

LÖÖPPI

1 / 2024 • HELSINGIN SEUDUN JOURNALISTIT



UUSI SUUNTA URALLE

Pekko-Joonas Rantamäki jäi opintovapaalle syventääkseen osaamistaan bio- ja ympäristötieteistä. Matkaa kuntaviestijästä luontotoimittajaksi siivitti HSJ:n apuraha.

**HELSINGIN SEUDUN
JOURNALISTIEN JÄSENLEHTI**

31. 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

Satu Björn
Pekka Holmström
Valtteri Parikka

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
SÄHKÖPOSTIOSITTEESI.**

PEKKA HOLMSTRÖM



***”Aion opiskella ikonimaalausta loppu-
elämäni”, sanoo graafinen suunnittelija
Riikka Hahti. Hän on opiskellut muun
muassa Valamon opiston ikonilinjalla.***

- 3 PÄÄKIRJOITUS**
- 4** Houkutuslintu
- 9** Intohimoa kohti
- 14** Päivystävien pöyristyjien foorumi
- 16 KOLUMNI** Somekanssa kohisee
- 18** Mitä lukisi seuraavaksi?
- 22** Kutsu HSJ:n vuosikokoukseen
- 23** Esityslista
- 24** Vuosikertomus 2023
- 31** Toimintasuunnitelma 2024
- 33** Budjetti 2024
- 34** Tuloslaskelma ja tase
- 35** Huopaaja



Yhteisenä rintamana neuvotteluihin

KUN EU-KOMISSIO linjasi puolitoista vuotta sitten, ettei itsensäyöllistäjien neuvotteluoikeudelle ole kilpailuoikeudellisia esteitä, Journalistiliitossa ja Suomen freelance-journalisteissa käärrittiin hihat. Tavoitteeksi otettiin kollektiivisten neuvotteluiden käynnistäminen mahdollisimman pian.

Tarve neuvotteluille on ilmeinen. Tuoreimman, vuonna 2023 tehdyn freelancerien työmarkkinatutkimuksen mukaan freelancerin euro on 62 senttiä ja kokonaislaskutus samalla tasolla kuin vuonna 2018.

Kun freet tekevät töitä alihintaan, se vaikuttaa koko alan työehtoihin ja -paikkoihin. On siis niin itsensäyöllistäjien kuin työsuhteistenkin etu, että freetyölle saadaan sovittua järkevät vähimmäisehdot. Eikä työsuhde ole itsestäänselvyys.

Muutosneuvottelurintamalla ehti pari vuotta olla hieman hiljaisempaa, mutta Ukrainan sodan vauhdittama kustannusten kasvu ja epävarma markkinatilanne saivat työpaikoilla taas leikkurit pyyhkimään.

Viime vuosina säästöjä on haettu muun muassa lehtien ilmestymispäiviä vähentämällä ja tekemistä ulkoistamalla. Jälkimmäisestä hyvä esimerkki on Otavamedian päätös

ulkoistaa valokuvaus kokonaan. Yhtiö irtisanoi vuonna 2020 valokuvaajansa ja toivoi, että nämä jatkaisivat työtään freelanceyrittäjinä. Samana syksynä A-lehtien yt-neuvottelujen tuloksena kaikkien *Apu*-lehden toimittajien työsuhteet päättyivät.

On harvinaista, että kokonainen toimitus saa lähteä kerralla. Sen sijaan monen toimituksen kokoa on pienennetty juustohöyläperiaatteella. Useissa aikakauslehdissä jäljellä on lähinnä vain ostava porras.

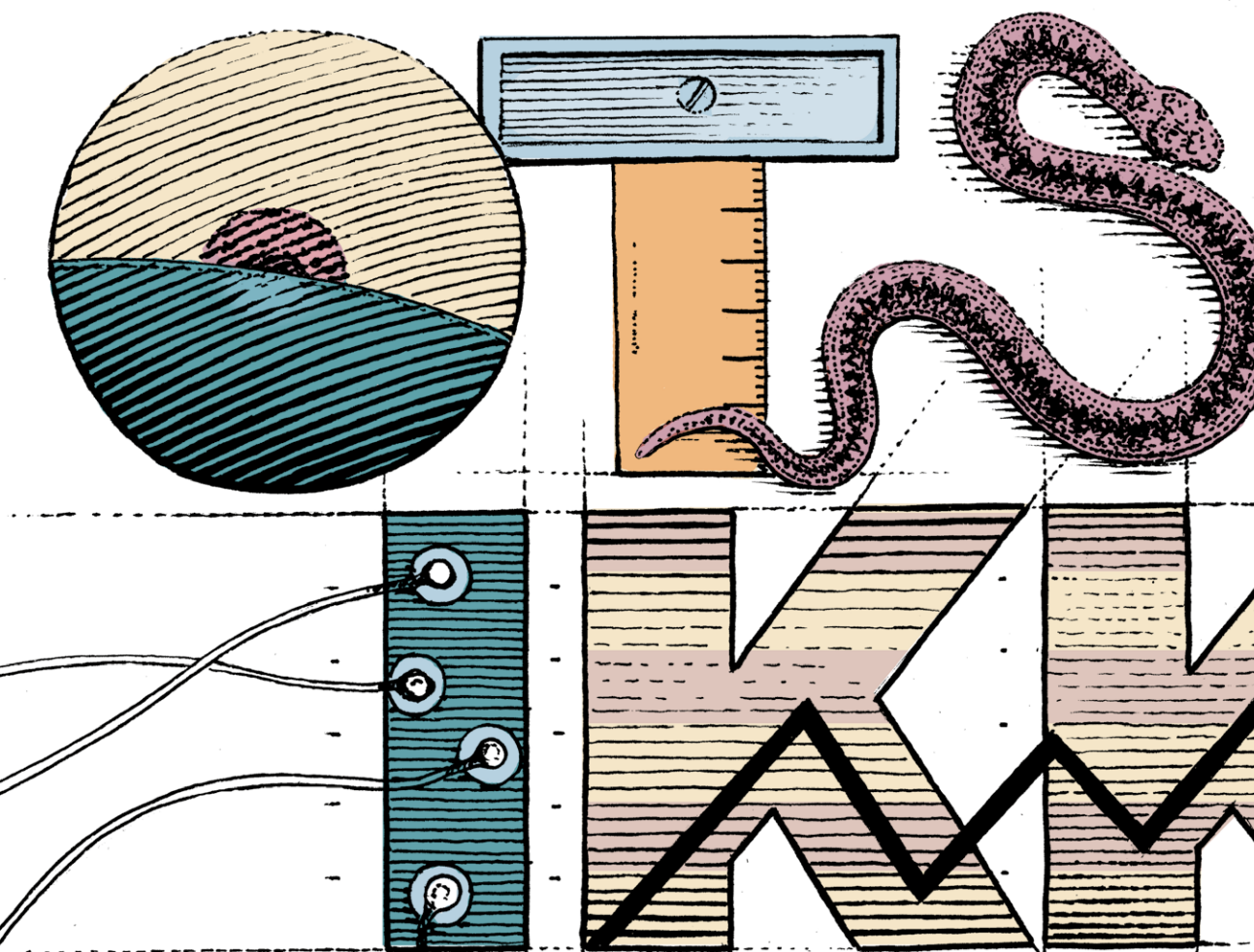
Koska Medialiitto on haluton neuvottelemaan, Journalistiliitto kutsui koolle kustantajien edustajia. Aikakauslehtikustantajista saapui kuitenkin helmikuussa alustaviin keskusteluihin ainoastaan Sanoma. Alku ei siis ole kovin lupaava.

Yksi keino yrittää saada sovittua itsensäyöllistäjien kollektiivisista työehdoista voisi olla kytkeä neuvottelut työsuhteisten työehtosopimusneuvotteluihin. Seuraava tes-kierros on keväällä 2025. Nyt on aika valmistautua, jotta voimme lähteä neuvotteluihin yhteisenä rintamana. ●

”Freelancerin euro on 62 senttiä.”

Marjaana Varmavuori

marjaana.varmavuori@gmail.com



HOUKUTUSLINTU

Otsikon rooli on muuttunut, ja enää ei riitä, että se kertoo jutun sisällöstä. Nykyään otsikon on myös myytävä juttu lukijoille ja viestittävä sen lajityypistä.

TEKSTI TUUKKA TUOMASJUKKA KUVITUS LASSE RANTANEN

Venäläisiltä murska-
tuomio Stubbille –
Viipurilainen
Jelena käytti kiel-
lettyä sanaa”, otsi-
koi *Iltalehti* helmikuussa presi-
dentinvaalien jälkeen.

Tällainen otsikko herättää kiin-
nostuksen. Mitä kiellettyä sanaa
Jelena käytti? Haukkuuko hän
kenties sopimattomasti juuri presi-
dentiksi valittua **Alexander
Stubbia**?

Jelenan haastattelu on jätetty
jutun loppuun. Hän suhtautuu-
kin Suomeen suopeasti. Otsikos-
sa mainittu, Jelenan käyttämä
kielletty sana on sota: sen käyt-
tämisestä Ukrainan ”erikoisope-
raatiosta” puhuttaessa voi saada
Venäjällä vankeutta.

Niinpä tietysti. Houkutuslintu
sai haksahdettua.

Kovat otsikot vetävät verkossa

Viimeisen vuosikymmenen aika-
na otsikon rooli on muuttunut.

”Otsikko on jutun mainos”,
kirjoitti tietokirjailija ja dosentti
Vesa Heikkinen *Journalisti*-leh-
dessä jo vuonna 2017.

”Vallalla näyttää olevan enene-
vässä määrin sellaista käsitystä,
että otsikon tehtävä ei ole kertoa
keskeistä asiaa jutun sisällöstä.
Otsikon tehtävä on houkutelua lu-
kija klikkaamaan juttu somessa
auki”, Heikkinen kirjoittaa.

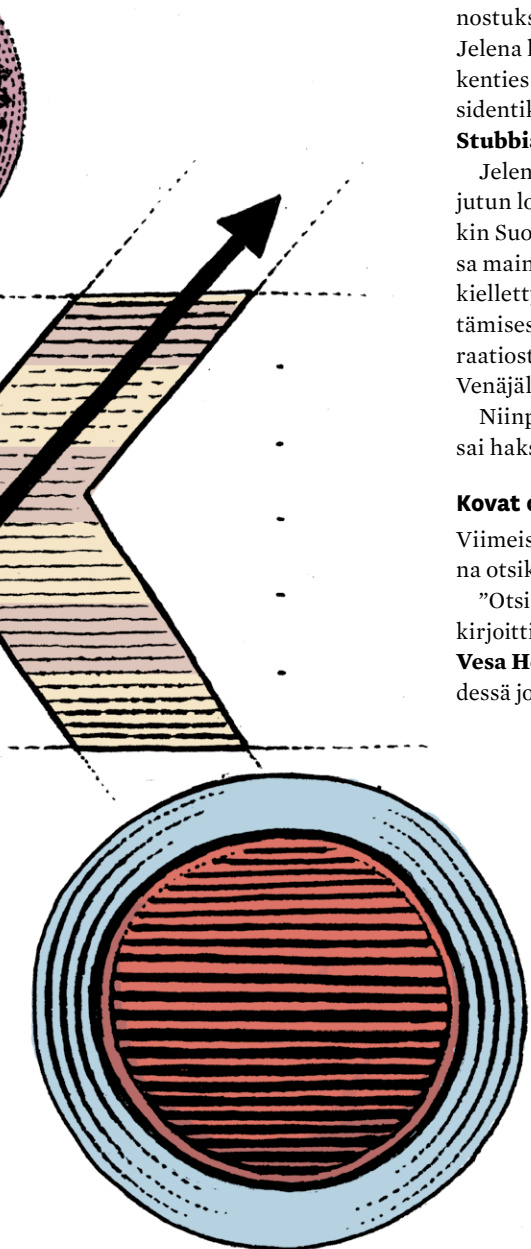
Otsikoista on helppo tutkia toi-
mitusten houkuttelustrategioita.
Yksi yleisimmistä on nostaa kär-
keen provokatiivinen tai muutoin
negatiivinen huomio.

Tästä hyviä esimerkkejä ovat
kaksi seuraavaa *Helsingin Sano-
missa* viime vuonna käytettyä
otsikkoa:

*”Tulistuneet ohjaajat halusivat
”vetää kuonoon” kriitikko Jukka
Kajavaa, mutta kun hänet sitten
hakattiin, syynä oli homous”*

*”Välillä joku romahtaa ja alkaa
itkeä – Daniela Mbah kertoo,
millaista on opiskella lääkäriksi
Romaniassa”*

Juttujen painopiste oli aivan
muualla. Kriitikko **Jukka Kaja-
vasta** oli kirjoitettu laaja elä-
mäkerta, jota jutussa käsiteltiin.
Suomalaisilla lääketieteen opis-
kelijoilla taas oli hyviäkin koke-
muksia Romaniasta.



”Verkossa pitää olla ’kova’, jota juttu myy”, kiteytti Tiedotimittajien liiton pääsihteeri **Ulla Järvi** X-viestisovelluksessa viime vuonna.

Hänen kommenttinsa koski Sdp:n puoluesihteerä **Mikkel Näkkäläjärveä** käsittelevää *Kuukausiliitteen* henkilöjuttua. Sen printti-ingressissä mainittiin Näkkäläjärven menneisyydessään tekemät rikokset, mutta niitä ei nimetty. Tekojen kerrottiin tulleen esiin, kun tämä oli puolueen nouseva tähti.

Jutun nettioitsikossa rikokset sen sijaan pamautetaan suoraan pöytästä ja syy-seuraus-suhde poliittiseen uraan esitetään kärjistään:

”Saamelaisperheen poika tapoi kissan ja ajoi auton humalassa ojaan – siitä alkoi nousu Suomen politiikan huipulle”

Otsikko markkinoi juttua

Mistä pitäisi lähteä liikkeelle, kun halutaan ymmärtää otsikoiden muuttumista?

– Analytiikasta, vastaa journalismin tutkija **Pauliina Penttilä**.

Ennen tutkijaksi lähtemistään Penttilä työskenteli yli vuosikymmenen *Suomen Kuvalehdessä* eri rooleissa, enimmäkseen tuottajana. Tuona aikana hän teki lukemattomia otsikoita yhdessä toimittajien kanssa.

Samoihin aikoihin analytiikan käsite on uinut toimitusten arkikieleen. Sillä tarkoitetaan lukijoiden käyttäytymisestä muodostuvaa dataa: erityisesti lukijamääriä, mutta myös esimerkiksi juttujen parissa käytettyä aikaa.

Mittaamisen seurauksena yleisön kiinnostus ohjaa journalismin sisältöjä aiempaa enemmän, Penttilä arvioi.

– Se kulminoituu otsikoissa, ja sen takia ne hiertävät toimituksissa.

Muutoksen taustalla on kilpailu lukijoiden huomiosta, kun tutun mantran mukaan journalismin

kilpailijaksi ovat nousseet digialustat ja viihdepalvelut.

Samalla ilmiöllä on vahvan kaupallinen tausta. Journalismin verkko-otsikointilinjaa perustellaan selkeäsanaisesti maakuntalehti *Ilkka-Pohjalaisen* mediakasvatusmateriaalissa: ”Kaupallinen journalismi tarvitsee klikkauksia, sillä ne kertovat lukijoista, joille kannattaa mainostaa ja ilmoittaa samassa julkaisussa.”

Tällä on vaikutuksensa toimittajien työhön ja journalismiin. Penttilä arvioi, että kun lukijoiden tavoittelu on alkanut saada toimituksissa aiempaa suurempaa roolia, journalismi siirtyy otsikoinnissa markkinoinnin alueelle.

– Kirjoittavat toimittajat ovat keskittyneet asiasisältöön, mutta kun heidän pitää alkaa tehdä otsikkoo, heidän pitää vaihtaa roolia ja ryhtyä markkinoijiksi.

Muutos ei ole kaikille luonteva. Penttilä teki viime keväänä *Iltalehdessä* etnografista tutkimusta: seurasi toimituksen työtä ja keskusteli sen ohessa toimittajien kanssa.

Osa toimittajista kertoi tuolloin kokevansa iltapäivälehtimäisen verkko-otsikoinnin vaikeaksi ja joutuvansa ponnistelemaan siinä. Sama ilmiö näkyy Penttilän mukaan toimituksissa laajemminkin.

– Samalla kun toimittajat haluaisivat tehdä asiallisen, STT- tai Yle-tyyppisen otsikon, he tietävät, että se ei välttämättä tuo jutulle lukijoita, ja jokainen toimittaja haluaa jutulle lukijoita. Se aiheuttaa ristiriitaisia tuntemuksia ja ongelmia.

Toisaalta aihe jakoi toimittajia. Joukossa oli heitäkin, jotka aidosti pitivät myyvien otsikoiden rakentelusta, Penttilä kertoo.

Otsikoiden määrä moninkertaistui

Kun journalismi on siirtynyt verkko aikaan, ovat otsikot muuttuneet monellakin tapaa.

Ensinnäkin niiden määrä on moninkertaistunut. Aikaisemmin juttu julkaistiin vain printissä. Sen jälkeen mukaan ovat tulleet myös verkko ja lopuksi vielä muutkin digitaaliset alustat.

Samalla otsikointi on alkanut kehittyä niin, että kullakin alustalla voi olla oma otsikkonsa. Penttilän mukaan otsikoita saattaa olla liikenteessä ”todella monta”.

Otsikoiden miettimiseen käytetään valtavasti aikaa ja energiaa, hän huomauttaa. Lopullisen otsikon tekeminen on muodostunut niin tärkeäksi työtehtäväksi, että se on irronnut jutun kirjoittamisprosessista ja siirtynyt rivitoimittajien vastuulta väliportaaseen.

Kaikki lukijat eivät myöskään näe samoja otsikoita. Toimituksissa on 2000-luvulla alettu harjoittaa niin sanottua A/B-testaamista. Siinä otsikosta tehdään useampia versioita, joita näytetään eri yleisöille. Lyhyen testijakson jälkeen näistä suosituin valitaan jutun otsikoksi.

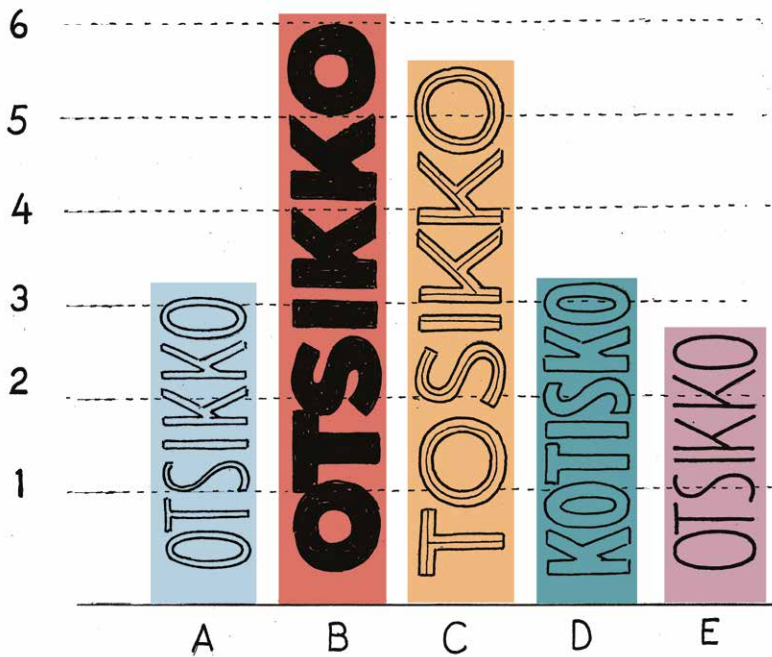
Lukijoiden houkuttelu asettuu kuitenkin vastakkain luotettavuuden ideaalin kanssa. Penttilän mukaan journalismi ei aina onnistu tässä tasapainottelussa.

– Tässä on valtava ristiriita sen välillä, mitä journalismi sanoo olevansa ja mitä se tekee.

Esimerkiksi otsikoiden testaaminen on osin ristiriidassa läpinäkyvyyden ihanteiden kanssa. Lukija ei tiedä, millä muilla otsikoilla juttua on markkinoitu eli millaisia muita mielikuvia kokonaisuudesta on synnytetty. Otsikon muuttamista ei useinkaan edes merkitä juttuun, ellei se ole sisältänyt selvää asiavirhettä.

Kuva unohtuu otsikkokeskusteluissa

Otsikot ovat helppo lähtökohta yleisön naljailulle. Se voi osaltaan selittää sitä, miksi *Helsingin*



Sanomissa aiheen kommentointi ohjataan nopeasti toimituksen johtoon.

Jussi Pullinen on HS:n uutisista vastaava toimituspäällikkö. Hän on aiemmin muun muassa luotsannut *Nyt*-liitettä sekä ollut suunnittelemassa HS:n *Vision*-liitettä.

Juuri Pullinen keksi HS *Vision* erottuvan verkko-otsikkotyylin. Siihen kuuluu piste.

”Harkitsimme hyvin lyhyttä otsikkoa (ei toiminut), jopa emojiien käyttämistä otsikoissa (ei todellakaan toiminut) ja lopulta ytimekästä pistettä”, kertoo tuottaja

Anu-Elina Lehti taustoista *Vision* jutussaan.

Pullisen mukaan otsikointi ei ole markkinointia vaan journalismia, koska se tehdään journalistisin periaattein. Hän korostaa ”käsitteellistä eroa”, mutta myöntää, että otsikko on ”tärkeä osa jakelua”.

– Tokihan journalismi haluaa yleisöä ja elää siitä eli sillä tavalla houkuttelee yleisöä.

Pullinen toivoisi, että keskusteluissa tarkasteltaisiin yksittäisten otsikoiden sijaan sitä, millaisia

otsikoita julkaisuissa kaikkiaan on. Hänen mukaansa mediat ovat aiemmin keskittyneet yksittäisten juttujen otsikointiin, eivät niiden kokonaisuuteen.

– Silloin jokainen juttu on ikään kuin oman itsensä lööppi.

Pullinen nostaa esiin myös juttujen pääkuvat, jotka näkyvät otsikon yhteydessä myös somejaoissa. Kuva tarjoaa kontekstia otsikolle, mutta unohtuu usein otsikoita käsittelevistä keskusteluista.

Otsikko viestii lajityypistä

Kaikki verkko-otsikot eivät tule samasta muotista. Lukijat ovat viime aikoina voineet törmätä medioiden nettisivuilla lyhyisiin otsikoihin:

”*F1-skandaali paisuu*”

”*Oppenheimer kahmi Bafta-palkintoja*”

”Juuri nyt voi erottautua sillä, että tekee hyvin lyhyen ja tymäkän bäng bäng -tyylisen otsikon”, kommentoi *Iltalehden* nykyinen uutispäätoimittaja **Valteri Varpela** *Lööpissä* jo vuonna 2019.

”Journalismi on yhtäältä kaupallinen ala, jossa myydään lukijalle tuotetta, ja toisaalta se on yhteiskunnallinen instituutio, jolla on muunkinlainen merkitys demokratiassa. Nämä kaksi juonetta yhdistyvät otsikkokeskustelussa, ja siksi alan pitää pohtia otsikoita molemmista näkökulmista.

Jos otsikko on kuitenkin tahallisen monitulkintainen ja harhaanjohtava, silloin siinä ei ole enää journalistista perustetta. Se syö median uskottavuutta, jolloin se ei voi toimia demokratiaa turvaavana instituutiona.

On jännä, että Helsingin Sanomat ei ole otsikoissaan yrittänyt pitää tiukempaa erontekoa laatulehden ja viihteellisemmän julkaisun välillä. *Iltapäivälehdillä* on aina ollut revittelevämpi maine, ja *Hesari* on ollut kuivempi ja syventävämpi, mutta nykyään *Hesari* näyttäytyy omiin silmiini viihteellisempänä – ainakin aiempiin mielikuviini verrattuna.”

– **TALOUSTOIMITTAJA SANOMALEHDESSÄ**



”Kun tulin viime vuosikymmenen lopulla takaisin pitkältä äitiyslomalta, otsikoille oli siinä välissä tapahtunut jotain. Yhtäkkiä yksikään tekemistäni otsikoista ei enää kelvannut, ne olivat ihan liian lyhyitä ja informatiivisia. Klikkiotsikot olivat tulleet. Aina välillä tulee kurinpalautus, mutta niiden tekemistä jatketaan, koska ne toimivat.

Meillä otsikot tekee joku muu, mutta sinä olet se, joka saa paskan niskaan. Meillä on sääntö, että vastauksissa ei saisi sanoa, että otsikkoa ei ole tehnyt itse. Se tuntuu epärealistiselta ja ärsyttävältä, koska palautteen otsikosta saa kuitenkin jutun kirjoittaja ja hän joutuu kantamaan siitä vastuun.

Jossain vaiheessa häpesin juttujeni otsikoita, koska ne olivat liian viritettyjä. Juttu saattoi olla pieni, mutta otsikko vei odotukset äärimmäisen korkealle, vaikka sisältöä oli vain pätjän verran.

Kaikkein älyttömimmistä otsikoista on ehkä päästy eroon, siihen on puututtu talon sisällä. Mutta joskus, kun aamulla herää ja katsoo oman juttunsa otsikkoa, sydän putoaa vatsaan.”

– TOIMITTAJA SUURESSA SANOMALEHDESSÄ

Monissa lehdissä otsikoita onkin alettu tietoisesti napakoittaa ja lyhentää. Niin on tehty viime vuonna myös *Helsingin Sanomissa*. Pullisen mukaan siinä on onnistuttu ”kohtuullisen hyvin”. Mitä isompi uutinen, sitä kiuveempaa ja toteavampaa tyyliä haetaan.

Aina lyhyt otsikko ei kuitenkaan ole paras. *Helsingin Sanomissa* otsikon tyylillä pyritään viestimään jutun lajityypistä. Pullisen mukaan uutisjutun otsikossa pitää kertoa oleellinen, mutta kertovassa genressä otsikossakin pitää olla kertovuutta.

– Esimerkiksi jos pitkät henkilö- tai uutishaastattelut otsikoidaan hyvin lakonisesti: henkilö, kaksoispiste, kannanotto, se voi luoda mielikuvan siitä, että tässä on kyseessä uutissähe. Otsikon pitäisi kuitenkin olla keino ilmaista, että tämä on vallanpitäjän laaja haastattelu, jossa on paljon sävyjä.

Pullinen kertoo lehden saavan toistuvasti palautetta, jossa kysytään, voisiko verkossa olla samantyyppiset otsikot kuin printtilehdessä. Hän ymmärtää kaipuun lyhyisiin ja informatiivisiin otsikoihin, mutta ei pidä paluuta mahdollisena.

– Silloin jotkin jutut muuttuisivat vaikeaksi ymmärtää, kun otsikosta puuttuisi oleellista kontekstia, Pullinen väittää.

Kuvailevuudesta hän ei ole valmis luopumaan. Myös HS:n sisäisessä otsikko-ohjeistuksessa halutaan jättää tilaa humoristisuudelle, tunteille ja elämänilolle.

– Ehkä median ei tarvitse aina olla lakonista. Se on se tausta, mistä minä tulen.

Otsikoiden säätely kiristyy

Tulevaisuudessa otsikointia saatetaan säädellä nykyistä tarkemmin. Siitä saatiin esimakua, kun Julkisen sanan neuvoston kannatusyhdistys julkaisi helmikuussa

ehdotuksensa uusiksi Journalistien ohjeiksi.

Nykyisin Journalistien ohjeet määräävät, että ”otsikoille, ingresseille, kansi- ja kuvateksteille, myyntijulisteille ja muille esittelyille on löydettävä sisällöstä kate”. Uudessa ehdotuksessa tätä tiukennettaisiin lisälauseella: ”eivätkä ne saa olla harhaanjohtavia”.

Päätoimittajien yhdistys ry reagoi paljonpuhuvasti: se vastusti harhaanjohtavuuden kirjaamista ohjeisiin. Lausunnonsaan se luonnehtii lisäystä epäonnistuneeksi ja tulkinnanvaraiseksi.

”Mediassa pitää voida tehdä luovia ja jopa nokkelia sekä monimerkityksellisiä otsikoita ja vastaavia nostoja, jotka houkuttavat yleisöä sisällön pariin”, yhdistys toteaa.

Toisaalta näköpiirissä on myös orastavia merkkejä siitä, että toimitukset alkavat nähdä, milloin otsikon viritäminen kannattaa jättää tekemättä.

Kun *Helsingin Sanomat* uutisoi presidentinvaalien ensimmäisellä kierroksella tuloksista, Jussi Pullinen päätti kesken otsikoiden A/B-testauksen, ettei se sillä kertaa tarpeen.

– Ajattelin, että on parempi, ettemme luo eri versioita asioista, jotka ovat kovia uutisia.

Journalistitutkija Pauliina Penttilän mukaan nykyinen verkko-otsikointi vaatii lukijalta enemmän kuin vanhanaikainen sanomalehti. Hän kaipaa toimituksilta pohdintaa siitä, miten nykyinen otsikointi vaikuttaa lukijoiden luottamukseen pitkällä aikavälillä.

Nykyistä trendiä, jossa otsikko saattaa sisältää vain yhden nyanssin jutusta, hän ei pidä hyvänä.

– On hyvä muistaa, että lukijat odottavat, että toimitus kuratoi heille, mitä pitäisi ja kannattaisi lukea. Nyt lukija vähän kuin jätetään heitteille. ●



INTOHIMOA KOHTI

HSJ:n jäsenet hakevat ja saavat yhdistyksen apurahoja mitä erilaisimpiin tarkoituksiin. Yhdelle yleissivistävä itsensä kehittäminen tarkoittaa ikonimaalausta, toiselle uuden alan opiskelua.

TEKSTI TIJU POHJOLAINEN KUVAT PEKKA HOLMSTRÖM

Freelancerille pienenkin apurahan merkitys voi olla valtavan suuri, sanoo toimittaja Maarit Piippo.

Joskus jutun kirjoittaminen voi muuttaa uran suunnan. Näin kävi toimittaja **Pekko-Joonas Rantamäelle** vuonna 2021, kun hän laati *Suomen Luonto* -lehteen laajan artikkelin pääkaupunkiseudun taimenpuroista.

– Se oli käänne. Ymmärsin, mitä haluan jatkossa tehdä: pitkiä ja syventäviä aikakauslehtijuttuja.

Meritaimenjuttua kirjoittaessaan Rantamäki työskenteli kuntaviestinnän puolella. Luontoaiheet veivät kuitenkin niin tiukasti mukanaan, että hän hakeutui opintovapaalle. Rantamäki ryhtyi suorittamaan bio- ja ympäristötieteiden opintoja Jyväskylän yliopiston avoimessa yliopistossa. Ensimmäinen kurssi käynnistyi kevätlukukaudella 2022.

Perusopinnot sekä aine- ja yleisopintojen kurseja sisältävän urakan hän sai päätökseen vuodenvaihteessa.

– Tavoitteenani oli oppia mahdollisimman paljon lisää luonto- ja ympäristöasioista sekä biologiasta opintojen aikana.

Uudelle tutkinnolle ei niinkään ollut tarvetta. Rantamäellä on journalistiikan maisterintutkinto sekä liikuntatieteistä englanninkielinen maisterintutkinto.

– Tykkään opiskelusta.

Maapallon lämpötaseita

Helsingin seudun journalistien (HSJ) apurahaa Rantamäki haki avoimen yliopiston kurssimaksuihin.

– Yksi opintopiste maksoi 15 euroa.

Opinnot hän olisi suorittanut myös ilman apurahaa. Opintovapaalla tulotason laskiessa apuraha kuitenkin helpotti taloudellista tilannetta. Jo se, että apuraha myönnettiin, tuntui kannustavalta.

Kaikkienensa opintojen suorittaminen oli Rantamäelle miellyttävä kokemus.

– Aivan kuin ajatteluni olisi herännyt uudelleen ulos opintojen aikana.

Samalla hän löysi uusia piirteitä itsestään:

– Mietin etukäteen, miten selviän opintoihin kuuluvasta matematiikasta. Sen kanssa olin painiskellut viimeksi lukiossa. Oli kiva huomata, että näin nelikymppisenäkin pystyy oppimaan uusia asioita. Siinä sitten laskin maapallon lämpötaseita ja sain uutta varmuutta kykyihini.

Opintojen myötä luonto- ja ympäristöaiheet ovat tulleet entistä läheisemmiksi.

– Ennen vuotta 2021 en ajatellut, että minusta tulisi luontotoimittaja.

Nyt Rantamäki työskentelee *Opettaja*-lehden toimittajana ja avustaa *Suomen Luontoa*. Hänen kynästään on syntynyt pitkiä, taustoittavia artikkeleita muun muassa silakasta, koskikorentoihin kuuluvista hankikorreista sekä selkälokin uhanalaistumisesta Päijänteellä. Juttuaiheita tulee vastaan kaiken aikaa, vaikkapa iltakävelyllä Vantaanjoen varressa.

Rantamäki toteaa opintojen muuttaneen häntä.

– Tiedän, mitä kohden haluan ammatillisesti suunnata. Opinnot syvensivät ymmärrystäni luonnosta ja ympäristöstä.

Nyt hän kokee olevansa hyvässä tilanteessa saadessaan työskennellä sellaisten asioiden parissa, joiden tekemisestä nauttii.

– Osittain voin kiittää siitä rohkeuttani jäädä opintovapaalle ja lähteä opiskelemaan.

Selkeämpää ilmaisu

Freelance-toimittaja **Maarit Piippo** alleviivaa apurahojen merkitystä erityisesti heille, joilla ei ole työnantajaa tarjoamassa koulutusmahdollisuuksia.

– Vaikka apuraha olisi vain muutamia sataasia, sen merkitys voi olla freelancerille valtavan suuri, Piippo sanoo.

Hän on itsekin päässyt apurahojen turvin osallistumaan koulutuksiin ja tapahtumiin, joihin ei olisi muuten tullut lähdeyttyä. Isoväylä-Britanniassa hän osallistui videotyön kurssille apurahan avulla. Virkistysapurahalla hän on matkannut Italiaan kansainväliselle taideleirille. Yksi vilsimmistä hankkeista oli osallistuminen teemaiheille kursseille niin ikään Lontoossa. Kurssin sangen arvokkaisiin osallistumismaksuihin Piippo haki ja sai apurahaa.

HSJ:n apurahan avulla Piippo täydensi muutama vuosi takaperin selkokielen osaamistaan. Apurahan hän käytti Selkokeskuksen järjestämän kurssin osallistumismaksuun ja alan tuoreimman oppikirjan hankkimiseen.

– Selkokieli kiinnostaa minua sekä aiheena että ilmiönä.

Kurssilta jäi parhaiten mieleen se, miten tärkeä kommunikointiväline selkokieli nyky-Suomessa on. Heitetiinpä kurssilla ilmaan jopa ajatus siitä, mahtaisiko selkokielen menetelmiä hyödyntäen syntyä entistä parempia juttuja.

**”HUOMASIN, ETTÄ NELIKYMPPISENÄKIN
PYSTYIN OPPIMAAN UUSIA ASIOITA.”**



Opinnot olivat Pekko-Joonas
Rantamäelle käännekohta.
Nyt hän tietää, mihin haluaa
ammattillisesti suunnata.

Graafinen suunnittelija
Riikka Haahti nauttii
ikonimaalauksessa siitä,
ettei mitään tarvitse
keksiä omasta päästä.



”APURAHAT OVAT TARJONNEET MAHDOLLISUUKSIA ASIOIHIN, JOTKA OLISIVAT SAATTANEET OLLA MUUTOIN ULOTTUMATTOMISSA.”

Piipon omaankin kirjoittamiseen on selkokielen periaatteista ollut hyötyä. Puhuessaan – esimerkiksi maahanmuuttajien kanssa – hän myös keskittyy tietoisesti hidastamaan puheen tempoa ja välttämään monimutkaisia ilmauksia ja lauserakenteita.

Kollegoita Piippo rohkaisee hakemaan apurahoja mitä erilaisimpiin projekteihin. Tarkkana tulee olla, että haettava kohde täyttää apurahan saamisen edellytykset, hän muistuttaa.

– Yleensä pienempien apurahojen hakemuslomakkeen täyttämiseen ei kulu suuresti aikaa.

Luostarin rauhaa

Graafinen suunnittelija **Riikka Haahti** on maalanut ikoneita jo parinkymmenen vuoden ajan. Ensimmäiselle ikonikursseille häntä houkutteli osin ajatus siitä, ettei ikonia maalatessa mitään tehdä omasta päästä. Toisin kuin työssä, siinä ei tarvitse, eikä edes saa, olla luova.

Nyt takana on lukuisia kursseja niin Helsingissä kuin Valamon luostarissakin. Kesällä 2022 hän osallistui HSJ:n myöntämän apurahan turvin Valamossa pidemmälle kurssille, niin sanotulle ikonilinjalle.

Valamon kansanopiston järjestämille kursseille Haahti hakeutuu sekä korkeatasoisen opetuksen että luostarin poikkeuksellisen tunnelman vuoksi. Kymmeniä työvaiheita vaativaa työtä ei voi tehdä hyppien samalla asiasta toiseen.

– Ikonimaalaus vaatii keskittymistä. Minulle sopii luostarin hiljaisuuteen vetäytyminen ja keskittyminen siellä.

Kurssilla on kuitenkin kaiken aikaa kiire maalamaan ikoniluokkaan. Välissä tulee hieman käveltyä Heinäveden kauniissa luonnossa, jotta jaksaa jälleen maalata.

Ikonilinjalla opettajina toimivat ikonografi **Alexander Wikström** ja ikonikonservaattori ja -maalari **Antti Narmala**, Haahden mukaan maan parhaat taitajat.

Ikonin maalaaminen ei ole nopeaa puuhaa. Valmiin työn tulee kuivuakin puoli vuotta ennen kuin se viimeistellään öljyämällä.

Haastattelun yhteydessä Haahti esittelee ikonia, jota hän on työstänyt parin vuoden ajan.

Tiedustellessani, onko ikonimaalaus työtä vai lomaa, Haahti pysähtyy toviksi miettimään.

– Onhan se oikeastaan aikamoista työntekoa, hän lopulta sanoo.

– Aluksi se oli harrastus työn ohessa, käsillä tekemistä tietokoneen edessä istumisen vastapainoksi. Mutta nyt minä olen tehnyt jo kaksi tilausikoniakin, hän kertoo tyytyväisenä.

– Siitä ihanaa opiskeltavaa ikonit ovat, etteivät opinnot koskaan lopu. Aion opiskella ikonimaalausta loppuelämäni. ●

YLEISSIVISTÄVÄÄ ITSENSÄ KEHITTÄMISTÄ

HELSINGIN Seudun Journalistien rahaston apurahaa jaetaan ammattialaa sivuaviin opintoihin, kirjahankintoihin ja yleissivistävään itsensä kehittämiseen.

Viime vuosina apuraha on johdattanut yhdistyksen jäseniä esimerkiksi Lasia ja posliinia -kursseille, osallistumaan Pentti Saarikoski -seminaariin, työstämään savea, taloustieteen ja rahoituksen opintoihin sekä opiskelemaan näyttelijäntyötä. Onpa sitä myönnetty myös ikkunoidenkunnostuskursseille.

Iso osa myönnetyistä apurahoista sivuaa tiiviisti kirjoittamista: apurahaa on jaettu tietokirjoittajakoulun opintoihin, luovan kirjoittamisen kurssille osallistumiseen, Kasva kirjoittajaksi -koulutukseen ja esimerkiksi esseekurssin osallistumismaksuun. HSJ:n tuki on mahdollistanut osallistumisen kirjoittajaklubiin ja Long Play -iltakouluihin.

Myös kielenopiskelu kiinnostaa HSJ:n jäseniä. Apurahaa on käytetty ainakin italian opintoihin Italiassa, ruotsin yksityistunteihin, ukrainan verkko-opintoihin, kielikursseihin Espanjassa, japanin kielen alkeisiin tutustumiseen sekä heprean, hindin, ranskan, venäjän ja viron kielen opintoihin.

Kevään apurahoja voi hakea 18.3.–7.4. ●

PÄIVYSTÄVIEN PÖYRISTYJIEN FOORUMI

Elon Muskin komennossa Twitter, nykyinen X, on menettänyt merkitystään toimitustyössä, kertovat Lööpin haastattelemat journalistit.

TEKSTI JUKKA VUORIO KUVAT OLLI LEPÄNRINNE JA NORA VILVA

Sosiaalisen median palvelu Twitter tunnettiin vuosien ajan toimittajien keskuudessa oivana työvälineenä. Se toimi sekä suora- lähteenä poliitikkojen ja muiden vaikuttajien lausunnoille että kahdensuuntaisena viestintäkanavana toimittajien ja vaikuttajien välillä.

Sen jälkeen kun amerikkalais- miljardööri **Elon Musk** osti Twitterin vuoden 2022 lopussa ja muutti palvelun nimeksi X, kanava on polarisoitunut entistäkin voimakkaammin. Samalla myös mainosten määrä on lisääntynyt merkittävästi. Seurauksena esimerkiksi poliisi ja Yle ovat rajoittaneet läsnäoloaan X:ssä, ja muun muassa keskustakirjasto Oodi ja Terveystieteiden ja hyvinvoinnin laitos (THL) ovat lähteneet sieltä kokonaan.

Lööppi kysyi kolmelta journalistilta, kuinka muutos on vaikuttanut heidän työhönsä.

Unohtunut sananvastuu

STT:n uutispäällikkö **Mimma Lehtovaara** tottui käyttämään

Twitteriä työssään aktiivisesti, mutta näkee X:n merkityksen heikentyneenä ja ensiuutisten lähteenä heikentyneenä.

”Mielestäni X:stä on tullut yhä enemmän päivystävien pöyristyjiä foorumia. Muutosten jälkeen alusta lisää entistä enemmän vastakkainasetteluja, ja samalla se on muuttunut kärjistyneemmäksi ja aggressiivisemmäksi. Toimittajan työn kannalta se tarkoittaa, että siellä on paljon sisältöä, joka ei sovellu kauhean hyvin uutistyyliin.”

Palvelun käytettävyys on siis Lehtovaaran mielestä huonontunut.

Osa X:n uudistuksista kytkeytyy omistaja Elon Muskin ajatuksiin täydestä sananvapaudesta, mutta Lehtovaara huomauttaa, että asiassa on myös kääntöpuolensa.

”Musk ajattelee olevansa sananvapauden suuri esitaistelija, mutta samaan aikaan häneltä unohtuu sananvastuu, joka on asian hyvin tärkeä puoli.”

Lehtovaara ei ainakaan vielä ole lähtemässä palvelusta, mutta on siellä melko passiivinen.

”Välillä mietin X:stä poistumista, mutta sitten herää kysymys, että mikä olisi uutistyylin kannalta se korvaava palvelu?”

Liibalaaba-sisältöä

Turun Sanomien politiikan tuottaja **Jenni Lepänrinne** kertoo käyttävänsä X:ää työn ohella myös yleisenä läpänheittopaikkana.

”Olen alusta saakka ollut siellä aivan läppämuijana. Mutta nykyään koen X:n olevan entistäkin kevyempi, aika liibalaaba-sisältöä.”

Lepänrinne on ollut huolissaan polarisaation lisääntymisestä X:ssä. Myös mainosten kasvava määrä harmittaa.

”Viime aikoina mainokset ovat lisääntyneet aivan valtavasti. Mainoksia näkyy enemmän kuin niiden twiittejä, joita oikeasti seuraa.”

Muskin ostettua Twitterin moni suomalainenkin käyttäjä siirtyi uuteen Bluesky-palveluun. Myös Lepänrinne ajatteli siirtyä kokonaan sinne.

”Mutta ei se vain mennyt niin.

Yritin Blueskyssa, että jos se tästä lähtisi, mutta ei se lähtenyt yhtään. Kyllästyin alustan huonoon käyttöliittymään, ja muutaman kuukauden kuluttua palasin X:n käyttäjäksi. Lopulta poistin tilini Blueskysta kokonaan.”

Maltilliset jäävät syrjään

Demokraatin toimituspäällikkö **Rane Aunimo** käyttää X:ää työssään jatkuvasti. Poliitikkojen seuraaminen on Aunimon mukaan vaikeutunut Twitterin muututtua X:ksi.

”Twiittivirrassa ei vain tule enää vastaan twiittejä niiltä ihmisiltä, joita itse seuraa. Välillä tulee mieleen esimerkiksi joku kansanedustaja, josta ei ole kuullut pitkään aikaan. Kun menee katsomaan hänen tiliään, huomaa hänen twiittailleen ihan ahkerasti.”

Aunimon havainto on, että Muskin omistuksessa X suosii eniten enemmän polarisoituneita kirjoituksia.

”Somealustojen algoritmit näköjään toimivat tai ne viedään siihen suuntaan, että ihmiset riitelisivät mahdollisimman paljon toistensa kanssa. Maltillisemmat avaukset jäävät siinä syrjään.”

Loppuvuodesta 2023 Aunimo liittyi myös Blueskyhyn.

”Se tuntuu olevan jotenkin lapsenkengissä. Vasemman laidan poliitikot ja heidän kanssaan töitä tekevät siellä enimmäkseen ovat, ainakin minun kuplassani.”

Aunimo näkee, että X itsessään viestipalveluna ei ole sen parempi tai huonompi kuin muutkaan. Kyse on siellä viestivistä ihmisistä.

”Ajattelen, että oli somekanavan nimi mikä tahansa, viime kädessä sitä palvelua käyttävät ihmiset muodostavat kokonaisuuden. Algoritmit yllyttävät ihmisiä tietynlaiseen käyttäytymiseen, mutta lopulta ihmiset itse päättävät, mitä sinne kirjoittavat.” ●



Turun Sanomien politiikan tuottajaa Jenni Lepänrinnettä harmittavat X:ssä polarisaatio ja mainokset.

**”MAINOKSIA NÄKY
ENEMMÄN KUIN
NIIDEN TWIITTEJÄ, JOITA
OIKEASTI SEURAA.”**



Maltilliset avaukset jäävät X:ssä syrjään, sanoo Demokraatin toimituspäällikkö Rane Aunimo.

**”MUUTOSTEN JÄLKEEN
X ON MUUTTUNUT
KÄRJISTYNEEMMÄKSI JA
AGGRESSIIVISEMMAKSI.”**

SOMEKANSA KOHISEE

KUMPI on journalismille tärkeämpää, paljastaminen vai kontekstointi? Miten perinteinen media voisi käsitellä somea muuttumatta itse sen kaltaiseksi? Miksi pertsamedian on niin vaikeaa puhua somesta totta? Kuumia kysymyksiä, jotka täällä lukijapuolella askarruttavat.

Somen kohut kelpaavat pertsalle, kunhan ne puunataan kalustettuihin huoneisiin sopiviksi. Kun joku sanoo somessa ”tapa ittes läskihuora”, kertoo pertsamedia, että alatyylisesti kommentoitiin. Kun joku kirjoittaa, että kommarit saunan taa, luemme, että eriäviä mielipiteitä sikisi. Kun joku ilmoittaa lähetevänsä tappamaan itsensä, perts osoittaa sen vieruskaveria, joka luoja kiitos esti aikeen, katsokaa, tässä kunnan kansalainen. Perts sievistää some-elämän pysähtyneeksi kuvaksi omasta itsestään.

Kun journalisti katsoo peiliin, se tahtoo nähdä sielä objektiivisen sanansäiläsankarin, vaivojaan säästelemättömän todellisuuden tulkitsijan. Kun tämä haavekuva törmää someen, se pyyhkii nappaskengistään roiskeita ja pohtii kavereiden kanssa, miten tästä kaikesta saisi muotoilluksi koherentin lauseen. Eikö somea ole mahdollista käsitellä ilman, että joutuu itse samaan rapaan? Onhan sodistakin mahdollista raportoida ottamatta puolta, puoluekokouksista liittymättä aatteeseen ja onnettomuudesta ilman, että itse ajaa päätä pahkaa mäntyyn. Miksi juuri some on maasto, jossa journalismin on niin vaikeaa edetä? Miksi juuri somen höllyvä, ruma ja haiseva suo on kierrettävä pitkospuita pitkin?

Kun **Teemu Selänne** paljastaa todellisen eli kauhuneen ja takkuisen karvansa viestipalvelujen vapaudessa, perts kirjoittaa, että Selänne oli ”kriittinen” ja sai aikaan ”keskustelua” aivan kuin Selänne olisi tunnettu yhteiskunnallisista kannoistaan eikä siitä, että on joskus osannut osua keppinsä lavalla mustaan kumiin.

Kaikkien äänet on saatava kuuluviin, kaikki saavat puhua – ilman muuta, mutta miksi oma kieli on pantava toisen suuhun?

Vakavaksi asia muuttuu, kun tassut upotetaan yhteisten asioiden sormiväriulootaan. Nimittäin, kun

perts puleeraa painokelvotonta kelvolliseksi poliitiikan pilttuussa, muuttuu journalistinen tyylliseikka poliittiseksi teoksi ja toimittaja tulee ottaneeksi poliittista kantaa, vaikka tarkoitus oli vain käyttäytyä.

Perinteisten puolueiden pienistäkin tölväisistä perts nostaa kohun, mutta kun populistipuolueen sankarit säntäilevät törky suussaan, katsotaan viereistä. Siellä tuokin taas soimaa, pilkkaa, nimittelee ja osoittelee, mutta sovittaisko porukalla, että kutsutaan tuota arvosteluksi. Toki se yksi vittua huusi, mutta ehkä se yritti sanoa, että tuomitsee jyrkästi. Niin, ehkä kyse on vain siitä, että perts kaipaa kiertoilmaisujen kasarille. Kukapa ei. Sääli, ettei sinne enää pääse.

Sinne ja tänne säntäilevästä somesananvaihdesta tulee pertsan mankelissa tylppää ja sävytöntä käytöstapaa niin kuin käytöstavat olisi se, mikä somea tapahtuu. Perts katsoo somea peilin kautta ja välimatkan päästä ehkä ajatellen, että tällä tavoin oma tontti säilyy puhtaana, mutta mikä tontti se on? Järkevä tontti, kohtuullinen tontti, asiallinen tontti. Se on minullekin rakas, harmi vain, että sen arvo laskee.

Some on mitä sattuu, rähjäinen, kiiltäväksi puunattu, keuliva, ilkeämielinen, tunteikas ja tyly, hellä, vetoava ja raaka, mutta tästä minä en pertsan perusteella tietäisi mitään. Perts katsoo somea kuin se olisi joku hullu setä, joka on häissä unohtanut sukut jalastaan, sen naamakin nykii, alkaako se kohta kuolata, no, yritetään nyt pitää se porukalla pystyssä, kuuluuhan se sentään sukuun.

Perts nappaa somesta aiheita ja ihmisiä kuin turisti isoja nisäkkäitä metsästyssafarilta ja sitten esittelee niitä kuin trofeita. Tämmöisen kellistin ja naarasin rantaan! Jos siltä kysyy, miksi juuri tuon sarvekkaan nappasit, se vastaa, että sitä ne kaikki muutkin oli jahtaamassa. Vaikeaa ajatella, että pertsan raportti savanniretkeltään jaksaisi innostaa, jos samaan aikaan tarjolla on seepran niskaan vyötetty GoPro. Sillä tämä juuri on pertsamedian ja somen ero: siinä missä perts kertoo seikkailuistaan, some ottaa sinut omiinsa mukaan. ●

”SOVITTAISKO
PORUKALLA, ETTÄ
KUTSUTAAN TUOTA
ARVOSTELUKSI.”





MITÄ LUKISI SEURAAVAKSI?

Lukuaikapalveluiden algoritmit ohjaavat voimakkaasti sitä, mitä kirjoja käyttäjät lukevat. Alan yritykset vakuuttavat, ettei se johda käyttäjien kirjamaun yksipuolistumiseen.

TEKSTI ANTTI KYLMÄNEN KUVITUS OUTI KAINIEMI

Kun uusi käyttäjä avaa lukuaikapalvelun etusivun ensimmäistä kertaa, silmien edessä aukeaa näennäisesti loputon valikoima kirjallisuutta. Jännäreitä, romantiikkaa, tietokirjallisuutta ja fantasiaa.

Kun käyttäjä alkaa selata valikoimaa, kuunnella kirjoja tai tallentaa teoksia listalle myöhempää ajankohtaa varten, näkymä kuitenkin päivittyy nopeasti. Lukuaikapalvelun pellin alla raksuttava algoritmi laskelmoi käyttäjän valintojen perusteella, millaiset lajityypit tai kirjailijat häntä eniten kiinnostavat.

Jo lyhyen käytön jälkeen etusivu on täysin erilainen ja sen sisältö on personoitu kyseistä käyttäjää ajatellen.

Lukuaikapalvelut, kansankielisemmin äänikirjapalvelut, tarjoavat kirjallisuutta sähköisesti kuunneltavassa ja luettavassa muodossa. Tuoreimman, vuoden 2023 Suomi lukee -tutkimuksen mukaan 21 prosenttia suomalaisista tilaa äänikirjapalveluita. Määrä on noussut tutkimusta edeltävän kahden vuoden aikana 17 prosenttia. Äänikirjojen suosio jatkaa siis kasvuaan.

Lukuaikapalvelun menestyksen perusta on tehokas suositte- lualgoritmi. Algoritmin pitää toimia, jotta asiakas löytää seuraavankin kirjan ja pysyy palvelun tilaajana. Tämä on lukuaikapalvelun elinehto ja peruseriaate ainakin suurimman Suomessa toimivan lukuaikapalvelun Bookbeatin taustalla.

– Me olemme hyvin tietoisia siitä, että ihmiset eivät lopeta sellaisen palvelun tilaamista, jonka käyttämisestä he tykkäävät ja josta he löytävät jatkuvasti

uusia sisältöjä. Pyrimme kaikin tavoin saamaan selvyttä siihen, miten pystymme paremmin suositte- lemaan ihmisille jotain, mistä he seuraavaksi innostuvat, kertoo Bookbeat Suomen liiketoimintajohtaja **Sari Forsström**.

Forsströmin mukaan eräänlainen kirja-alan klas- sikkokysymys onkin vuosikymmenestä toiseen ”mitä lukisi seuraavaksi?”

– Jos ihminen ei tiedä, mitä hän seuraavaksi lukee, hän tekee jotain muuta. Ja sitähan me emme halua.

Näin suositukset syntyvät

Suurimmat Suomessa toimivat lukuaikapalvelut, ruotsalaisyhtiöt Bookbeat ja Storytel, keräävät monenlaista dataa palveluidensa käyttäjistä. Käyttä- jädataan lukeutuvat nimen, sähköpostiosoitteen ja maksutietojen lisäksi tiedot käyttäjän toiminnasta lukuaikapalvelussa, kuten klikkaukset, teoksen parissa vietetty aika ja loppuun asti kuunteleminen sekä käyttäjän jättämät arviot.

Bookbeatin ja Storytelin leivissä työskentelee algoritmin apuna ja eräänlaisena laadunvalvojana ihmisiä, jotka tekevät manuaalista kuratointia. Pähkinänkuoressa algoritmi ja manuaalista kura- tointia tekevä ihminen yhdistävät käyttäjän toimin- nasta kerättyjä tietoja ja luovat sen pohjalta käyttä- jälle räätälöidyn kirjasuositusvalikoiman.

Storytelin Suomen maajohtajan **Tuuva Harjanteen** mukaan edellä kuvatulla toimintamallilla pyritään tunnistamaan ja vähentämään algoritmin käyttöön

”JOS IHMINEN EI TIEDÄ, MITÄ HÄN SEURAAVAKSI LUKEE, HÄN TEKEE JOTAIN MUUTA.”

liittyviä riskejä eli etunenässä kirjasuosituksen yksipuolistumista.

– Algoritmeja ja niihin perustuvia suosituksia seurataan, analysoidaan ja kehitetään jatkuvasti, Harjanne kertoo sähköpostitse.

Bookbeatin Forsström luonnehtii kirjasuosituksien tekemistä tasapainotteluksi kaikille käyttäjille suositeltavan sisällön, kuten uutuuksien tai muutoin suositujen teosten, ja henkilökohtaisten suositusten välillä.

Hän uskoo, että ilman algoritmeja kirjasuosituksien perustuisivat vahvemmin mediassa huomiota saaneisiin teoksiin ja maksettuun markkinointiin. Tällöin suositeltu valikoima olisi väistämättä suppeampi.

Osaako algoritmi yllättää?

Molempien yhtiöiden edustajat uskovat algoritmien ehkäisevän lukijoiden kirjamaun yksipuolistumista.

– Pystymme näyttämään paljon enemmän vaihtoehtoja tällä tavalla kuin jos algoritmit, hakukoneet ja datanlouhintakeinot eivät olisi apuna, sanoo Sari Forsström.

– Viime vuosien trendinä on ollut kuuntelun jakautuminen yhä laajemmalle määrälle kirjoja, joten kuuntelun yksipuolistumisesta ei voi puhua, kirjoittaa Tuuva Harjanne.

Onko tästä kaikesta huolimatta vaarana, että lukija jää jumiin kaikukoppaan ja kuuntelee vain sen tyyppisiä kirjoja, jotka ovat häntä aiemminkin miellyttäneet? Onko äänikirjojen valtakunnassa tilaa löydöille, pettymyksille ja iloisille yllätyksille?

Bookbeatin Forsströmin mukaan käyttäjille suositellaan yllättävää sisältöä jatkuvasti ja se on mahdollista nimenomaan algoritmin ansiosta.

– Me ihmiset emme pysty koskaan löytämään niin paljon kirjoja ja kohdentamaan niitä erilaisille kirjamauille ja erilaisille ihmisille kuin mihin kone pystyy. Mutta tietysti ihmisen pitää olla mukana siinä prosessissa, Forsström sanoo.

Kustantajakin hyötyy käyttäjädatasta

Algoritmin ansiosta lukuaikapalvelut tuntevat siis käyttäjänsä varsin hyvin. Käyttäjien toimintaan ja mieltymyksiin perustuva kuratointi hyödyttää myös kirjojen kustantajia.

Kustannusosakeyhtiö Otavan sähköisen kustantamisen liiketoimintapäällikön **Noora Al-Anin**

mukaan lukuaikapalveluiden algoritmeilla on selkeä kilpailuetu verrattuna kivijalkakauppojen ”fyysiseen algoritmiin” eli henkilökuntaan.

Kivijalkakaupassa työskentelevä ihminen on aina kustantajan ja asiakkaan välissä tekemässä päätöksiä esimerkiksi siitä, montako kappaletta kirjaa ostetaan kauppaan ja mihin hyllyyn teos liikkeessä sijoitetaan. Myös valikoiman laajuuden osalta seinät tulevat kivijalkakaupassa väistämättä vastaan.

– Ihminen myös suosittelee kirjoja omien preferenssiensä ja historiansa valossa. Algoritmi taas on paljon objektiivisempi. Siellä [lukuaikapalvelussa] ei vaikuta, onko algoritmi pitänyt kirjan sisällöstä vai ei. Siellä on parhaassa tapauksessa satoja tai tuhansia ihmisiä, jotka ovat antaneet arvion kirjalle, Al-Ani sanoo.

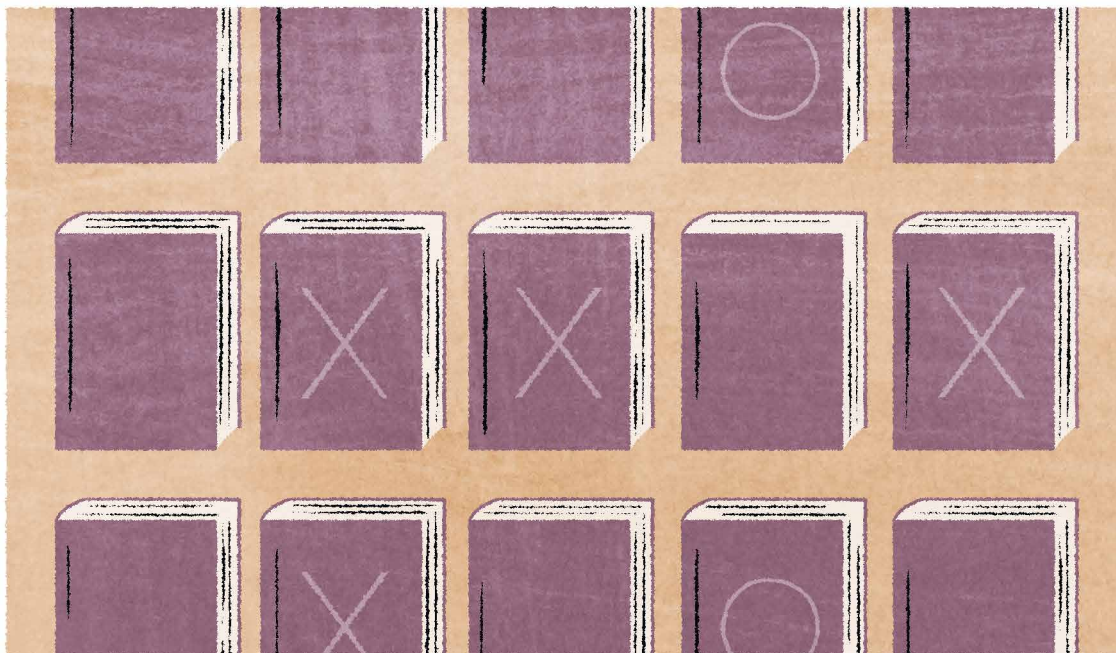
Lukijoiden maun yksipuolistuminen ei huoleta Al-Ania. Hänen mukaansa lukuaikapalvelut ovat päinvastoin madaltaneet lukijoiden kynnystä kokeilla erilaisia kirjallisuuden tyyllilajeja.

– Ja sehän on kirjailijoille vain hyvä asia. Se saa kirjailijoille lisää kuuntelijoita ja myös lukijoita. Saamme paljon sellaista palautetta, että joku on kuunnellut äänikirjan, rakastunut siihen totaalisesti ja ostanut lisäksi myös painetun kirjan itselleen tai lahjaksi. Sehän on parasta, mitä voi tapahtua.

Al-Anin mukaan kustantajat hyödyntävät lukuaikapalveluista saatua myyntidataa samalla tavalla kuin painetun kirjan kohdalla. Lisäksi ainakin osa lukuaikapalveluista jakaa kustantamoille myös yksityiskohtaisempaa käyttäjädataa.

Sari Forsströmin mukaan Bookbeat jakaa kaikille palvelussa kirjojaan jakeleville kustantajille tiedon siitä, kuinka paljon heidän kirjojansa tallennetaan, kuinka paljon niitä aloitetaan ja kuunnellaan loppuun sekä millaisia arvioita kirjat saavat. Ennen kirjaisneksen digitalisoitumista kustantajilla ei ollut näin yksityiskohtaista tietoa kuluttajien käyttäytymisestä.

– Me koemme, että meillä menee sitä paremmin, mitä helpommin ja paremmin ihmiset löytävät kirjoja, joista he pitävät. Me uskomme siihen, että kustantajille jakamamme datan avulla kustantajat pystyvät tekemään parempia päätöksiä ja selvittämään, mikä tyyppisiä kirjoja ehkä kannattaisi jatkossa tehdä enemmän, Forsström sanoo. ●



NÄITÄ KUUNNELLAAN NYT

LUKUAIKAPALVELUIDEN tilastojen mukaan selvä enemmistö lukijoista suosii kaunokirjallisuutta. Sekä Bookbeatissa että Storytelissa suosituin lajityyppi on tällä hetkellä jännitys.

– Tässä taustalla on erityisesti **Satu Rämön** ilmiöksi muodostunut *Hildur*-kirjasarja, mutta genre on muutoinkin meillä todella vahva, Storytelin Suomen aluejohtaja **Tuuva Harjanne** kirjoittaa.

Storytelissa tietokirjallisuuden puolella suosituimpia ovat true crime -kirjallisuus ja elämäkerrat.

– Myös lastenkirjallisuuden osuus kokonaiskulutuksesta on merkittävä, vaikka sisällöt ovat pääsääntöisesti lyhyitä.

Bookbeatissa lastenkirjallisuuden kestopuosikki on Harry Potter -kirjasarja, kertoo Bookbeat Suomen liiketoimintajohtaja **Sari Forsström**.

Bookbeatin tuoreimman tilaston mukaan kuuntelu palvelussa kohdistuu 95-prosenttisesti suomenkieliseen kirjallisuuteen. Storytelissa suomenkielisen kirjallisuuden kuuntelun osuus on niin ikään yli 90 prosenttia.

Mitkä kirjat sitten eivät toimi ollenkaan äänikirjapalvelussa? Harjanne ja Forsström ovat yhtä mieltä siitä, että äänikirja taipuu moneen.

Harjanne kuitenkin huomauttaa, että esimerkiksi harrastekirjat, kuten käsityö- ja reseptikirjat, eivät taivu äänikirjaformaattiin.

Forsström puolestaan uskoo, ettei ole kirjallisuuden lajityyppiä, joka ei sopisi ollenkaan äänikirjaksi. ●

BOOKBEATIN VUODEN 2023 KUUNNELLUIMMAT KIRJAT

1. Atlas, Papa Saltin tarina – Lucinda Riley, Harry Whittaker (suom. Hilikka Pekkanen, Tuukka Pekkanen)
2. Rósa & Björk – Satu Rämö
3. Jakob – Satu Rämö
4. Hildur – Satu Rämö
5. Alekski Suomesta – Tuomas Kyrö

STORYTELIN VUODEN 2023 KUUNNELLUIMMAT KIRJAT

1. Rósa & Björk – Satu Rämö
2. Jakob – Satu Rämö
3. Atlas, Papa Saltin tarina – Lucinda Riley, Harry Whittaker (suom. Hilikka Pekkanen, Tuukka Pekkanen)
4. Alekski Suomesta – Tuomas Kyrö
5. Seilin naiset – Mikko Kouki, Satu Rasila

Toim. huom.: lukuaikapalveluiden tilastointitavoissa on eroja. Bookbeatin listaus perustuu kuunneltuihin tunteihin, kun taas Storytelin listaus perustuu siihen, kuinka monta kertaa teos on kuunneltu loppuun.

HUOPAAJA

OSA 19: Tasavallan turvallistaja*

SUOMALAISET PELKÄÄVÄT IDÄN ITSEVALTIASTA. SILTI RAHVAS VAATII MYÖS OMALLE PRESIDENTILLEEN LISÄÄ VALTAOIKEUKSIA. KANSA HUUTAA SUOMESTA STUBBOSLOVAKIAA. (Presidentin oma mielipide ei tässä paina)

(RAJAONGELMA)

"Herra presidentti, kyllä turvapaikan hakijoita riittää höösiäviksi, mutta Suomen oma turvallisuus vaatii oikeasti rajalle kovia toimia – ja muurin. Pushback, herra Presidentti!"
– Mies 47, Klaukkala

(MAALTAMUUTTO-ONGELMA)

"Suomi on pidettävä asuttuna yleisen turvallisuuden nimissä. Siks poikkeustilanteessa myös suomalaisiin maaltamuuttajiin pitää soveltaa pushback-käytäntöä ja kääntää porukka viimeistään kehäkolmosen kohdalla."
– Faktori 59, Suutarila

(HALLITUKSEN MUODOSTAMISEN ONGELMA)

"Presidentillä pitää olla oikeus nimittää uusi pääministeri, ettei toimeen eksy vääränlaisia vaalivoittajia."
– Yrittäjä 45, Sibbo

(TYÖMARKKINAONGELMA)

"Jos ay-mafia terrorisoi lakoillaan meitä kunnollisia kansalaisia, eikö teidän tehtävänne olisi määrätä palkoista, työajoista ja lakkoilun kieltämisestä ihan jo yhteiskunta-rauhan takaamiseksi?"
– Ekonomi 38, Helsingin Paloheinä



* TURVALLISTAMISESSA jokaista ongelmaa tarkastellaan turvallisuusongelmana. Kun ongelma nähdään potentiaalisena uhkana, voi sen muuttaa kriisiksi ja ratkaisemisen siirtää normaalin päätöksenteon ulkopuolelle.

(IHMISOIKEUSONGELMA)

"Kyllä poikkeustapauksessa ihmisoikeuspykälät ja joutavan päiväiset kv-sopimukset voi jättää väliaikaisesti huomioimatta."
– Konsultti 51, Myyrmäki, Vantaa

(VELKAONGELMA)

"Jos suomalaiset eivät ymmärrä leikkauspolitiikkaa ajavaa hallitusta, on teidän herra presidentti jyrähdettävä."
– Nettomaksaja 56, Nuottaniemi, Espoo

(KASVISRUOKAONGELMA)

"Hyvä presidentti, eikö jokaisella opiskelijalla pitää olla oikeus syödä muutakin kuin kuollutta eläintä?"
– kemianopiskelija 23, Vallila

(KUNTO-ONGELMA)

"Te kun pidätte kuntoilusta, ymmärrätte, että kansalaisten lihavuus ja huono kunto ovat turvallisuusuhka. Presidenttinä voisitte määrätä eri ikäluokille omat terveys- ja painotavoitteet."
– Personal trainer 29, Lauttasaari

(RAHOITUSONGELMA)

"Me olla venattu fillaribaanaa tänne Rekolaan jo kymmene vuotta. Mikä ***** tässä maksaa?"
– Ammattikoululainen, Vantaa



* . CX61 *



TILAA HYVILLE PÄÄTÖKSILLE

JA ONNISTUNEILLE KOKOUKSILLE

KUN VARAAT TILAISUUTESI
ORIGINAL SOKOS HOTEL PRESIDENTTIIN
SAAT KESKEISEN SIJAINNIN, YKSILÖLLISET
TAPAHTUMAIDEAT, PRESIDENTILLISEN PALVELUN
JA HERKULLISTA RUOKAA.

“ PRESIDENTISTÄ LÖYTYY KAIKKI
TARVITTAVA JA ENEMMÄN. ”



PRESIDENTTI
ORIGINAL BY SOKOS HOTELS

Eteläinen Rautatiekatu 4, 00100 Helsinki
Puh. 030 087 0000 | sales.helsinki@sokoshotels.fi
www.sokoshotels.fi

S-CARD

0000 1111 2222 3333
HAURI HYVNTITYKKE