

JOURNALISTI

Suomen Journalistiliiton ammattilehti • 90. vuosikerta • 25.9.2014

11 2014



Tekstitehdas

Lehtitalo Karprintissä
kahden aukeaman juttu
syntyy päivässä. » 8

Dennell ja Magnum. Markus Henttosen kuva julkaistiin Imagen syyskuun numerossa.

Toivo elää Detroitissa

Detroitin kaupungin tilanteesta kertovan jutun yhteydessä julkaistu **Markus Henttosen** otos tiivistää koko artikkelin viestin yhteen kuvaan. Kaupunki on konkurssissa, mutta toivo elää. Taistelu jatkuu, periksi ei anneta. Magnum-koira valmiina seuraavaan seikkailuun, kuvassa oleva **Dennell** tunnustaa kotikaupunkinsa väriä niin kuin vain detroitilainen osaa.

Kaupungin symboliksi muodostunut D-lippis yhdistettynä autioon kaupunkimaisemaan tekee selväksi, että kuvaa ei olisi voitu ottaa missään muualla.

Kuvasta tekee mielenkiintoisen myös se, että oikeassa kontekstissa se olisi voitu julkaista myös muotikuvana. Kauhtunut fleece, rennot korisortsit ja käytännölliset kävelykengät – tätä lähemmäksi normcorea ei pääse.

Kaarle Hurtig
kaarle.hurtig@gmail.com
KIRJOITTAJA ON YRITTÄJÄ.



numeraali

5 275

Journalismin hölmöyksille naureskellut Facebook-sivu *Sori mä oon toimittaja* lakkautti itsensä syyskuun alussa. Sivusta tykkäsi 5 275 käyttäjää. SMOT:ista kerrotaan, että lopulta sisältö näkyi Facebookin muuttuneiden algoritmien vuoksi enää 100–200:lle käyttäjälle per julkaisu.

Kaikki ei ole pilalla. Twitterissä *Sori oon toimittaja* on saanut 3 480 seuraajaa.

LÄHDE: TWITTER

poimuri

Liian moni journalisti vain kopioi kritiikittömästi lääkeyhtiöiden lähettämiä tiedotteita yrittämättä edes kysyä joltakin riippumattomalta asiantuntijalta, voivatko yhtiöiden propagoimat tiedot pitää paikkaansa.

Professori, kirjailija **Peter C. Gøtzsche** Iltalehdessä 8. syyskuuta

Kuka on äänessä, kun asiantuntija puhuu? Liian usein saamme median välittämänä pätevien näkemysten sijaan subjektiivisia mielipiteitä, tutkimustulosten sijaan ennakkoluuloja.

Professori **Matti Wiberg** Verkko uutisissa 15. syyskuuta

Hiton itsebrändäys, se on noilla musakriitikoilla niin läpinäkyvää. Ne haluaa osoittaa, mihin ryhmiin kuulutaan. Se on paljon tärkeempää kuin se, mitä musiikki pitää sisällään.

Muusikko **Matti Mikkola** Suomen Kuvalehdessä 5. syyskuuta

Onneksi suomalainen koripallo on onnistunut hoitamaan evoluutionsa paremmin kuin media.

Päävalmentaja **Henrik Dettmann** Helsingin Sanomissa 4. syyskuuta

mitenkäs nyt?

Helsingin yliopiston hakijapalvelut tarjosi ainejärjestöjen kautta Instagram-kuvaajan työtä 150 euron luku-kausipalkkiolla. Kuvaajan tulisi lähettää 1–5 tilannekuvaa viikossa, osa kommentin kera, ja kuvata yliopiston tapahtumissa. Yliopisto omistaisi kuvat. Ovatko nämä reilut ehdot, palvelupäällikkö Rebekka Nylund?

Ilmoitus ja palkkioperusteet eivät olleet loppuun saakka mietittyjä, ja siitä on opittavaa. Tarkoitus oli tarjota rahaa siitä, mitä opiskelijat ovat aiemmin tehneet ilmaiseksi, ei ammattimaisesti tekemisestä. Meillä on muutama hakija, ja juttelemme käytännön järjestelyistä heidän kanssaan.

Henkilöstö maksajaksi



Markku Lappalainen
markku.lappalainen@journalistiliitto.fi

Yleisradion yt-neuvotteluissa on ristiriitaisia ulottuvuuksia. Yhtiö maksattaa henkilöstöllään miljoonan, jotka siltä jää saamatta, kun Ylen rahoitusratkaisussa sovittu indeksikorotus jää ensi vuonna toteutumatta. Samalla Yle suuntaa toimintaansa uudelleen ja vahvistaa verkkotoimintojaan.

Ei voi välttyä mielikuvalta, että kymmenen miljoonan euron rahoitusvaje toimii verhona, jonka varjossa tehdään akuuttia tarvetta suurempia säästöjä.

Yli tuhatta henkilöä koskettavissa yt-neuvotteluissa henkilöstön vähennysmääräksi on ilmoitettu korkeintaan 185 työntekijää. Sitä ei ole kerrottu, mitkä ovat järjestelyjen vaikutukset määräaikaisiin työntekijöihin ja freelancereihin, mutta epäilemättä leikkaukset ulottuvat myös heihin.

Yleisradion ohjelmatyöntekijät (YOT) on perustellusti arvostellut yhtiön henkilöstöpolitiikkaa, joka sopii huonosti julkisen palvelun toimijalle.

Yle hakee suoraviivaisia henkilöstövähennyksiä, vaikka se samalla ilmoittaa lisäävänsä toimintaa verkossa. Jatkuvaa läsnäoloa edellyttävä verkkotoimeliaisuus vaa-

tii väkeä, eikä laadukas sisältö verkossakaan synny ilman asianmukaisia voimavaroja. Ei riitä, että yt-neuvottelujen piirissä olevalle henkilöstölle neuvotellaan uudet työnkuvat.

Ylen toiminta verkossa on perusteltua, vaikka kaupallinen media haluaisi rajoittaa sitä. Yleisö nauttii edelleen valtaosan yhtiön tarjonnasta perinteisten välineiden kautta radiota kuuntelemalla ja televisiota katselemalla. Verkko-panostaminen ei saa vaarantaa perinteistä journalismia ja ohjelmatoimintaa.

Yt-neuvottelut ovat nostaneet keskusteluun myös Ylen roolin ylipäänsä. *Ilta-Sanomien* pääkirjoitus 18. syyskuuta puki agendansa sanoiksi näin: ”Ylestä on tullut media-alan käenpoika, joka pyrkii potkaisemaan muut kilpailijansa pesästä ja indeksikorotukseen vedoten vaatii pajulintuemon rooliin joutuneilta veronmaksajilta lisää apetta ammottavaan kitaansa.”

Juuri tällaisten ajatusten vastapainoksi alalla tarvitaan muitakin toimijoita kuin puhtaasti kaupallinen media. Yle on tärkeä osa median monimuotoisuutta, ei mikään häirikkö.

s.22

”Moderni Peking näyttää valokuvissa liian länsimaiselta.”

Vapaa toimittaja
Mari Manninen

mediakritiikki

JOURNALISTI ARVIOI JOURNALISTISIA TUOTTEITA.

toimii

Tieteen laaja oppimäärä

Jaksaa, jaksaa!

Yliopisto

Mikä? Helsingin yliopiston julkaisema, kymmenen kertaa vuodessa ilmestyvä aikakauslehti, joka lupaa tarjota tietoa ja näkökulmia ajankohtaisista asioista.

Päätoimittaja:
Maija Pemberton

Lukijat: Lehden verkkosivujen mukaan sen kokonaislukijamäärä on noin 48 000.

Yliopisto-lehti ilmoittaa verkkosivuillaan olevansa Suomen monipuolisin tiedelehti. Se pitää paikkansa, sillä lehti tuo luonnontieteiden ohella kiitettävästi esille myös humanistisia ja yhteiskuntatieteitä.

Syksyn ensimmäinen numero on kansikuvaa myöten ajankohtainen. Päätoimittaja **Maija Pemberton** käsittelee ympäristökysymyksiä arkisesta lähtökohdasta: miten kaupunkisuunnittelu, kuten päällystettyjen teiden, kattojen ja pihojen sijainti, vaikuttaa vesistöjen tilaan.

Kesänumeron kansijuttu käsittelee terveyserojen politiikkaa. Juttu voisi käsitteletapansa ja kirjoitustyylinsä puolesta ilmestyä hyvässä yleisaikakauslehdessäkin.

Toimittaja **Kyösti Niemelän** jutusta selviää muun muassa, miksi terveyskampanjat saattavat jopa kasvattaa terveyseroja.

Niemelän kahdeksansivuinen juttu olisi säilynyt mielenkiintoisena vieläkin pidempänä. *Yliopiston* ansioihin kuuluu, että siinä on hyvin vähän tyhmistävää konsepti-journalismia. Jutut ovat sen muotoisia ja pituisia kuin tarvitsee, eikä niitä tehdä palstatyyppien lähtökohdista.

Lehden toimittajakunnan juttujen lisäksi *Yliopistosta* saa usein lukea vakituisten avustajien huolellisesti tekemiä artikkeleita. Kesänumerossa **Juha Merimaa** maalaa tavattoman kiintoisan henkilökuvan **Lena Huldénista**, historioitsijasta, hyönteistutkijasta ja kommunistista.

Vuodesta 1953 ilmestynyt lehti oli alun perin nimeltään *Helsingin yliopiston tiedonantaja*. *Yliopisto*-nimen se sai lukijakilpailussa 1975.

Lehden graafikko tekee mukavannäköistä ja helposti hahmottuvaa lehteä, jossa valokuvillekin on kunnolla tilaa. On helppo kuvitella lehden kiinnostavan nykyistä laajempaa lukijakuntaa.

Lehteä jaetaan Helsingin yliopiston kampuksilla ja sitä myydään Akateemisessa Kirjakaupassa. Sitä postite-



Laidasta laitaan. *Yliopisto* ruotii niin luonnontieteellisen kuin humanistisenkin tutkimuksen tuoreimpia virtauksia.

taan sidosryhmille, kuten kirjastoihin, mutta lehden voi myös tilata pientä maksua vastaan.

Tavoitettavuutta hankaloittaa se, että lehden verkkosivuilla oli ainakin kuun alussa ongelmia. Uusinta numeroa ei saanut auki, eikä etusivulta juttuja luettaviksi. Tällaiseen ei lehdillä ole nykyaikana varaa.

Ari Lahdenmäki

Lehtien verkkokeskustelut ovat usein niin kamalia, että niitä moderoivien pitäisi saada palkan päälle mitali. Erityistä urholisuutta on osoittanut *Pressiklubin* toimittaja **Janne Zareff**, joka hiljan sorvasi ohjelman Facebook-sivulle säännöt. Niitä on kokonaista kaksi: puhu asiallisesti ja puhu asiasta.

Molemmat johtivat välittömiin epäilyksiin sensuurista. Ylläpidon kantti kesti, vaikka perustella sai perustelemisen jälkeenkin. Toimittaja osallistuu säännöllisesti sivun keskusteluihin ja vastaa kysymyksiin.

Pressiklubilta on esimerkiksi käyttänyt somekanavaansa monipuolisemmin kuin postaamalla linkkejä ”Mitä mieltä olet?”-saatteella. Se vaatii tietysti työtä ja kärsivällisyyttä. Avoimet säännöt ovat kuitenkin reilut ja nostavat keskustelun tasoa. On se sen arvoista.

Marja Honkonen

KANNEN KUVA: JUSSI JÄÄSKELÄINEN

JOURNALISTI JOURNALISTEN

(09) 6122 330, faksi (09) 640 361, PL 50, 00531 Helsinki, etunimi.sukunimi@journalistiliitto.fi/förnamn.släktnamn@journalistiliitto.fi, www.journalisti.fi

vastaava päätoimittaja/ansvarig chefredaktör Markku Lappalainen 040 586 0613 **toimitussihteeri/redaktionssekreterare** Manu Haapalainen 044 755 5002, Manu Marttinen (vuorotteluvapaalla) **toimittajat/reportrar** Nina Erho 050 379 8155, Marja Honkonen 050 379 9108 **ulkoasu/layout** Heli Saarela 050 528 5001 **tilaukset/beställningar** YAP tilaajapalvelu 0303 9778, tilaajapalvelu@yap.fi **paino/tryckeri** I-print Oy, Seinäjoki **ISSN** 1236-3596 (painettu/tryckt), 1458-4271 (verkko/nät) **julkaisija/utgivare** Suomen Journalistiliitto – Finlands Journalistförbund

ajassa



Työpaikat ja laatu uhattuina Ylessä

Nina Erho, teksti
Heli Saarela, kuva

Yle suuntaa resursseja verkkoon, säästää ja lisää ohjelmaostoja. Työntekijät pelkäävät journalismin ja draaman laadun kärsivän.

Yleisradiossa alkoivat 22. syyskuuta yt-neuvottelut, joiden seurauksena 185 työsuhdetta voi päättyä. Työntekijät ovat huolissaan paitsi työpaikoistaan myös Ylen tekemisen laadusta.

”Näyttää siltä, että johto pyrkii tekemään Ylestä muiden mediayhtiöiden kaltaisen, formaatteja tuottavan tilausorganisaation. Eikö olisi ennemmin syytä panostaa omintakeisiin sisältöihin, jotka

eivät kaupallisia toimijoita kiinnosta”, kysyy Ylen pääluottamusmies **Pirkko Epstein**.

Ylen uutta strategiaa on lisätä kotimaisten ohjelma-ostojen vuosittainen määrä 24 miljoonasta 30 miljoonaan vuoteen 2017 mennessä.

Toimitusjohtaja **Lauri Kivisen** mukaan ohjelmiston monimuotoisuuden vaatimus on nykyään niin suuri, että kaikkea ei voida tehdä itse.

”Arvioin siirtymää hankintoihin tapahtuvan draamassa, viihteessä ja asiaohjelmissa. Euroissa suurin siirtymä on draamassa, koska budjetit ovat siellä suurimmat.”

Työntekijät korostavat draamatarjonnan monipuolista kehittämistä. Ulkoistamisen sijasta olisi suositettava yhteistuotantoja, joissa Ylen ja itsenäisten tuotantoyhtiöiden parhaat puolet yhdistyvät.

”Inhimillisestä hyvästä jutuntekemisestä tapahtuva vähentäminen näkyy heti tuotoksen laadussa.”

Ylen toimitusjohtaja Lauri Kivinen

Työntekijäpuoli pitää Ylen ilmoittamaa henkilöstön vähentämistarvetta pahasti ylimitoitettuna ja paheksuu sitä, että yhtiön haasteisiin vastaaminen säilytetään lähes kokonaan henkilöstön harteille.

Lauri Kivisen mukaan Ylellä on muitakin tehostamishankkeita, mutta kymmenen miljoonan erityissäästötärpeen koh-

distumista myös henkilöstöön on vaikea välttää. Akuutin säästötärpeen synnytti eduskuntaryhmien keväinen päätös jäädystä Yle-veron indeksikorotus.

Yt-neuvottelujen taustalla on myös Ylen uusi strategia, jonka kärkiä ovat mediakäytön muutokseen vastaaminen verkko edellä ja kumppanuudet.

Työntekijät ihmettelevät, ymmärsikö Ylen hallintoneuvosto strategian vahvistessaan, että sen toteuttaminen tulee tarkoittamaan irtisanomisia ja ulkoistuksia.

Strategiaan kirjattu verkkovetoinen uudistuminen ja samanaikainen säästämisen kuulostaa vaikealta yhtälöltä, mutta Kivisen mielestä kehitystyön ja säästämisen erottaminen toisistaan olisi vielä hankalampaa.

”Meillä on joka tapauksessa meneillään



Iso työ edessä. Ylen yt-neuvottelut ovat alan suurimmat tällä vuosituhannella. Pääluottamusmies Pirkko Epstein avasi tilannetta henkilöstölle Ylen ohjelmatyöntekijöiden infossa 16. syyskuuta.

iso muutos resurssien kohdentamisessa. Emme vähennä merkittävästi radion ja television tekemistä, mutta meidän on löydettävä tapoja, joilla niitä sisältöjä saadaan helpommin löydettäväksi verkon kautta.”

Pienentääkö tämä henkilöstöresurssien tarvetta?

”Suurin muutos tulee tekniselle puolelle. Yleisradioyhtiöt ovat olleet perinteisesti tekniikan suhteen omavaraisia, mutta nykymaailmassa se ei ole oikea tapa. Meidän on mahdotonta ylläpitää omaa osaamista kaikilla nopeasti muuttuvilla teknologian alueilla.”

Työntekijät ymmärtävät tarpeen siirtyä enenevästi verkkoon, mutta ovat huolissaan sinne tehtävän journalismin laadusta säästöpainneissa.

Kivinen sanoo, että uudistuksissa ei nyt

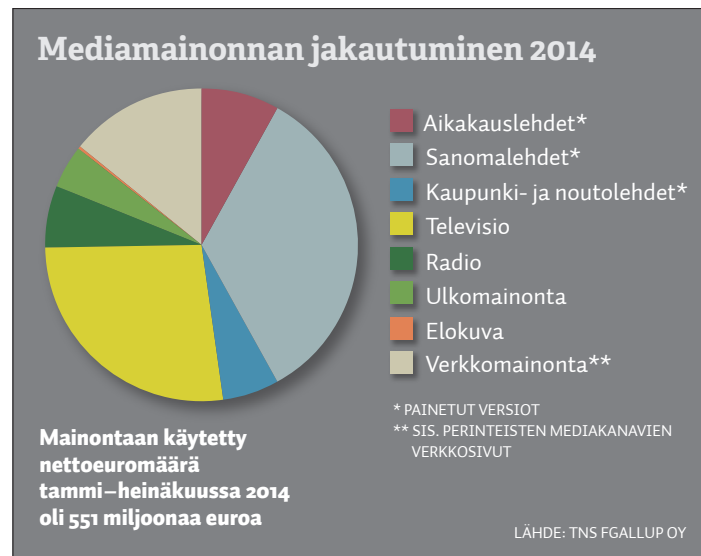
tavoitella sitä, että toimittajien pitäisi kiristää työtahtia vaan tekemisen tapojen uudistamista.

”Inhimillisestä hyvästä jutuntekemisestä tapahtuva vähentäminen näkyy heti tuotoksen laadussa, ja tässä pitää olla tosi herkkänä.”

Osa Ylen uutta strategiaa on myös Tampereen Mediapolis, jonne rakennetaan *Uusi päivä* -draamasarjalle uusi tuotantohalli.

Iso investointi ihmetyttää monia, mutta Kivinen löytää panostukselle perusteita.

”Jatkuvajuoniset sisällöt ovat televisiomaisen katselun runko, ja *Uuden päivän* kustannus minuuttia kohti on edullinen. Sarja on löytänyt ne yleisöt, joihin meillä on kapeampi yleisösuhte kuin muihin. Hyvin suuri osa sen katselusta tapahtuu verkon kautta.”



Verkko ei riitä pelastamaan mainoskakkua

Tammi–heinäkuun mainosluvut jatkavat tarinaa mediatalojen vaikeasta taloustilanteesta. Mediamainonnan kokonaispotti on TNS Gallupin tilastojen mukaan 3,3 prosenttia miinuksella vuodentakaiseen nähden.

Vertailu taantumaa edeltäneeseen aikaan antaa luvuille perspektiiviä. Vuonna 2008 mediamainontaan käytettiin Suomessa noin 1,5 miljardia euroa, vuonna 2013 enää reilut 1,2 miljardia.

Tänä vuonna ollaan TNS:n kuukausiseurannan mukaan heinäkuun jälkeen noin 0,55 miljardissa.

Painettujen aikakauslehtien keräämät mainoseurot olivat eniten miinuksella verrattuna vuodentakaiseen, 15,6 prosenttia. Painetun sanomalehtimainonnan pudotus oli 9 prosenttia, kaupunkilehtien 4,5 prosenttia ja television 4,4 prosenttia. Perinteisen median ainoa nousija oli radio, 9,9 prosenttia plussalla.

Verkkomainonta sitä vastoin kasvaa vauhdilla. Sen osuus mediamainonnasta on TNS:n luvuissa 14 prosenttia. Digimainontajärjestö IAB Finland arvioi verkon osuudeksi jo viidenneksen.

Verkosta ei silti ole ainakaan vielä korvaamaan mediatalojen tulonmenetyksiä.

Kun printtisanomalehdistö keräsi viime vuonna 419 miljoonan euron mainostulot, verkkomainonnan kokonaissumma oli 238 miljoonaa. Siitäkin alle puolet on perinteisen median verkkosivujen tuottoja, sillä lukuun sisältyvät muun muassa some- ja hakukonemainonta.

”Facebook, YouTube ja Google kilpailevat yhä vahvemmin suomalaisten yritysten mainosrahoista”, sanoo yksikönjohtaja **Marja Honkaniemi** TNS Gallupista.

IAB Finlandin toiminnanjohtaja **Birgitta Takala** ei lähtisi tarkastelemaan verkon ja perinteisen median mainostilannetta joko tai -asetelmana.

”Verkossa on paljon sellaista, mitä on vaikea mitata. Emme voi palata vuosien takaiseen tilanteeseen, vaan nyt avainsana on monikanavaisuus”, hän luonnehtii.

Printin mainostulot ovat vuosien syöksyn jälkeenkin mittavat. Sanoma-, aikakaus-, kaupunki- ja noutolehtien osuus mediamainonnan kokonaispotista on vajaa puolet.

Voittajat ovat silti vähissä.

”Painettujen sanomalehtien ilmoitusmyynti on kautta linjan laskenut pitkään”, kertoo Sanomalehtien Liiton kuluttaja- ja mediamarkkinoinnista vastaava johtaja **Sirpa Kirjonen**.

”Toki joukkoon mahtuu myös pottia kasvattaneita. Ne ovat tyypillisesti hyötynneet esimerkiksi uuden kauppakeskuksen kampanjoista. Paikallisuus on medialle yhä valtti.”

Televisio on menettänyt asemiaan. Mainoskilpailu siellä on koventunut ja tarjonta pirstaloitunut. Radiossa on tasaisempaa.

”Laskukaudet ovat radion nousukausia. Kun talous porskuttaa, radio joutuu taistelemaan”, Takala sanoo.

Verkko täydentää sähköisiä välineitä sisällöissä ja mainostilan myynnissä yhtä lailla kuin printtiä.

”Sanomalehtien verkkoversioiden mainosmyynti kasvoi viime vuonna 22 prosenttia”, Kirjonen toteaa.

Hän muistuttaa, että media-ala vasta totuttelee uuteen.

”Dilemma on siinä, että mainostajat intoilevat digistä mutta kuluttajat eivät. Tutkimusten mukaan suomalaiset haluavat yhä mainoksensa painettuina. Verkossa ne koetaan yleensä häiritseviksi”, hän huomauttaa.

Hanna Rusila

LUE JUTUN LAAJEMPI VERSIO:
WWW.JOURNALISTI.FI.
HUOM. KUUKAUSITTAISESSA MEDIASEURANNASSA OTANTA JA LUVUT OVAT JONKIN VERRAN PIENEMMÄT KUIN VUOSIYHTEENVEDOISSA.



”

Ennen kansain-
välistymistä
homma pitää
saada toimimaan
Suomessa.

Freelancer kuulolla

Journalistien manageri

Jussi Ruusila haluaa antaa kirjoittajille mahdollisuuden keskittyä timanttiseen sisältöön.

Nina Erho, teksti
Aino Huovio, kuva

Long Playn uusi toimitusjohtaja Jussi Ruusila, miksi vaihdat musiikkibisneksen journalistiin?

Tein musiikkibisnestä Piilaaksossa teknologia-startupin näkökulmasta. Siellä täytyy ajatella, miten tehdään maailman suurinta ja parasta ja vähintään tuhatkertaistetaan tulot. Kaipasin jotain inhimillisempää ja kasvutoimiteiltaan hahmotettavampaa.

Millaiset kasvutavoitteet Long Playlla on?

Ennen kansainvälistymistä homma pitää saada toimimaan Suomessa. Kaukana ei ole se, että *Long Play* toimii fiksusti myös bisneksenä. Tavoittelemme sellaista kasvua, että voimme maksaa kirjoittajille paremmin ja kehittää palvelua ja brändiä.

Mihin aiot tavoitteiden saavuttamiseksi ryhtyä?

Tämä konsepti ei toimi ilman timanttista kerrottavaa ja kertomisen tapaa. Tehtäväni on kehittää puitteet, joissa muut voivat keskittyä niihin. Maailmallakaan ei vielä tiedetä oikeaa tapaa tämän tekstimuodon myymiseen, mutta uskon, että se on löydettävissä. Journalismin Spotifyn tai Netflixin syntyy en usko.

Mitä konkreettista aiot tehdä?

Ensimmäiseksi kehitän *Long Playn* verkkosaittia. Siellä täytyy olla muutakin sisältöä kuin singlejä, jotta lukijat saadaan pysymään siellä ja tulemaan takaisin. Parannettavaa on myös singlejen markkinoinnissa.

Olet perustanut yrityksiä. Miten sopeudut vetämään toisten yritystä?

Kun tapasin *Long Playn* ihmiset ensimmäisen kerran, ajattelin, että he ovat kuin bändi, jossa on asiaan kuuluvaa sisäistä kipuulua: hip-pien sekoilua ja väsymistä työtaakan alla ilman varsinaista johtoa. Silloin tarvitaan manageria. Olen toiminut sellaisessa roolissa musamaailmassa. Se on systemaattisen ajattelun tuomista kaaokseen. Jotta oikeat toimintatavat löytyvät, tiettyjä asioita pitää tehdä pitkään, eikä

Hyvä freelancer pyytää palautetta, sanovat ostavat toimittajat julkisesti. Hienoa, että olemme samaa mieltä.

Todellisuudessa free kärvistelee jatkuvassa puutteessa. Ytimekäs palaute ”hyvin kirjoitettu juttu” ei vielä kerro, miksi juttu oli onnistunut.

Joskus palautetta luvataan, mutta sitä ei koskaan kuulu. Ikävimmillään freelancerin pyyntö vaietaan kuoliaaksi.

Ymmärrän, että ostavilla toimittajilla on kiire. He eivät kuitenkaan tunnu hoksaavan, että palautteen anta-

minen säästäisi aikaa tulevaisuudessa, kun juttuja ei joka kerta tarvitsisi jumpata samojen asioiden takia.

Palautteen pyytäminen ei ole kiusantekoa vaan kehittymishalua. Freelancer tarvitsee palautetta, jotta voisi tarjota asiakkailleen entistä parempia, juuri heidän tarpeisiinsa räätälöityjä juttuja. Kunnon palautteesta hyötyisivät molemmat.

Olen pelkkänä korvana.

Minna Kurvinen

KIRJOITTAJA ON JYVÄSKYLÄINEN VAPAA TOIMITTAJA.

kolumni



Janne Saarikivi

janne.saarikivi@helsinki.fi

KIRJOITTAJA ON KIELITIETEEN TUTKIJA, JOKA ON TOIMINUT PROFESSORINA HELSINGIN YLIOPISTOSSA SEKÄ PARNASSON JA HELSINGIN SANOMIEN KOLUMNISTINA.

Tiedemies ja lehtimies

Journalistit haastattelevat minua silloin tällöin koskien tiedettä ja tutkimustani. Se voi olla turhauttavaa puuhaa.

Monipolvisin selityksin yritän saada lehtimiehet ymmärtämään, että heidän kysymyksiinsä ei oikeastaan voi vastata. Että asiaan liittyy monia puolia, ja että sitä ei ehkä voikaan sanoa siten kuin sen nyt kuitenkin sanon. Tai että asiaa ei ole tutkittu, eikä siitä siksi oikeastaan tiedetä mitään.

Tiedemies pohtii, miten kysymys kannattaisi asettaa, että se ei perustuisi myytteihin ja ennako-oletuksiin. Lehtimies miettii, miten tuon ahtaisi 300 sanaan, jotka myyttien ja ennako-oletusten vallassa oleva lukija ymmärtäisi.

Tieteessä on kyse siitä, miten asiat ovat. Useimmiten ne ovat jotenkin toisin kuin luulisi ja odotaisi. Julkisuudessa taas on kyse siitä, mikä ihmisistä on kiinnostavaa.

Journalisti luo julkisuuden, mutta ei todellisuutta. Suurin osa ihmisistä ei ole kovin kiinnostuneita todellisuudesta vaan varjelee mieluummin turvallista oloaan. Tulisiko journalistin siis kirjoittaa todellisuudesta, vai ainoastaan kiinnostavasti, jotta joku haluaisi lukea lehden?

Tilausten vähetessä ja lehtitalojen irtisanoessa luen maireita pääkirjoituksia, joissa journalistit puolustavat ammattiaan samankaltaisin argumentein, joilla olen totunut puolustamaan tiedettä. ”Informaatiotulvasta pitää löytää oleellinen.” ”Maailman seuraaminen edellyttää laaja-alaista tietoa ja analyysia.” ”Vallan vahtikoira”. ”Sananvapaus”. Ja niin edelleen.

Rivien välissä lukee, että blogien lisäksi pitää olla myös maksettu sanomalehti tai yhteiskunnan maksama televisiokanava. Ja pitääkin. Mutta pitää olla myös spesialisteja, joiden tekemistä ei voi kääntää journalismin kielelle, jossa kaikella on rajattu merkkimäärä ja vaikeita termejä vältetään.

Tieteen suhde journalismiin on sama kuin journalismin suhde **Jussi Halla-ahon** blogiin. Tiede tuntee maailmaa syvältä ja laajalti, mutta niin monimutkaisesti, että sitä ei voi kukaan ymmärtää. Halla-ahon blogi tuntee sekin maailmaa, mutta näkökulmia on tasan yksi ja se on täysin subjektiivinen.

Journalismi on siinä välissä. Se palvelee lukijaa parhaiten, jos se muistuttaa, että suurin osa maailmasta ei mahtunut lehteen.



Kadotettu vuosi

Koska muutakaan työtä ei ollut tarjolla, toimittaja Manu Haapalainen päätti loppuvuodesta 2012 mennä töihin huonomaineeseen Karprint -lehtitaloon. Vihdin Huhmarista löytyi äärimmäistä kustannustehokkuutta, ja lehtialan tulevaisuus.

Manu Haapalainen, teksti  Jussi Jääskeläinen, kuvitus

Marraskuu 2012

Loppuvuodesta 2012 puhelimeni soi. Soittaja esittäytyi **Eero Aholaksi**. Ahola kertoo omistavansa pienen, erikoisaikakauslehtiä julkaisevan lehtitalon Länsi-Uudellamaalla. Hän soittaa tarjotakseen minulle työtä, aluksi koeluontoisesti, mutta lopulta ehkä pysyvämminkin.

En ole koskaan kuullutkaan tästä Karprint Oy:stä, saati että olisin hakenut sinne töihin. Jäätyäni työttömäksi Otava-mediasta vuotta aiemmin puhelin ei näissä merkeissä ole juurikaan kilissyt, joten vastaan Aholalle tulevani vallan mieluusti työhaastatteluun. Näin siitä huolimatta, että elokuvakriittikkona tiedän varsin vähän kaikista Karprintin lehtien aihealueista: kiinteistönhoidosta, metsästyksestä, koirista, sukelluksesta tai akvaarioista. Aholaa tämä ei kuulu haittaavan. Hän vakuuttaa työn olevan muiden toimittajien tekstien editointia. Hyvä. Olen etevä sellaisessa. Sovimme tapaavamme pian.

Koska olen toimittaja ja utelias, isken puhelun loputtua hakukoneeseen sanat Eero, Ahola ja Karprint. Käy ilmi, että lehtitalo on paitsi pieni, myös kiistanalainen. Talossa pitkään jatkuneesta sisäilma-

riidasta kirjoitetaan keskustelupalstoilla, samoin Aholan öykkärimäisiksi kuvaillut johtamistavat puhuttavat. Firman lehtien laadulle naureskellaan niin akvaarioharastajien kuin sukeltajienkin foorumeilla. Joku näyttää pahoittaneen mielensä valokuviansa luvattoman käytön vuoksi, joku entinen työntekijä taas siksi, että Ahola kuulemma huutaa, sortaa ja kiusaa alaisiaan.

Noh. Puhe on ollut editointiavusta joulunaluksen kiireiden ajaksi. Kai sen nyt kestää, ajattelen. Ja onhan se kiinnostavaa päästä katsomaan, millainen tämä melkein kuuluisaksi osoittautunut nyrkipaja nyt sitten on. Ja kerrankos internetissä suolletaan lokaa viattoman yrittäjän niskaan.

Joulukuu 2012

Vihdin Huhmarissa minut ottaa pienen odottelun jälkeen vastaan kustantaja Ahola. Eläkeikäinen herrasmies kertoo kustantamiinsa lehtiin tarvittavan tilapäistä kiireapua, mutta toki minulla on hyvät mahdollisuudet pysyä talossa pidempäänkin, jos työni jälki on hyvää. Saattaa olla, että kirjoittamistakin olisi jonkin verran editoinnin ohessa tarjolla.

Tätä mahdollisuutta varten Ahola pyytää kertomaan tarkkaan, löytyisikö minulta mitään Karprintin lehtiä sivuvaavaa harastuneisuutta tai osaamista. Sellaista ei edelleenkään ole.

Ahola ottaa itse puheeksi toimitalon rakennusjäljestä johtuneet kosteus- ja homeongelmat, joiden seurauksena työntekijöiden on väitetty jopa sairastuneen. Hän sanoo mittauksen todistavan niiden olevan lopullisesti ohi. Se, että kukaan olisi sairastunut on muutenkin liioittelua, Ahola kertoo.

Aivan tavanomaisia latuja keskustelu ei etene. Ahola kyselee parisuhdetilanteeni ja sen mahdollisen vaikutuksen työntekooni. Jonkin aikaa juteltuamme hän jo kertoo nimiltä mainiten entisten ja nykyisten työntekijöidensä ansioista ja näiden henkilökohtaisista asioista. Yksi on kuulemma laiska, toisella on kaikenlaista sairautta, kolmas on muuten vain mahdoton, neljäs ei osaa kirjoittaa.

Palkkataso otetaan sekin puheeksi. Ahola kertoo Karprintin maksavan toimittajille työpäivästä aina 190 euroa. Jos otan juttuja esimerkiksi freelancerina kirjoitettavaksi, työpäivän aikana täytyisi syntyä noin kahden sivun mittainen juttu.

Kaksi aikakauslehden sivua päivässä tuntuu säälimättömältä tahdilta, mutta pidän mielipiteeni omanani, ja lupaudun



aluksi apumieheksi joulukuun ruuhkavii-
kolle.

Aholan tapa puhua firmastaan huvit-
taa, ja jää myös mietityttämään. Hän
sanoo suoraan, että ”kyllä me tekisimme
mielellämme laadukkaampaa jälkeä, mut-
ta ei meillä ole varaa”. Hän pyrkii luo-
maan kuvaa Karprintista sympaattisena
altavastaajana mainitsemalla moneen ker-
taan, miten ”me nyt olemme vain tällaisia
Aholoita”.

Kun työ sitten alkaa, moni asia yllättää.
Eero Ahola on ollut jo vuosia eläkkeellä,
kuten hän jatkossakin tulee aina tarvit-
taessa korostamaan. Häntä ei näy, mutta
muut Aholat, vaimo **Reetta Ahola** ja
tytär **Mari Ahola-Aalto** auttavat minut

**”Yksi työntekijä on
kuulemma laiska,
toisella on
kaikenlaista
sairautta, kolmas on
muuten vain
mahdoton.”**

työn alkuun. Perekdytys koostuu siitä,
että he osoittavat huoneen, jossa voin
työskennellä.

Näppäimistölläni odottaa Eero Aho-

lan laatima, seikkaperäinen parin aanelo-
sen mittainen lista työtehtäviä neljän päi-
vän mittaiselle keikalleni. Yllätyksekseni
minun ei olekaan tarkoitus editoida yh-
tään mitään. Sen sijaan papereissa on lis-
ta juttuja, jotka minun olisi kirjoitettava
Kiinteistö ja Isännöinti -lehteen ja *Sukel-
tajan maailmaan*. Kahden-neljän sivun
mittaiseksi määrättyjä juttuaiheita on
kuusi. Työpäiviä niihin on laskettu mene-
vän neljä.

Nopeasti käyvät ilmi myös muut
Karprintissä työskentelyn pääperiaatteet.
Juttujen on synnyttävä ajallaan, se on sel-
vää, mutta tässä talossa niiden laadulla
ei ole käytännössä väliä. Ahola ohjeistaa
esimerkiksi haastattelemaan ”vähintään”
kolmen sukellusseuran puheenjohtajia tu-

JATKUU SEURAAVALLA AUKEMALLA

levan talvikauden suunnitelmista. Jotta jutusta tulisi elävä ja siihen saataisiin kuvia, haastattelut tulisi tehdä kasvotusten. Jutulle on varattu pituutta kolme sivua. Aikaa sen tekemiseen on alle työpäivän verran.

Alkaa koko Karprint-urani jatkuva luoviminen Aholan aikakäsityksen ja realismin välimaastossa. Teen haastattelut puhelimitse.

Olen itselleni outojen aiheiden kanssa pahasti hukassa. Muistan Aholan maininneen työhaastattelussani, että hyvä toimittaja kyllä selvittää itselleen oudomastakin aiheesta tarpeellisen verran. Esimerkiksi neljän sivun mittaista aikakauslehden juttua varten selvittelyt on selvitettävä noin puolessa päivässä, koska loppupäivä menee 12 000 merkin kirjoittamiseen. Valokuvat juttuihin pitää myös hommata itse. Jotenkin. Minulle kerrotaan, että Karprintissä ei työskentele yhtään kuvaajaa, ei friikkuna saati talon palkollisena.

Kuvat eivät saa maksaa mitään kuin joissain harvoissa poikkeustapauksissa. Käytännössä jutut tehdään lähes aina soittamalla jollekulle, haastatteleamalla häntä usein puoliväkin puhelimessa. Samalla haastateltavaa on kerjättävä lähettämään edes jonkintasoisia valokuvia itsestään.

Alkulamaannukseni jälkeen otan itseäni niskasta ja päätän Aholan olevan sikäli oikeassa, että kaikestahan voi kysyä joltakin, kaiken voi selvittää, kun on puhelin ja internet. Saan neljässä päivässä aikaiseksi viisi pitkää juttua. Laatu on sitä, mitä tällaisessa kiireessä syntyy. En ehdi perehtyä aiheisiin, en ajatella rakenteita. Puren hammasta ja hakkaan näppäimistöä.

Yhteen juttuun ei tule mistään kuvia, ja joudun jättämään niiden taikomisen lehden toimitussihteerin huoleksi. Jutut käsittelevät sukellusmatkailua Punaisella merellä, muutaman eri sukelluskerhon talvitoimintaa, suomalaisten suosimia ulkomaisia sukelluskeskuksia, näyttävän julkisivurakentamisen energiansäästö- ja estetiikkakysymyksiä ja taloyhtiöiden jätehuollon ongelmia.

Saan siis tehtyä neljässä päivässä viisi juttua minulle määrätystä kuudesta. Noin viisitoista aikakauslehden sivua. Tunnen itseni voittajaksi. Saanpahan muutaman laskun maksettua.

2013

Eero Ahola on ilmaissut tyytymättömyytensä siihen, että joulun alla yksi jutuistani jäi tekemättä. Kuten jatkossakin, hän kertoo tällaisen aikataulusta poikkeamisen olevan Karprintissä ennenkuulumatonta.

”Ymmärräthän, että lehtiä ei voida tehdä, jos juttuja ei saada ajoillaan taittoon”, hän sanoo.

Nyt, kuten muulloinkaan, hän ei juuri kommentoi juttujeni tasoa. Yllätyn, kun hän soittaa uudenvuodenpäivän iltana, ja kertoo, että töitä olisi tarjolla nyt vakituise mminkin.

Aholan lehti-imperiumiin kuuluu jo 1980-luvulta saakka ilmestynyt, Reetta Aholan päätoimittama *Bodaus*. Lehti tarvitsee toimitussihteerin, koska edellinen

(jonka Eero jälleen mainitsee nimeltä) on ollut kuulemma ”niin surkea”. Aina kun kahdeksan kertaa vuodessa ilmestyvä *Bodaus* ei ole tekovuorossa, voisin sitten kirjoitella firman muihin lehtiin.

Olen edelleen rahapulassa, eikä työtilanteeni ole joulun aikana muuttunut miksikään. Tartun tarjoukseen. Kirjoitamme freelance-työsopimuksen, jossa on neljän kuukauden koeaika. Saan tehdä töitä osaksi kotoa käsin, mikä helpottaa, sillä Vihtiin on kotoani julkisilla puolen-

”Tunnen itseni valettoimittajaksi, koska työni jälki hävettää.”

toista tunnin matka.

Arki Karprintin toimittajana on samaa aikataulujen ja epärealististen vaatimusten kanssa taistelua kuin ennen jouluaikin. Ensimmäiseksi työtehtäväkseni määrätään minua edeltäneen toimitussihteerin henkilökohtaisten sähköpostien lukeminen. Huoneeni katossa on iso märkä läiskä. Homehuhut huolestuttavat, joten yritän olla katsomatta ylöspäin.

Ahola vaatii säännöllisesti neljän sivun (ei siis kaksi, vaan neljä) verran valmista tekstiä kuvineen yhden työpäivän aikana. Joudun heti konfliktiin hänen kanssaan, kun ilmoitan, että työaikani on kahdeksan tuntia päivässä, ja teen siinä ajassa minkä ehdin.

Tai näin toivon tekeväni. Todellisuudessa mukaudun Aholan työtahtiin. Tunnen itseni valettoimittajaksi, koska työni jälki hävettää. Jaksamaan auttaa se, että rahasta on pulaa, ja sitä jää käteen ihan mukavasti, koska firma ei hoida palkasta työnantajamaksuja. Lisäksi on lohdullista ajatella, että en tiedä kenenkään ihmisen lukevan *Sukeltajan maailmaa*, *Bodausta*, *Meidän koiraa*, *Meidän saunaa* tai *Talomestaria*.

Bodauksen toimitussihteerinä huomaan vähemmän yllättäen, että kukaan muukaan toimittaja ei kykene Aholan talon aikatauluihin. Kuulen jo ensimmäisen kuukauden aikana useammalta kollegalta, kuinka juuri hän on Aholan viestien mukaan ”ainoa, joka ei näissä vuosikymmenien kokemuksella laadituissa aikatauluissa pysy”. Itse en sihteerin asemassani voi kuin toivoa, että jutut tulevat suunnitelleen ajallaan. Niiden laajuuteen tai aikatauluun en saa vaikuttaa. *Bodauksen* jutut ideoi Reetta Ahola, esimerkiksi *Kiinteistö ja Isännöinnin* ja *Meidän koiran*animäkseen Eero Ahola.

Hyvä esimerkki Eero Aholan juttutalauksista on *Kiinteistö ja Isännöinti*in helmikuussa 2013 pyydetty neljän sivun juttu Helsingin energihuollon tulevaisuudesta. Jutussa on selvitettävä, millainen tulee olemaan Helsingin kaukolämpöjärjestelmä tulevaisuudessa, kun nyt paljolti käytettävistä fossiilisista polttoaineista on luovuttava.

Ahola listaa jutun pääpointteja:

”Milloin on tulossa lämmitysjärjestelmään muutoksia – ja mitä ne silloin ovat? Otetaanko energia auringosta ja muutetaan sähköksi – vai upotetaanko suuret

määrät lämpöjohtoja merenpohjaan, josta maalämpöä tuotetaan kaupungin verkostoon. Mikä on tuulen osuus? Ja mitä muuta? Ja jos kaupungin lämmitysjärjestelmä nykyaikaistettaisiin kerralla, mikä olisi kustannus ja mikä olisi energian hinta tämän päivän hintaan verrattuna pääomaosuuden normaalin pituisella kuole-tusajalla.

Haastateltavana tulee olla Aalto-yliopiston professori asiantuntijana ja Helsingin kaupungin tämän sektorin pomo. Pitää pyytää kaaviokuvitus aiheesta. Ja haastateltavien kuvat – pitää mennä paikalle kuvaamaan, ja samalla tehdään haastattelu. Puhelinhaastattelu jää yleensä liian pinnalliseksi.”

Jutun pitäisi kaksine kasvokkain tehtävine haastatteluineen jälleen syntyä yhdessä päivässä, mutta olen jo väsynyt tekemään hutiloiden. Aihe on kiinnostava. Käytän jutun tekemiseen viikon. Haastattelen asiantuntijan ja Helsingin Energian johtoa henkilökohtaisesti. Hankin kuvia ja kaavioita, perehdyn asiaan, kuten toimittaja tekee. Unohdan olevani valettoimittaja, teen ihan oikeaa toimittajan työtä. Jutun tekemiseen menee koko viikko, mutta siitä tulee hyvä. Olen ylpeä



itsestäni. Ahola raivoaa, kun aikataulussa ei ole pysytty, mutta vastaan kevein mielin, että anteeksi nyt sitten, tein ainakin hyvän jutun.

Tai toivoisin olevani kevyellä mielellä. Todellisuudessa koko vuosi on tappelua aikapulan kanssa. Milloin juttua varten pitäisi (edelleen, päivässä) juosta haastattelemassa ja kuvaamassa rakennustyömaata Espoossa, Vantaalla ja Helsingissä, milloin taas käydä haastattelemassa syvälsesi koiranomistajaa Lahdessa (aikaa kirjoittamiseen puoli päivää). Huomaan pian, että Aholan työpaikkakiusaamisessa on kaksi keskeistä tasoa. Yksi on absurdien aikataulujen laatiminen. Toinen on raivo, kun niissä ei ole kyetty pysymään.

Ilmoitan koeaikani lopulla, etten jatka enää, mutta pian Ahola pyytää minut taas takaisin. Juttuja on ensin omasta toiveestani vähemmän, kesällä ei lainkaan, mutta syksyn tullen olen yhtä keskeinen osa Karprintin sisällöntuotantoa kuin keväälläkin. Jälleen taivun roiskimaan *Bodytree-niksi* nimensä muuttaneeseen *Bodaukseen* ja firman muihin lehtiin päivässä tehtyjä ”henkilökuvia” tai ravinto-ohjeita, tai kaupunkipoliittisia analyysejä. Synkimältä hetkeltä tuntuu huuhaa-lehti *Sie-*

lunpeiliin tekemäni myötäsukainen juttu ”enkelivalmentajasta”.

Työ on absurdia, mutta moni muu voi Karprintissä minua huonommin. Saan enemmän päättäväisyyttä, ja jopa valtuudet ideoida *Bodytreenin* sisältöä. Vihreitä arvoja edistävään *Ekoeloon* ja uuteen *Antiikki ja taiteeseen* saa kirjoittaa mielekkäistä aiheista. Terveysteni kestää toimituksen sisäilman. Suhtaudun Aholan raivokohtauksiin huvittuneesti, en pelokkaasti, mikä harmittaa häntä, mutta myös demppaa kohtausten voimaa.

Kun kyselen tämän jutun taustaksi kokemuksia, kukaan ei halua esiintyä nimellä. Yksi toimittaja on leimattu hengitysongelmiensa vuoksi melisairaaksi. Toinen on saanut Karprintissä työskennellessään voimakkaita astmareaktioita, kolmas ei lopulta kyennyt enää hengittämään. Moni kertoo Aholan olevan aluksi uudelle työntekijälle yhtä aurinkoa, kunnes alkavat henkilökohtaisuuksiin menevät puhutellut, yksityiset ja julkiset sanalliset nöyryytykset.

Toimittajia tulee ja menee.

Lopulta minunkin touhuni kaatuu omaan mahdottomuuteensa. Ahola kiel-

täytyy maksamasta sovitusti. Riitaannumme lopullisesti. Rahat tulevat tilille, mutta muuten Aholoista ei enää kuulu mitään. Minulle ei ilmoiteta freelancesuhteen päättymisestä, lakkaan vain olemasta.

Karprint on työpaikkana äärimmäinen. Juttuja suolletaan ehtimättä ajatella, kun omistaja hengittää eläkevuoteeltaan nis-kaan. Meno on Vihdissä viety poikkeuksellisen pitkälle, mutta on sanottava, että olen kokenut kiirettä ja laadun uhramista aiemmallakin työurallani. Vaikka Karprintin tilat lahoavat pystyyn, ja sen silkka olemassaolo tuntuu joka päivä mysteeriltä, se ei ole aivan täysi kummajainen.

On vaikea sanoa, mitä vahvasti omistajaansa henkilöityvälle firmalle tapahtuu, kun Eero Ahola ei enää kykene sirkustaan pyörittämään. Siltikään Karprint ei edusta mitään lehtialan mennyttä maailmaa. Pikemminkin Vihdissä eletään kurjistuvan alamme tulevaisuutta. ■

EERO AHOLALTA JA TOIMITUSJOHTAJA JUHA AHOLALTA
PYYDETTIIN JUTUNTEON YHTEYDESSÄ JA ARTIKKELIN
VALMISTUTTUA KOMMENTTEJA KARPRINT OY:N
TYÖKULTTUURISTA. AHOLAT
EIVÄT VASTANNEET
JOURNALISTIN KYSYMYKSIIN.



Mikä Karprint?

Lehtitalo: Vihdin Huhmarissa sijaitseva ”villi”, työnantajaliittojen ulkopuolella operoiva lehtikustantaja julkaisee laajaa valikoimaa aikakauslehtiä (*Bodytreeni*, *Sukeltajan maailma*, *Kiinteistö* ja *Isännöinti*, *Ekoelo*, *Sielunpeili*, *Kissafani*...) sekä lisäksi muutamaa paikallislehteä (*Kallio-lehti*, *Munkin seutu*).

Perheyhtiö: Virallisesti eläkkeelle vetäytynyt Eero Ahola on Karprintin hallituksen puheenjohtaja. Yhtiön toimitusjohtaja on hänen poikansa Juha Ahola.

Sisäilma ja ilmapiiri: Karprintin sisäilma ja yhtiön työilmapiiri ovat puhuttaneet lehtialaa pitkään. Myös syytökset valokuvien luvattomasta käytöstä ovat olleet toistuvia. Vuonna 2003 Karprint tuomittiin korvauksiin laittomien ohjelmistokopioiden käytämisestä.

Kaunisteltua journalismia?

A-studion politiikan toimittaja Sanna Ukkola on kritisoinut blogissaan naistenlehtien kosmetiikkajuttuja piilomainonnasta. Glorian päätoimittaja Minna Juti sanoo, etteivät mainostajat vaikuta lehden valintoihin.

Janne Salomaa, teksti  Jani Laukkanen, kuvat



”Ilman mainostuloja
moni lehti kuolisi.
Suuria mainostajia ei
haluta suututtaa.”

Sanna Ukkola:

Kyllä. Marraskuussa 2012 ilmestyneen *Kaunis Gloria* -liitteen kauneustoimittaja kertoi minulle, että liite oli tehty yhteistyössä L'Oréalin kanssa. Noin 60-sivuisessa liitteessä oli 19 sivua L'Oréalin mainoksia ja 14,5 sivua toimituksellisia juttuja, joissa esiintyi L'Oréalin tuotteita.

Kyllä. Ilman mainostuloja moni lehti kuolisi. Suuria mainostajia ei haluta suututtaa.

Kyllä. Suomessa L'Oréal on suurin aikakauslehtimainostaja. Kun taustoitin aihetta blogiani varten, eräs päällikkötoimittaja kertoi: ”Jos L'Oréal vetää euronsa pois, lehti on konkurssissa. Se on kylmä totuus pienistä lehdistä.”

Kyllä. Kauneustoimittajat saattavat saada meikkifirmojen edustajilta moitteita siitä, että palstamillimetrejä on liian vähän, ja päätoimittajia on joutunut puhutteluun, jos mainostajan tuote ei ole riittävästi esillä.

Kyllä/ei. Esimerkiksi kauneustoimittaja ei voi tehdä työtään ilman testattavia tuotteita. Toisaalta naistenlehdissä ei kirjoiteta tuotteista juuri mitään negatiivista. Yhtälö on hankala.

Totta. Naistenlehtien päätoimittajat ovat kertoneet *Journalistissakin* (11/2009), ettei tuotteita ole tapana kritisoida. Todellinen syy lieinee, että mainostajat halutaan pitää tyytyväisinä.

Totta/tarua. Jos autofirma tarjoaa viiden tähden hotelliyöpymiset, ja satojen eurojen lahjat, niin tarkoituksena on voidella toimittajaa kirjoittamaan kritiikittömästi. Moni lehtitalo onkin alkanut maksaa itse matkansa.

Kyllä. *Kaunis Gloria* sai JSN:lta huomautuksen piilomainonnasta, koska lehden jutuissa oli mainosmaista sisältöä eikä journalistista sisältöä ollut erotettu selvästi mainossisällöstä.

Kyllä, valitettavasti siltä vaikuttaa. JSN:n mukaan *Kaunis Gloria* -liitteen jutuissa oli mainosmaista sisältöä. Kuvaavaa on, että numerossa, jossa liite ilmestyi, pääkirjoituksen otsikko (*Olen sen arvoinen*) oli kopioitu L'Oréalin tunnetuimmasta mainoslauseesta. Pääkirjoituksen vieressä oli L'Oréalin mainos.

”Kauneustoimittajamme ovat ammattilaisia, joiden mielipiteitä ei voi ostaa.”

Minna Juti:

Naistenlehdet suunnittelevat kauneusjuttuja yhteistyössä kosmetiikkayritysten kanssa.

Naistenlehdet ovat riippuvaisia kosmetiikkamainonnasta.

On huolestuttavaa, että suuri osa naistenlehtien mainosrahoista tulee yhdeltä yritykseltä, L’Oréalilta.

Kosmetiikkajuttujen runsaus naistenlehdissä palvelee enemmän mainostajia kuin lukijoita.

Yritysten lähettämät tuotenäytteet korruptoivat toimittajia.

Naistenlehdet ja lifestyle-lehdet eivät voi julkaista juttuja, joissa käsitellään kriittisesti ison ilmoittajan tuotteita tai toimintaa.

Yrityksen tarjoamalta promootiomatkalta ei voi kirjoittaa kriittistä juttua.

Marraskuussa 2012 ilmestynyt Kaunis Gloria -liite, jonka sisältö koostui suurelta osin L’Oréalin tuotteita ja työntekijöitä esittelevistä jutuista ja L’Oréalin mainoksista, oli piilomainontaa.

L’Oréal on vaikuttanut Glorian journalistisiin ratkaisuihin.

Ei. Naistenlehtiin pätevät samat riippumattomuuden vaatimukset kuin muihinkin medioihin. *Kaunis Gloria* -liitteessä mainittiin muiden maahantuojien kosmetiikkatuotteita 88 kertaa.

Ei. Naistenlehdissä on paljon muutakin kuin kosmetiikkamainontaa. Pääosa tuloistamme tulee tilauksista, eli lukijoiden luottamus on naistenlehdille liiketaloudellisestikin hyvin tärkeää.

Ei. Suurin osa mainosrahoista ei tule yhdeltä yritykseltä. Lehdillä on paljon muitakin mainostajia. Mainostajista jokin on aina suurin. Sillä ei ole vaikutusta toimituksellisiin valintoihin.

Ei. Lukijatutkimusten mukaan naistenlehtien lukijat ovat kiinnostuneita saamaan jatkuvasti uutta tietoa kosmetiikasta ja kauneudenhoidosta. *Glorian* lukijat pyytävät jopa lisää juttuja kauneudenhoidosta ja uutuustuotteista.

Ei. Tuotenäytteet ovat työkaluja. Alan sisällä katsotaan äkkiä karsaasti, jos joku innostuu niistä liikaa. Kauneustoimittajamme ovat ammattilaisia, joiden mielipiteitä ei voi ostaa.

Ei pidä paikkaansa. Ainakin *Gloria* päättää itse sisällöstään, ja julkaisee sellaisia juttuja, joista se tietää lukijoidensa olevan kiinnostuneita. Naistenlehtien parissa nautiskellaan, ja niistä haetaan vinkkejä. Siksi lehdissä enemmän suositellaan.

Tarua. Jos promootion aihe pettää tai matka on muuten epäonnistunut, siitä voi kirjoittaa.

Ei. Vastasimme JSN:lle: ”Muiden maahantuojien kosmetiikkabrändejä liitteessä mainitaan 88 kertaa ja muita tuotteita kuten vaatteita, koruja ja asusteita 20 kertaa. Luvut osoittavat, ettei liite kerro yhden yrityksen tuotteista.” Seisomme edelleen vastineen takana, mutta totta kai suhtaudumme huomautukseen vakavasti.

Ei ole.





Kiire pysyy. Mari Mikkolan mukaan sähköinen kirja on lisännyt kustannuspuolella kiirettä vain vähän, sillä kiire on ollut aina. ”Sähkökirjan kuvaoikeuksien kanssa puljaaminen vie aikaa, mutta niin se vie aikaa myös printtikirjaa tehtäessä”, hän sanoo.

Seitsemän estettä e:n tiellä

Sähköinen kirja myllertää kustannusalaan maailmalla, mutta suomalaiset ovat tarttuneet siihen laiskasti. Miten siinä niin kävi?

Marja Honkonen, teksti
Maija Tammi, kuvat

Kustannuspäällikkö **Mari Mikkola** kerää kämmenelleen pyyhekumin murenat työhuoneensa pyöreältä pöydältä. Siinä, lyijykynä apunaan, hän keskittyy uusien käsikirjoitusten lukemiseen. Varsinaisen työpöydän ääressä sähköinen maailma – sähköpostit ja puhelut – keskeyttää ajatukset toistuvasti.

”Usein teen niin, että varaan kalenterista itselleni päivän ja pistän oven kiinni. Istun tässä papereiden kanssa. Tässä pystyn keskittymään, vaikka ympärillä olisi mitä”, Otavan tietokirjapuolelle vuonna 2006 töihin tullut Mikkola sanoo.

Koko sen ajan kustannusalaalla on myllertänyt. Internet on vienyt tietosanakirjojen julkaisemiselta ansaintamallin alta ja pistänyt perinteiset kirjakaupat polvilleen. Vuonna 2007 Amazon esitteli Kindle, ensimmäisen sähköisten kirjojen lukulaitteen.

Kansainvälisesti sähköisten kirjojen tulo markkinoille on merkinnyt suurta murrosta. Kirjakaupapajatti Borders kaatui, kun se ei ottanut e-kirjoja ajoissa tosisaan. Sähköisenä omakustanteena julkaistu *Fifty Shades of Grey* kasvoi kokoillan elokuvaksi ja alusvaatemallistoksi. Yhdysvalloissa 27 prosenttia aikuisten kirjamyynnistä on digitaalista.

Suomalaisella kustannusalaalla mullistui – no, ei juuri mikään. Erilaisten digijulkaisujen nimikemäärät kasvoivat viime vuonna 11 prosentilla, mutta myynti vain 1,7 prosentilla. Ensin tai ainoastaan e-kirjana julkaistiin 43 kirjaa, joista 26 oli oppikirjoja. Vuotta aiemmin kirjakauppuolen grand old lady Akateeminen pani sähkökirjakaupansa tauolle.

Luit aivan oikein. Tauolle. Palvelu ei tälläkään hetkellä ole käytettävissä.

Miten täällä sähköisen viestinnän edelläkävijämaassa nyt näin kävi? Mikkola keksii useammin synn.

1 ”Yksi on se, ettei Suomessa ole vielä riittävän vakiintuneita jälleenmyyjä sähkökirjoille. Ostamisen koetaan vaikeaksi, ja osittain se on ollutkin sitä. Vesileimasuojaukseen siirtyminen on helpot-

tanut asiaa, mutta mielikuva vaikeudesta on vielä voimakas.”

2 **Toinen syy** löytyy täältä, kustannuspäällikön huoneesta. E-kirjan menestyksestä pitää olla varma. Mitä monimutkaisempaa kirjan vieminen sähköiseen muotoon on, sitä kalliimpi siitä tulee. Formaattia on mietittävä alusta lähtien, jotta työ määrä pysyy tolkkullisena.

Tekstiin nojaava romaani solahtaa sähköiseen muotoon kivuttomasti. Kun mukaan lisätään vaikka vain kuvia, pitää taittoa ja tekijänoikeuksia miettiä jo tarkemmin. Sovelluksen muotoon tehty tietokirja on kokonaan oma lukunsa.

3 ”Joistain tekijöiden ehdotuksista näkee, että maksaa paljon ja myynti on nolla. Markkinat ovat pienet. Tietysti mieli täytyy pitää avoimena”, Mikkola sanoo.

On helppo visioida vaikka keittokirjan kylkeen ohjevideoita, mutta hankalampi toteuttaa ne. Tällaisille rikasteille ei ole olemassa kansainvälisiä standardeja. Ihmekös tuo, kun e-kirjan eri tiedostomuodotkin ovat vasta vakauttaneet nokkimisjärjestyksensä. Yleisin ePub-muoto ei tosin toimi Amazonin Kindlessä. Markkinajohtajan ei tarvitse tehdä myönnytyksiä.

”Videoissakin oli ensi vaiheessa kahta eri muotoa”, Mikkola vertaa. Monipuolisemmat sisällöt häämöttävät kyllä tulevaisuudessa, mutta myynti-valtiksi niistä ei vielä ole.

”Suomalaiset kokevat kirjan vielä kovasti esineenä. Kirja on mukava antaa lahjaksi. Niitä on mukava lukea illalla sängyssä tai pokkarina rannalla. Ne toimivat aina”, Mikkola sanoo.

Ei sillä, etteivätkö kustantajat etsisi ja kokeilisi uusia muotoja. Parin korttelin päässä Mikkolan työhuoneesta, Tammen ja WSOY:n kotipaikassa kehityspäällikkö **Johanna Snell** ja hänen digitiminsä pohtivat tapoja, joilla sähköinen kirja tehtäisiin lukijalle houkuttelevammaksi. Snell tuli Bonnier Booksille it-konsulttifirmasta. Uusi tuote vaatii uudenlaista osaamista.

Snellin mukaan kasvutavoitteet ja odotukset sähköiselle kirjalle ovat Bonnierilla kovat. Tiimin tar-
5 koitus ei kuitenkaan ole murhata painettua kirjaa.

”Painettu ja digitaalinen kirja täydentävät toisiaan. Sähköistä kirjaa luetaan eri tilanteissa kuin painettua. Kymmenen pötkaria matkalaukussa on ihan eri asia kuin kymmenen kirjaa iPadilla. Meidän toiveemme olisi sekakäyttäisyys”, Snell sanoo.

Siksi Bonnier Books ei esimerkiksi yleensä markkinoi sähköisiä kirjoja erikseen, vaan pääosassa on aina sisältö, ”titteli”. Voisiko se olla syy **numero kolme**? Olisiko kustantajien pitänyt panostaa sähköisten kirjojen markkinointiin aivan erityisesti?

Jakelijoiden kanssa sitä on kyllä tehtykin. Bonnier Booksin tärkein yhteistyökumppani on Elisa Kirja, yksi sähköisten kirjojen tärkeimmistä jakelijoista Suomessa.

Periaatteessa sillä, onko jakelija kotimainen vai kansainvälinen, ei sähköisessä maailmassa ole kustantajalle entiseen tapaan merkitystä.

”Tärkeintä ovat miellyttävä lukukokemus, tekninen ratkaisu ja houkuttava valikoima. Suuret kansainväliset ovat siinä aika hyviä, ja ne hallitsevat myös laitteita”, Snell sanoo.

Ylikansalliset jättiläiset, kuten Applen iBooks ja Google Play, markkinoivat pienen kielialueen tuotteita kuitenkin lähinnä niille, jotka jo käyttävät niiden laitteita. Syy **numero neljä** Suomen heikkoon e-kirja -menestykseen lieneekin siis, että vain harva yrittää houkuttaa mukaan uusia lukijoita.

”Yhdysvalloissakin sähkökirjan menestys on pitkälti Amazonin tekemää”, Snell sanoo. Kasvun takana on jättiläisten sinnikäs rakentaminen.

Ja sitten on tietysti sekin, että sähkökirjojen lukemiseen soveltuvat laitteet ovat Suomessa vasta yleistymässä.

Viime vuonna Yhdysvalloissa tabletin tai muun lukulaitteen omistavien aikuisten määrä nousi 50 prosenttiin. Pew-tutkimuslaitoksen mukaan samalla nousi myös e-kirjojen lukijamäärä. Tablettien myynti on Suomessakin ollut kovassa nousussa, mutta sen on arvioitu saavuttavan Yhdysvaltain tason vasta ensi vuoden loppuun mennessä.

5 Syy **numero viisi** sähkökirjojen heikkoon menestykseen on siis melko ilmeinen. Milläs luet?

Bonnierin Snell uskoo, että puhtaasti lukemi-



Omalla rahalla. Elisa Kirja tarjoaa mahdollisuuden julkaista omakustanteita sähköisessä muodossa. ”Kirjoita itse -palvelussa kustantajan vastuu on kirjailijalla. Sisältöihin ei puututa, vaikka emme tietenkään julkaise mitään lain vastaista”, Essi Manner kertoo.

seen tarkoitettujen laitteiden leviämistä ei Suomessa nähdäkään, vaan kuluttajat tarttuvat suoraan tabletteihin.

Samalla markkinoille tulee toimijoita, joiden juuret eivät ole kirjamaailmassa lainkaan. Sellaisia kuin Elisa Kirja.

Kirja-alan uuden tekijän Elisan konttori sijaitsee Itä-Pasilassa, kaukana Helsingin kantakaupungin kivilinnoista. Entinen puhelinyhtiö ja nykyinen tietoliikenneyritys on pyörittänyt sähkökirjapalvelua jo neljä vuotta. Jakelijoista sillä on laajin valikoima kotimaista kirjallisuutta sähköisessä muodossa. Kirjapuolta vetää **Essi Manner**, ”dip-painssi”.

”Minulla ei ole kustantamotaustaa, mutta yksi työni hauskoista puolista on se, että olen Elisalla töissä ja kuitenkin kirja-alalla”, Manner nauraa.

”E-kirjassa on mahdollista esimerkiksi suurentaa fonttia.”

Essi Manner

Mannerin mukaan Elisa Kirja on voinut haastaa perinteiset kirjakaupat täysillä, koska sillä on vain yksi tuote, sähköiset kirjat. Tai tarkemmin kaksi: äänikirjat ja e-kirjat. Toimintaa on kehitetty nimenomaan asiakas mielessä.

Tietysti Elisa Kirjan matkaa ovat tukeneet puitteet laitteita ja liittymiä tarjoavan yrityksen siipien suojissa. Elisa Kirja -palvelua on voinut päästä kokeilemaan tutustumislahjana esimerkiksi Elisa Viihteen asiakkaana.

Kirjapuoli on kuitenkin oma yksikkönsä, jolla on omat tulostavoitteet. Yksityiskohtaista tietoa kirjamyynnistä Elisa ei julkaise. Manner sanoo olevansa tyytyväinen.

”Suunta on oikea ja koko ajan mennään eteenpäin.”

Kuudes syy sähköisten kirjojen heikkoon kehitykseen on se, että ihmiset pitää saada ensin kokeilemaan laitteita ja palvelua. Elisa on markkinoinut lukulaitteita ja palvelua näyttävästi muun muassa kirjamessuilla.

”Kun on töissä e-kirjapalvelussa, pitää tietysti itsestään selvänä, miten e-kirjojen ostaminen toimii. Mutta kovastihan se ihmisiä askarruttaa, miten sen kirjan saa ostettua. Ensimmäinen kerta on tärkeä”, Manner sanoo.

Elisa on tutkinut sähkökirjojensa lukijaprofiileja, mutta yksittäistä e-kirjaintoilijoiden ryhmää



sieltä ei nouse. Erityisen ilahduttavana Manner pitää sitä, että lukijoiden joukossa on myös iäkäämpiä.

”E-kirjassa on mahdollista esimerkiksi suurentaa fonttia. Heille siitä voi olla aidosti iloa”, hän pohtii.

Jakelijan näkökulmasta e-kirjan etu on sekin, ettei sitä tarvitse lähteä erikseen kirjakaupasta hakemaan. E-kirja voi joskus olla myös saatavilla ennen kuin fyysinen kappale ehtii kirjakauppaan.

Elisalla e-kirjaan uskotaan niin, että pienimpiä kustantajia autetaan kirjojen tekemisessä joskus ihan konkreettisesti tuottamalla kirja. Omakustannemarkkinoille yritys pyrkii tarjoamalla Kirjoita itse -palvelua, jossa sukukronikan tai runoteoksen voi julkaista itse e-kirjamuodossa.

Neljässä vuodessa asenteet ovat Mannerin mukaan muuttuneet paljon.

”Kustantajien kanssa on tehty tässä paljon töitä. Lobbaus on väärä sana, mutta kovasti olemme korostaneet, kuinka tärkeää on, että isosti markkinoiduista kirjoista tehdään myös sähköinen versio.”

Lobbaamista riittäisi lainsäätäjien puolella. Sähköisestä kirjasta arvonnäkövero maksetaan 24 prosenttia, kun paperisen kirjan alv-prosentti on 10.

7 Syy **numero seitsemän**, viimeinen niitti.

Vuoden 2013 alussa sähköisen kirjan ennustettiin floppaavan Suomessa kokonaan. Tuolloin ladattavien e-kirjojen myynti oli prosentin luokkaa kaikkien kirjojen myynnistä, allekin. Siinä missä kirjojen myyntiluvut ovat olleet laskussa, näyttävät e-kirjojen numerot kuitenkin sinnikkäästi ylöspäin.

Ehkä ajat ovat muuttumassa. Kirjastot ovat läheneet reippaasti mukaan tuomaan sähköisiä kirjoja suomalaisten arkeen. Sähköisissä ylioppilaskirjoituksissa saa pian käyttää MAOL:n taulukkoja digi-

muodossa. Ja kuka tietää, millainen kestohitti Elisa Kirjan Kirjoita itse -palvelusta putkahtaa maailmalle?

Maailmalla katsotaan jo tavallisista sähkökirjamarkkinoista eteenpäin. Amazon ilmoitti syksyllä, että sen suunnitelmissa on ”kirjojen Spotify”, kuukausimaksulla toimiva ”Lue niin paljon kuin vain jaksat”-sähkökirjabuffetti. Lukeminen ei katoa minnekään, vaikka sen muodot muuttuisivat.

Essi Manner uskoo, että vielä kymmenenkin vuoden päästä luetaan niin perinteisiä kuin sähköisiäkin kirjoja, mutta todennäköisesti myös aivan uudenlaisia kirjoja.

”Voi olla, että kirja heijastetaan käteen tai se on ohkainen kertakäyttöinen nenäliina. On hyvä kysymys, mikä oikeastaan on kirja.”

Hän muistuttaa, että ihmiset lukevat aikaisempaa enemmän, mutta monissa erilaisissa muodoissa: kirjoina, lehtinä, blogeina, twiitteinä. Nälkä tarinoille ei ole kadonnut mihinkään.

”Sähköinen kirja on yksi kätevä tapa siihen, kun joku haluaa lukea hyvän tarinan.”

Tarinoihin luottaa myös kustannuspäällikkö Mari Mikkola.

”Netti tarjoaa sirpaleista tietoa ei puolilta. Kirja on kokonaispaketti. Kirjasta kannattaa maksaa, koska ihmiset rakastavat tarinoita.”

Parhaimmillaan sähköinen kirja voisi olla uusi formaatti tarinoille. Ovathan edustuskirjahylly ja lukupiirikin saaneet sähköiset vastineensa kirjablogeista ja suosikkikirjoja esittelevistä some-soveluksista.

Kustantajilla on jo kiire uusien muotojen etsimisessä. Uudenlainen, monimediallinen lukeminen kun on jo täällä.

”Kesälomalla mieheni luki rannalla **Dan Brownin Infernoa** ja tutki jokaisen siinä mainitun taide-teoksen iPadilta”, Mikkola kertoo. ■

Korkea koulutus, pienet palkat

Oppikirjapuolella sähköinen julkaiseminen on jo pitkään ollut arkea. Otavan oppimateriaalien humanististen aineiden tuotepäällikkönä työskentelevän **Mari Rakkolaisen** mukaan oppikirja on oikeastaan tuotepäähän, jossa mukana on tehtäväkirjoja, opettajanoppaita sekä sähköistä aineistoa verkkopalvelussa. Digikirjoissa on myös erilaisia rikasteita, kuten videoita ja äänitiedostoja.

”Kyllähän se on tuonut paljon lisää työtä”, Rakkolainen sanoo.

Käsiparit eivät ole lisääntyneet samassa suhteessa. Kun peruskoulun opetussuunnitelma vielä vuonna 2016 uudistuu, oppi-

kirjojen kustannustoimittajilla pitää kiirettä. Samalla se toki tarkoittaa, että alalla riittää töitä. Myös koulutusta uudenaisten materiaalien tuottamiseen on Rakkolaisen mukaan tarjottu suhteellisen hyvin.

Journalistiliitossa on noin 400 kustannustoimittajien työehtovaliokuntaan kuuluvan Rakkolaisen mielestä etenkin ammatin materiaalsen arvostuksen nostamisessa on vielä paljon töitä. Korkeasti koulutetun joukon palkat jäävät kauas toimittajien keskiansioista.

”Tämä on hiljaisten, sopeutuvien ihmisten ala. Etenkin yleisen kirjallisuuden

puolella tehdään paljon ylitöitä.”

Kustannustoimittajien nykyinen työehtosopimus on voimassa marraskuun 2016 loppuun saakka. Pelkkää tyyntä on tuskin kuitenkaan siihen asti luvassa.

”Myynnin pudotus tarkoittaa aina rakenteellisia muutoksia”, Rakkolainen pohtii.

Avoimesti verkossa jaettavia oppimateriaaleja Rakkolainen ei pidä ammattilaiskirjoittajille uhkana. Laadukasta sisältöä kannattaa tuottaa myös jatkossa – riippumatta siitä, julkaistaanko se paperilla vai bitteinä.

Marja Honkonen

kirjat

Pakinapuritaani

Salon Seudun Sanomien **Asko Lehtonen** on paitsi yhteiskunta-toimituksen esimies, myös lehden pitkäaikainen pakinoitsija. Jo teinivuosistaan 1970-luvulta saakka salolaisia huvittanut Lehtonen on koonnut hyvin viihdyttävään *Pakinalähetys*-kirjaansa parhaimmistaan viime vuosien ajalta.

Pakinatekstien väliin on sommiteltu asiapohdiskelua laajityypin olemuksesta ja sen nykytilasta. Lehtonen kertoo, ehkä hiukan pilke silmäkulmassakin, olevansa pakina-asioissa ehdoton puritaani. Asiatekstiin ei pidä sekoitella pakinatyyliä, eikä pakinassa tarvitse ottaa kantaa. Kuten *Pakinalähetys*essä osuvasti sanotaan, pakinoitsija paljastaa herkemmin, miten hän ajattelee kuin mitä ajattelee.

”Pakinassa pitäisi olla mukana aina kaunokirjallista ulottuvuutta, monimielisyyttäkin. Pakinalta lehdistössä tilaa vienyt kolumni taas tulee lähelle mielipidekirjoitusta”, Lehtonen sanoo.

Lehtonen huomauttaa pakinoita julkaistavan yhä lähes jokaisessa paikallisessakin lehdessä, mutta pakinoitsijoiden arvostus on alamaissa. Nyt on muodikkaampaa olla kolumnisti tai bloggari. Moni blogiteksti menisi pakinasta, mutta parhaiten pakina hengittää lehdessä, osana monimuotoista kokonaisuutta.

Manu Haapalainen

ASKO LEHTONEN: PAKINALÄHETYS
ENOSTONE 2014



Hyvän löytäjä

Kirsi Haapamatti, teksti
Juha Harju, kuva

Laura Syväoja, 31, on kääntänyt Seinäjoella ilmestyvän paikallislehti *Eparin* kurssia. 87-vuotias lehti julistaa nyt valoa.

”Paikallislehden on oltava alueen käyntikortti. Haluan, että lukija, myös tänne tuleva matkailija, huomaa, mitä kaikkea hyvää kaupungissamme on. Valittaminen ja vastakkainasettelujen korostaminen eivät sovi paikallislehteen.”

Syväoja puhuu innostuneesti positiivisesta journalismista. Hän on päätoimittajakautensa aikana jo uudistanut *Epa-*

rin ulkoasun ja linjan täysin. Syväoja tuli päätoimittajaksi vuoden 2013 alussa.

”Emme keksi ankeista aiheista väkisin hyvää. Totta kai paikallislehti noteeraa ajankohtaiset, ihmisiä puhuttavat asiat. Mieluummin kuitenkin haemme jutuissa ratkaisuja kuin syvennämme ristiriitoja entisestään. Positiivinen journalismi on selkeästi saanut jalansijaa myös muualla. Ihmiset kaipaavat hyviä uutisia. Seinäjoella on paljon iloisia juttuaiheita.”

Epari asemoi itsensä kaupungin paikallismiksi lehdeksi. Se tarkoittaa päätoimittajan mukaan sitä, että lehti ei yritä kilpailla uutisista, jotka ovat jo muutenkin kaikkien saatavilla. Kerran viikossa

Ilon kautta. Eparin päätoimittajaa Laura Syväojaa harmittaa palautteen puute. ”Positiivistakin palautetta olisi kiva saada, vaikka talon sisältä, ellei muualta. Se auttaa työssä jaksamisessa ihmeen paljon. Itsehän ammennan voimaa mietelauseseinästäni.”

ilmestyvä lehti ei siihen kelkkaan ehdi.

”Teemme sen sijaan jutun vaikka siitä, että Pajuluomalla on nähty kettu. Se on paikallinen uutinen, jota muut eivät voi tehdä.”

Laura Syväojan valinta *Eparin* päätoimittajaksi herätti alussa kummastusta. Miten nuori, vihertävistä ajatuksistaan tunnettu nainen voisi tehdä uskottavasti perinteikästä kaupunkilehteä?

”Enää tällaista kritiikkiä ei juuri kuulu. Vanhemmalla journalistilla olisi enemmän elämäkokemusta, mutta olen tehnyt paljon työtä kuroakseni kiinni tätä eroa. Tutustun kaupungin toimintaan niin perusteellisesti kuin mahdollista. Oma taustani markkinointiviestinnässä ja kulttuurin parissa on sekin tuonut varmuutta ja näkemystä siitä, mitä kaikkea alueella tapahtuu.”

Syväoja aloitti toimittajanuransa jo 15-vuotiaana. Hän teki ystävänsä kanssa omaa ohjelmaa Järviradioon. Sittenmin hän on työskennellyt maakuntalehdissä, viestintäkonsulttina, kulttuurisihteerinä, EU-hankkeissa ja paikallislehdessä.

EPARI ON I-MEDIAT OY:N KAUPUNKILEHTI. I-MEDIAT JULKAISEE MUUN MUASSA ILKKAA JA POHJALAISTA.

kirjat

Taustavaikuttajan tarinan kättilö

Presidentin lehdistöpääällikkönä **Maria Romantschuk** karsasti itseensä kohdistuvaa julkisuutta. Tuoreessa *Ei, rouva presidentti*-kirjassa Romantschuk puhuu kuitenkin varsin avoimesti ajastaan **Tarja Halosen** kabinetissa. Eikä vain työstään, kollegoista ja toimittajista, vaan myös parisuhteesta ja äitiydestä.

Kirjan syntymiseen tarvittiin kättilö, *Eevan* toimittaja **Pirjo Houni**, jonka Romantschuk itse pyysi elämäkerturikseen. Luottamus löytyi helposti: naiset tuntevat toisensa jo 1980-luvulta, jolloin molemmat työskentelivät toimittajina.

”Alusta asti oli selvää, mitkä kiinnostavat asiat meidän

molempien mielestä kirjassa piti olla”, Houni sanoo.

Kirjan punainen lanka on muutos, jonka Suomen ensimmäinen naispresidentti ja hänen kabinettiin tuomansa naiset saivat aikaan. Romantschukin tehtävä perustettiin vasta Halosen myötä, aiemmin sitä oli hoidettu muiden toimien ohella. Töitä oli paljon ja päivät pitkiä.

Houni sanoo pitäneensä tärkeänä tuoda esiin, kuinka paineet voivat vaikuttaa yksityiselämään.

”Monet elämäkerrat kertovat vain työelämästä.”

Marja Honkonen



PIRJO HOUNI, MARIA ROMANTSCHUK:
EI, ROUVA PRESIDENTTI
OTAVA 2014

kirjat

Värikkäästi värikkäästä elämästä

Suomen freelance-journalistien ja Suomen aikakauslehtitoimittajain liiton entinen puheenjohtaja **Kari Varvikko** julkaisee tänä syksynä omaelämäkertansa ensimmäisen osan. Omakustanne *Kääpiöitä ja jättiläisiä* kertoo miehen lapsuudesta 1940–1950-luvun Helsingissä. Läpi käydään myös hänen alkutaipaleitaan toimittajana *Demari*ssa sekä *Me-* ja *Iltaset*-lehdissä 1960–1970-luvulla. Joukkoon Varvikko on höystänyt värikkäästi slangia, päihteitä, seksiä ja paljastuksiaikin. Polveilevassa tarinassa mainitaan nimiä liki 16-sivuisen luettelon verran.

Varvikko sanoo tehneensä kirjasta avoimen henkilökohtaisen,

jotta se luettaisiin. Sen oppi on, että elämä on moninainen ja voi välillä satuttaakin.

Elämäkerran toisessa, keväällä ilmestyvässä osassa kerrotaan enemmän Varvikon ajoista liitossa. Pitäisiköhän muiden vanhojen aktiivien huolestua paljastuksista?

”En tässä, enkä tulevassakaan kirjassa kerro pahoja juttuja toimittajakunnasta. En viitsi ruveta mollaamaan kollegoja, enkä liikaa kehumaankaan. Se käsitetään äkkiä väärin”, Varvikko nauraa.

Marja Honkonen

KARI VARVIKKO: KÄÄPIÖITÄ JA JÄTTILÄISIÄ
TIETOKONTAKTI 2014

tes-päivystys

TÄLLÄ PALSTALLA JOURNALISTILIITON TYÖEHTOASIAMIEHET VASTAAVAAT JÄSENTEN KYSYMYKSIIN.
TES-PÄIVYSTYS: MA–PE KLO 13–16. PUH. 044 755 5000.



PETRI SAVOLAINEN
edunvalvontajohtaja



SANNA NIKULA
työehtoasiamies



TERHI TARVAINEN
työehtoasiamies



VALTTERI AALTONEN
työehtoasiamies



TYTTI ORAS
työehtoasiamies



JUSSI SALOKANGAS
työehtoasiamies

Tekijänoikeudet mietityttävät toimittajia ja kuvaajia säännöllisesti. Työehtoasiamies Sanna Nikula, miten paljon lehtitekstiä saa lainata? Entä valokuvaa?

Lehtitekstiä saa lainata ilman tekijän suostumusta ”hyvän tavan mukaisesti ja tarkoituksen edellyttämässä laajuudessa”. Sitaatin pituutta ei siis ole tarkoin rajoitettu. Se voi olla pitkäkin, jos lainauksen tarkoitus sitä edellyttää. Hyvän tavan mukaista on mainita, ketä siteerataan.

Sitaatilta edellytetään niin sanotun vetoamisfunktion täyttymistä. Kirjoittaja osoittaa sitaatin avulla esimerkiksi vastakohdan tai tekee sen perusteella johtopäätöksen. Siteeraus havainnollistaa kirjoittajan ajatuksenjuoksua.

Valokuvan siteeraaminen on hyvin rajoitettua. Periaatteessa valokuvakin voi siteerata tekijänoikeuslain yleisen sitaattisäännöksen nojalla, jos sitaatin edellytykset täyttyvät. Kokonaisen valokuvan siteeraaminen on tällöin kuitenkin ongelmallista, sillä koko teoksen siteeraaminen ei yleensä ole sallittua. Toisaalta niin sanotun revinnäisen ottaminen voi olla teoksen kiellettyä muuttamista tai se saattaa loukata kuvaajan moraalisia oikeuksia.

Tekijänoikeuslain mukaan taideteoksien kuvia saa kuitenkin käyttää lehdesä päiväntapahtumaa käsiteltäessä, kuten esimerkiksi taidenäyttelyn avajaisista kertovassa uutisessa. Valokuvaa saa käyttää myös arvostelevalle tekstissä, jos kuva on arvostelun kohteena.

Onko sinulla kysyttävää työehdoista? Kysy meiltä, liiton tes-asiamiehet vastaavat:

**Journalisti@
journalistiliitto.fi**

Missä määrin toimittaja omistaa tekstinsä? Saako lehteen myytyjä tekstejä tai niiden elementtejä käyttää omissa myöhemmissä jutuissa, siis myydä niitä useammalle ostajalle?

Toimittajan oikeus käyttää omia tekstejään myöhemmissä jutuissa on riippuvainen siitä, mitä tekijänoikeuksista on kustantajan kanssa sovittu. Jos kustantajalle on luovutettu yksinoikeus, ei toimittaja voi myydä juttua toiselle tai

käyttää sitä myöhemmin itse sinä aikana, joksi yksinoikeus on luovutettu.

Oikeus hyödyntää teosta taloudellisesti on tekijänoikeuslain mukaan yksinomaan teoksen luojalla. Mikä lasketaan teokseksi? Ovatko toimittajan tuotokset teoksia?

Teoskynnyksen ylittävät ”itsenäiset ja omaperäiset” luomistyön tulokset. Keskeistä on pohtia, olisiko joku muu samaan työhön ryhtyessään päätynt samantyyppiseen lopputulokseen. Teos ilmentää tekijänsä luovuutta.

Alalla on katsottu, että teoskynnyksen alapuolelle jää tosiasioita selostava uutis- ja ajankohtaisaineisto, jonka tarkoituksena on ilman taiteellisia tehokeinoja tai tieteellistä analyysia kuvata tapahtumia. Mitä enemmän teksti ilmentää tekijänsä luovaa panosta, sitä varmemmin teoskynnys ylittyy.

Valokuvien osalta on syytä muistaa, että ne saavat tekijänoikeussuojan kaltaista suojaa tekijänoikeuslain perusteella, vaikkei teoskynnys ylittyisikään. Olennaisin ero teosvalokuvan ja niin kutsutun tavallisen valokuvan välillä on suoja-ajan pituus, joka teosvalokuvilla on 70 vuotta valokuvaajan kuolemasta ja muilla valokuvilla 50 vuotta valokuvan valmistamisesta.

kieli

Paikalla ja päällä

Köyhälän lasten vaatteissa on paikka paikan päällä. Toimittajamme on paikan päällä Ukrainassa.

Tutkistelen näitä virkkeitä sydämessäni ja ahdistun. Ymmärrän kyllä Köyhälän lasten moneen kertaan paikatut housut, mutta sitä en oikein käsitä, mitä toimittajamme tekee paikan päällä Luhanskissa.

Onko hän liikkeellä helikopterilla? Minkä paikan päältä hän tuntemuksiaan toimittelee?

Päässäni alkavat tinnittää ankarien kielipuutarhureiden nilitykset vuosikymmenten takaa. Tällaiset rikkaruohot kuuluu kitkeä kielestämme pois! Svetisis-mejä!

Taisto ”ruotsinvoittoisuutta” vastaan on yksi kielenhuollon historian kantavista teemoista. Tästä todistaa myös vastikään ilmestynyt **Taru Kolehmainen** teos *Kielenhuollon juurilla*.

Kielen normittaminen on ihmisten välistä toimintaa, välillä melkoista temmellystäkin. Kanat ovat usein olleet jyrkkiä. Toki myös sovittavia äänenpainoja on kuultu, jopa ”vieraista aineksista” puhuttaessa.

Kielimies **Matti Vilppula** pohti kymmenisen vuotta sitten lehtikirjoituksessaan ilmausta paikan päällä. Vilppulan mukaan kielenhuoltajat ja äidinkielenopettajat taitavat ovat ”kohta ainoita”, jotka puhuvat paikalla tai tapahtumapaikalla olemisesta. Vilppula arvioi, että ei olisi yllättävää, vaikka paikan päällä ”ennen pitkää kokonaan vapautuisi arkityylisen ilmauksen taakastaan”.

Tuo ennen pitkää taitaa olla nyt. Ainakin jos alkusyksyn lehtiä on uskomisen.

Tässä muutama poiminta *Ilta-lehdestä*: Kulttuuri- ja asuntonministeri seurasi ottelua paikan päällä Puolassa. Häntä ei ole aiemmin kuultu todistamassa oikeudessa paikan päällä. Poliisin mukaan mies lensi törmäyksen voimasta pensakkoon ja menehtyi saamiinsa vammoihin paikan päällä.

Svetisismivapaa suomi on haitattua, sillä kieli kehittyi kiihtyvällä vauhdilla. Pitkän päälle voimme hyväksyä myös paikan päällä olevan toimittajamme.

Vesa Heikkinen

vesa.pekka.heikkinen@luukku.com
KIRJOITTAJA ON SUOMEN KIELEN DOSENTTI JA TIETOKIRJAILIJA.

historia

POIMINTOJA VANHOISTA JOURNALISTEISTA.

Sorsa tukisti toimittajia

Turussa pidettiin syksyllä 1986 seminaari, joka käsittelee muun muassa saman vuoden keuhkokuumeen tapahtuneen Tšernobylin ydinvoimalaonnettomuuden tiedottamista ja uutisoimista. Alustaessaan aiheesta ”Poliittinen päättäjä julkisuuden paineessa” pääministeri **Kalevi Sorsa** läksytti toimittajia.

”Sorsan alustuksesta tuli mieleen pääministerin parin vuoden takainen infokratia-puhe SDP:n Lahden puoluekokouksessa. Tšernobyl-seminaarissa Sorsa totesi, että uutta ja vanhaa ja ikitutua on vaikuttaminen taitolla, otsikoinnilla, kuvavalinnalla ja ingressillä. Uutta hänen

mielestään on se, ettei alkupe-
räinen viesti tahdo enää päästä juttuun ollenkaan mukaan, kaikki on toimittajan tulkin-
taa”, kirjoitti toimittaja **Eija Loueniva** *Sanomalehtimies*-
hessä.

”Puheesta saatetaan irrottaa sana sieltä, toinen täältä, panna ne sitaatteihin ja täyttää välit toimittajan tulkinnoilla. Ja kääntäen: julkais-
taan sitaatein varustettuna ’lausuntoja’, joita ei koskaan annettu. Toimittajan sana ei pidä, se ei ole miehen sana vanhassa suomalaisessa merkit-
tyksessä. On suorastaan jännittävää seurata, miten muut-
tuu aamulla annettu sanoma

päivän mittaan – .

Sorsa näki asioiden nykytilaan kaksi syytä: kilpailu ja kansainvälinen virtaus, jonka takana tosin myös on kilpailu. Pääministeri löysi asiassa myös alemmuuskompleksia-
kin ’kun ollaan jäljessä Ruotsin edistyneisyydestä’.

’Kun Ruotsissa evakuoitiin, hössötettiin ja annettiin perusteetta Suomea arvostele-
via lausuntoja, niin mikä oli monen lehden reaktio: syvä paheksunta siitä, ettei Suomessa menetelty samalla tavalla’, Sorsa paheksui.”

Timo Kilpi

KIRJOITTAJA ON HISTORIAAN ERIKOISTUNUT TOIMITTAJA.

19/1986



Väärin uutisoitu. Pääministeri Kalevi Sorsan mielestä uutiset jäivät toimittajien tulkintojen jalkoihin.

notiser

Yles webb
slimmar tablån

Yles samarbetsförhandlingar inleddes 22.9 och 185 anställda ser ut att tvingas lämna bolaget. På Svenska Yle ska 14 årsverken bantas.

”Vi hade nog haft samarbetsförhandlingar på Svenska Yle även utan budgetunderskottet. Förändringarna i medievänorna är så snabba just nu att det vore oansvarigt mot publiken att inte förnya vårt utbud”, säger Svenska Yles direktör **Marit af Björkesten**.

Hon framhåller att kraven på organisationsförändringar delvis kommer från anställda.

”Bland annat har vi en producentorganisation där arbetsfördelningen är ojämn. Målet är nu att fördela arbetsuppgifterna jämnare i stället för att lägga på nya.”

Sebastian Bergholm, facklig representant på Svenska Yle, är inte övertygad om att kravet på omorganisation är förankrat bland alla anställda.

”Det finns många som tycker att vi borde satsa på radio och tv, som vi är bra på, i stället för att rusa ut på webben. Faran är att innehållet blir lidande”, säger Bergholm.

Johan Svenlin

Svaret är 23

Hur många nybakade journalister får plats på den krympande arbetsmarknaden? **Fredrik Soncks** kolumn i *Hbl* väckte debatt.

”Vi har 20 studieplatser och utexaminerar 15–16 kandidater årligen, beroende på hur många som byter till andra ämnen. Hittills har sysselsättningen varit god bland de som gått ut, även om de sällan fått fasta tjänster”, säger **Henrika Zilliacus-Tikkanen**, universitetslektor på Soc&kom.

Åbo Akademi har redan minskat sina studieplatser i magisterprogrammet med journalistik som biämne.

”De senaste fyra åren har vi tagit in sju–åtta i stället för tolv. Hittills placerar de sig jämnt mellan tidning, radio och tv, men mediehusen förutsätter att alla nya journalister behärskar webb och sociala medier”, säger **Ari Nykvist**, universitetslärare på ÅA.

Johan Svenlin

Bloggaren som
fixade jobbet

Har ekonomiskt framgångsrika bloggare lösningen? En lösning på frågan hur medier ska locka unga läsare och på hur man ska generera inkomster från webben?

Lina Laurent, text
Jussi Vierimaa, foto

Malena Björndahl har knappt sovit alls den senaste natten. Nu har hon rest drygt åtta timmar i bil från Karleby till Åbo och sjungit ”Lille katt” för sin fem månader gamla son de sista hundra kilometrarna. Men i hennes uppenbarelse syns inga spår av trötthet: ögonen ler, make-upen sitter perfekt liksom kläderna, som för övrigt känns bekanta.

Björndahl skriver en livsstilsblogg som når ut till läsare i både Finland och Sverige. Det estetiska intrycket är viktigt och Björndahl funderar noggrant på vilken bild hon ger av sig själv i offentligheten. Det är inget sammanträffande att dagens klädsel, eller outfit, som Björndahl kallar den, också är med på färskt foto på bloggen.

”Visst tänker jag mycket på kläderna och helheten men mest respons får jag för att jag är så glad på mina bloggbilder. Jag vill att folk ska komma till min blogg för att slappna av och för att bli på gott humör.”

”Jag lovade mig
själv att jag skulle
bli stor utan att
jävlas eller
provocera.”

Malena Björndahl Bloggare

Björndahls blogg *Malenami* fyller sex år i år. Att den blivit så populär att hon i dag kan försörja sig på bloggen och på de arbetstillfällen bloggen genererar är resultatet av en noggrann planering och ett målmedvetet arbete.

”Det är bara att börja blogga. Det finns så otroligt mycket jobb för bloggare och så himmelens många möjligheter.”

Innan Björndahl lanserade bloggen hade hon fyllt den med innehåll i två månaders tid – så att den inte skulle kännas

ofärdig. De första åren hade hon stenkoll på Google Analytics och följde med vad som intresserade läsarna mest och varifrån läsarna kom.

Björndahls blogg är som en miniversion av ett modernt mediebolag och det mesta gör hon själv: uppdaterar och planerar bloggen, säljer reklam, gör banners, svarar på e-post, upprätthåller kontakt med samarbetspartners, planerar fotograferingar och föreläsningar och tar bloggbilder. Eller så gör hon som i dag, reser till Åbo för att vara modell för en finländsk kläddesigner tillsammans med en annan känd livsstilsbloggare.

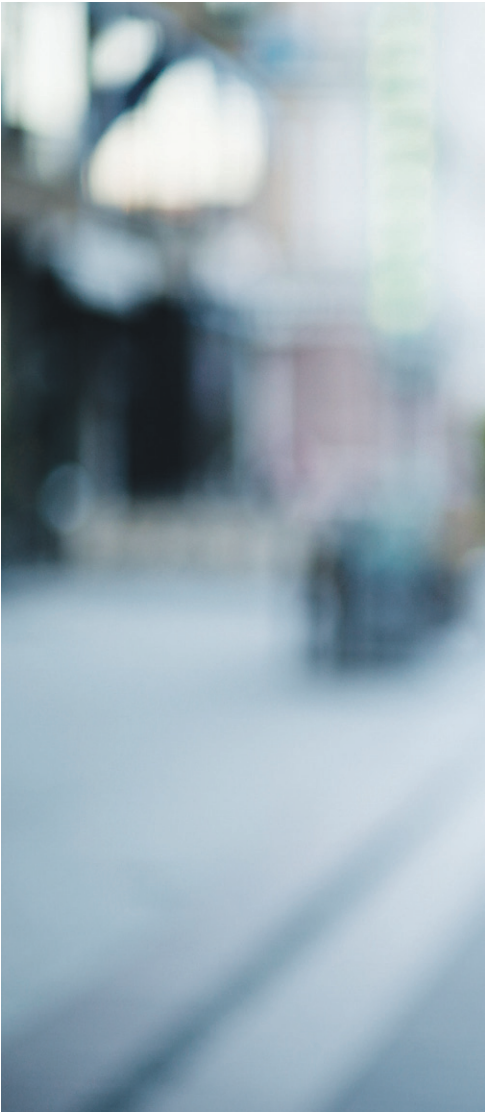
Björndahls blogg har i dag över 20 000 unika läsare per vecka och hennes Instagramkonto över 6 600 följare. Som en jämförelse kan nämnas att *Hbl.fi* har kring 80 000 unika besökare i veckan och kring 680 följare på Instagram. *Vasabla-det.fi* har cirka 38 000 unika besökare i veckan.

Många damtidningar och specialtidsskrifter har knutit till sig kända bloggprofiler för att nå bloggarnas läsare och för att kunna rikta reklam till specifika målgrupper. De finlandssvenska mediehusen har hållit låg profil. Tidningarnas blogginlägg skrivs vanligen av redaktionens egna journalister, utan extra ersättning, och många har svårt att hinna uppdatera bloggen under arbetstid. Varken HSS Medias eller KSF Medias tidningar säljer riktad reklam till bloggarna, båda företagen uppger resursbrist som orsak.

KSF Medias marknadsdirektör **Fredrik Nars** säger att bolaget internt diskuterat samarbeten med bloggare men inte gjort några sådana eftersom man inte sett en ekonomisk fördel i det. Han påpekar att bolagets egna bloggar hittills stått för en ganska liten del av trafiken på webben.

”De pengar bloggarna hade inbringat skulle inte ha räddat några jobb. Om vi till ett rimligt pris kan jobba med en bloggare som attraherar en massa läsare så är det förstås lönsamt.”

HSS Media har nu tagit ett första steg mot att satsa lite mer på bloggar och lanserade i början av september en hockeyblogg där skribenten är **Erik Riska** från Vasa Sport.



Malena Björndahl jobbar självständigt och är inte knuten till någon bloggportal eller till något mediehus.

”Det ger en frihet jag älskar men visst kunde jag tänka mig att jobba för ett mediehus – ingen har någonsin frågat mig om jag är intresserad.”

När blogginnehåll varvas med reklam och marknadsföring finns det risk för att läsarnas förtroende missbrukas. Smygreklam på bloggar har varit ett återkommande samtalsämne som var särskilt aktuellt hösten 2013 när Konsumentombudsmannen publicerade riktlinjer för identifiering av reklam i bloggar. Konsumentombudsmannen har för övrigt även riktlinjer för identifiering av reklam i tidsskrifter och *Journalistreglerna* är tydliga när det gäller smygareklam.

Malena Björndahl länkar ibland till klädmärken hon gillar utan att det är frågan om reklam. Andra gånger länkar hon till webbutiker och erbjuder läsarna rabattkoder – då handlar det oftast ett marknadsföringssamarbete. Hon kan också berätta om produkter hon testat och skriver då in att det handlar om ett samarbete eller en blogggåva. Att hon är ambassadör för en svensk smyckesdesigner känner hon att hon inte behöver nämna varje gång smyckena syns på bild.

”Jag måste få ha lite frihet på bloggen. De som läser min blogg är smarta kvinnor



Jobb finns. Bloggaren Malena Björndahl säger att hon hela tiden får nya arbetsuppgifter tack vare sin blogg. För några veckor sedan var hon i Åbo där hon deltog i en modevisning.

som vet vem jag samarbetar med och som kan urskilja reklam från annat innehåll.”

Björndahl kontaktas dagligen av tiotals företag som vill skicka henne produkter för att hon ska nämna dem på sin blogg. Oftast säger hon nej, dels för att produkterna är gåvor som ger skattepåföljder men också för att det är besvärligt att skicka dem tillbaka.

”Jag märkte ganska tidigt att jag inte behövde kläderna som kom på posten och valde att hellre fakturera. Vill någon ha synlighet så ska den betala för det. Jag vet mitt värde.”

Bloggare som lever på sitt bloggande har fått mycket uppmärksamhet i medierna. Diskussionen har också haft en feministisk vinkling eftersom en stor del av de ekonomiskt framgångsrika bloggarna är unga kvinnor. Kritiserar kvinnors konsumtionsintresse mera än mäns konsumtion? Varför väcker bloggarnas inkomster så mycket känslor?

Björndahl är redan lite trött på debatten om pengarna.

”I Sverige lyfts unga företagsamma kvinnor fram och finns till och med på löpsedlarna, det händer inte hos oss. Här är bloggandet fortfarande nytt för många och en del har kanske svårt att föreställa sig vilken mängd arbete som ligger bakom en bra blogg.”

Björndahl tror att bloggarna är framtidens försäljningskanal. När hon ser till-

baka på de senaste åren är det en sak är hon särskilt stolt över:

”Jag lovade mig själv att jag skulle bli stor utan att jävlas eller provocera och det har jag lyckats med.”

ÄVEN SUOMEN BLOGIMEDIAS OCH BABLERS VD TANJA YLIKANGAS, HSS MEDIAS DIGITALA ANNONSFÖRSÄLJARE ANNA SNICKARS, JOURNALISTERNA OCH BLOGGARNAS LINN JUNG OCH PEPPE ÖHMAN SAMT RATATAS CHEFREDAKTÖR KARIN LINDROOS HAR INTERVJUATS FÖR ARTIKELN.

Reklam på allt fler bloggar

Under det senaste året har flera kända finlandssvenska bloggare sökt nya modeller för att få inkomster genom sitt bloggande.

Bland andra Linn Jung, Peppe Öhman, Karin Lindroos och Kasper Strömman har inlett samarbete med företagen Babler och Suomen Blogimedia, vilka säljer reklam till bloggarna och som har ensamrätt till innehållssamarbete med bloggaren.

Bloggportalen Ratata samarbetar sedan början av 2014 också med Suomen Blogimedia när det gäller reklamförsäljning. Banners kan publiceras på samtliga 4300 Ratatabloggar och enskilda bloggare kan inte påverka vilka företag som gör reklam eller inte. Eventuella inkomster tillfaller Ratata.

från sidan



Dan Lolax
dan.lolax@fabsy.fi
SKRIBENTEN ÄR SAMHÄLLSREPORTER PÅ ÅBO UNDERRÄTTELSE. SKRIVER OCKSÅ NYHETSBLOGGEN.

Journalister är tröga

Om mediehusen inte utvecklas under ekonomiskt sunda tider tvingas de utveckla genom att avveckla då det är kris.

KSF Media säger upp närmare 50 anställda, 30 av dem journalister. KSF är inte ensam om att sparka murvlar. På Yle kan 185 ryka.

Lär vi oss något av detta? Vi journalister framstår trots allt som rätt tröga.

Hur annars förklara att en kår som borde vara i utvecklingens framkant nu finner sig överkörd av den? Vår samlade kritiska massa borde ha varje finger på varje puls som betyder något, men vi nöjer oss med vår egen.

Någon säger kanske att det är cheferna som ska ha koll på utvecklingen. Mediehusens högsta löneklass ansvarar för affärsmodellen, ja, men det är för enkelt att skylla på cheferna.

Nyckelordet för framgångsrik journalistik har alltid varit ”relevans”. Relevansen handlar om innehåll,

form och ekonomi. Journalistiken har en direkt koppling till ekonomin via den plattform som ser till att innehåll och konsument möts.

Mediehusen befinner sig inte i en havererad affärsmodell utan i en havererad verklighetskontakt där affärsmodellen ingår.

Mediehusen befinner sig inte i en havererad affärsmodell utan i en havererad verklighetskontakt där affärsmodellen ingår.

Hur gick det så här? Kanske det har att göra med att journalistens arbetsplats är en svärmanövrerad skuta. Barlasten består av traditioner, hierarkier och, fram till nu, en trygg tillvaro. Det har gjort skutan stabil på hastighetens bekostnad.

Lösningen finns i rekryteringen. Den är grunden för mediehusens utveckling.

Journalistförbundets ännu opublicerade arbetsmarknadsundersökning 2014 visar att 17 procent av förbundets medlemmar har en journalistutbildning på universitetsnivå, medianomerna är kring 10 procent. Resten har annan utbildning.

”Annan utbildning” kommer att behövas, men en journalistutbildning som håller jämna steg med yrket är viktig. Utbildning och yrke utvecklas genom att fördomsfritt hänga med i all annan utveckling.

En rekrytering är ett steg i rätt riktning om en journalist inte definieras av det som sitter i väggarna på den arbetsplats hen kliver in på, utan av den nya kunskap hen för med sig.

Det tillförda måste tillåtas att stå i strid med traditionerna, tillåtas att trotsa hierarkierna.

kolumni



Mari Manninen

marinkotimeili@gmail.com
KIRJOITTAJA ON VAPAA TOIMITTAJA
PEKINGISSÄ.

Suomi-neidon silmin

Kun lähes kaksi vuotta sitten muutin Pekingiin ja muutuini kuukausipalkkaisesta vapaaksi toimittajaksi, tiesin täsmälleen millaisia juttuja kirjoittaisin. Sellaisia, jotka selittäisivät kuinka kiinalaiset näkevät maailman.

Tekisin jännittäviä reppareita tärkeistä asioista eri puolilta Kiinaa: Kylistä, joissa on vain vanhuk-
sia ja pikkulapsia. Saastuneista maaplänteistä ja vesistöistä, joiden varrella ihmiset kuolevat tuskalisiin sairauksiin.

Tietysti myös kolumnoisiin kiinalaisen arjen erila-
isuudesta. Siitähän Facebook-kaverini ja Twitter-seuraajani ja kaikki kapakkatuttuni Suomessa janoavat tietoa. Miksi naisilla on niin lyhyet hameet mutta kaulaukko umpinainen? Mitä, eivätkö kiinalaiset syökään ravintolassa riisiä?

Toisin kävi.

Yhden matkailurepparin olen kirjoittanut, muita Kiina-juttuja en ole tehnyt Pekingin ulkopuolelta. Kyllä jännät repparit kiinnostavat toimituksia, mutta lehtien freelancer-budjeteilla ei hevin lähetetä toimittajaa, kuvaajaa ja tulkkia päivää pidemmälle keikalle. Euroopan kokoisessa maassa pelkkiin matkoihin kuluu enemmän aikaa.

Kolumneja tarjosin 15–20 lehteen (sekosin las-
kuissa). Kohteliaissa tyrmyyksissä kerrottiin, että kiinalainen arki on liian kaukana suomalaisesta. Ja että nyt tahdotaan kolumnisteiksi julkikkisia.

Millaisia kirjoituksia toimitukset sitten ostavat?

Ennen kaikkea kustannustehokkaita. Osaan jo pyöräyttää mihin tahansa aiheeseen näkökulman ja paikallisvärin Pekingistä. Kiinan kiillotettuna näyteikkunana Peking on turhan pramea tarinoiden ainoaksi näyttämöksi, mutta nielen harmini, sillä töitä riittää. Hyvä että toimituksissa on rahaa sentään Peking-jutuille.

Sitä paitsi usein artikkelini sijoittuvat pääkaupun-
gin viimeisille perinteisille hutong-kujille. Moderni Peking näyttää valokuvissa liian länsimaiselta.

Kiinassa – käytännössä siis Pekingissä – asuvien suomalaisten haastattelut myyvät hyvin. Kun turhaan kauppasin kolumnejani, sain useasta naisten-lehdestä toiveen etsiä kiinnostavia suomalaisnaisia.

Suomi-neitoja on hauska jututtaa, mutta kauaksi päädyin suunnitelmastani kuvata maailmaa kiinalaisten silmin.

Vapaa toimittaja ei ole kuukausipalkkaista vapaampi.

Vapaa toimittaja ei ole kuukausipalkkaista vapaampi.

yhdistykset

Etelä-Pohjanmaa

Puheenjohtajacentti. Suomen Journalistiliiton puheenjohtajaehdokkaat ovat EPSY:n jäsenten tentissä Seinäjoella ravintola Almassa sunnuntaina 12. loka-
kuuta. Tilaisuus alkaa lounaalla kello 13. Tilaisuus on avoin myös muille Journalistiliiton yhdistyksille. Ilmoittautumiset kaikista yhdistyksistä viimeistään sunnuntaina 5.10. EPSY:n sihteeril-

le **Anne Laurilalle:** epsysihteeri@gmail.com tai puh. 040 1890 290.

HSY

Yleiskokous. Helsingin Sanoma-lehtimiesyhdistyksen ylimääräinen yleiskokous on keskiviikkona 8. lokakuuta kello 18 Sokos Hotel Presidentissä (Eteläinen Rautatiekatu 4, 00100 Helsinki). Kokouksessa valitaan valtuutetut Journalistiliiton valtuustoon

ja asetetaan ehdokkaat liiton hallitukseen. Esitykset valitavista henkilöistä tulee tehdä ja ilmoittaa HSY:n toimistoon 1.10. mennessä osoitteeseen hsy@hsy.info. Esityksiä voivat tehdä osastot ja yksittäiset jäsenet. Yleiskokoukseen osallistuvia pyydetään ilmoittautumaan 1.10. mennessä verkkosivuilla www.hsy.info olevan linkin kautta tai ottamalla yhteyttä HSY:n toimistoon.

nimitykset

Anne Moilanen on aloittanut Ylen A-studion määräaikaisena toimittajana. Hänen sopimuksensa kestää vuoden loppuun. Moilanen työskenteli viimeksi opetus- ja kulttuuriministeriössä entisen kulttuuri- ja urheiluministeri **Paavo Arhinmäen** erityisavustajana. Verkkopäällikkö **Petteri Ruotsalainen** on nimitetty toimituspäälliköksi Mediatalo ESA:ssa. Tehtävässään Ruotsalainen johtaa toimituksen työskentelyä ja sisällöntuotantoa. Long Play Media Oy:n uudeksi

toimitusjohtajaksi on nimitetty **Jussi Ruusila**. Hänen haastattelunsa on tämän lehden sivulla 6. Long Playn uutena päätoimittajana aloittaa toimittaja-kirjailija **Anu Silfverberg**. Long Playn ensimmäinen päätoimittaja **Johanna Vehkoo** vastaa jatkossa toiminnan kansainvälistymiskehityksestä. Kevään 2015 Vehkoo viettää tutkijana Yhdysvalloissa. Rannikkoseudun uusi päätoimittaja on **Marko Vuosjoki**, joka on aiemmin ollut Nokian Uutisissa päätoimittajan sijaisena sekä toi-

mittajana Kankaanpään Seudussa.

Outi Gyldén on nimitetty A-lehden Dialogin sisältöjohtajaksi. Hän vastaa työssään asiakasmedioiden sisällöistä ja konsepteista.

Valtioneuvoston viestintäjohtajaksi on nimitetty Kalevan päätoimittaja **Markku Mantila**. Tehtävää vuodesta 2012 hoitaneen **Kari Mokon** tilalle tuleva Mantila on toiminut aiemmin Pohjalaisen päätoimittajana ja toimittajana Turun Sanomissa sekä virkamiehenä ulkoministeriössä.



Suomen freelance-journalistien osa-aikaisena asiamiehenä on aloittanut **Jukka Väyrynen**. Hän on pitkän linjan freelancer ja ay-aktiivi. Väyrysen edeltäjä **Anna Kähkönen** siirtyi kesällä muihin tehtäviin. Väyrynen päivystää yhdistyksen toimistossa tiistaisin ja keskiviikkoisin klo 12–16.

Olet luonnehtinut uutta tointasi paluiksi arkeen. Mistä palasit ja miksi?

Tarjouduin tehtävään, koska yhdistys tarvitsi asiamiestä. Ay-toiminta on minulle rakasta ja tuttua. Jäin keväällä osa-aikaeläkkeelle. Ensi vuonna jään vanhuuseläkkeelle, ja silloin haluan jättää työtilaisuudet muille. **Yhdistyksen taloustilanteen vuoksi asiamiehen työaika lyheni. Mitä ehdit tehdä?**

Vastaan puheluihin, hoidan postia ja huolehdin siitä, että uudet jäsenet otetaan asianmukaisesti vastaan. Olen käytännön työrukkanen ja jäsenen vastinpari toimistolla. Yhdistyksen hallitus hoitaa politiikan ja liiton lakimiehet edunvalvonnan.

Mikä ay-toiminnassa kiehtoo?

Työskentely oikeudenmukaisuuden toteutumisen puolesta. Palkansaajat ja freelancerit ovat työmarkkinakysymyksissä se heikompi osapuoli.

Auttaako työssä taustasi freelancerina?

Kyllä. Jäsenet kertovat ongelmista, joihin olen itsekin törmännyt. Yhdistyksen hallinnossa mukana olleena tiedän, mitä ratkaisuvaihtoehtoja niihin on. Freelancereilla ei ole joukkopainostuskeinoja, mutta neuvoja voimme jäsenille antaa. **Miten kulutat mediaa?**

Luen monta tuntia päivässä. Televisiosta katson asiaohjelmia. Somea seuraan tarvittavassa määrin.

Mitkä ovat journalismin isoimmat uhat?

Mediatalojen siirtyminen tekemään päätöksiä muilla kuin journalistisilla perusteilla. Kuluttajien tottuminen puolivillaiseen laatuun. **... ja mahdollisuudet?**

Freelancereille tärkeää on osaamisen kehittäminen, erikoistuminen, mediakentän tuntemus ja verkostoituminen omalla osaamisalueella. **Arviosi koko alan tulevaisuudesta?**

Olen optimisti ja uskon pahimpien vastakkainasettelujen lientyvän. Mediatalat ymmärtävät, että ammattitaito on tuottavuuden kannalta tärkeää, ja että siitä kannattaa maksaa kohtuullista korvausta.

Nina Erho



Uutta potkua. Toimittaja Hanna Koivisto etsii Freeuralle vauhtia -koulutuksesta tukea freetyön käytännön pyörittämiseen, kuten laskuttamiseen ja juttujen myymiseen. Hän haluaa laittaa yritysasiat kuntoon ennen kuin lähtee tammikuussa vuodeksi Brasiliaan.

KSF Media ja Demari irtisanovat

KSF Median yt-neuvottelut ovat päättyneet 48 henkilötyövuoden vähentämiseen. Niistä 30 vähennetään sisältöjen tuotannosta. Samalla toimintaa järjestellään uudelleen ja lehtien tekemää yhteistyötä lisätään. Säätiöomisteinen KSF Media kustantaa kuutta sanomalehteä.

Demokraatissa toimituksesta irtisanotaan neljä. Yhteensä Kustannus Oy Demari päätti vähentää seitsemän henkilötyövuotta. Uudet järjestelyt ovat vielä koko lailla auki.

”Esimiehillä riittää pohtimista, miten työt saadaan tehtyä, kun lehti ilmestyy viisipäiväisenä vielä vuoden loppuun”, pääluottamusmies **Sari Saloranta** sanoo.

Nelipäiväiseksi harvenevan lehden Turun, Tampereen ja Vaasan aluetoimipisteet lakautetaan ja avustajabudjettia leikataan.

Marja Honkonen

Kovan rahan koulutus jäi kiireen jalkoihin

Marja Honkonen, teksti
Heli Saarela, kuva

Lisääammattitaitoa etsitään omalla ajalla etenkin avoimista oppilaitoksista.

Yhä harvempi toimittaja kehittää ammattitaitoaan perinteisessä, maksullisessa täydennyskoulutuksessa. Esimerkiksi Tampereen yliopiston journalistista täydennyskoulutusta järjestävän viestinnän, median ja teatterin yksikön CMT:n lyhytkursseista on vuoden 2012 jälkeen toteutunut vain muutama. Aiemmin kursseja oli neljästä viiteen luku-kaudessa.

”Esimerkiksi datajournalismin kurssi jouduttiin viime keväänä perumaan, koska ilmoittautuneita tuli ihan muutama”, sanoo CMT:n koulutussuunnittelija **Pia Sivunen**.

Sivunen uskoo, että toimituksien jatkuva kiire ja toistuvat yt-neuvottelut ovat merkinneet sitä, etteivät toimittajat tohdi irrottautua työpöytänsä äärestä. Eivät edes silloin, kun työnantaja kannustaisi koulutukseen ja maksaisi siitä.

Myös Journalistiliiton koulutussiamiehen **Nina Porran**

mukaan koulutuspäivät käytetään usein välttämättömien taitojen päivittämiseen. Täydennyskoulutuksen idea kuitenkin olisi, että työntekijän omat toiveet otetaan huomioon.

”Joissakin taloissa kaikki yrityksen ulkopuolinen koulutus on kiven alla. Toisissa yrityksissä työnantajat olisivat halukkaita kouluttamaan, mutta työntekijät itse laskevat, että koulutuksessa käyminen tarkoittaisi ylityötä. Mutta on myös paljon niitä yrityksiä, joissa kaikki sujuu hyvin”, Porra sanoo.

Hän kertoo liiton selvittävän parhaillaan, miten oikeus ammatilliseen täydennyskoulutukseen toteutuu.

Kuluva vuosi on ollut CMT:n koulutuksissa erityisen hiljainen. Seuraava lyhytkurssi on vasta ensi keväänä. Sivunen mukaan täydennyskoulutuksen painopiste on siirretty räätälöityyn tilauskoulutuksiin. Samaan suuntaan toimintaansa ovat vieneet myös mediakoulutusta tarjoava yritys AEL ja Lahden ammattikorkeakoulun muotoilu- ja taideinstituutti.

AEL:n koulutuspäällikkö **Jana Gabrielsson** sanoo, että täydennyskoulutuksen sijaan moni suosii kokonaisen uuden tutkinnon tekemistä.

Lahdessa yksittäiset opiskelijat ohjataan avoimen ammattikorkeakouluopetuksen puolelle. Koulutussihteeri **Kati Anttilan** mukaan tulijoita riittää, koska kurssit ovat halvempia, eivätkä ne ole työajalla. Myös Jyväskylän yliopistossa lisäämmattaitoa tarjotaan avoimen yliopiston puolelta.

Ammattiopisto Keudassa kulttuuri- ja media-alan täydennyskoulutukseen on riittänyt tulijoita, mutta odotukset ovat aiempaa monipuolisemmat. Esimerkiksi Powerpoint-kurssin yhteyteen toivotaan esiintymistaitojen koulutusta.

Tampereella on pidetty myös koulutuksia, joissa perusopiskelijat ja ammatissa toimivat ovat samalla kurssilla. Niitä tullaan Pia Sivusen mukaan jatkamaan.

”Kokeneet tuovat arkirealismia, nuoret uusia ajatuksia”, Sivunen kertoo.

Toimittajien monipuolinen tausta tekee täydennyskoulutuksen räätälöimisestä hankalaa. Siinä missä entinen toimittajakoululainen hakee lisää asiaosaamista, erikoistoimittaja voi haluta kerata journalistisen työn perusteita.

”Jos kysyntä ja tarjonta eivät kohtaa, skarppaamisen varaa on”, Nina Porra pohtii koulutus-

ten järjestämistä.

Porran mukaan Journalistiliitto voi osaltaan välittää koulutustoiveita järjestäjille ja vastaavasti tiedottaa laadukkaista koulutuksista jäsenistölle.

Myös Sivunen myöntää, että täydennyskoulutuksen markkinoinnissa on kehitettävää.

Journalistiliitto on ottanut asiassa aktiivisen roolin. Se käynnisti syyskuussa yhdessä Haaga-Helia ammattikorkeakoulun kanssa *Freeuralle vauhtia* -koulutuskokonaisuuden. EU-rahalla toteutettava pilottihanke on osallistujille ilmainen, ja hyviä hakijoita oli Porran mukaan enemmän kuin kursseille mahtui. Freelancerille koulutuksen hinnalla on iso merkitys.

”Jos koulutus vie liikaa aikaa tai maksaa jotain, kynnys osallistua kasvaa. Aurinkoisempina aikoina koulutukselle oli varmasti enemmän kysyntää. Nyt jokainen euro on tiukassa”, Porra sanoo.

Hän muistuttaa, ettei sen enempää työnantajan kuin työntekijänkään kannata pihistellä koulutuseuroissa.

”Hyvin kohdennettu koulutus ylläpitää ja kehittää ammattitaitoa. Koulutuksella on myös muita arvoja: siellä saa tuuletettua päätä, vaihdettua ideoita ja verkostoiduttua. Koulutus on hyvää vastapainoa työkiireelle.”

Kalevaan ja Etelä-Savon paikallislehtiin yt:t

Sanomalehdistössä on käynnistynyt syyskuussa kahdet yt-neuvottelut. Etelä-Savon konsernin paikallislehtiä julkaiseva ESV-Paikallismediat ilmoitti yhtiön koko henkilöstöä eli 50 henkeä koskevista neuvotteluista. Neuvottelut alkoivat 17. syyskuuta ja kestävät kaksi viikkoa. Työnantajan tavoitteena on vähentää enimmillään yhdeksän henkilötyövuotta. Yhtiö julkaisee yhdeksää paikallislehteä.

Kaleva aloitti koko henkilöstöä koskevat kuuden viikon yt-neuvottelut 22. syyskuuta. Neuvottelut voivat johtaa enimmillään 15 henkilötyövuoden vähentämiseen. Niiden tarkoituksena on organisoida yhtiön toimintaa uudelleen. Toimituksellisen työn kohdalla tämä liittyy pääosin Lännen Media -yhteistyön aloittamiseen. *Kaleva* kävi Lännen Mediaan liittyen yt-neuvotteluja jo viime keväänä.

Marja Honkonen



Työtuloa. Työttömyyskassa Finkan etuuspäällikkö Kimmo Honkanen muistuttaa työn ajankohdan ratkaisevan päivärahajakson, jolle se kuuluu.

Suojaosalla kikkailu vähäistä

Anne Moilanen, teksti
Heli Saarela, kuva

Työttömät saavat nykyisin tienata 300 euroa kuussa ilman, että se vähentää päivärahaa. Työtulojen ilmoittamiseen liittyvä vilppi on harvinaista, kerrotaan Työttömyyskassa Finkasta.

”Yhden vuoden vilppiasiat voi laskea yhden käden sormilla. Yleensä kyse on erehdyksestä tai inhimillisestä virheestä”, Työttömyyskassa Finkan etuuspäällikkö **Kimmo Honkanen** kommentoi ansiopäivärahan saajien työtulojen ilmoittamista.

”Jos lähemme erityisesti selvittämään jonkun hakijan työtuloja, häntä kuullaan. Jos selostus on ymmärrettävä, ylimääräinen päiväraha vain peritään takaisin. Muita keinoja ovat kassan hallituksen antama varoitus tai kassasta erottaminen, törkeässä tapauksessa poliisitutkinta. Mutta nämä ovat äärimmäisen harvinaisia”, sanoo Honkanen.

Finkaan kuuluu noin 25 000 työntekijää, joista yli 9 000 on journalisteja. Finkan journa-

listijäsenistä työttömänä oli elokuussa lähes 700 henkilöä.

Vuoden alusta voimaan tulleen uudistuksen jälkeen työtön on voinut päivärahakaudella ansaita pientä tuloa ilman, että se alentaa työttömyyspäivärahaa. Suojaosan raja on kuukauden päivärahajaksolla 300 euroa ja neljän viikon päivärahajaksolla 279 euroa. Tätä enemmänkin työtön voi tiena, mutta suojaosan yli menevä tulo joutuu silloin sovittelun piiriin, ja päiväraha pienenee. Suojaosan ylittävältä osalta 50 prosenttia sovittelujakson tuloista vaikuttaa alentavasti päivärahan määrään.

Työttömyyskassaan pitää ilmoittaa kaikki työttömyyden aikaiset työtulot. Kassaa kiinnostaa työssäoloaika: minä päivinä ja kuinka monta tuntia on työskennellyt? Lisäksi on toimitettava palkkakuitit.

Finkassa tulo huomioidaan tietyllä päivärahajaksolle riippuen siitä, miten se on ansaittu. Jos kyse on työsuhteesta tehtävästä työstä, työn tekemisen ajankohta ratkaisee, mille päivärahajaksolle tulo kuuluu. Laskuttavien freelanceiden kohdalla palkkion maksamisajankohta ratkaisee oikean päivärahajakson.

”Oletamme kuitenkin, että työstä laskutetaan heti työn tekemisen jälkeen ja säännöllisesti. Laskuja ei saa kerätä siten, että tekee pidemmän

aikaa keikkoja ja kerää laskuja, jotka lähettääkin sitten kerralla vaikka yhden kuukauden aikana, ja välissä on mennyt monta kuukautta ilman laskuja. Tällaisia tapauksia olemme joutuneet selvittämään muutaman. On siis selvitetty, mille kuukaudelle tulo oikeasti kuuluu”, Kimmo Honkanen kertoo.

300 euron suojaosa on kuukausikohtainen. Jos yhdessä kuussa tienaa 600 euroa ja toisessa kuussa ei mitään, ei yksittäistä tuloa periaatteessa voi jakaa kahdelle kuukaudelle. Työn laskuttaminen vaihteittain on kuitenkin mahdollista.

”Ei ole meidän asiamme selvittää sitä. Meillä on ammatialoja laidasta laitaan, myös muita kuin journalisteja. Jos työn laskutuksesta osissa on sovittu tilaajan kanssa, se sopii meille”, sanoo etuuspäällikkö Honkanen.

Finkan journalisteille mak sama keskimääräinen ansiopäiväraha on tänä vuonna ollut noin 1 650 euroa kuussa (brutto), ja soviteltu päiväraha noin 1 230 euroa kuussa (brutto), joten suojaosalla lienee merkitystä monelle työttömälle journalistille. Suojaosa ei ole verovapaa. Työtön maksaa kaikista työtuloistaan normaalisti verot ja mahdolliset muut kulut, olivatpa tulot suojaosan yli tai alle.

Työttömyyskassa on Finka

Työttömyyskassa Nominin uudeksi nimeksi tuli elokuun alussa Finka. Alkuvuoden Nomit-nimellä toiminut kassa syntyi, kun Journalistien ja esiintyvien taiteilijoiden JET-työttömyyskassa fuusioitiin TK Nomin eli merkonomien työttömyys-

kassan kanssa.

Fuusion tavoitteena on jäsenpohjaa laajentamalla saada jäsenmaksut laskemaan ja palvelu paranemaan. Finka toivoo asiakailtaan ensisijaisesti sähköistä asiointia pankkitunnusten avulla.

Nina Erho

Päätoimittajat kiistävät politiikkakadon

Päätoimittajat torppaavat Poliitiikan toimittajien jäsenkyselyn tulokset aihepiirien kaventumisesta. Neljän median päätoimittajat myöntävät kiireen lisääntyneen, mutta kiistävät työmarkkinoita tai kansainvälistä politiikkaa seurattavan aiempaa vähemmän.

Ylen uutispäätoimittajan **Jouni Kemppaisen** mukaan työmarkkinoiden seuraaminen on päinvastoin lisääntynyt. Esi merkiksi työelämän pelisääntöjä, työn ja perheen yhteensovittamista ja yt-neuvotteluja käsitellään enemmän kuin viisi vuotta sitten.

MTV:n uutispäätoimittaja **Päivi Anttikoski** korostaa toimittajien kiinnostuksen kohtaiden vaikutusta.

”Ei meillä ainakaan kukaan

ole kieltänyt seuraamasta työmarkkinoita”, hän sanoo.

Kemppainen, Anttikoski, *Helsingin Sanomien* päätoimittaja **Kaius Niemi** ja *Suomen Kuvalehden* päätoimittaja **Ville Perna** kommentoivat jäsenkyselyn tuloksia tuoreeltaan Poliitiikan toimittajien seminaarissa 9. syyskuuta.

Jäsenkyselyssä 62 prosenttia vastanneista sanoi resurssien vähentyneen. Kyselyyn vastasi 49 jäsentä 132:sta.

Ylen Kemppainen haastaa toimittajia miettimään, onko perinteinen aihepiirijako enää perusteltu. Yle on siirtämässä yhteen Yhteiskunta-toimitukseen sekä kotimaan aiheiden erikoistoimitukset että kotimaan ja Uudenmaan uutiset.

Marja Honkonen

Eläkeläisten jäsenmaksu hallituksen käsittelyssä

Journalistiliiton hallitus käsittelee eläkeläisten jäsenmaksuasiaa kokouksessaan torstaina 25. syyskuuta. Käsittelyn pohjaksi laaditun esityksen mukaan vuonna 2016 ja sen jälkeen eläkkeelle jääville jäsenille tulisi jäsenmaksu.

Maksavat eläkeläiset saisivat

Journalistin ja pressikortin sekä tarvittaessa työasioihin liittyvää neuvontaa. Jäsenmaksusta vapautetut eläkeläiset eivät näitä etuja saisi.

Eläkeläisjäsenmaksu tulee valtuuston päätettäväksi sääntömuutosasiana joulukuussa.

Markku Lappalainen

Vihreä Lanka

etsii vakituisen työsuhteeseen

politiikan ja talouden toimittajaa

Editointikokemus nähdään eduksi.

Hakemukset 1.10. mennessä päätoimittaja Juha Honkoselle: juha.honkonen@vihrealanka.fi.

www.vihrealanka.fi



Lomalle Vierumäelle

Vierumäellä sijaitsevien Journalistiliiton lomahuoneistojen talven ja kevään viikot (12.12.2014–29.5.2015) ovat nyt haettavana. Haku päättyy **24.10.2014 klo 16**. Hakea voi vain kokonaisia viikkoja.

Hinnat: 430 euroa/viikko (12.–19.12.2014 ja 10.4.–29.5.2015) ja 560 euroa/viikko (19.12.2014–10.4.2015). Varausmaksu on 150 euroa.

Hakulomake on liiton nettisivuilla: www.journalistiliitto.fi > jäsenpalvelut > lomakkeet > vierumäen lomatalon hakulomake.



Suomen Journalistiliitto
Finlands Journalistförbund

Lehdistön tes valmistuu tahmeasti

Lehdistön tes-neuvottelut ovat edenneet tahmeasti. Ratkaisuun pyritään silti syyskuun loppuun mennessä.

Viestinnän Keskusliitto esitti neuvottelujen aluksi, että vuosiloman ansainnasta voisi sopia työntekijän ja työnantajan kesken lain mukaan. Käytännössä tämä tarkoittaa, että kuudennesta lomaviikosta voisi luopua jonkinlaista korvausta vastaan. Journalistiliiton edunvalvontajohtaja **Petri Savolainen** pitää esitystä erittäin ongelmallisena.

Osapuolet ovat olleet erimielisiä myös sopimuskaudesta ja palkankorotusten jaksottamisesta. Journalistiliitto tarjosi 13 kuukauden sopimusta, työnantajapuoli tavoittelee 28 kuukauden sopimusta. Liitolle keskeisiä tavoitteita ovat soveltamisalan päivittäminen sekä osaston luottamusmiesten aseman parantaminen. Valtuuston on tarkoitus käsitellä neuvottelutulosta tiistaina 30. syyskuuta.

Marja Honkonen

Aviisin tes-riita korkeimpaan oikeuteen

Korkein oikeus on myöntänyt valitusluvan *Aviisin* entiselle toimittajalle tämän palasta syntyneessä kiistassa. Toimittaja haastoi *Aviisia* julkaisevan Tampereen yliopiston ylioppilaskunnan oikeuteen vuonna 2011. Tamy katsoi, että toimittajalle ei tarvitse ylioppilaslehdessä maksaa työehtosopimuksen mukaista palkkaa, koska

Aviisi ei ole aikakauslehti, eikä työehtosopimuksen yleissitovuus koske ylioppilaskuntia.

Hovioikeuden vuoden takaisen päätöksen mukaan tesin mukaista palkkaa ei olisi tarvinnut maksaa. Tampereen kärjäoikeus taas katsoi vuonna 2011, että tessiä on työsuhteessa noudatettava.

Manu Haapalainen

Karprint-päätös marraskuussa

Syyttäjän Karprint Oy:n johtohenkilöitä vastaan nostaman työsuojelurikosjutun käsittely on saatu päätökseen Lohjan kärjäoikeudessa. Syyttäjä vaatii toimitusjohtaja **Juha Aholalle** ja hallituksen puheenjohtaja **Eero Aholalle** sakkoja tai ehdollista vankeutta. Syytteen mukaan osa yhtiön työntekijöistä on saanut oireita Karprintin Vihdissä sijaitsevan toimitalon sisäilmasta. Yhtiön johto ei työsuojeluviranomaisten huomautuksista huolimatta ole ajoissa ryhtynyt toimiin sisäilmaongelmien ratkaisemiseksi.

Lisäksi johtoa syytetään työntekijöiden epäasiallisesta kohtelusta.

Journalistiliiton työehto-asiames **Valter Aaltonen** arvioi syyttäjän olevan vahvoilla.

”Talossa useaan otteeseen työskennellyt katonkorjaaja esimerkiksi kertoi oikeudessa sanoneensa Aholoille toistuvasti, että toimitalon koko katto pitäisi uusita. Näin ei ollut tehty”, Aaltonen kertoo.

Kärjäoikeuden ratkaisu on luvassa 21. marraskuuta kello 16 mennessä.

Manu Haapalainen

Laaja-alainen uutistoimittaja

KUOLLEITA

Toimittaja **Arja-Leena Patana** kuoli 58-vuotiaana äkilliseen sairauskohtaukseen Pariisissa 25. heinäkuuta. Hän oli syntynyt Alavieskassa 4. helmikuuta 1956.

Arja-Leena, meidän **Allu**, oli juuri maaliskuussa jättänyt työelämän jäätyään vapaalle *Turun Sanomien* palveluksesta yli 30 vuoden työuran jälkeen. Hän oli kolmannen elämänvaiheen alussa, mutta se jäi valitettavan lyhyeksi.

Alalle Arja-Leena tuli 1976, kun hän aloitti kesätoimittajana sanomalehti *Keskipohjanmaan* uutistoimituksessa. Pari vuotta myöhemmin samasta lehdestä löytyi myös tuleva puoliso **Hannu**. Tarina tietää kertoa, että kun kaksikko eräänä päivänä tapasi toisensa urheilutoimituksessa, se oli menoa saman tien. Sielunkumpanit olivat löytäneet toisensa.

Turkuun Arja-Leena muutti Hannun vanavedessä 1981. Alalle silloin tyypilliseen tapaan opinnot Tampereen yliopiston toimittajatutkinnossa

jäivät kesken, kun nuori journalisti revittiin työelämään.

Turun Sanomissa Arja-Leena teki pitkän ja monipuolisen työrupeaman. Hän työskenteli pitkään uutispäällikkönä ja toimittajana keskuspöydässä sekä uutis- ja politiikantoimituksissa. Viime vuosina Arja-Leena kuului viikkoliite *Extran* ja *TS:n* sunnuntaisivujen vahvuuteen. Sydämetään Arja-Leena oli perinteinen uutistoimittaja – laaja-alainen, monipuolinen ja asiakeskeinen. Hän oli työssään aina pienen ihmisen puolella, ja osasi kirjoittaa vaikeistakin aiheista ymmärrettävästi.

Kollegana Arja-Leena oli lämmin ja kanssaihmiset huomioiva. Luonteeltaan hän oli rehti ja rehellinen. Hän ei kaihtanut ilmaista mielipidettään, jos koki lähimmäisensä joutuneen kaltoinkohdelluksi.

Arja-Leena toimi vuosittuhannen vaihteessa *Turun Sanomien* toimitusosaston puheenjohtajana. Hän oli vuosina 2006–2010 Journalistiliiton valtuuston varajäsen. Hänen rakkaimpia harras-



tuksiaan olivat matkailu, musiikki ja kirjat. Kipinä matkustamiseen syttyi jo nuorena Lontoossa vietetyn au pair -vuoden aikana. Perhe matkusti yhdessä paljon, ja 1990-luvun alussa he viettivät kokonaisen vuoden Saksassa.

Arja-Leenan elämä päättyi matkalla Pariisissa, kesken yön. Syksyksi suunniteltu Yhdysvaltain-reissu jäi toteutumatta.

Raskaimmin Arja-Leenan poismeno koskettaa hänen rakkaimpiaan: aviopuolisoa, poikaa ja tyttärtä. Allua jäävät kaipaamaan sisarusket, sukulaiset sekä suuri joukko ystäviä ja työtovereita.

Eila Hannula, Elina Lampinen, Ilkka Tervo

KIRJOITTAJAT OVAT ARJA-LEENA PATANAN YSTÄVIÄ JA TYÖTOVEREITA.

Maaseudun Tulevaisuus on Suomen suurin erikoissanomalehti. Lehden levikki on 81 774 (LT 2012) ja lukijoita sillä on 329 000 (KMT syksy 2013/kevät 2014). Lehti ilmestyy kolmesti viikossa.

Pitkäaikaisen toimittajamme jäädessä eläkkeelle haemme nyt **TOIMITTAJAA** Keski-Suomen alueelle.

Työhön kuuluu maaseudun ja sen yrittäjien kannalta keskeisten aiheiden uutisointi. Jos olet osaava ja aikaansaava uutistyön ammattilainen ja tunnet lisäksi maaseudun ja sen elinkeinot, saatat olla etsimämme henkilö.

Aluetoimittajan työ edellyttää kykyä omaaloitteiseen ja itsenäiseen työskentelyyn. Samoin odotamme hyviä yhteistyötaitoja ja toimivaa yhteydenpitoa muun toimituksen kanssa.

Lisätietoja antavat toimituspäälliköt Jussi Martikainen ja Tiina Taipale p. 020 413 2100

sähköpostit: jussi.martikainen@maaseuduntulevaisuus.fi ja tiina.taipale@maaseuduntulevaisuus.fi

Lähetä vapaamuotoinen hakemuksesi mahdollisine työnäytteineen ja palkkatovomuksineen 15.10. mennessä osoitteella:

Jussi Martikainen
Maaseudun Tulevaisuus
PL 440, 00101 Helsinki
Kuoreen merkintä ”Työhakemus”

MAASEUDUN TULEVAISUUS
SUOMEN TOISEKSI LUETUIN PÄIVÄLEHTI

suoraan asiaan
KIRJOITTAJA OTTAA KANTAA.

Väkinäistä videohuumaa

Googletin sanan videojournalismi. Ensimmäisten hakutulosten joukossa on lyhyt nettikeskustelu vuodelta 2005. Kommentoija kertoo, kuinka uutistuotannon videojournalismi tuo mieleen toimittajan, jolla on ”kamera varmuuden vuoksi automaattilla, eikä kuvasommittelulla tai kerronnallakaan ole niin väliä”.

On pelottavaa, että melko tarkkaan yhdeksän vuotta vanha kommentti tuntuu pitävän paikkansa vielä tänäkin päivänä. Printtimediassa elää edelleen ajatus, että ihan sama miltä video näyttää, kunhan video on.

Monimediaisuus on tulevaisuutta. On mahtavaa, että sanomalehdet ovat lähteneet kehittämään videotuotantoaan. Mutta miksi painavaa asiaa paperille tuottavat sanomalehdet tekevät verkkoon videoita, joista sisältö puuttuu? Aina muistutetaan kuvan ja otsikon tärkeydestä: lukija kiinnittää huomionsa ensimmäisenä niihin. Miksei liikkuvalla kuvalla anneta samaa arvoa?

Kärjistän voimakkaasti. Jo pelkästään kuluvan vuoden aikana videotuotanto on kehittynyt sanomalehtien verkkosivuilla huimasti. Liian usein kuitenkin näkee, että videossa yritetään tehdä jotain, mitä ei osata. Syykin on selvä. Jos video tehdään ylimääräisenä työnä muun ohella, ei sisältöä ehditä miettiä. Onko kaikilla toimittajilla ja kuvaajilla edes tietoa, miltä haastattelukuvan kuuluu näyttää, miten kuvituskuva käytetään, kuuluuko haastateltavan ääni oikein ja miten kysymykset asetellaan? Tai miten pannaus, tiltaus, focus pull ja muut kikkailut saadaan oikeasti näyttämään hyvältä. Tekijä on aikamoisessa umpikujassa, jos ainoastaan tietää miltä hyvä video näyttää, ei miten se tehdään.

Videot tuntuvat olevan yhtä uutta ja hienoa kuin kännykkäkamerakuvat olivat reilu vuosikymmen sitten. Pikselimössökuvia katsottiin, vaikkei niistä edes erottanut, oliko kuvassa koira vai lapsi. Jos kuva liit-

tyi kohuaiheeseen, se toi jutulle lisäarvoa. Vuonna 2014 laadukkaiden videoiden tekemiseen tarvittava tekniikka on olemassa. Sitä vain pitää haluta ja osata hyödyntää.

Kympin uutisetkin voi lukea tekstinä verkosta, joten miksei osaa lehden uutisista voisi vastavuoroisesti katsoa videolta? Monimediaisuus tuo lisää sisältöä ja näkökulmia. Samaa asiaa voi katsoa useammasta näkökulmasta ja kokonaisuudesta saa laajemman kuin yhdelläkään välineistä yksin.

Video voi olla sokeri pohjalla ja piste i:n päällä. Monimediaisuus ei ole mörkö, jota pitää vältellä tai pelätä. Sitä pitää opetella, kehittää ja soveltaa.

Verkkovideoiden ei tarvitse muuttua Ylen ajan-kohtaisohjelmiksi, mutta jospa kotivideot jätettäisiin kotiin.

Jatta Lapinkangas
MONIMEDIAJOURNALISTI

Jos video tehdään ylimääräisenä työnä muun ohella, ei sisältöä ehditä miettiä.

Stereotyyppöitä rikkomassa

Anton Vanha-Majamaa kirjoitti *Journalisti*-lehden debattipalstalle (10/2014) urheilujournalismin retoriikasta. Yhtenä esimerkkinä hän käytti *Urheilulehden* kirjoittamaani artikkelia jalkapalloseura Tottenham Hotspurin juutalaiskulttuurista.

Vanha-Majamaa väittää minun käyttäneen artikkelissani ”sotienvälisiä väitteitä juutalaisista”. Hän myös toteaa, että ”futismaailman katsominen juutalaisherjan kautta ei ole journalistimäistä”. Vanha-Majamaa oli kuitenkin irrotanut neljä lausetta kahdeksansivuisen artikkelin kokonaisuudesta. Väitteeni eivät myöskään olleet sotienvälistä, vaan käytin artikkelissani juutalaislähteitä, **Anthony Clavanen** kirjaa *Does Your Rabbi Know You're Here?* ja tutkija-kirjailija **David Goldblattin** haastattelua. Kumpikin lähde mainittiin jutussa.

Vanha-Majamaan keskeiset argumentit ovat toki osuvia. Urheilujournalismin retoriikka on liian usein köyhää. Se kiertää laiskoja stereotyyppöitä ja karikatyyreja. Esimerkiksi sotaretoriikka elää vahvimmillaan juuri urheilujournalismissa. Toisaalta urheilu tarjoaa mahtavan mahdollisuuden käsitellä maailmaa. Se täytyy vain tehdä älyk-

käästi, kulttuureihin huolellisesti pureutuen. Urheilujournalismin ei tarvitse pönkittää stereotyyppöitä, se voi rikkoa niitä.

Yhtenä esimerkkinä on juuri Tottenham Hotspurin juutalaisuus. Aiheen käsitteleminen ei vahvista karikatyyreja, vaan päinvastoin rikkoo niitä. Ei ole stereotyyppistä kuvata juutalaisen onnistunutta integroitumista englantilaiseen yhteiskuntaan ja jalkapalloon.

Topias Kauhala
URHEILULEHTI

Tutkiva journalisti alitti riman

Journalistiikan vierailijaprofessori **Renny Jokelin** aloitti kautensa räväkästi. Hän haukkui avajaisluennossaan Tampereen yliopistossa Journalistiliiton sekä suuren joukon ammatti-ihmisiä, jotka työskentelevät kuntien ja valtion palveluksessa, poliittisissa puolueissa, ammatti- ja kansalaisjärjestöissä, viestintätoimistoissa, asiakaslehdissä, yrityksissä ja seurakunnissa. Erityisen pahasti Jokelin mollasi seurakuntien tiedottajia ja seurakuntalehtien toimittajia. Harrastelijabloggarit saivat osansa, samoin toimittajat, joilta puuttuu muodollinen alan koulutus.

Tutkivassa journalismissa kunnostautunut professori ei ollut

vaivautunut selvittämään Journalistiliiton jäsenkriteerien väljennyksen syitä, saati lukaisemaan muutamaa kansalaisjärjestöjen julkaisemaa pätevää aviisia tai seurakuntalehteä. Olisi kannattanut selata vaikkapa *Kirkko ja kaupunki* -nimistä laatulehteä!


Ihan pikku vinkkinä, Renny: mutuilu ei riitä. Faktat pitää tarkistaa ja kotiläksyt tehdä. Niin tekee oikea journalisti.

Tämä on vapaa ammatti, jota ei ole suojattu. Hyvin monenlaisesta koulutuksesta on alalla hyötyä, ja ilman koulutustakin on moni pitkän linjan toimittaja tehnyt hienon uran.

Näkemyksesi mukaan oikeat journalistit ovat ”vallan vahtikoiria, tiedon ja ymmärryksen tuottajia, totuuden torvia yhteiskunnassa, riippumattomia toimijoita”. Kukapa ei haluaisi olla totuuden torvi, joka kertoo yleisölle, miten asiat ovat. Tähän meitä koulutettiin aikanaan Tampereen yliopistossa. Mutta totuuden torville on yhä vähemmän kysyntää. Yleisö tekee sisältöjä itse ja seuraa toistensa tuottamaa sisältöä somessa. Ja missä on se suojatyoapaikka, jossa nykypäivän journalisti voi olla ”riippumaton toimija” – mainostajista, tilaajista, verovarosta ja klikkauksista riippumaton ”ymmärryksen tuottaja”?

Eira Serkkola

HUUHAALEHDEN TOIMITUSSIIHETEERI
”MEDIAKENTÄN AKANA”



MITÄ SINÄ OLISIT VALMIS TEKEMÄÄN SANANVAPAUDEN EDISTÄMISEKSI?

- ☐ Antaisin **50 euroa** kuukaudessa Vikesin sananvapaushankkeisiin.
- ☐ Antaisin **20 euroa** kuukaudessa Vikesin sananvapaushankkeisiin.
- ☐ Kaataisin päälleni **sangollisen jäävettä**. Jakaisin somessa videona.
- ☐ Antaisin **5 euroa** kuukaudessa Vikesin sananvapaushankkeisiin.

Viestintä- ja kehitys -säätiö Vikes tukee kehitysmaiden journalistiteja. Tänä vuonna Vikesillä on toimintaa 14 maassa Afrikassa, Aasiassa ja Latinalaisessa Amerikassa. Rahoitus hankkeisiin tulee pääosin Ulkoasiainministeriön kehitysyhteistyövaroista. Se edellyttää kuitenkin Vikesiltä noin 15 prosentin omaa rahoitusta. Pienelläkin yksityisellä tuella on siten suuri merkitys.

Ryhdy nyt kuukausilahjoittajaksi: www.vikes.fi




Nuorisoasioista
kiinnostuneiden
journalistien
jutuntekomatka
Berliiniin 8.-14.11.

Lisätiedot:
www.alli.fi/saksa

 **allianssi**

+SIRKUS hakee
**TEATTERI-
TANSSI**
**VASTAAVAA
PÄÄTOIMITTAJAA**
vakinaiseen
työsuhteeseen
1.1.2015 alkaen

Tarkemmat tiedot
teatteritanssi.fi

Kustannus Oy Teatteri
Meritullinkatu 33
00170 Helsinki

**Journalismien
päivä**

JP14

17. lokakuuta 2014
Mediakeskus Lume
Hämeentie 135, Helsinki

Ohjelma ilmestynyt
Mukana mm. Arkkikiipisa
Kari Mäkinen, Dr Katerina
Tsetsura (Oklahoma Univ),
Eoghan Sweeney (Story-
ful), Erkki Tuomioja, Timo
Soini, Heidi Hautala, Laura
Räty, Vilma Luoma-aho,
Johanna Vehkoo, Tapio
Kujala, Ville Blåfield, Jarno
Forsell, ja moni muu.

Muista ilmoittautua!
www.journalistiliitto.fi/jp

JOURNALISTI

**Ilmestymisaikataulu
2014**

aineisto | ilmestyy

12	8.10.	16.10.
13	29.10.	6.11.
14	19.11.	27.11.
15	10.12.	18.12.

Ilmoitusmyynti:
ilmoitukset.journalisti@journalistiliitto.fi

Aineisto-ohjeet,
väriprofiilin ja hinnat
löydät osoitteesta
www.journalisti.fi/ilmoittajille

Jo yli 80 suomalaistoimittajaa
on opiskellut ulkomaisissa
huippuyliopistoissa Helsingin
Sanomain Säätiön tukemana.

TOIMITTAJA- STIPENDIT

lukuvuodeksi 2015–2016
ovat nyt haettavissa.


Stipendit on tarkoitettu uransa
keskivaiheilla oleville toimittajille.
Stipendit myönnetään jatko-opintoihin
Fudanin yliopistoon Kiinassa,
Oxfordin yliopistoon Britanniassa,
Freie Universität -yliopistoon Saksassa
sekä yhdysvaltalaisiin yliopistoihin
UC Berkeley, USC Annenberg School
for Communication and Journalism
ja Columbia University Journalism
School.

Stipendiä haetaan sähköisellä
hakulomakkeella maanantaihin
27.10.2014 mennessä osoitteessa
www.apurahat.net/hssaatio/

Lisää tietoa stipendeistä:
torstaina 2.10. klo 17 Painobaarissa
(Sanomatalo, Postikuja 2)
www.hssaatio.fi
www.stipendiblogi.fi

 **HELSINGIN
SANOMAIN
SÄÄTIÖ**

*Helsingin Sanomain Säätiö on media-alan merkittävä kehittäjä
ja suomalaisen viestintäteollisuuden, erityisesti sanomalehden, tukija.
Säätiö edistää ja tukee korkeatasoista viestintään, viestintäteollisuuteen
ja sananvapauteen liittyvää tutkimusta ja alan koulutusta. Päivälehdien
arkisto ja Päivälehdien museo ovat osa Helsingin Sanomain Säätiötä.*

 **Tehy**

www.tehy.fi

Tehy-lehdessä
Päätoimittajan
vuorotteluvapaan sijaisuus
ajalle 8.12.2014-13.9.2015.

Päätoimittaja johtaa lehden seitsenhenkistä toimitusta
Helsingin Itä-Pasilassa. Tehy-lehteä kustantaa sosiaali- ja
terveysalan ammattijärjestö Tehy ry.

Odotamme päällikötason journalistista kokemusta.
Arvostamme sote- ja järjestöalan tuntemusta. Tehtävä vaatii
ymmärrystä paitsi substanssin ja tekstin, myös kuvituksen ja
taiton osalta. Tehy-lehdellä on elämä myös verkossa, joten
päätoimittajan tulee tuntea myös digijulkaisemisen ja somen
maailmaa.

Sijaisen tulee täyttää vanhat vuorotteluvapaan ehdot ja
olla työttömänä työnhakijana vähintään yhden päivän ajan
ennen työsuhteen alkua.

Hakemukset palkkatoivomuksineen 17.10. mennessä
sähköpostitse Marjo Väyryselle, marjo.vayrynen@tehy.fi
otsikolla "Päätoimittajan sijaisuus".
Lisätietoja päätoimittaja Päivi Jokimäki, paivi.jokimaki@tehy.fi
tai viestintäjohtaja Katri Lindqvist, katri.lindqvist@tehy.fi.

Tehy ry | PL 10, 00060 Tehy | Asemamiehenkatu 4
Puh. (09) 5422 7000 | www.tehy.fi

 **Suomen Journalistiliitto
Finlands Journalistförbund**

Käyntiosoite / Besöksadress
Säästöpankinranta 2, 7.krs., 00530 Helsinki
Sparbankskajen 2, 7. vån., 00530 Helsingfors

Puhelinvaihte / Telefonväxel
(09) 6122 330

Postiosoite / Postadress
PL 252, 00531 Helsinki
Box 252, 00531 Helsingfors

Verkkosivut / Webbsidor
www.journalistiliitto.fi
www.journalistforbundet.fi

Puhelinpäivystys / Telefonjour
**Laki- ja työehtoneuvonta /
Kollektivavtalsrådgivning**
044 755 5000 (klo 13.00–16.00)
Jäsenmaksut / Medlemsavgifter
040 752 5372, 050 366 3501
(klo 9.00–11.30)
Muut jäsenasiat / Övriga medlemsärenden
050 369 4737 (klo 9.00–11.30)
Finka/ A-kassa
(09) 6120 2855 (ma–to klo 9.00–11.00)

Sähköpostit / E-post
info@journalistiliitto.fi
jasenasiat@journalistiliitto.fi
(jäsenasiat/medlemsärenden)
etunimi.sukunimi@journalistiliitto.fi
fornamn.efternamn@journalistiliitto.fi

taka-ikkuna

KIRJOITAJIINA VUOROTTELEVAT JOURNALISTIN TOIMITTAJAT.

Bermudan Sanomat

Mediajätikö muka har-maita ja tosikkomai-sia? Ei ole totta!

Syyskuun alussa ainakin Sanoma osoitti kykenevän-sä nauramaan omalle imagol-leen. Yhtiö lähestyi lähim-mäisiään parhaaseen itseparo-diatyyliin laaditulla kirjeellä, jonka mukaan se on ulkoista-nut talouden palvelukeskuk-sensa toiminnot veroparatiisi (termi on kylläkin unohtunut Sanoman huumoritiedottees-ta) Bermudalle rekisteröidylle yritykselle nimeltä Genpact.

Tästä lähtien esimerkiksi freetoimittajien on asioitava Genpactin Intian-haaran kanssa *in English*. *There may be some delays in Sanoma's ability to pay you anything at all*, jos tiedotetta on tulkitse-minen.

Sanoman mukaan toimen-piteen "tavoitteena on lisätä joustavuutta ja kustannus-tehokkuutta sopeuttamalla taloustoimintojen organisaa-tio muuttuvaan toimintaym-päristöön". Soitto yhtiön talouden palvelukeskukseen paljastaa, että työntekijätkin on saatu vitsiin mukaan. Vähän surulliselta kuulostava ihminen kertoo, että työpaik-kojahan täältä häviää, ja an-keita ovat fiilikset.

Sanomatalouden globaalit mittasuhteet saavuttava maa-palloistuminen ja toiminta-ympäristöjen kiihtyvä orga-nisoituminen eivät varmasti-kaan ole päättymässä tähän. Äsken itse omaksi huvikseni kirjoittamani huumoriuuti-sen mukaan Sanomalla suun-nitellaan seuraavaksi finanssi-ja verosuunnitteluyhteistyötä Shanghain triadien ja Helsin-gin huumepoliisin kanssa. Sanoman lippulaivatuotteiden tunnetusti kyvykkäät tutki-vat journalistit odottavat tätä kaikkea sormet syhytten.

Manu Haapalainen

Varastettuja alastonkuvia

Hakkerit varastivat kymme-nien amerikkalaisten näyt-telijöiden ja julkisten yksi-tyisiä kuvia, ja julkaisivat ne elokuun lopulla netissä. The Voice -radiokanavan sivuilla julkaistiin artikkeli, jossa an-nettiin linkki **Jennifer Law-rencen** varastettuihin alaston-kuviin.

"Kuvat ovat näyttelijän kan-nalta noloa katsottavaa. Niissä nainen poseeraa mitään peit-telemättä kameran edessä", ju-tussa todettiin.

"Katso kuvat täältä", linkin yhteydessä kehoitettiin.

The Voicen omistava SBS Discovery on kertonut teke-vänsä Suomen eettisintä viih-dejournalismia. Esimerkiksi **Johanna Tukiaista** ei ole The Voicessa vuosiin käsitelty.

SBS Discovery Radio Oy:n toimituspäällikkö **Mikko Räsänen** kertoo, että jul-kaisu oli inhimillinen virhe.

"Nettitoimitus pyrkii teke-mään juttuja nopeasti, eikä toi-mittaja tullut ajatelleeksi, että eettinen ja juridinen puoli oli näissä kuvissa räikeästi pieles-sä", Räsänen kertoo.

The Voicen sivustolla on edelleen *Paljasta pintaa* -osio, jossa esitellään lähikuvina aiheita kuten *Hups! Vilahtiko Jennifer Lopezin alapää punaisella matolla? Katso.*

Kalle Kinnunen



Kuin jänikset. Talouselämä otti verkko-otsikossaan kantaa kes-kusteluun syntyvyyden laskusta räväkällä tavalla. Pidemmälle lukemalla tosin selviää, että kyse on kuivakasta tilastojutusta. Otsikon ja tekstin eriparisuutta voi selittää se, että teksti on kopi-oitu Kelan tiedotteesta. Se oli otsikoitu paljon tylsemmin: "Elatus-tukea saaneiden lasten määrä kasvoi edelleen." – Marja Honkonen

Ennen oli kunnollista

Tampereen yliopiston journalis-tiikan vierailijaprofessori

Renny Jokelin aloitti kau-tensa tarttumalla alan keskei-seen kipukohtaan: kuka saa tunkea Fedora-hattunsa nau-han alle kortin, jossa lukee "Press"?

Journalistiliiton jäsenkritee-rien muutos voi Jokelinin mu-kaan viedä journalisteilta uskot-tavuuden. Kuka tahansa voi päästä journalistiksi! Koulutuk-

sella ei ole enää mitään väliä!

Alan tulevaisuudesta oltiin huolissaan myös vuosikymmen sitten, kun itse aloitin journa-lismiopintoni. Herrat isoista mediataloista kävivät kerto-massa, että toimittajaksi kaiva-taan "hyviä tyyppejä". Mutta varjele alaa näiltä kymppin ty-töiltä, joita yliopisto tuuppaa toimituksiin! Koulutusta löy-tyy, muttei kokemusta elävästä elämästä!

Niin ne ajat muuttuvat. En-nen oli aina paremmin, paitsi sitä ennen, jolloin oli vielä pa-remmin. Silloinkin tosin lehti-

miehen nimikettä käytti hävyt-tömästi **Eero Erkko**, pahai-nen orimattilalainen ylioppilas.

Marja Honkonen

Toiset sen osaa

Jos ei vielä kukaan oikein hahmo-ta, miten yhä pienempi määrä toimittajia selviytyy yhä suu-remmasta määrästä työtä, *Me Naisten* nettisivuilla 17. syys-kuuta julkaistu juttu auttaa ja vinkkaa.

Otsikolla *Glorian päätoi-mittaja tapasi Ruotsin kunin-kaan heti kolarin jälkeen: "Hän ei näyttänyt loukkaantuneelta"* julkaistussa jutussa päätoimit-taja kertoo, että kuningas oli auto-onnettomuudesta huoli-matta aivan oma itsensä ja että myös tämän tyyli oli kunnossa:

"Hän näytti oikein hyvältä. Punaisen solmion, keskihar-maan puvun ja vaaleansinisen paidan yhdistelmä oli maltilli-nen ja tyylikäs, mutta sai hänet erottumaan selvästi muista miehistä."

Päätoimittaja ei siis jättäy-tynt vain "tilaisuuteen kut-sutuksi" ja tyytynyt "kätte-lemään kuningasta lounaan yhteydessä" vaan venyi myös toisen lehden uutisenaiksi, haastateltavaksi, tyylipoliisiksi ja jopa kuvaajaksi.

Ja kun jutun otsikkoa ja yhtä sen kolmesta kuvasta kat-soo, olisiko hän ehtinyt vähän olemaan myös itse uutisena?

Nina Erho

Toimitusvaikeuksia



KASPER STRÖMMAN

