarin, jossa Vahvan viestin työpajoihin osallistuneet kertovat, miten he ovat jalkauttaneet oppimaansa omiin työyhteisöihinsä. Tarkoitus on, että he myös esittelevät työpajojen opeilla aikaan saatuja konkreettisia tuotoksiaan.

Koska digitalisaatio on jatkuvaa, meidän kouluttajien on tunnusteltava työelämän koulutustarpeita aktiivisesti ja huomioida nuo tarpeet, kun kehitämme opintosuunnitelmia ja jatkuvan oppimisen tarjontaa. Jo nyt tiedetään, että digitaidot ja turvallisuusosaaminen pysyvät työelämän megatrendeinä vielä vuosia. Digitaidot edellyttävät jatkuvaa oppimista muun muassa siksi, että työvälineet ja julkaisualustat muuttuvat ja kehittyvät.

Päätoimittajat Kirsti Eräranta ja Visa Penttilä kirjoittavat osuvasti ProComma Academic 2021 -julkaisun esipuheessa vastuullisen viestinnän olevan yhteiskunnan kivijalka. Viestinnällä ja etenkin medialla, joka vastaa yleisön tiedonjanoon, on huomattava rooli siinä, että selviämme kriiseistä ja poikkeusoloista. On äärimmäisen tärkeää turvata sen, että median ja muun viestinnän parissa on tarpeeksi osaavaa työvoimaa. Osaamisen kautta vahvistetaan yleisön luottamusta laadukkaaseen viestintään, joka tarjoaa tarkistettua ja luotettavaa tietoa – sellaista, jonka yleisö pystyy erottamaan puhtaista mielipiteistä, disinformaatiosta ja propagandasta.

Journalismin uudistumista tutkineita Jukka Lahtea ja Samuli Laitaa lainaten: *Kun maailma kulkee kriisistä toiseen, journalismilla on merkittävä rooli myös yhteiskuntaa koossa pitävänä liimana.*



## Lähteet ja lisälukemista

**Dufva, Mikko ja Rekola, Sanna 2023. Megatrendit 2023. Ymmärrystä yllätysten aikaan. Sitran julkaisuja. Sitra.** Hakupäivä 19.11.2023.

**Lahti, Jukka ja Laita, Samuli 2022: Maailma muuttui jo – uudistuuko journalismi. Sitran julkaisuja. Sitra.** Hakupäivä 18.11.2023.

**ProComma Academic 2021. 8. numero. ProCom – Viestinnän ammattilaiset ry.** Hakupäivä 19.11.2023.

Vahvaa viestiä digisti – Opas kiinnostavaan, tavoittavaan ja turvalliseen digitaaliseen viestintään painottuu nimensä mukaisesti digitaalisuuteen. Digitaalisuus vaikuttaa sekä sisältöjen hankkimiseen, tuottamiseen ja välittämiseen että niiden kulutustapoihin. ”Digi” on myös osaltaan ratkaisu siihen, että laadukkaat media- ja muut viestintäpalvelut voidaan taata tasa-arvoisesti mahdollisimman monelle, ajasta ja paikasta riippumatta, aiempaa kestävämmiin ja hiilineutraalimpiin.

Oppaan sisältö on saanut rakennuspuita Oulun ammattikorkeakoulun (Oamk) Vahva viesti -hankkeen työpajoista ja on yksi sen konkreettisista tuloksista.

[oamk.fi/vahva-vesti](http://oamk.fi/vahva-vesti)

**OAMK**  
OULUN AMMATTIKORKEAKOULU



Elinkeino-, liikenne- ja  
ympäristökeskus

Vipuvoimaa  
EU:lta  
2014–2020



Euroopan unioni  
Euroopan sosiaalirahasto