

LÖÖPPI

3 / 2022 · HELSINGIN SEUDUN JOURNALISTIT

ELÄMÄÄ UUTISSYKKEESSÄ

Ilta-Sanomien politiikantoimittaja Olli Waris hengittää uutisia eikä aina muista vaihtaa vapaalle. Niin elää myös moni muu uutistyoiläinen.

**HELSINGIN SEUDUN
JOURNALISTIEN JÄSENLEHTI**

29. vuosikerta

Vastaava päätoimittaja

Marjaana Varmavuori
puh. 050 545 4130
marjaana.varmavuori@gmail.com

Tuottaja

Annamari Typpö
puh. 050 387 4005
annamari.typpo@gmail.com

Graafikko

Outi Kainiemi

Muu julkaisuryhmä

Pekka Holmström
Mia Palokallio
Tommy Pohjola

Kannen kuva

Pekka Holmström

**Helsingin Seudun Journalistit
Puheenjohtaja**

Marjaana Varmavuori

HSJ:n toimisto

Kaisaniemenkatu 1 BA 7. krs.
00100 Helsinki

Toiminnanjohtaja

Johanna Sillanpää

Hallintopäällikkö

Jaana Virtanen

Ilmoitushankkija

Erkki Hirvonen
puh. +358 50 550 6172
eki.hirvonen@kolumbus.fi

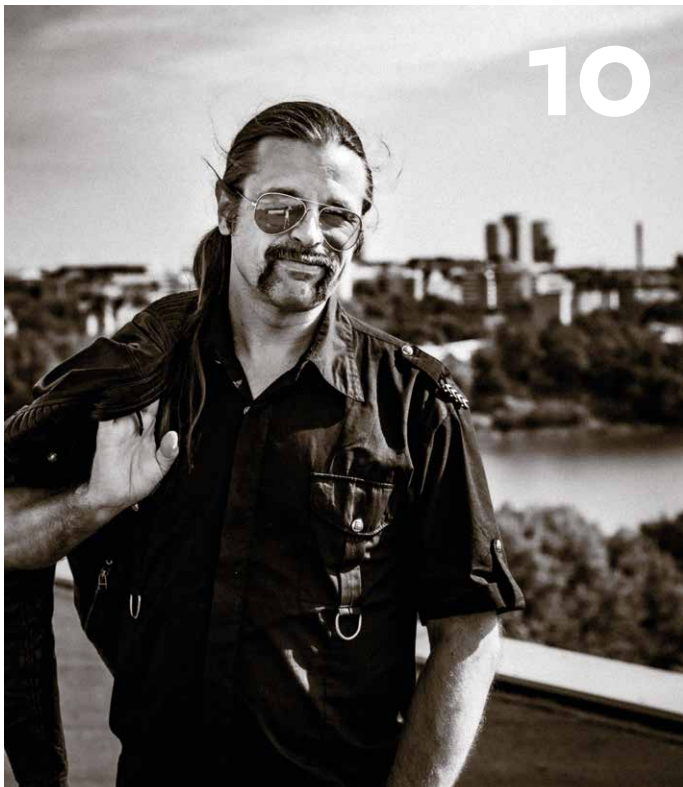
Painopaikka

Grano

ISSN -L 1455-0032

**HSJ TIEDOTTAA TILAISUUKSISTA
SÄHKÖPOSTILLA. VARMISTA,
ETTÄ MEILLÄ ON TOIMIVA
SÄHKÖPOSTIOSOITTEESI.**

PEKKA HOLMSTRÖM



Lukijan on vaikea ymmärtää, jos Yleltä jää uutisia julkaisematta tai yhteiskunnallisia epäkohtia paljastamatta sen takia, ettei tekstimuotoiseen juttuun ole saatavilla liikkuvaa kuvaa tai ääntä, kirjoittaa Journalistin toimitussihteeri Manu Marttinen.

3 PÄÄKIRJOITUS

4 Journalisti joustaa ja jopa nauttii siitä

10 KOLUMNI Yle-laki ei paranna kaupallisen median tuloksia

12 Kuvittaja, joka katselee maailmaa toimittajan silmin

16 Kertomataiteilijat mobiiliajassa

18 Toimittajatkin ovat sisällöntekijöitä

22 HELMIJUTTU Metsä kuuluu yhä musiikissa

26 Viihdytä, opeta ja inspiroi

29 Tiktokissa voi metsästää uusia yleisöjä

32 HUOPAAJA



Tummia pilviä mediakentän yllä

LEHTIALALLA on joskus pyyhkinyt paremmin. Koko 2000-luku on kärvistelty rakenne- muutoksen kourissa, kun mainoseurot ovat valuneet kiihtyvällä tahdilla printistä muihin kanaviin. Digitaalista tulevaisuutta kohti on yritetty luovia pitämällä tiukkaa kulukuria ja satsaamalla kehitystyöhön.

Juuri kun alkoi paikoittain olla aistittavissa toivon pilkahduksia, kiinalaiselta torilta lähti liikkeelle vitsaus, joka toi lisää turbulenssia koko media- markkina. Töyssyinen meno on jatkunut Ukrainan sodan ja sen myötä syventyneen energiakriisin vuoksi.

Painopaperista on ollut pula, ja ennestään kovassa nousussa olleisiin jakelukustannuksiin kohdistuu entistä kovempi nousupaine. Samaan aikaan inflaatio huutelee historiallisen korkeissa luke- missa ja talveksi povataan jättimäisiä sähkö- laskuja.

Moni kuluttaja onkin vetänyt kukkaron- nyörit suppuun tai vähintäänkin käy kulujaan läpi entistä kriittisemmin. Rahankäytön prio- risoinnissa voi lehtitilaukselle käydä kehnosti.

Ja niin kuin maailman myllerrykset eivät olisi puhallelleet riittävästi tummia pilviä mediakentän ylle, Suomen hallitus puski kesällä läpi lain puhelinmyynnin kirjallisesta jälkivahvistuksesta.

Vuodenvaihteessa voimaan astuva laki tulee todennäköisesti olemaan kova isku sanoma- ja aikakauslehtimyynnille, jossa suuri osa tilauksista tehdään puhelimitse. Medialiitto arvioi, että lakimuutos voi vähentää puhelimitse tehtäviä lehtitilauksia 20–25 prosenttia.

Useimmat mediatalot tietysti tekevät haasteista huolimatta ihan kelpo tulosta. Kun kulut jatkavat kasvuaan ja media- ja tilausmyynti

sakkaa, edessä voi silti olla kor- jausliikkeitä – myös sellaisia, joilla on henkilöstövaikutuksia.

Sopivasti keskellä maailman kuohuntaa julkaistiin jälleen yksi mediatukien vaikutuksia arvioiva raportti. Elokuisessa paperissa nostettiin esiin median toimintakyvyn merkitys Suomen kokonaisturvallisuudelle ja huoltovarmuudelle.

Josko seuraava hallitus vihdoinkin saisi tehtyä jotakin median tukemiseksi.

Suomalaiset toimittajat ovat useimmiten häveliäästi hiljaa, kun heidän asioistaan käydään julkista keskustelua. Erityisesti näin eduskuntavaalien alla olisi kuitenkin syytä pitää meteliä mediatuen tarpeesta. Kyse kun ei ole vain meidän työpaikoistamme, vaan myös demokratian toimintaedellytyksistä. ●

”Rahankäytön priorisoinnissa voi lehti- tilaukselle käydä kehnosti.”

Marjaana Varmavuori

marjaana.varmavuori@gmail.com



JOURNALISTI JOUSTAA JA JOPA NAUTTII SIITÄ

Uutistyö on tehostettu mediatalojen säästö-
talkoiden myötä äärimmilleen. Kolme alalla
työskentelevää kertoo, miten hektisen työn ja
muun elämän yhdistäminen oikein onnistuu.

TEKSTI VALTTERI PARIKKA KUVAT PEKKA HOLMSTRÖM

Toimitusten vauhti on kiihtynyt vuosien varrella,
sanoo Iltalehden monimediakuvaaja Jenni Gästgivar.

Elämme kiihkeää uutisaikaa. Kun koronapandemiasta päästiin, syttyi sota ja Suomen Nato-kelkka kääntyi. Otsikot pamahtelevat näytölle tiiviimmällä tahdilla kuin koskaan aiemmin.

Samaan aikaan toimittajia on alati vähemmän. Kymmenessä vuodessa journalistien määrä työpaikoilla on mediatalojen säästötalkoiden vuoksi pudonnut liki 40 prosenttia.

Missä se näkyy, kun työt lisääntyvät ja tekijät vähentyvät?

– Jaksamisesta puhutaan koko ajan enemmän. Se tulee esiin vähän joka kautta, vastaa Journalistiliiton puheenjohtaja **Hanne Aho**.

Ahon mukaan epäsuhtaa paikataan muun muassa sillä, että toimittajat ovat valmiita joustamaan ja tekemään töitään pettämättömällä ammattitaidolla. Hän sanoo, että työnantajatkin ovat jo oppineet luottamaan joustoon, joten lisäresursseja ei välttämättä aina hankita.

– Se on tavallaan ihanaa, että toimittajat rakastavat työtään niin paljon, ettei heitä saa välillä oikein millään pois työpaikalta. Kenenkään työsopimus ei kuitenkaan vaadi sitä. Tämä on liitossakin meille vähän vaikea asia, kun emme voi olla vieressä valvomassa ja kieltämässä tekemästä.

Kolme uutistyöntekijää kertoo, miten he ovat soittaneet uutisoinnin intensiivisen rytmin muuhun elämäänsä.

JONKUN MUUN VUORO VENYÄ

– Mun pitää osata olla aika tiukka näiden asioiden kanssa, sanoo *Iltalehden* monimediakuvaaja **Jenni Gästgivar**.

Hän puhuu siitä, ettei voi enää suostua ihan mihin tahansa yllättävään työvuoroon, sillä 3-vuotias **Jekko**-poika pitää hakea työpäivän päätteeksi päiväkodista sovittuun aikaan, yleensä noin kello 18. Gästgivar on itsellinen äiti, eli hän on saanut Jekon lahjasolun avulla yksin ilman toista huoltajaa. Silloin lapsi on hoidettava lähtökohtaisesti itse.

– Pelastukseni on ollut, että sain lapseni vuoro-ohitopäiväkotiin. Siellä lapsi voi olla periaatteessa vaikka yön yli, mutta aikataulut pitää ilmoittaa viikkoa etukäteen. En siis voi enää lähteä viideltä



Kolmivuotias Jekko-poika on nyt ykkönen Jenni Gästgivarin prioriteettilistalla.

”vielä yhdelle nopealle keikalle Espooseen”, Gästgivar sanoo.

Gästgivarin mukaan valokuvaajan työssä ei aamulla voi tietää, millainen päivä on edessä. Hän sanoo törmäävänsä viikoittain tilanteeseen, jossa hän on vielä käsittelemässä edellisen keikan kuvia, kun tuleekin jo seuraava yllättävä uutistilanne – esimerkiksi hallituksen iltakoulu, johon tarvitaan nopeasti kuvaaja.

Gästgivar sanoo olevansa periaatteessa ”kiireestä tykkääjä”, mutta nykyään hänelle tulee joskus huono omatunto siitä, ettei kaikki jousto olekaan enää mahdollista. Oma lapsi on prioriteettilistan ykkönen. Ennen äitiyttään hän oli usein valmis päivystämään

**”ÄÄRIMILLEN TEHOSTETTU KUVAUS-
KÄYTÄNTÖ VIE TYÖSTÄ HOHTOA.”**

”KUINKA VOI KASVAA ASIANTUNTIJAKSI, JOS EI SAA JATKAA NIISSÄ HOMMISSA, JOISSA ON JUURI PÄÄSSYT ALKUUN?”

ministereitä Säätytalon edessä vaikka koko illan tarpeen vaatiessa.

– Olen kyllä yrittänyt muistuttaa itseäni siitä, että nyt on työnantajan vuoro joustaa. Minä olen joustanut oman osuuteni ja nyt on se lyhyt aika elämässäni, jolloin lapseni tarvitsee minua enemmän.

41-vuotias Gästgivar on pannut merkille, miten paljon toimitusten arki nykyisin perustuu joustamiseen. Moni on kutsumustyössään ja valmis uhraamaan paljonkin uutisten eteen – normaalin työajan päälle.

– Olen seurannut toimituksessa vierestä montaa nuorta ja huomannut, että joustoa kysytään todella usein. Joskus tekisi mieli muistuttaa heille, että työntekijälle journalismi ei ole pikamatka, vaan pikemminkin maraton.

Gästgivar sanoo, että hänen kokemuksensa perusteella toimitusten ”vauhti on kiihtynyt” vuosi vuodelta. Se on vaatinut myös työn järjestelyn tehostamista.

– Nykyään keikat tapahtuvat aiempaa nopeammin. Usein kuvattavat esimerkiksi tulevat meidän luoksemme eikä toisinpäin.

Gästgivarin mukaan monet jutut tehdään *Ilta-lehdessä* nykyisin niin, että haastateltavat saapuvat itse Alma-talolle. Näin toimittajan ja valokuvaajan aikaa ei kulu matkustamiseen. Se helpottaa hurjasti tiiviitä työpäiviä.

Äärimmillen tehostettu kuvauskäytäntö vie kuitenkin toisinaan työstä hohtoa, Gästgivar sanoo. Ympäristön näyttäminen kuvissa muuttuu ennemminkin sen piilottamiseksi. Tiukasti rajattujen kuvien tarina jää helposti ohueksi.

– Välillä sitä tietysti toivoo, että pääsisi useammin kuvattavalle merkitykselliseen paikkaan ja saisi kuulla samalla ”koko stoorin”. Alma-talossa alkaa olla samat ikkunanvälit käytetty moneen kertaan.

Gästgivar näkee, että yksinhuoltajuuden sovittaminen nopeatempoiseen työhön on ollut mahdollista ennen kaikkea siksi, että hän on ollut työyhteisössään tilanteestaan riittävän avoin. Kun kaikki tietävät, mistä on kyse, on helpompi järjestää asiat kaikille sopiviksi.

– Haluan kiittää esimiehiäni ja työyhteisöäni siitä, että tämän työn tekeminen on nytkin mahdollista. Harvoin tulee tilanteita, jolloin minun pitää muistaa sanoa tiukasti, etten voi jäädä ylitöihin, koska lapsi odottaa päiväkodissa.

YLIVIREÄN SÄÄTÄJÄN RAUHA

Kesäisenä torstai-iltapäivänä *Helsingin Sanomien* toimittaja **Alma Onali** lähetti työyhteisölleen sähköpostiviestin.

– Haikein mielin ilmoitan, että minulla on enää pari viikkoa työsarkaa jäljellä, Onali kirjoitti.

Kesä 2022 oli Onalin kuudes *Helsingin Sanomissa*. Kesien lisäksi hän on tehnyt lehdelle lukuisia ketjutettuja pätkiä erilaisissa työtehtävissä ja myös toiminnut Tallinnan avustajana. Onali oli monen mielestä niin sanotusti toimituksen vakiokalustoa, vaikkei vakisopimusta taskussa ollutkaan.

Jäähyväissähköpostin syy oli se, että Onali oli päättänyt siirtyä akateemiseen maailmaan, Tampereen yliopiston väitöskirjatutkijaksi. Hän alkaa tutkia ihmisen ja muovin suhdetta. Muutos tuntuu oikealta, vaikka päätös olikin todella vaikea tehdä, Onali kertoo.

– Aivoihini laskeutui käsittämätön rauha, kun tieto väitöskirjapaikan saamisesta varmistui.

Onalin mukaan toimittajan työn paras ja kamalin puoli on se, kun työtä tehdään ”tuli perseen alla”. Hän sanoo rakastavansa uutistyön hektisyyttä ja kertoo esimerkin kesältä 2019, jolloin käsissä oli skuuppi, työtunteja tehtiin niitä laskematta ja väsymyksen tunsi vasta kotona sängyssä.

– Kun toimituksessa tunnistettiin, että Porvoon poliisiampujat tulivat Ruotsista, pomo soitti ja kysyi, ehditkö kolmen tunnin päästä lentokoneeseen. Tuolla varoitusajalla olin sitten kuusi päivää Tukholmassa, Onali kertoo.

– Ruotsissa puhuin monta päivää ympäri ampujien isää haastatteluun. Sain haastattelun vasta pari tuntia ennen paluulentoani Suomeen. Kirjoitin juttua kauhealla kiireellä junassa ja lentokoneessa seuraavan päivän lehteen. Adrenaliini virtasi, ja koko muu elämä oli sivussa. Juttu julkaistiin vielä samana iltana. Julkaisun jälkeen makasin meritähtiasennossa Sanomatalon lattialla.

Tällä hetkellä Onalista tuntuu vapauttavalta ajatus, että hän saa perehtyä syvällisesti yhteen asiaan ilman painetta uutiskilvasta tai printin aikataulusta. Mesi-koirallekaan ei tarvitse etsiä pika-aikataululla hoitajia ulkomaankomennuksien vuoksi. Onali saa



Jos minulla olisi ollut vakipaikka, en olisi luultavasti alkanut edes harkita loikkaamista yliopistolle, Helsingin Sanomista väitöskirjatutkijaksi siirtyvä Alma Onali sanoo.

kasvaa yliopistolla rauhassa asiantuntijaksi, mikä ei samoissa määrin onnistunut journalismin parissa tehtyjen työpätkien vilistessä silmissä.

– Tänä päivänä toimittajilta odotetaan erikoistumista ja asiantuntemusta, mutta sellaisen ei anneta kehittyä. Kuinka voi kasvaa asiantuntijaksi, jos ei saa jatkaa niissä hommissa, joissa on juuri päässyt alkuun?

Esimerkiksi viimeisen, vuoden mittaisen työsopimuksensa aikana Onali otti haltuun taloustoimittajan vaikeaa toimenkuvaa. Talousjournalismin kiemuroiden opetteluun meni aikaa ja vaivaa. Työsopimuksen lähestyessä loppuaan heräsi kuitenkin kysymys, kannattaako vaivannäkö, jos seuraava pesti onkin taas jossain aivan toisaalla.

Eikä Onali voi sitäkään kiistää, että tuntui imartelevalta, kun häntä houkuteltiin tutkimushommiin yliopiston suunnalta. Signaali oli kovin toisenlainen kuin uutistoimituksessa, jossa työsuhteen jatkoa joutui usein jännittämään aivan viime metreille saakka.

Opiskelijalle pätkätyöt sopivat Onalin mukaan hienosti. Elämää oli mukava rytmittää työkomennusten mukaan, ja määrätyillä ajanjaksoilla oli helppo repiä itsestään kaikki irti. Opintojen päättymisen ja asunto-

lainan hankkimisen jälkeen työsuhteen epävarmuus alkoi tuntua ennemminkin kuormittavalta tekijältä.

– Jos minulla olisi ollut vakipaikka, en olisi luultavasti alkanut edes harkita loikkaamista yliopistolle. Kun työsuhde toimituksessa oli kuitenkin loppumassa eikä uudesta sopimuksesta ollut takeita, annoin ajatusteni auaa yliopiston suuntaan. Mitä enemmän sitä ajattelin, sitä paremmalta se tuntui.

Ei Onali kuitenkaan ole katkera journalismille eikä työnantajalleen, päinvastoin. Hän on osannut nauttia työstään täysin siemauksin. Jäähyväissähköpostissaan Onali ilmaisi toiveensa siitä, että saisi tehdä freelance-toimittajan töitä tutkijan toimen ohessa. Vaikka nyt tuntuukin hyvältä hypätä sivuun journalismin kiihkeästä arjesta, hän uskoo kaipuun yllättävän pian.

– Journalismi sopii kaltaiselleni ylivireälle säätäjälle.

HUONO OMATUNTO TYHJÄSTÄ AJASTA

Joskus kun *Ilta-Sanomien* politiikantoimittaja **Olli Waris** vie kiihkeän työpäivän jälkeen lapsiaan harastuksiin, hän havaitsee, että työmoodi on jäänyt päälle. Kun on koko päivän elänyt uutisvirrassa, ei

”KÄNNYKÄSTÄ TULEE VÄHÄN VÄLIÄ VILKUILTUA UUTISPÄIVITYKSIÄ, KOMMENT- TEJA JA UUSIMPIA SOMEKIEKAUKSIA.”

olekaan ihan helppoa olla yhtäkkiä henkisesti läsnä arjen menoissa. Sen huomaa, kun uutisia hengittävät kollegat vaihtuvat ympärillä ”siviileiksi”.

– Kännystä tulee vähän väliä vilkuiltua uutispäivityksiä, kommentteja ja uusimpia somekiekauksia. Se on sellainen vähän huonokin tapa olla koko ajan kartalla siitä, mitä tapahtuu.

Waris kuvaa työtä iltapäivälehdessä hyvin intensiiviseksi. Hän nimittää iltapäivälehtiä ”masiinoiksi, jotka pyörivät 24/7 ja reagoivat kaikkiin uutisiin ja puheenaiheisiin”. Poliitikantoimituksessa tilanne on vielä siitä erilainen, että uutistapahtumat saattavat vyöryä päälle aivan poikkeuksellisella voimalla. Kovimpiin uutistapahtumiin pitää olla aina valmiina, ja lisäksi tulee tehdä paljon ”piilotyötä” eli ajan-kohtaisohjelmien, lehtien ja somen seuraamista.



Ilta-Sanomien poliitikantoimittaja Olli Waris viihtyy parhaiten työssään silloin, kun tapahtuu.

Waris on siitä tyypillinen uutistoimittaja, että hän viihtyy parhaiten työssään silloin, kun tapahtuu. Hän kuitenkin puhuu myös kolikon toisesta puolesta: jostain syystä voi tulla huono omatunto, jos jonain päivänä uutisia ei synnykään täydellä temppolla tai aiheita menee roskakoriin.

– Se on sellainen sisäinen ääni, joka sanoo, että etkö saa nyt mitään aikaan. Minusta toimittajan työn vaikein ja kiehtovin puoli on juuri se, miten tuottaa joka päivä jotain uutta, kiinnostavaa ja merkityksellistä tietoa. Joinain päivinä se on helpompaa kuin toisina.

Waris pitäisi tärkeänä oppia nauttimaan enemmän myös niistä hetkistä, jolloin uutistilanne ei ole päällä. Sitä aikaa pitäisi osata käyttää nykyistä paremmin ideointiin, taustoitukseen ja suunnitteluun. Työn ulkopuolella pitäisi muistaa myös levätä.

Oman toimituksensa resurssitilanteen Waris näkee tällä hetkellä kohtuullisen hyväksi. Hän sanoo olevansa tyytyväinen siihen, että jossain on ymmärretty, että työ on tehokkainta, kun kirjoittajat keskittyvät kirjoittamiseen, kuvaajat kuvaamiseen, julkaisijat julkaisemiseen ja niin edespäin. Kaikissa toimituksissa tämä ei kuitenkaan ole mahdollista, Waris lisää. Hän sanoo nähneensä myös irtisanomisten jälkeisiä ”monimediatoimittaja”-aikoja, jolloin yksittäisten työntekijöiden toimenkuvaa yritettiin laajentaa maksimiin.

– Toisaalta siinä on paljon hyvääkin, että toimittajat ovat joutuneet opettelemaan laajemmin omaa alaansa. Se on ammatillisesti kehittävä, kun näkee vähän muitakin työtehtäviä kuin sitä tutuinta. Tällä alalla ihmisillä on pääsääntöisesti kova halua oppia uutta, Waris sanoo.

– Kuitenkin se on sanottava, että jos on mahdollisuus valita, teen sitä, mitä parhaiten osaan.

Wariksen mielestä toimittajien pitää osata itse raivata työssään tilaa myös ”tyhjälle ajalle”. Se tuo työhön kaivattua tasapainoa ja poikii yleensä uutisaiheitakin, joita ei muualta löydä. Työn ydintä ei ole pelkkä uutisten kirjoittaminen, vaan myös niiden omaehtoinen hankkiminen.

– Eipä viestintäopinnoissa koskaan puhuttu siitä, kuinka tärkeää journalismissa on sosiaalinen kanssakäyminen, ihmisten tapaaminen ja vaikka lounastaminen. ●

Lööpin kolumnisarjaa jatkaa Journalistin toimitussihteeri Manu Marttinen. Hän kehottaa kaupallista mediaa kohdistamaan kriittisen katseensa Ylen sijaan hallituksen suuntaan.

YLE-LAKI EI PARANNA KAUPALLISEN MEDIAN TULOKSIA

UUSI YLE-LAKI astui voimaan elokuun alussa. Lain mukaan Ylen verkkojutuissa pitää olla pääsääntöisesti ääntä tai liikkuvaa kuvaa. Jos näin ei ole, sisältö saattaa rikkoa lakia ja kaupallisen median etuja valvova Medialiitto voi kannella rikkeestä EU:n komissiolle.

Valmisteluvaiheessa lakia ajanut Medialiitto perusteli Ylen sisältöjen rajoittamista sillä, että Ylen ilmaiset tekstisisällöt syövät kaupallisten verkkolehtien tilauksia. Medialiiton mielestä Ylen tekstisisällöt myös kaventavat vapaan lehdistön elintilaa.

Medialiitossa ei kuitenkaan tunnuta oikeasti uskovan siihen, että laki vaikuttaisi kaupallisen median menestykseen. Medialiiton toimitusjohtaja **Jukka Holmström** kiemurteli kiusaantuneen oloisena, kun *Journalistin* toimittaja **Manu Haapalainen** kyseli, koska uuden Yle-lain vaikutusten voi olettaa näkyvän mediatyhtiöiden tuloksissa ja minkä suuruisina. Vastaus jättää lukijan hämmentyneeksi:

”Lakia muutettiin sen takia, että se ei aiemmin noudattanut EU:n sääntelyä”, Holmberg sanoi 5. elokuuta *Journalistin* verkkosivuilla julkaistussa haastattelussa.

Holmström totesi haastattelussa myös, että ”nyt on olennaista, miten uutta lakia noudatetaan.”

Niin. Joku voisi ajatella, että olennaista olisi se, millaista journalismia Yle tekee – ei se, noudattaako se journalismia tehdessään lakia, jonka vaikutuksiin Medialiitto ei itsekään tunnu uskovan.

Ylen toiminta on nyt joka tapauksessa muodollisesti EU-kelpoista. Medialiiton kanta kertoo kuitenkin sen, minkä kaikki jo tietävät: laki ei vaikuta mediatalojen tuloksiin eikä tekemisen edellytyksiin millään tavalla. Ei *Helsingin Sanomien* tai vaikka *Keskisuomalaisen* potentiaalisesta lukijasta tule lehden tilaajaa Yle-lain muutoksen takia vaan siksi, että niiden tuottamat sisällöt saattavat kiinnostaa lukijaa.

Lukija tuskin on huomannut ensimmäisten lain

voimaantumisen seuranneiden viikkojen aikana mitään muutosta Ylen sisällöissä. Sen sijaan moni lehtien taloussivuja lukenut on pannut merkille, että mediatalojen talousluvut ovat olleet jo pidemmän aikaa kasvussa. Esimerkiksi Alma Media antoi kesällä positiivisen tulosvaroituksen – jo kolme viikkoa ennen kuin Yle-laki astui voimaan. Myös Sanoman liikevaihto oli alkuvuonna kasvussa. Kummankaan yhtiön osavuositarkastusten tulevaisuudennäkymiä käsittelevässä osiossa ei puhuta sanallakaan Yle-laista tai sen vaikutuksista yhtiöiden näkyymiin.

Jokainen alalla oleva toivoo, että vanhat hyvät ajat palaisivat ja mediatatolot menestyisivät myös taloudellisesti. Liikenne- ja viestintäministeriön perustaman mediatukityöryhmän elokuussa julkaistun raportin mukaan näkymät eivät kuitenkaan ole ruusuiset. Facebook ja muut vastaavat toimijat vievät aiemmin mediataloille tulleet rahat ja kelkkaa on vaikea kääntää.

Työryhmä päätyikin suosituksissaan siihen, että myös kaupallista mediaa olisi Suomessa syytä tukea nykyistä enemmän. Toisin kuin muut Pohjoismaat, Suomi ei tue mediataloja käytännössä lainkaan.

Raportin mukaan pysyvillä mediatuilla voi kuitenkin olla jopa haitallisia vaikutuksia. Esimerkiksi alan uudistuminen saattaa hidastua, jos olemassa olevia toimintatapoja ylläpidetään sen sijaan että koetettaisiin keksiä uusia.

Silti kaupallisen median kannattaisi kääntää tykkinsä hallituksen suuntaan eikä jatkaa Ylen heikentämiskampanjaansa. Nykyinen hallitus ei ole lupauksistaan huolimatta tehnyt mitään media-alan taloustilanteen parantamiseksi, mutta ehkä seuraava hallitus ymmärtää media-alan huolia nykyistä paremmin.

Lukijan sen sijaan on vaikea ymmärtää, jos Yleltä jää uutisia julkaisematta tai yhteiskunnallisia epäkohtia paljastamatta sen takia, ettei tekstimuotoiseen juttuun ole saatavilla liikkuvaa kuvaa tai ääntä. ●

”JOKU VOISI
AJATELLA, ETTÄ
OLENNAISTA
ON, MILLAISTA
JOURNALISMIA
YLE TEKEE.”



KUVITTAJA, JOKA KATSELEE MAAILMAA TOIMITTAJAN SILMIN

Keskellä karjaalaista maalaismaisemaa syntyvät artikkelit, karikatyyreja, kuvituksia, grafiikkaa, biisejä, taittotöitä, muotokuvia ja käännöksiä. Sebastian Dahlström ei ole hetkeäkään ajatellut, että hänen tulisi olla vain kuvittaja.

TEKSTI TIJU POHJOLAINEN KUVAT PEKKA HOLMSTRÖM

Jokin aika sitten **Sebastian Dahlström** oli lounaalla kirjantähtänsä kanssa, kun tämä kysyi, mitä Dahlström tekisi, jos voittaisi lotossa.

- Se oli yllättävän vaikea kysymys, Dahlström naurahtaa.
- Tunnen tekeväni nyt juuri sitä, mitä olen aina halunnut tehdä.

Mitä Sebastian Dahlström sitten tekee?

Uuden ihmisen tavatessaan hän esittäytyy sekä kuvittajaksi että toimittajaksi.

Takana on viitisentoista vuotta toimittajan töitä Svenska Ylellä ja alan koulutus. Pro gradu -tutkielma Helsingin yliopistoon käsitteli visuaalista journalismia vuoden 2012 presidentinvaalien yhteydessä.

– Sydämessäni olen kuitenkin aina ollut kuvittaja. Piirtäminen on minulle tärkeää, ja olen sitä aina myös tehnyt. Niiden viidetoista vuoden ajankin, jolloin työskentelin toimittajana Ylellä.

Ensimmäisen askeleen kohti kuvittajan työtä Dahlström otti perustamalla oman toiminimen.

– Ylellä työskentelin toimittajana, ja oman firmani kautta tein kuvituksia.



Jokainen kuvitus on myös kertomus, kuvittaja Sebastian Dahlström sanoo.

Se oli työnantajalle ok. Tilasipa Svenska Yle Dahlströmiltä myös kuvituksia. Työajalla syntyivät toimituksen käyttöön esimerkiksi karikatyyrit vuoden 2018 presidentinvaaliehdokkaista.

Mielessä kyti kuitenkin ajatus yrittäjän vapaudesta. Samaan aikaan, kun pandemia valtasi maailmaa, Sebastian Dahlström irtisanoutui Yleisradiosta. Ker-taakaan häntä ei ole kaduttanut.

– Ylellä oli mukava työskennellä, mutta pidän nykyisestä tilanteestani vielä enemmän.

Lenkille keskellä päivää

Kuvittajalla, joka tekee lisäksi toimittajan hommia, käännöstöitä, karikatyyreja, graafista suunnittelua sekä taittotöitä, ei perustyöpäivää ole. Yleensä keskelle päivää kuitenkin mahtuu juoksulenkki, ja juuri siitä, yrittäjyyden mukanaan tuomasta aikataulullisesta vapaudesta, Dahlström nauttii.

Jos työpäivät ovatkin keskenään erilaisia, työviikot Dahlström pitää tiukasti suunniteltuna. Vapaus vaatii vastapainokseen tarkat rutiinit.

Maanantaiaamuisin hän luonnostelee kalenteriin alkavan työviikon raamituksen.

– Suunnittelun töitänä viikko, kuukausi ja jopa vuosi eteenpäin. Mietin, mitä haluan tehdä, missä haluan kehittyä.

Dahlström käyttää aikaa myös sen miettimiseen, mitä hän ei halua tehdä.

Hän tietää esimerkiksi osaa-

vansa animointia – kuten nyky-päivän kuvittajan kuuluukin – mutta myös sen, ettei hänestä ole tulossa animaattoria.

– Minulle on tärkeää tietää, mihin suuntaan olen menossa. Haluan kehittyä kuvittajana. Vaikka piirränkin nykyään paljon digitaalisesti, niin iPadilla kuin isommillä piirtonäytöilläkin, haluan kehittyä myös öljyvärimaalauksessa.

Se, että Dahlströmillä on toimittajan tausta, vaikuttaa työskentelyyn kuvittajana. Kuvitus on hänelle journalismin jatke.

– Kun minulta tilataan kuvitus, päässäni on tiukasti toimittajan silmälasit. Haluan kertoa kyseessä olevan asian vastaanottajalle ymmärrettävällä tavalla. Viestin tulee olla selkeä, Dahlström sanoo.

– Toimittajana hahmotan, mitä kuvalla halutaan sanoa. Sitten alkaa pohdinta, miten toteutan kuvan niin yksinkertaisesti, että viesti varmasti menee läpi. Jokainen kuvitus on myös kertomus.

Yllättävä tilaus

Toimittajatausta – ja hyvät verkostot – on vaikuttanut myös asiakaskuntaan. Uudet asiakkaat löytävät Dahlströmin yleensä aiempien kontaktien kautta. Kuvituksia hän tekee esimerkiksi markkinointitoimistolle, muutamille ajatushautoille sekä paperilehdille, kuten ruotsinkieliselle *Läraren*-julkaisulle. Entinen työnantaja, Svenska Yle, tilaa erityisesti vektorigrafiikkaa ja info-

grafiikkaa hyödyntäviä graafisia kuvituksia.

Joskus, hyvin harvoin, uusi asiakas on löytänyt Dahlströmin internetin kautta.

Donald Trumpin presidenttikauden aikana Instagramin yksityisviestilaatikkoon tuli yllättävä tilaus. Yhdysvaltalainen media-yhtiö Supchina oli mieltynyt Dahlströmin kynänjälkeen ja tilasi Suomesta useampiakin Trumpia sivaltavia, karikatyyrimaisia kuvituksia. Kun Yhdysvalloissa alkoi **Joe Bidenin** presidenttikausi, tilaukset päättyivät kuin seinään.

Vakioasiakkaiden kanssa työskentelystä Dahlström pitää. Prosessit sujuvoituvat, kun kuvittaja tuntee jo ennakoon asiakkaan tarpeita ja asiakas tietää, mitä kuvittajalta voi tilata.

Ihannetilauksessa aikaa on riittävästi myös kelailuun yhdessä asiakkaan kanssa.

– Yleensä aloitan työskentelyn muutamann tunnin luonnoksella, jonka lähetän asiakkaalle nähtäväksi. Asiakkaan kommenttien jälkeen jatkan aiheen kehittämistä. Olennaista on, että kommunikaatio kuvittajan ja asiakkaan välillä toimii.

Kuvittajan työhön kuuluu myös vaihe, jolloin tuntuu, ettei oma idea toimikaan.

– Vaikeassa kohdassa mietin, miten ajatuksen voisi kuvittaa jollain toisella tavalla. Saatan yrittää pari kolme kertaa eri tavoin, mutta silloinkin mietin, miten viestin saa välittymään parhaalla tavalla.

Nykyään Dahlströmin työajasta noin puolet kuluu kuvittamiseen. Lopun työajan hän jakaa graafisen suunnittelun, käännösten, taittotöiden ja toimittajan tehtävien välillä.

– En ole koskaan ajatellut, että minun tulisi olla pelkästään kuvittaja. Eikä sillä varsinaisesti

**”JUOKSEN METSÄSSÄ.
KUN ETEEN TULEE
LAMPI, UIN SEN YLI.”**



Mediatyö kaipaa vastapainokseen fyysisiä asioita, joita saan tehdä ulkona, Sebastian Dahlström sanoo.

eläisikään, kenties tulisi juuri ja juuri toimeen.

– Onneksi sellainen väärinymmärrys, että journalistinen kuvitus tarkoittaisi ainoastaan sanomalehtien pilapiirroksia, on väistymässä. Mediassa voidaan käyttää kuvaa eri yhteyksissä ja eri tavoin.

Kuvittajan on otettava huomioon erilaiset päätelaitteet. Niin ikään on mietittävä, miltä kuvitus näyttää pienen laitteen pienellä näytöllä.

– Pidän suunnasta ja vauhdista, jolla ala etenee. Se panee kehittymään nopeaan tahtiin. Kaiken

aikaa tulee uusia juttuja, joita voi opetella ja joissa voi mennä eteenpäin, Dahlström sanoo.

– Tänä päivänä kuvittajan tulee osata yhtä lailla graafista suunnittelua kuin animointia. Minusta se on aivan mahtavaa! Saan ajatella visuaalista viestintää monelta eri kantilta.

Suunnitelmallinen basisti

Haastattelun aikana tulee selväksi, että suunnitelmallisuus on Dahlströmille kaiken työntöön kivijalka. Aloittaessaan asiakastyön hän painaa sovelluksen play-nappulaa. Toimeksiantoon

käytetty aika tallentuu tarkasti trackeriin, ja kuvittaja-toimittaja pysyy samalla kärryillä siitä, paljonko hänen tuntipalkkansa on.

Kalenteriin hän jättää tilaa yllättäville tilauksille mutta pyrkii siihen, että perjantaiaamuisin töiden kanssa voisi ottaa muuta viikkoa rennommin.

Idea voi syntyä mielessä toimistoajan päätyttyä.

– Nautin, kun saan päättää itse, mitä teen ja milloin sen teen.

Työajan on silti oltava tiiviisti raamitettua, sillä vapaa-ajalla on koettavana paljon kiehtovia asioita. On ehdittävä juosta, soittaa bassoa, tehdä biisejä, maalata öljyvärein, viipyillä luonnon helmassa.

Bändissä basisti Dahlström on soittanut paljon jazz-musiikkia, mutta biisintekijänä hän keskittyy korkealta ja kovaa veivattavaan kasarihenkiseen glam metal -musiikkiin. Nyt työn alla on omien kappaleiden levyttäminen. Ja kukapa muu ne levyille laulaisi, ellei Sebastian Dahlström itse.

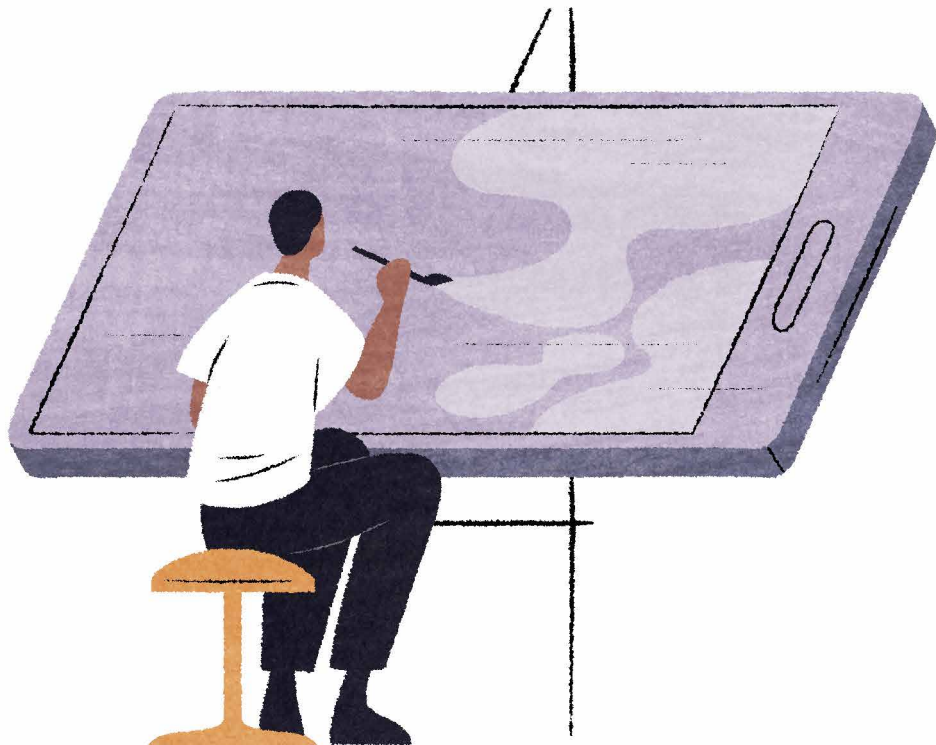
– Odotan kovasti pian alkavaa laulukurssia. Laulaminen on tänä syksynä minulle se juttu!

Sebastian Dahlströmin työhuone sijaitsee kodin yhteydessä Karjaalla. Kotiovelta avautuvat hiekkatiet, joilla pääsee harjoittelemaan puolimaratonet ja maratoneja varten. Dahlströmille on tärkeää saada olla luonnon ääressä. Harrastukseksien hän mainitsee swim runin. Laji saat- taan kuulostaa asiaa tuntemattomalle polskijalle tuikitavalliselta vesijuoksulta, mutta tarkoittaakin polkujuoksun ja uinnin yhdistelmäajaa.

– Juoksen metsässä, ja kun tulee lampi vastaan, uin sen yli.

Harrastuksessa yhdistyvät Dahlströmille tärkeät luonto ja liikunta.

– Mediatyö kaipaa vastapainokseen fyysisiä asioita, joita saan tehdä ulkona. ●



Kertomataiteilijat mobiiliajassa

Pitkän linjan kuvittajille Matti Pikkujämsälle ja Ville Tietäväiselle tärkein työväline on ajattelun vapaus. ”Tilaa on hankkimassa jotain, jota ei vielä ole olemassakaan”, sanoo Pikkujämsä.

TEKSTI TIJU POHJOLAINEN KUVITUS OUTI KAINIEMI

Kuvittaja **Matti Pikkujämsä** kaivaa laukustaan puhelimen. Sen näyttö on halki.

Pöydälle laskettu laite on vastaus juuri esitettyyn kysymykseen: kuinka paljon Pikkujämsä miettii työskennellessään sitä, että vastaanottaja saattaa tiirata kuvitusta pieneltä päätelaitteelta.

– En yhtään, mies toteaa hymyillen.

– En anna mobiilin vaikuttaa mihinkään, en esimerkiksi kuvissa käyttämäni detaljien määrään.

Pikkujämsä uskoo, että mobiililaitteet ovat opettaneet ihmisiä katsomaan tarkemmin pieniäkin

kuvia. Tuottavathan kuvia jo likimain kaikki.

Kuvittaja, graafinen suunnittelija **Ville Tietäväinen** on aavistuksen toista mieltä:

– Minä en käy verkossa zoomailemaan.

Tietäväinenkään ei leiskaa kännykkää ajatellen.

– Vaikka teen kuvituksen, jota tullaan käyttämään verkossa, työskentelen aina painoa ajatellen, hän sanoo.

– Kun halutaan hidasta ja kontrastista visuaalista journalismia, paras käyttöliittymä on edelleen painettu lehti. Jos visuaalinen journalismi latistetaan kännykän näyttöön passaaviksi jutuiksi, menetetään paljon kuvakerronallisia mahdollisuuksia.

Tietäväinen hämmastelee tilauksia, joissa lehteen tilataan koko sivun pystykuva, mutta huokaistaan samaan hengenvetoon: ”Olisi hyvä, jos kuva toimisi myös vaakana verkossa.”

– En ymmärrä, miksei jutun avauskuva voi olla mobiilissa kokonäytön kokoinen.

Samaa on pohtinut Pikkujämsä: – Kuvitus on erinomainen sisäänheittäjä juttua kohti. Kuvitus itsessään voi olla klikkiotsikko.

Hänen mukaansa välineellä ei ole väliä.

– Ennemminkin uskon, että on olemassa jokin kolmas ulottuvuus, jossa kuva ja teksti yhdessä leijuvat.

Tietäväinen komppaa kollegaa:

– Kuvituksen oivaltaminen on tekijän ja lukijan yhteistyötä. Sen lisäksi, että kyse on visuaalisesta viestinnästä, kuvitus on kertoma- taidetta.

Ajattelun vapaus

Matti Pikkujämsä maalaa kaikki kuvitukset käsin.

– Parhaimmillaan toimitus antaa kuvittajalle vapaat kädet, luottaa kuvittajan ääneen, siihen, miten tämä ajattelee ja ideoi.

Se, mikä toimii tekstissä sanojen avulla, ei toimi kuvallisesti.

– Enhän minäkään anna toimitajalle ehdotuksia, miten tämän tulisi juttunsa journalistisesti laatia, Pikkujämsä toteaa pilke silmäkulmassa.

Kuvituksen tehtävä on rikastaa journalistista kokonaisuutta, tehdä Tietäväisen sanoin ”kokonaisuudesta muhevampaa”.

Siitä Pikkujämsä ja Tietäväinen ovat yhtä mieltä, että tilaajalta – on kyse sitten toimituksesta tai kuvatoimituksesta – vaaditaan kuvitukseen päädyttyä tietynlaista rohkeaa riskinottoa.

– Kuvittajan työ on uuden ja omaperäisen etsimistä. Haussa on jotain sellaista, mitä ei ole vielä nähty. Kenties sitä ei ole vielä edes sanallistettu, Tietäväinen toteaa.

– Tavallaan tilaaja on hankkimassa jotain, jota ei vielä ole olemassaakaan, sanoo Pikkujämsä.

Yksi kynnys tilaajan näkökulmasta voi olla käsin tekemisen hitaus.

– Eikä kuvitus ole halvin mahdollinen vaihtoehto, Tietäväinen sanoo. – Kuvituksen tekemisessä kuluu aina aikaa ideointiin ja toteutukseen. Jos kuvittaja ei ole tilaajalle tuttu, voi joutua jännittämään, mitä sieltä on tulossa.

Siksi sekä Ville Tietäväinen ja Matti Pikkujämsä että toisaalla tässä lehdessä esitelty **Sebastian Dahlström** arvostavat pitkiä suhteita kuvittajan ja toimituksen välillä.

Ville Tietäväisen mukaan asiantunteva tilaaja ymmärtää, että kuvittaja on ammattilainen, jolla on laajin visuaalinen fraasi- ja sanavarasto.

– Ammattilaisen tehtävä on pöyhii varastoa ja tehdä asia kuvituksen kautta ymmärrettäväksi.

Voiko kaikkea kuvittaa?

Onko sitten olemassa aihetta, jota journalistisesti ei ole mahdollista kuvittaa?

Sellaiseen eivät ainakaan Pikkujämsä tai Tietäväinen ole törmänneet.

Ennemminkin Pikkujämsä pitää kuvitusta hyvänä välineenä esimerkiksi tabujen käsittelemiseen. Kuvituksen avulla voi nostaa esiin ideoita ja abstrakteja asioita. Esimerkkinä Pikkujämsä mainitsee *Kirkko ja kaupunki* -lehden, jota avustaessaan hän omien sanojensa mukaan antaa mennä vain.

– Kaivan esiin aihioita alitajunnasta, poimin mystisiä ja abstrakteja asioita. Oikein antaudun symbolisen maailman ja tunteiden vietäväksi.

Matti Pikkujämsä näkee kuvittamisen mahdollisuudet rajattomina:

– Väitän, että kuvituksen mahdollisuuksista on hyödynnetty vasta puoli prosenttia.

Tietäväinenkään ei keksi, mihin kuvitusta visuaalisena viestintänä ei voisi käyttää.

– Viesti on kuvituksen ydin. Kuvitus ei ole kuva- tai koriste- taidetta. Ei sen tehtävä ole täyttää tyhjää tilaa tai tehdä sitä nätin- näköiseksi.

Vielä tarkemmin Tietäväinen rajaa kuvituksen ja valokuvan välistä suhdetta:

– Kuvitus ei ole asia, joka toimisi valokuvan korvikkeena. Kuvitus on ilmaisumuotona lähempänä tekstiä kuin valokuvaa. Jos olisi jana, jonka toisessa päässä sijaitsisi valokuva ja toisessa päässä teksti, sijaitsisi kuvitus suunnilleen keskellä janaa. ●

”Väitän, että kuvituksen mahdollisuuksista on hyödynnetty vasta puoli prosenttia.”

Toimittajatkin ovat sisällöntekijöitä

Moni toimittaja työskentelee uransa aikana myös viestinnän kentällä. Intohimo toimitustyöhön ei kuitenkaan katoa.

TEKSTI JUKKA VUORIO KUVITUS OUTI KAINIEMI

Helsingin Seudun Journalistien (HSJ) suurin osasto, Erikoislehtien toimitusosasto, muutti kesällä nimensä Sisällöntekijät ry:ksi.

Muutoksen katsottiin kuvaavan paremmin osaston yli tuhannen hengen jäsenistöä, johon kuuluu toimittajien lisäksi muun muassa tiedottajia, viestinnän asiantuntijoita, graafikoita, taittajia, tuottajia ja päätoimittajia. Kaikkiaan ammattinimikkeitä on yli 30. Osastoon kuuluvat myös HSJ:n työttömät jäsenet.

Samalla osaston nimenmuutos kuvaa alan muutosta. Moni toimittaja löytää töitä journalismia

laajemmalta kentältä, viestinnän ja sisältöjen parista.

Sisällöntekijöiden puheenjohtajan **Satu Mellasen** mukaan sisällöt voi ymmärtää laajastikin, eivätkä sisällöntuotanto ja journalismi sulje pois toisiaan.

– Me ajattelemme asian niin, että toimittajatkin ovat sisällöntekijöitä. Siirtymää toimittajasta sisällöntekijäksi ei siis varsinaisesti edes voi tapahtua.

Töitä limittäin ja lomittain

Lööpin haastattelemat entiset toimittajat, nykyiset viestintäammattilaiset, identifioivat kaikki itsensä edelleen journalisteiksi. He tekevät monipuolisesti

sisältöjä yhteisöjensä verkkosivuille ja printtijulkaisuihin ja katsovat tuottamiaan tekstejä ja kuvia journalismin linssien läpi.

Journalismista päädytään sisältöpuolelle vaihtelevista syistä ja eri elämäntilanteissa. Viestintään houkuttelevat muun muassa hyvät työllistymismahdollisuudet. Yleensä myös palkka on toimitustyöhön verrattuna kilpailukykyinen.

Joskus siirtyminen journalismista viestintään tapahtuu limittäin, lomittain ja asteittain, eikä aina pelkästään yhteen suuntaan. Urheilujournalismin parissa työuransa suurilta osin tehnyt **Pekka Mäntylä** on siitä yksi esimerkki.

SISÄL-

LÖN-

TEKEN

JÄÄMITUS-

SASTO



Helsingin Seudun Journalistien suurin osasto, Erikoislehtien toimitusosasto, muutti kesällä nimensä Sisällöntekijät ry:ksi.

Helmikuuhan 2022 saakka Mäntylä työskenteli C Moren sekä MTV3:n urheilun parissa. Hänen nimensä on tullut yleisölle tutuksi muun muassa MTV3:n *Tulosruutuun* tehdyistä jutuista. Toimittajana hän on aiemmin työskennellyt muun muassa *Salon Seudun Sanomissa* ja *Turun Sanomissa*.

Viime talvena Mäntylä vaihtoi pitkäaikaisen pestin MTV3-kanavan urheilutoimituksessa Suomen suurimman jalkapalloseuran viestintäjohtoon. Vaihdos Maikkarilta jalkapalloviestintään tapahtui luontevasti. Jalkapalloa koko ikänsä seuranneen ja alasarjoissa pelanneen toimittajan mielenkiinto heräsi heti, kun hän kuuli Suomen suurimman jalkapalloseuran hakevan viestintäjohtajaa.

– HJK:sta kysyttiin kiinnostusta, ja oli vaikea sanoa ei, kun oman intohimolajini eli jalkapallon Suomen menestynein seura pyysi töihin jalkapallostadionille, jonne on kotoani matkaa 50 metriä.

Ex-journalisti osaa palvella toimittajia

Mäntylän työkokemus journalismista ja sisällöntuotannosta on laaja. Toimittajan töidensä lisäksi hän on työskennellyt Nuorisotasuntoliiton ja Suomen Yrittäjien tiedottajana sekä toimitusjohtajana urheiluviestintään keskittyneessä TBR Mediassa.

Mäntylä ajattelee työkokemuksensa sekä viestinnästä että journalismista olevan nykyisessä työssä eduksi.

– Ainakin pystyn aika hyvin ymmärtämään, mitä toimittajat viestinnältämme kaipaavat. Siksi pystyn palvelemaan heitä siten kuin uskon olevan tarkoituksenmukaista.

Viestinnän tuottamat sisällöt – muun muassa verkkouutiset, tiedotteet, haastattelut, reportaa- sit – muistuttavat niin HJK:ssa kuin monissa muissakin yrityksissä, yhteisöissä ja järjestöissä journalismia. Kun Mäntylä kirjoittaa pelaajan haastattelun joukkueen sivuille, sen voisi suurilta osin julkaista myös journalistisen median urheilusivuilla.

Mäntylä nauttii työstään HJK:ssa, mutta ei usko työskentelevänsä nykyisessä tehtävässään eläkeikään saakka. Hän sanoo olevansa valmis palaamaan

toimittajan työhön, jos sen aika joskus koittaa.

– Ilman muuta olen aina sielutani toimittaja. Ei se mihinkään katoa, vaikka välillä hypin toiselle puolen pöytää kiinnostavien työtarjousten perässä.

Päässä journalistin silmälasit

Terveyden ja hyvinvoinnin laitoksella (THL) viestinnän asiantuntijana työskentelevä **Hannele Peltonen** on myös kokenut journalisti.

Peltonen on työskennellyt toimittajana, toimitussihteerinä ja päätoimittajana useissa sosiaali- ja terveysalan lehdissä, viimeksi Psykologiliiton julkaiseman *Psykologi*-lehden päätoimittajana vuoteen 2019 saakka.

Psykologin jälkeen Peltonen siirtyi sisältöpuolelle aloittaessaan viestinnän erityisasiantuntijana potilasjärjestö Suomen Syöpäpotilaat ry:ssä.

– Kun potilasjärjestö etsi työntekijää uudistamaan kirjallisia potilasoppaita, sanoin työhaastattelussa, että olen journalisti ja tekisin uudistuksen journalistisin keinoin. Samalla lailla kuin vaikka aikakauslehdelle, oppaallekin konseptoidaan sisältö ja ulkoasu, otetaan mukaan kohdelukija-ajattelu, etsitään ja ohjeistetaan kirjoittajat, editoidaan tekstit ja tehdään yhteistyötä graafikon, taittajan, painon ja postin kanssa.

Peltonen nykyiseen työhön THL:ssä kuuluu muun muassa tiedotteiden ja verkkouutisten laatimista sekä mediapäivystystä, jossa autetaan toimittajia löytämään haastatteluihin sopivat asiantuntijat.

Mediatiedotteita tehdessään Peltonen pyrki lukemaan ne journalistin silmälasien läpi.

– Mietin ennen lähettämistä, onko tämä tiedote sellainen, joka auttaisi itseäni, jos työskentelisin toimittajana.

Toimittajaidentiteetti ei uudesta työnkuvasta huolimatta ole Peltosella vaihtunut.

– Huomaan viestintätyössä jatkuvasti hyödyntäväni journalistitaustaani, ja vaikka en enää itse tee journalismia, koen edelleen olevani ammatti-identiteetiltäni viestijän lisäksi myös journalisti.

Viestintätyö tuo vakautta

Helsingin ja Uudenmaan sairaanhoitopiirin Husin viestinnässä työskentelevä **Hanna Raijas-Turva** on liikkunut urallaan koko ajan viestinnän, sisällöntuotannon ja journalismin välillä kentällä.

Hän aloitti työuransa yliopistolla tutkijana, mutta ryhtyi muuttamaan vuoden jälkeen elvyttämään vanhaa rakkauttaan valokuvaukseen ja hakeutui kansanopistoon valokuvajournalismin linjalle.

– Linjan vetäjänä oli kokenut lehtikuvaaja **Jore Puusa**, joka sai kuvajournalismin liekin syttymään oikein kunnolla. Kansanopiston jälkeen jatkoin valokuvaopintoja ammattipuolen kouluissa.

Opintojen ohessa Raijas-Turva kuvatoimitti ja editoi ensihoidon erikoislehti *Systolea*, jossa hän viihtyi kymmenisen vuotta. Vähitellen mukaan tuli muitakin asiakkaita, kuten Abloyn asiakaslehti.

Ammatillinen ura sai uuden käänteen, kun Raijas-Turva päätyi Irti Huumeista ry:n osaikaiseksi tiedottajaksi ja sitten kokopäivätoimiseksi viestintäpäälliköksi.

– Muiden tehtävien ohessa lehtityö säilyi siellä tiiviinä osana tekemistä. Uudistin kokonaan heidän *Taite*-lehtensä.

Päätöstä siirtyä keikkailevasta free-yrittäjä-kuvajournalistista kokopäivätoimiseksi viestintäpäälliköksi tuki myös se, että kotona Raijas-Turvalla oli miehen

lisäksi kolme lasta, joista kaksi vielä hyvin pieniä.

– Mieheni tekee vuorotyötä, joten viestintätyöhön mennessäni perheen arkeen tuli paitsi taloudellista vakautta myös arkirytmien ennakoitavuutta. Voi olla, että toisenlaisessa elämäntilanteessa olisin jatkanut journalistiyrittäjänä. Toisaalta olisin voinut ihan hyvin lisätä yrittäjäportfoliooni vielä enemmän viestintää.

Monimuotoisuutta vai sirpaloitumista?

Raijas-Turvan mukaan ammatillinen liikehdintä journalismista kohti sisällöntuotantoa kertoo työelämän monimuotoistumisesta, mutta toisaalta myös sirpaloitumisesta.

– Viestintä on suhteellisen nuori ala, minkä kyllä välillä huomaa siitä, ettei kaikissa työpaikoissa täysin ymmärretä viestinnän roolia. Saatetaan pahimmillaan ajatella, että viestinnässä suunnitellaan jotain julisteita ja kirjoitellaan sähköposteja.

Viestintäala sopii Raijas-Turvan mukaan sellaisille ihmisille, jotka haluavat oppia työssään paljon uutta ja joille monikaistatyöskentely on ominaista. Printti-, verkko- ja someviestinnän rinnalle kun tulee jatkuvasti uusia tapoja ja kanavia viestiä.

Raijas-Turva kertoo kipuilleensa ammatti-identiteetin kanssa yllättävän paljon aloitettuaan viestinnässä.

– Mietin asiaa enemmän kuin olin itsekään odottanut. Asia on varmaan niin, että olen edelleen sisimmiltäni kuvajournalisti.

Lehtityötä Raijas-Turva ei ole kokonaan jättänyt, sillä hän tekee Husin julkaisemaan *Husariin* juttuja, jotka myös kuvaa itse.

– Pidän viestinnästä ja kaikenlaisesta kirjoittamisesta, mutta jos mietin, mikä edelleen herättää työssä suurimman palon, niin kyllä se on kaikki kuvajournalismiin liittyvä. ●



Liina Kjellberg työskentelee Metsälehdessä toimittajana ja tekee välillä myös toimitussihteerin töitä. Koulutukseltaan hän on metsänhoitaja, ja vapaa-ajallaan hän soittaa kontrabassoa ja kartuttaa populaarimusiikin metsäisten kappaleiden listaansa.

Metsä kuuluu yhä musiikissa

Miten helsinkiläinen rap-muusikko tietää Osaran aukeista, Pohjois-Suomeen hakatuista laajoista avohakkuualoista? Tätä mietin, kun kuulin Asan kappaleen Vaaranmaa.

TEKSTI LIINA KJELLBERG KUVA SEPPO SAMULI

Vaarnoi vaskisii kuurasta pimeää /
 Luojal isot kädet mut ei ikin' omaa nimeä. /
 Karjalan kalliol kuvista hiiden ojaa, /
 Kipuvuoren louhikoista alas pimentolaan, /
 Osaran aukioilla väittää kivenkovaa, / Nimenomaan.

Näin Asa, oikealta nimeltään **Matti Salo**, riimittelee vuonna 2006 julkaistulla kappaleellaan Vaaranmaa.

Tiesin tietysti jo entuudestaan, että suomalaisessa populaarimusiikissa on käytetty metsäisiä elementtejä. Asan kappaleessa oli kuitenkin jotain, mikä sai pohtimaan aihetta tarkemmin. Tuntui, että metsän ja suomalaisen populaarimusiikin suhteen täytyy olla poikkeuksellisen vahva, jos helsinkiläinen rap-muusikko käyttää sanoituksissaan niinkin yksityiskohtaista elementtiä kuin 1940–1960-luvuilla avohakattuja Osaran aukeita.

Näistä mietteistä sai alkunsa metsän vaikutusta suomalaisen populaarimusiikkiin käsittelevä jutuni Tukkijoelta Osaran aukeille, joka julkaistiin *Metsälehti Makasiinissa* joulukuussa 2021.

METSÄLEHTI on metsänomistajille, metsäalan ammattilaisille ja muille metsistä kiinnostuneille suunnattu lehti. Se ilmestyy joka toinen viikko. Valtaosa numeroista on tabloideja, mutta joka kolmas numero on aikakauslehtipaperille painettu *Metsälehti Makasiini*. Tukkijoelta Osaran aukeille ei ole tyypillinen *Metsälehti Makasiinin* juttu. Pääosa lehden tilaajista on metsänomistajia, jotka arvostavat erityisesti metsänhoitoon ja hoidon suunnitteluun liittyvää hyötötietoa.

Ehdotin metsien ja suomalaisen populaarimusiikin suhdetta käsittelevää juttua toimituspalaverissa, ja päädyimme siihen, että juttu istuisi hyvin vuoden viimeisen lehden teemajutuksi. Käytännön metsänhoitotyöt ovat monella metsänomistajalla silloin tauolla, joten lehteen sopisi metsäalaa hieman erilaisesta näkökulmasta katsova, keveämpi artikkeli. Lisäksi halusimme tarjota lukijoillemme pienen yllätyksen.

ALOITIN jutunteon hakemalla Spotifysta kappaleita hakusanoilla *metsä* ja *puu*. Kappaleiden etsinnässä



apuna olivat myös kollegat, sukulaiset, ystävät ja Metsäkustannuksen julkaisema kirja *Iskelmäkasvio*. Lopulta kasassa oli parinsadan metsäisen kappaleen lista.

Toivoin, että löytäisin haastateltavaksi sellaisen musiikintutkijan, joka osaisi kertoa, miten metsä ja puut näkyvät suomalaisessa populaarimusiikissa. Arvelin, ettei haastateltavan löytäminen välttämättä olisi kovin helppoa. Olin hiljan kirjoittanut siitä, miten metsä näkyy tavassamme kuvailla ihmisiä. Osoittautui, että pölkkypäiden, hongankolistajien, vanhojen kääpien ja muiden vastavien syntyhistoriasta oli yllättävän vaikea löytää tietoa. Ajattelin, että samankaltainen tilanne olisi vastas-
sa myös nyt.

Kappaleita kuunnellessani huomasi, että metsä ja puut edustavat sanoituksissa usein joko tunteita, uhkaa tai jotain talouteen liittyvää. Lisäksi musiikissa näkyy, miten metsiin ja niiden käyttöön on eri vuosikymmeninä suhtauduttu. Luotin siihen, että jo näitä huomioita pyörittelemällä jutulle saisi luotua raamit.

YLLÄTYIN kuitenkin iloisesti, sillä löysin melko helposti jopa kaksi musiikintutkijaa, jotka lähtivät innolla pohtimaan metsän roolia suomalaisessa populaarimusiikissa. Toinen tutkijoista oli Åbo Akademian tutkijatohtori **Anna-Elena Pääkkölä** ja toinen Helsingin yliopiston yliopistolehtori **Juha Torvinen**.

Pääkkölä ja Torvinen toivat juttuun paljon sellaista,

mistä en itse tiennyt. Torvisen mukaan luonto on uskonnon ja rakkauden jälkeen suosituin aihe populaarimusiikissa. Se, että puu toimii vertauskuvana jollekin ihmisen elämään ja arvoihin liittyvälle, on Torvisen mukaan kuitenkin hyvin suomalainen ilmiö.

Pääkkölä taas kertoi, että uudemmassa populaarimusiikissa näkyy, ettei metsä ole enää läsnä kaikkialla, vaan sinne pitää mennä erikseen:

”Musiikissa näkyy, miten metsiin ja niiden käyttöön on eri vuosikymmeninä suhtauduttu.”

– Populaarimusiikin tekijät ovat nykyisin osa urbaania yhteiskuntaa. He käyttävät metsää sielun terapiana kaupunkilaisille. Metsään on ihana mennä ja siellä on ihana olla, mutta onneksi sieltä pääsee myös pois.

MUSIIKINTUTKIJOIDEN lisäksi halusin tietysti haastatella juttuun muutamaa artistia, joiden kappaleissa on viittauksia metsiin tai puihin. Otin yhteyttä neljän artistin

levy-yhtiöön ja pyysin heitä välittämään haastattelupyynnöt artisteille.

Yleensä pyrin tekemään haastattelut tilanteen mukaan joko kasvotusten tai puhelimitse, mutta artisteille tarjosin heti kätevässä mahdollisuudessa myös sähköpostihaastatteluun. Arvelin, että aikataulujen yhteensovittaminen voi olla haastavaa, ja olin myös epävarma siitä, miten artistit suhtautuisivat metsäalan lehteen, joten halusin tehdä haastattelun antamisen mahdollisimman helpoksi.

Artisteista **Asa**, Kotiteollisuuden **Jouni Hynnen**



sekä **Tuure Kilpeläinen** lähtivät ilokseni mielellään mukaan jutuntekoon. Yhden artistin edustaja eiinnostunut haastattelupyynnöstäni. Hän sanoi kyllä ymmärtävänsä, että haastattelusta olisi iloa *Metsä-lehdelle*, mutta ei kokenut, että haastattelusta olisi hyötyä artistille itselleen. Lisäksi hän arveli, että naisartistilla olisi kulunut turhan paljon aikaa kuvausvalmisteluihin.

ESITIN kaikille artisteille samat kysymykset, jotta jutussa olisi helppo vertailla heidän vastauksiaan. Se, miten tietoisesti artistit olivat metsäisiä elementtejä kappaleiden sanoituksiin kirjoittaneet, vaihteli. Jokaisella oli myös hyvin omanlaisensa metsäsuhde.

Koska läheskään kaikki artistit eivät kirjoita kappaleidensa sanoituksia itse, valitsin mukaan myös yhden sanoittajan, **Timo Kiiskisen**. Hän on kirjoittanut metsäisiä kappaleita muun muassa **Vesa-Matti Loirille, Anna Puulle ja Lauri Tähkälle**.

Kiiskinenkään ei mieltänyt käyttävänsä metsäisiä elementtejä kovin tietoisesti:

– Metsä tulee sanoituksiin jostain alitajunnasta.

TUKKIJOELTA Osaran aukeille -jutussa on runsaasti lainauksia kappaleiden sanoituksista. Oman aikansa vei sitaattioikeuksien selvittäminen. Journalisti-liiton sivuilta löytyivät suuntaa antavat ohjeet.

Tekstissä mainittujen kappaleiden lisäksi tein jutun oheen listat eri musiikkilajien metsäaiheisista kappaleista.

Kirjoitin jutun aluksi yhteen pötköön, mutta lehden toimitussihteerin **Jussi Collinin** kanssa päädyimme siihen, että artistien ja sanoittajan haastat-

telt kannattaa irrottaa omiksi kainalojuttuikseen. Asan haastattelu jäi tosin pääjuttuun, sillä Osaran aukeista sai sille hauskan alun.

Jutun kuvitusta suunnittelin yhdessä lehden ad:n **Anna Backin** kanssa. Hän toivoi, että kuvitus poikkeaisi lehden muusta kuvituksesta. Alun perin ajatuksena oli, että artistit ja sanoittaja pitäisivät käsiään kuvissa niin, että lainaukset kappaleiden sanoituksista saataisiin lisättyä kuviin käsien väliin. Idea toteutettiin lopulta vain osittain, mutta kokonaisuudesta tuli siitä huolimatta hieno ja lehden muusta kuvamaailmasta selvästi erottuva.

Valtaosan kuvista otti *Metsä-lehdelle* paljon kuvava **Seppo Samuli**.

LUKIJAT voivat jokaisen *Metsälehti Makasiinin* ilmestyttyä käydä vastaamassa, mikä lehden jutuita on ollut kiinnostavin ja mikä vähiten kiinnostava. Joulukuussa 2021 vastauksia tuli poikkeuksellisen vähän. Noin viisi prosenttia piti Tukkijoelta Osaran aukeille -juttua lehden kiinnostavimpana ja noin 20 prosenttia vähiten kiinnostavana.

Tämä oli ehkä odotettavissa, sillä kyseisen lehden selvästi kiinnostavimpana pidetty juttu oli Yhdeksän kysymystä metsänhoidon kustannuksista. Uskon silti, etteivät jutun arvoa määritä pelkät tykkäämiset.

Tunnustusta juttu sai vuonna 2021 Aikakausedian järjestämässä Edit-kilpailussa, jossa se voitti Vuoden juttu ammatti- ja järjestömediassa -sarjan.

Lopuksi kerrottakoon vielä, miten Asa tiesi Osaran aukeista. Vastaus on yksinkertainen. Hän kertoi kuulleensa niistä vanhemmiltaan ja nähneensä niistä myöhemmin valokuvia. ●



VIIHDYTÄ, OPETA JA INSPIROI

Monet organisaatiot ovat jo valjastaneet Tiktokin viestintäkanavakseen. Nuorten suosimalla alustalla toimivat huumori ja yhteistyöprojektit vaikuttajien kanssa.

TEKSTI KAISA VIRTANEN KUVITUS OUTI KAINIEMI

A lun perin lähinnä nuorten tanssikanavana tunnettu Tiktok on tällä hetkellä maailman nopeimmin kasvava sosiaalisen median alusta ja ladatuin sovellus. Ei siis ihme, että yhä useammat yritykset, viranomaiset ja muut organisaatiot ovat ottaneet kanavan haltuunsa.

Kanavana Tiktok on erittäin yhteisöllinen, sanoo operatiivinen johtaja **Sanna Suonpää** vaikuttajamarkkinointiin erikoistuneesta Ping Helsingistä.

– Tiktokin parissa viihdytään ja vietetään paljon aikaa. Katselutottumuksien osalta sitä voi verrata Netflixiin. Se myös sitouttaa katsojat ja aktivoi: jopa 91 prosentista katsojista tekee jonkin asian, jonka on nähnyt Tiktokissa, Suonpää kertoo.

Kanava tavoittaa erittäin hyvin alle 25-vuotiaat, mutta myös vanhempien ikäryhmien osuus kasvaa kiihtyvällä tahdilla. Suomalaisista noin 1,8 miljoonaa on perustanut Tiktok-tilin. Heistä täysi-ikäisiä on yli 1,5 miljoonaa.

– Lisäksi pitää muistaa, että vanhemmissa ikäryhmissä on paljon sellaisia, jotka eivät ole kirjautuneet Tiktokiin, vaikka katsovatkin siellä videoita, kertoo Tiktok-asiantuntija **Jannika Julin**, joka pyörittää omaa somekonsultointiin erikoistunutta CJ Insight -yritystään.

Vaikuttajayhteistyö rokkaa

Tiktokissa ei toimi samanlainen sisältö kuin esimerkiksi Instagramissa tai Facebookissa. Parhaiten näkyvyyttä saavat lyhyet, alle minuutin mittaiset videot. Toisaalta

Tiktokin oma algoritmi taas ei suosi alle viisi sekuntia kestäviä videoita.

Toimiva Tiktok-video viihdyttää, opettaa, inspiroi ja herättää tunteita – mieluiten kaikkea tätä yhtä aikaa. Suonpää mainitsee hyvänä esimerkkinä Helsingin seudun ympäristöpalvelut HSY:n Ilmastoinfon ja Marttaliiton viivemuoitosen kampanjan, jossa heräteltiin pääkaupunkiseutulaisia miettimään liiallisen proteiinin syönnin vaikutuksia sekä terveyteen että Itämereen.

– Kampanjaan otettiin mukaan kolme vaikuttajaa tekemään Tiktok-sisältöä, ja sitä tehostettiin lehdistötiedotteilla. Tulokset olivat erinomaiset ja näkyvyys oli suurta, kun monet perinteiset mediat uutisoivat Itämeren typpikuormasta, joka johtuu

TIKTOK ON TÄLLÄ HETKELLÄ MAAILMAN NOPEIMMIN KASVAVA SOSIAALISEN MEDIAN ALUSTA JA LADATUIN SOVELLUS.

proteiinin liikasyönnistä, Suonpää kertoo.

Myös yksittäiset henkilöt voivat vaikuttaa Tiktokissa muiden käyttäytymiseen. Esimerkiksi somevaikuttaja **Veera Bianca** puhuu Tiktok-tilillään paljon kehoposiitiivisuudesta.

– Hän on ollut paljon esillä tähän liittyen myös perinteisen median puolella ja saanut näin edistettyä itselleen tärkeää teemaa hyvin monikanavaisesti, Suonpää sanoo.

Perinteinen mainonta ei pure

Suurten yritysten lisäksi myös pienyrittäjät ovat saavuttaneet suosiota ja huomiota hyvillä Tik-

tok-sisällöillä. Julin nostaa esiin vantaalaisen Ravintola Backaksen yrittäjän **Lauri Kaivoluodon**, jonka rommirusinaa sisältävistä laskiaispullista tuli alkuvuodesta sen mittakaavan someilmiö, että pullien myyntikin ampaisi nousuun.

Kaivoluoto oli jo pitkään julkaissut Tiktokissa kokkausvideoita, joissa hän laitto rommirusinoita mitä erikoisimpiin ruokiin. Laskiaispullat olivat siis luonteva lisä, ja videosta tuli niin suosittu, että monet kaupatkin halusivat niitä myyntiin.

– Myös asiakkaat tekivät omia Tiktok-videoitaan siitä, kun he maistelivat pullia, Julin kertoo.

Toisena vastaavana esimerkkinä Julin mainitsee viime vuonna Tiktokissa tuoteilmiöksi nousseen Scrub Daddy -puhdistussienien. Humorististen ja itsetietoisten videoiden sekä onnistuneen vaikuttajayhteistyön ansiosta siivous-tuotebrändi on saanut nuorten suosimassa kanavassa jo 1,8 miljoonaa seuraajaa maailmanlaajuisesti.

Suonpää ja Julin korostavatkin, etteivät mainokset ja perinteinen yritysargon tehoa Tiktokissa lainkaan.

– En suosittele Tiktok-sisälöntuotantoon sellaista klassista mainostoimistomeininkiä, jossa isolla budjetilla ammattikuvaajien kanssa tehdään viimeisen päälle viilattuja videoita, koska ne ovat helposti liian sliipattuja. Niiden kustannukset eivät useinkaan kata hyötyjä, koska liian mainosmaiset videot eivät Tiktokissa toimi, Julin sanoo. ●



www.kosmos.fi

KULINAARISTA KULTTUURIA VUODESTA 1924



TIKTOKISSA VOI METSÄSTÄÄ UUSIA YLEISÖJÄ

Videopalvelu Tiktok mielletään usein nuorten kanavaksi, mutta sinne ovat löytäneet myös vanhemmat kohderyhmät. Tuoreen tutkimuksen mukaan käyttö lisääntyy kaikissa ikäryhmissä.

TEKSTI KAISA VIRTANEN KUVITUS OUTI KAINIEMI

Tiktokiin siirtyminen on lehdelle luonteva jatkumo, jos siellä on kiinnostavia kohderyhmiä ja lehden sisällöntuotantotavat ja -prosessit ovat kunnossa, toteaa sisältö- ja vaikuttajamarkkinoinnin asiantuntija **Mikko Wivolin** mediatoimisto Dagmarista.

– Jos lehden teemasta saa tehtyä

Tiktokiin sopivaa sisältöä ja sisältötuotantoon on resursseja, niin miksipä ei tekeminen kannattaisi. Muutamat isot lehdet tekevätkin jo ansiokkaasti kanavaoptimoitua Tiktok-sisältöä, Wivolin sanoo.

Hänen mukaansa Tiktokissa voidaan syventää lehden juttuja, laajentaa sisältöjen kirjoja ja houkutelua uusia lukijoita, jotka

normaalisti eivät lehteä lukisi, mutta ovat kiinnostuneet sen aiheista ja teemoista.

– Tiktok on tällä hetkellä paras kanava saada isoja lukuja ilman maksettua mainontaa. Siellä on enemmän potentiaalia saada julkaisu leviämään orgaanisesti kuin esimerkiksi Instagramissa.

Wivolin kertoo itse pitävänsä

KOTILIESI HALUSI OTTAA UUDEN, NOUSSUSSA OLEVAN SOSIAALISEN MEDIAN KANAVAN HALTUUN ENSIMMÄISENÄ SUOMALAISENA AIKAKAUSMEDIANA.

siitä, että Tiktokissa vastaan tulee kevyen, viihteellisen sisällön

lisäksi myös asiapitoista aineistoa. – Näin pysyn perillä uutisista ja ajankohtaisista aiheista viettäessäni aikaa itselleni luonnollisessa kanavassa. Katsoisin mielelläni enemmänkin journalistista sisältöä Tiktokissa, hän sanoo.

Tiktok mielletään usein nuorten kanavaksi, mutta sinne ovat löytäneet myös vanhemmat kohderyhmät.

Dagmarin touko-kesäkuussa 2022 tekemän digitaalisen median tutkimuksen mukaan Tiktokin käyttö lisääntyy kaikissa ikäryhmissä, vaikka eniten käyttäjiä onkin alle 34-vuotiaissa. Päivittäin tai lähes päivittäin sovellusta käytää 25–34-vuotiaista 21 prosenttia ja 16–24-vuotiaista 53 prosenttia.

Ekstraa lehtijuttuihin

Wivolin rohkaisee tuottamaan Tiktokiin sekä lehdessä oleviin

juttuihin pohjautuvaa sisältöä että täysin omaa, mutta edelleen toki lehden teemaan ja tavoitteisiin linkittyvää sisältöä.

– Tiktokiin voi tehdä syventävää sisältöä tai tuoda jotain ”ekstraa” lehdessä olevaan juttuun. Esimerkiksi henkilöhaastattelun tueksi voi kuvata Tiktokiin haastateltavan kanssa kevyen, toiminnallisen videon, joka vaatii liikkuvaa kuvaa. Samasta haastattelusta voi myös kuvata Tiktokiin lyhyitä kiinnostavia klippejä.

Erityisen hyvin Tiktokissa toimivat nopeatempoiset, mukaansatempaavat sisällöt. Käyttäjät päättävät jo ensimmäisten sekuntien aikana, haluavatko he sitoutua sisältöön eli katsoa videon loppuun vai siirtävätkö saman tien seuraavaan.

– Tämä ei tietenkään tarkoita, että videon alussa on oltava nopeita leikkauksia ja liikettä, vaan journalistisessa yhteydessä

pitäisin huolen, että videon aihe ja koukku tulevat ilmi heti ensimmäisten sekuntien aikana, Wivolin neuvoo.

Tiktokissa suosittu live-ominaisuuden avulla lehti voisi tehdä journalistista sisältöä esimerkiksi tapahtumista. Live-videoihin voi ottaa mukaan myös toisen käyttäjän, mikä mahdollistaa reaaliajassa tehtävät etähaastattelut.

Wivolin on sitä mieltä, ettei sisällön tavoitteena pitäisi olla yleisön ohjaaminen muihin kanaviin, esimerkiksi lehden verkkosivuille, vaan se pitäisi pystyä nauttimaan suoraan Tiktokissa.

– Mediasisältöjen tulee kanavasta riippumatta olla viihdyttäviä, mielenkiintoisia tai hyödyllisiä.

Arjen avuksi

Tänä vuonna sata vuotta täyttävä *Kotiliesi* perusti Tiktok-tilinsä syksyllä 2021. Tällä hetkellä tilillä on seuraajia noin 8 000.

– Pääministeri **Sanna Marin** oli juuri jakanut Instagramissa fetapiirakkansa reseptin, joten tartuimme ajankohtaiseen aiheeseen. Leivoimme videolla Sanna Marinin fetapiirakan ja laitoimme reseptin jakoon myös Tiktokissa, kertoo verkkotuottaja **Ulla Lehtinen**, joka vastaa *Kotilieden* Tiktokista, kehittää kanavaa ja sparrailee sisältöjä muiden tekijöiden kanssa.

Lehtisen mukaan perinteinen *Kotiliesi* halusi ottaa uuden, nousussa olevan sosiaalisen median kanavan haltuun ensimmäisenä suomalaisena aikakausmediana.

– Vaikka *Kotiliesi* on 100-vuotias, uudistumme jatkuvasti ja

Nuoret kaipaavat nopeita vinkkejä

MAISA MCGILL, 20, on ollut Tiktokissa puolitoista vuotta. Hän ei itse tee sinne sisältöä vaan seuraa noin sataa muuta tiktokkaajaa – ja seurattavia tulee koko ajan lisää.

– Olen kiinnostunut erilaisista ohjeista ja nikseistä ja seuraan lähinnä ruoka- ja meikkiaiheisia tilejä. Jaamme Tiktokissa näkemiämme hyviä ja kiinnostavia vinkkejä kavereiden kanssa.

Kanava koukuttaa, ja sen parissa tulee vietettyä paljon aikaa. Tiktokin etuna McGill pitää nopeutta: yhteen asiaan ei tarvitse keskittyä pitkään.

– Seuraan uutisia myös lehtien sivustoilta. Printtilehtiä tulee luettua vähän. *Hesarinkin* luen netistä. Lehdet voisivat tehdä Tiktokiin enemmän haastatteluja ja antaa nopeita vinkkejä, McGill miettii.

pyrimme tekemään asioita tuoreilla tavoilla. Tiktokissa kokeilemme jotakin uutta ja testailemme alustan mahdollisuuksia.

Kotilieden videoiden keskiössä ovat samat lifestyle-teemat, jotka näkyvät myös printtilehdessä ja nettisivuilla. Lehtinen sanoo, että lehden tavoitteena on auttaa arkipäiväisten haasteiden kanssa ja tarjota iloa ja inspiraatiota.

– Olemme olleet iloisia siitä, miten hyvin lifestyle-aiheista ja kotoilusta kiinnostuneet ihmiset ovat löytäneet Tiktok-tilimme. Silti vielä riittää yleisöä, jonka haluaisimme tavoittaa. Haluamme olla arjen kanssakulkijoita somessa heille, jotka jo ovat *Kotilieden* lukijoita ja lukevat artikkeleitamme esimerkiksi netissä, Lehtinen sanoo.

– Pyrimme jatkuvasti tekemään lehden sisältöjä ja brändiä tunnetuksi ihmisille, jotka eivät välttämättä vielä seuraa meitä muissa kanavissa. Tiktokin käyttäjäkunta on edelleen keskimäärin nuorempaa kuin muissa somekanavissa, ja juuri tätä nuorten ja nuorten aikuisten kohderyhmää mekin pyrimme tavoittamaan.

Usein videoideat syntyvät Lehtisen mukaan samaan aikaan Kotiliesi.fi-sivustolle tehtävien juttujen kanssa. Videoiden tekeminen on osa juttuprosessia: Tiktok-video syntyy luontevasti samalla, kun toimittaja tai tuottaja kirjoittaa jutun verkkosivulle.

– Tiktokissa näkökulmat ja kärjet tosin saattavat olla suppeampia ja vinkit yksinkertaisempia kuin verkkosivuilla ilmeystyvässä jutussa. Tavoitteenamme on tutkailla, miten Tiktok taipuu lifestyle-journalismin alustaksi: miten se välittää tietoa ajankohtaisista ilmiöistä, auttaa ja inspiroi arjessa ja kasvattaa bränditietoisuutta, Lehtinen sanoo. ●

HAE SÄÄTIÖN APURAHAA!

Kiinnostaako oppiminen?
Kaipaavatko taitosi päivitystä?
Aikakauslehdentoimittajain säätiön apurahat ovat haettavissa 1.–30.11.2022.

APURAHAA VOIVAT HAKEA kaikki HSJ:n jäsenet. Niiden saajat ja suuruudet päättää säätiön hallitus stipendityöryhmän esityksestä. Jaossa painotetaan säätiön hallituksen linjaamia perusteita. Apurahoja myönnetään hankkeisiin, joiden myötä hakijan asema ja kilpailukyky työmarkkinoilla – jos mahdollista – entisestään paranevat.

Apurahoja voi saada moniin mielekkäisiin tarkoituksiin: erilaisiin ammattitaitoa kartuttaviin kursseihin ja matkoihin tai vaikkapa kirjallisiin hankkeisiin. Apurahoja ei myönnetä työnantajan maksettavaksi kuuluviin tarkoituksiin tai työvälineisiin.

Apurahaa haetaan nettilomakkeella, joka avautuu 1.11. HSJ:n sivuille osoitteeseen hsj.fi. Siellä on myös lisätietoa apurahan myöntämisestä ja käytöstä. Hakemuksia otetaan vastaan vain sähköisellä lomakkeella.

Päätökset apurahojen saajista tehdään vuoden 2023 alussa. Apuraha maksetaan kuitteja vastaan. Koska pandemia on peruuttanut kursseja ja muutanut suunnitelmia, aiemmin myönnetyn stipendin voi käyttää myös muuhun, samankaltaiseen tarkoitukseen kuin mihin se myönnettiin. Tällaisessa tapauksessa ota yhteyttä rahavarainhoitaja Kari Kortelaiseen, kari.kortelainen@welho.com. Stipendit on käytettävä kolmen vuoden sisällä niiden myöntämisestä.

Lisätietoja antaa säätiön stipendiasiamies Sari Nurmo, sarimurmo@gmail.com ja puh. 050 341 3361.



* . CX61 *



HUOPAAJA

OSA 13: *Miten niinku omasta mielestä...?*

”HYVIN MENI!”, VASTASI MEDIA,

SILLÄ MAAILMAN MURHEET ON PRIORISOITU ONNISTUNEESTI JA KAIKKI KYSYMYKSET OLIVAT OLEELLISIA.

Rouva pääministeri, teistä on kuvattu **VIDEO** ravintola Teatterissa.
Mitä näyttelitte videolla?

Oletteko olleet viime kesänä tiloissa, joissa on viimeisen
kolmen kuukauden aikana käytetty **HUUMEITA**
tiloihin pääsemiseen?

Seiska kertoi, että sivuutitte eräässä elintarvikeliikkeessä
kondomihyllyn. Onko perheessänne **EHKÄISY** kunnossa?

Teillä on Eduskunnassa työtovereita, jotka on tuomittu oikeudessa.
Näettekö, että se voi pilata maineenne tai **BRÄNDINNE** makua?

Rouva pääministeri, vieras mies suuteli teitä somevideolla.
Osaatte arvioida, miten lähelle suuta suukko annettiin?
Ja onko mahdollista, että **NATO-AVIOLIITTO**
on tämän seurauksena vaarassa?

Oliko Ruotsissa käyttämänne
NAHKATAKKI keskisormi vai peukku?

Olette tanssineet kolmen ylipainoisen miehen kanssa.
Ettekö pelkää naisena, että tulette itsekin **RASKAAKSI**?

Hyvä pääministeri, eikö minun pitäisi
VIHDEJULKAISUN vastuullisena päätoimittajana
olla huolissaan teidän kohutaseestanne?

Kamatatte sosiaaliturvaa
ja korkeaa verostusta.
Oletteko oikeasti **KOMMUNISTI**?

Katsuitte tämän kohujanne
käsittelytän pressin koolle itse.
Oletteko **LINSSILUDE**?

Pääministeri Marin,
olisiko hyödyllisempää puhua
muusta kuin teidän bilettämistänne?

