

# Nettipalvelu laskee uutiselle kiinnostavuuspisteet

KAI SINERVO HS

Scoopinion voitti Helsingin Sanomien Säätiön innovaatiokisan.

Hanna Syrjälä HS

**KATSO** alastonkuvat! Sellaisilla otsikoilla osa verkkolehdistä yrittää saada lukijoilta klikkauksia.

Klikkaus ei ole kuitenkaan riittävä tapa mitata uutisen kiinnostavuutta, ajattelevat Scoopinion-nettipalvelun kehittäjät. Palvelu löytää päivän kiinnostavimmat uutiset yleisön lukukäyttäytymisen perusteella.

Johannes Koposen, Mikael Koposen, Mikko Koskisen, Juha Leppänen ja Ville Sundbergin kehittämä Scoopinion voitti Helsingin Sanomien Säätiön järjestämän Uutisraivaaja-innovaatiokilpailun.

Joukko saa 250 000 euroa uutisia suosittavan palvelun jatkokehittelyyn.

**PALKINNON** saajat osoittautuvat kahvilanpöydässä nuoriksi miehiksi – kukaan joukosta ei ole yli 30-vuotias. Koulustaustat ovat pääasiassa Aalto-yliopiston informaatioverkoston koulutusohjelmasta ja Helsingin yliopiston viestintän laitokselta.

Porukalla selvästi synkkaa; läppä lentää ja nauretaan. Tähän saakka projektia luotsannut Johannes Koponen sanoo, että niin pitää ollakin. ”Hyvä idea saattaa syntyä vitsistä.”

Siitä on kuitenkin vitsi kaukana, että porukka aikoo tehdä Scoopinionista maailmanlaajuuden sivuston. Uutisia suositellaan tällä hetkellä esimerkiksi Facebookissakin, mutta Scoopinion on aivan eri apajilla. ”Facebookissa esiin pääsevät lähinnä raflaavat jutut”, Ville Sundberg sanoo.



Scoopinionin kehittäjistä kaikki ovat alle 30-vuotiaita. Kuvassa vas. Juha Leppänen, Mikael Koponen, Ville Sundberg, Mikko Koskinen ja Johannes Koponen.

”Tässä yritetään saada relevantti esiin kaiken epäolennaisen keskeltä”, jatkaa Juha Leppänen.

**SCOOPINIONISSA** relevanttia jahdataan esittelemällä sitä, mitä uutisia ohjelmaan kirjautuneet ihmiset lukevat. Mukana hyväksytään vain uutiset, jotka ovat toimitetuilta uutissaiteilta.

Ohjelma laskee luetuille jutuille kiinnostavuuspisteet. Jutut muodostavat suosituimmuusjärjestyksen.

Kiinnostavuuspisteisiin vaikuttaa klikkausten lisäksi se, kuinka kauan lukija on luekuttanut juttua. ”Tällä hetkellä toimittaja voi kehua saaneensa jutullaan 10 000 klikkausta. Jatkossa voi kehua saaneensa

10 000 luk minuuttia”, sanoo Juha Leppänen.

Sovellus seuraa käyttäjän hiiren liikkeitä. Kiinnostavuuspisteet eivät siis karkaa, jos lukija on avannut tietyn uutisen, mutta poistunut koneelta.

**KIINNOSTAVIMPIEN** uutisten listaan vaikuttavat kaikkien ohjelman käyttäjien lukutottumukset. Lisäksi käyttäjä voi seurata, mitä hänen kaverinsa ovat lukee.

Scoopinion on jo toiminnassa, ja sinne voi kirjautua kuka tahansa sisään. Toistaiseksi palvelu ei pysty kiinnostavuuspisteitä laskiessaan tasamaan sitä, että pitkiin juttuihin kuluu yleensä enemmän lukuaikaa kuin lyhyisiin. Tämä on kuitenkin tarkoitus ottaa

jatkossa huomioon.

Muutenkin Scoopinion on vielä kehittelyvaiheessa. Se esimerkiksi toimii vielä javaşaisesti kaikilla muilla kuin Google Chrome -selaimilla.

**PERINTEISET** mediatatolot ovat olleet pulassa, koska ne eivät ole keksineet hyvää tapaa tienata verkkosivuilla. Suunnittelijat ovat kehittäneet innovaatiolleen 13 vaihtoehtoista liiketoimintamallia. ”Esimerkiksi mainontaa voi tehdä muutenkin kuin bannereilla. Käytössä voisi olla vaikkapa mainos- tai pr-kampanjat”, Koponen sanoo.

Innostunut joukkio selittää, miten palvelulla on tarkoitus tukea laadukasta ja monipuolista journalismia. Lehtitalot

kin saavat uudenlaista tietoa siitä, mitä lukijat todella haluavat.

Kaikesta kauniista puheesta huolimatta mieleen hiipii epäily: voiko palvelu todella onnistua tekemään relevanttien uutisten listaa vai nousevatko katso tissikuvat -uutiset sittenkin kärkeen? ”Eivät nouse, koska lukija katsoo tissit sekunnissa. Sellaiseen uutiseen ei käytetä aikaa”, Johannes Koponen kuittaa.

Lisäksi palvelu tunnistaa viihdesisällön, ja käyttäjä voi poistaa sen näkyvistä.

Toinen epäilyksen ajatus liittyy siihen, haluavatko ihmiset varmasti paljastaa omalla nimellään kaikille, millä sivuilla liikkuvat. ”Halutessaan voi salata sen, minkä

uutisen on lukenut”, sanoo Juha Leppänen.

**HELSINGIN** Sanomien Säätiö etsi Uutisraivaaja-kisalla tiedonvälitykseen ja journalismiin uusia toimintatapoja ja menestyviä liiketoimintamalleja. Tuomariston puheenjohtaja Risto Siilasmaa arvostaa Scoopinionissa hyvää toteutusta ja uutisuusarvoa. ”Yhtiöllä on ehdottomasti kansainvälistä potentiaalia – ja onneksi myös kunnianhimoa.”

Siilasmaa kuvailee Scoopinionin taustatiimiä osaavaksi, paneutuneeksi ja innostuneeksi. ”Heillä on tiiminä niitä piiriteitä joita menestyjäyrityksistä löytyy.”

[www.scoopinion.com](http://www.scoopinion.com)