

Mira Sharma

# Toimittajan tie tiedottajaksi

## Toimittajasta tiedottajaksi — havaintoja ammatinvaihdosta

Metropolia Ammattikorkeakoulu

Medianomi (AMK)

Elokuva- ja televisiotyö

Opinnäytetyö

28.11.2015

Tekijä Otsikko	Mira Sharma Toimittajasta tiedottajaksi — havaintoja ammatinvaihdosta
Sivumäärä Aika	32 29.10.2015
Tutkinto	Medianomi (AMK)
Koulutusohjelma	Elokuva- ja televisiotyön koulutusohjelma
Suuntautumisvaihtoehto	Elokuva ja televisio
Ohjaaja	Lehtori Teija Voudinmäki
<p>Opinnäytetyössä tutkitaan tiedottajan ammattia toimittajan näkökulmasta. Työssä tarkastellaan, miksi entiset toimittajat ovat siirtyneet tiedottajiksi.</p> <p>Opinnäytetyössä on haastateltu kolmea entistä toimittajaa, jotka nykyään työskentelevät tiedottajan ammatissa. Työssä selvitetään, miksi ja miten entiset toimittajat ovat päätyneet tiedottajan ammattiin.</p> <p>Lisäksi työssä tarkastellaan, mitä samaa ja mitä eroavaisuuksia on tiedottajan ja toimittajan ammatissa. Haastateltavia on haastateltu kymmenen kysymyksen verran sähköpostitse. Vastauksia tulkitaan toimittajana työskentelevän kirjoittajan näkökulmasta.</p> <p>Opinnäytetyössä selviää, että toimittajan ja tiedottajan ammatissa arvostetaan pitkälti samoja piirteitä: mediasuhteita, sosiaalisuutta ja hyvää verkko-osaamista.</p> <p>Opinnäytetyö voi kiinnostaa toimittajia, jotka suunnittelevat alan vaihtoa esimerkiksi median murrokseen liittyvistä syistä.</p>	
Avainsanat	Toimittaja, tiedottaja, ammatinvaihto, media-ala, sisältömarkkinointi

Author Title Number of Pages Date	Mira Sharma From a Journalist to Publicist – Observations on a Change of Career 33 29 Oct. 2015
Degree	Bachelor of Culture and Arts
Degree Programme	Film and Television
Specialisation option	Broadcasting Production
Instructor(s)	TeijaVoudinmäki, Senior Lecturer
<p>This Bachelor's thesis explores the job description of a publicist from a journalist's point of view. The main research question is, why former journalists have started working as publicists.</p> <p>The thesis includes three interviews from former journalists who currently work as publicists. The main focus is on why and how former journalists ended up as publicists.</p> <p>The thesis also examines the differences and similarities between their professions. The interviews included ten questions and the answers are interpreted from the point of view of the author, who works as a journalist.</p> <p>The main discovery is that in both positions the same qualities are appreciated: good connections to the media, good social skills and excellent network knowledge.</p> <p>The thesis may be interesting to journalists who are planning a change of career or journalists and publicists who are interested in the media revolution.</p>	
Keywords	Journalism, public relations, media, press, change of career

1	Johdanto	1
2	Toimittajuus	2
2.1	Toimittaja ammattina	2
2.2	Toimittajan työn koulutus	3
2.3	Toimittajuus elämäntapana	8
2.4	Kriittisyys toimittajan työssä	10
3	Tiedottaja	12
3.1	Tiedottajan työ	12
3.2	Tiedottajan koulutus	14
4	Haastattelut	15
4.1	Haastateltavien esittely	15
4.2	Haastattelumetodi- ja kysymykset	17
4.3	Haastattelujen purku	18
5	Haastattelujen purku teemoittain	18
5.1	Ammatinvaihto	18
5.2	Tiedottajan ominaisuudet	19
5.3	Toimittajan ja tiedottajan työn samankaltaisuudet	20
5.4	Toimittajan ja tiedottajan työn erot	21
5.5	Toimittajataustan hyödyt tiedottajan työssä	22
5.6	Tiedottajan ammattitaidon kehittäminen	23
5.7	Kirjoittajan ehdotukset tiedotteiden parantamiseen	<b>Virhe. Kirjanmerkkiä ei ole määritetty.</b>
5.8	Tiedottajan työn tulevaisuus	23
5.9	Yllättikö jokin tiedottajan ammatissa entiset toimittajat?	25
6	Yhteenveto	27
	Lähteet	31

## 1 Johdanto

Opinnäytetyön aiheen valinnan taustalla ovat median globaalit ja paikalliset muutokset sekä tekniikan nopea kehitys. Sosiaalisen median hurja kasvu ja globaalit markkinat ovat tehneet perinteisten medioiden ansaintalogiikasta konstikkaampia.

Tarkastelen opinnäytetyössä omia havaintojani media-alan töistä. Olen työskennellyt toimittajana reilut kaksi vuotta. Tutuksi ovat tulleet niin printti-, verkko- kuin monimedia-toimittaminenkin. Teen parhaillaankin toimittajan työtä sekä verkko- että printtijulkaisuun yhdessä Suomen suurimmista mediataloista. Perinteisten mediatalojen kiprattellessä talousvaikeuksissa palkkaavat useat yritykset ja järjestöt toimittajataustaisia tiedottajia riveihinsä. Tiedottajan työn tuomat mahdollisuudet ja tiedottajan työ kiinnostavat myös minua. Opinnäytetyön avulla tahdon selvittää, voisinko minäkin tulevaisuudessa vaihtaa ammattia toimittajasta tiedottajaksi.

Kiinnostavaa on se, miten entiset vallan vahtikoirat ja kriittisesti asioita tarkastelleet toimittajat siirtyvät luontevasti yritysten tai järjestöjen viestinviejiksi. Kriittisyys on yksi tiedottajan ja toimittajan töiden keskeisimmistä eroista.

Kansainvälinen kilpailu ja huono taloustilanne ovat suuria syitä siihen, miksi Suomen mediakentällä, etenkin perinteisissä mediataloissa, on viime vuosina nähty runsas määrä yhteistoimintaneuvotteluita. Toimittajan työstä on tullut entistä kiivastahtisempaa vähentyneen työntekijämäärän ja verkkojulkaisujen räjähdysmäisen kasvun myötä. Mediatalot käyvät keskenään kovaa kilpailua lukijoista. Samaan aikaan entistä pienemmän määrän toimittajia tulisi hoitaa entistä suurempi työtaakka. Toimittajien on entistä hankalampaa saada vakituista työsuhdetta. On hyvin tavallista, että mediatalot tekevät niin sanottuja nollasopimuksia. Näissä sopimuksissa tarvittaessa töihin tulevia toimittajia kutsutaan töihin tai käytetään freelance-toimittajia. Tämä on yritykselle halvempaa kuin pitää toimittajia vakituudessa työsuhhteessa.

Opinnäytetyössä tarkastelen, miten ja miksi siirtyminen toimittajan työstä tiedottajan työhön tapahtuu. Tiedottajan ammatti kiinnostaa minua, sillä minulla on toimittajan työkokemukseni lisäksi monien vuosien työkokemus kaupalliselta alalta.

Opinnäytetyön tarkoituksena on selvittää, miten siirtyminen toimittajan työstä tiedottajan työhön tapahtuu. Mitkä ovat tiedottajan työn ydinalueet? Mitä osaamista toimittajan tulee itsessään kehittää tiedottajaksi ryhtyessä? Selvitän opinnäytetyössä, millaista osaamista toimittaja tarvitsee siirtyessään tiedottajan työhön. Näkökulmani tässä on oma ammatillinen kehittymiseni.

Tutkimusmenetelmänä opinnäytetyössä on haastattelu. Haastattelin kolmea tiedottajaa, jotka ovat aiemmin työskennelleet toimittajina. Jokainen heistä vastasi kymmeneen tismalleen samaan kysymykseen samassa järjestyksessä nykyistä ja entistä ammattiin koskien. Lisäksi reflektoin työssä omia havaintojani toimittajan työstä.

## 2 Toimittajuus

### 2.1 Toimittaja ammattina

Työ- ja elinkeinotoimiston verkkosivuilla Ammattinetti-osiossa toimittajien kuvaillaan kirjoittavan erilaisia juttuja sanoma-, aikakaus- ja muihin lehtiin. Sivusto kuvailee työhön kuuluvan tietojen etsimistä, haastattelujen tekemistä ja ideointia. Lisäksi sivuston mukaan olisi suotavaa, että toimittajat taitavat sujuvan kirjallisen ilmaisun, tiedonhaku- ja vuorovaikutustaidot. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2015a.)

Ammattinetin verkkosivuilla kuvaillaan myös pienen ja suuren toimituksen toimittajan työn eroja. Suuressa toimituksessa toimittajilla on yleensä oma osaamisalueensa, kuten kulttuuri tai urheilu, josta he kirjoittavat. Pienemmissä toimituksissa vastuuta on enemmän, sillä toimittaja kirjoittaa kaikista osa-alueista. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2015a.)

Selatessani mol.fi-sivustolla, Oikotie.fi-verkkosivulla ja työpaikkani intranetissä toimittajan työn avoimia työpaikkoja olen itsekin havainnut Ammattinetin kuvailemat erot pienen ja suuren lehden toimittajien töissä. Pienten toimitusten toimittajilta vaaditaan yleensä lähes kaikkea lehden tekoon vaadittavaa osaamista: valokuvaamista, taittamista ja erityisen tärkeää on ajokortti, jotta työnteko ylipäätään onnistuu. Etenkin pääkau-

punkiseudun isoimmista mediataloissa en ole ikinä havainnut, että toimittajilta vaadittaisiin ajokorttia.

Toimittajan työ liitetään Journalistiliiton toimittajan ohjeisiin. Kaikkien toimittajien edellytetään noudattavan journalistin ohjeita työssään. Säännösten noudattamista valvoo Julkisen sanan neuvosto (JSN). Journalistin ohjeet käsittävät 32 kohtaa ja ne on jaettu neljään alaluokkaan, joita ovat: Ammatillinen asema, Tietojen hankkiminen ja julkaiseminen, Haastateltavan ja haastattelijan oikeudet, Virheen korjaus ja oma kannanotto ja Yksityinen ja julkinen. (Julkisen sanan neuvosto 4.11.2013)

Julkisen sanan neuvosto (JSN) on tiedotusvälineiden, kustantajien ja toimittajien perustama elin, jonka tehtävänä on tulkita hyvää journalistista tapaa ja puolustaa sanan- ja julkaisemisen vapautta. Neuvosto käsittelee myös toimittajan menettelyä tietojen hankinnassa. JSN ei ole tuomioistuin eikä se käytä julkista valtaa. Sen päätöksiä seurataan silti tarkoin. (Julkisen sanan neuvosto <http://www.jsn.fi/jsn/jsn/>)

Julkisen sanan neuvoston verkkosivuilla kerrotaan, että kantelun neuvostolle voi tehdä kuka tahansa, jonka mielestä lehdistössä, radiossa tai televisiossa on loukattu hyvää journalistista tapaa. JSN:n sivuilta selviää myös, että suurin osa suomalaisista medioista kuuluu JSN:n perussopimuksen allekirjoittaneisiin yhteisöihin. Julkisen sanan neuvosto huomauttaa, että se voi myös omasta aloitteestaan käsitellä tärkeänä pitämiään asioita.

Journalistin ohjeiden kolme ensimmäistä ohjetta ovat:

1. Journalisti on vastuussa ennen kaikkea lukijoilleen, kuulijoilleen ja katselijoilleen. Heillä on oikeus saada tietää, mitä yhteiskunnassa tapahtuu.
2. Tiedonvälityksen sisältöä koskevat ratkaisut on tehtävä journalistisin perustein. Tätä päätösvaltaa ei saa missään oloissa luovuttaa toimituksen ulkopuolisille.
3. Journalistilla on oikeus ja velvollisuus torjua painostus tai houkuttelu, jolla yritetään ohjata, estää tai rajoittaa tiedonvälitystä. (Julkisen sanan neuvosto 2013)

## 2.2 Toimittajan työn koulutus

Suomessa suomenkieliseksi toimittajaksi voi kouluttautua opiskelemalla tiedotusoppia Tampereen yliopistossa, journalistiikkaa Jyväskylän yliopistossa tai lukemalla viestintää Helsingin yliopistossa.

Yliopistojen lisäksi toimittajaksi voi kouluttautua neljässä ammattikorkeakoulussa: Haa-ga-Heliassa journalismin koulutusohjelmassa, Turun ammattikorkeakoulussa journa-lismin koulutusohjelmassa, Oulun seudun ammattikorkeakoulussa viestinnän ja journa-lismin suuntautumisvaihtoehdossa tai Metropolia-ammattikorkeakoulussa elokuvan ja television tai televisio- ja radiotyön suuntautumisvaihtoehdossa. (Suomen Journalisti-liitto 2015) Metropolia ei ole kuitenkaan virallinen toimittajakoulutusta antava ammatti-korkeakoulu. Toimittajakoulustatuksen myöntää opetusministeriö. Statuksesta huoli-matta Metropolian televisio- ja radiotyön koulutus antaa kuitenkin valmiudet toimittajan työhön ja monet oppilaitoksen opiskelijoista päätyvät toimittajaksi.

Korkeakouluopintojen lisäksi lukuisat yksityiset kansanopistot järjestävät yhdeksän kuukauden mittaisia opintoja, jotka valmentavat toimittajan työhön.

Koulutus ei kuitenkaan ole toimittajan työssä kaikki kaikessa, ja töitä voi tehdä myös ilman minkäänlaista koulutusta alalle. Toimittajat Anni Lintula ja Meri Valkama puhuvat toimittajien koulutuksesta kirjassaan *Nuoren toimittajan eloonjäämisopas* (2009, 15). He toteavat, että toisinaan pelkällä lukiopohjalla voi päästä toimittajan ammatissa toisi-naan pidemmälle kuin viestinnän korkeakouluopinnoilla.

Outoa? Epäloogista? Ei, vaan juuri niin kuin pitääkin. Jotta media kykenee otta-maan huomioon kaikki yhteiskunnan kerrostumat, sen edustajien on oltava yhtä kirjavaa kuin yleisön. (Lintula ym. 2009, 15.)

Lintula ja Valkama toteavat, että jos kaikilla toimittajilla olisi samanlainen koulutustaus-ta, olisi median kollektiivinen maailmankatsomus mitä todennäköisimmin nykyistä yh-denmukaisempi, jolloisin myös journalismista tulisi yksipuolisempaa. (Lintula ym. 2009, 15)

Toimittajan työssä tarvittavia taitoja, kuten kirjoittamista, jutun näkökulman ra-jaamista ja tiedon hankkimista oppii opiskelemalla journalismia, mutta taitoja voi kehittää myös käytännön toimitustyössä. (Lintula ym. 2008, 16)

Kujala, Lahti ja Tamminen ( 1998, 83) kuvailevat teoksessaan *Radiotyön perusteet – johdatus suoran lähetysten tekemiseen* radiotoimittajalle tärkeitä piirteitä, mutta yhtä hyvin ne sopivat myös lehti- ja tv-toimittajan työnkuvaan.



Teoksessa nostetaan esiin muun muassa haastattelutaitojen merkitys: ”Vuorovaikutustaidot ihmisten kanssa, joilla saattaa olla omastasi poikkeava elämänkatsomus, ovat avaintekijöitä hyvälle haastattelijalle” (Kujala, Lahti & Tamminen 1998, 83).

Lisäksi kirjassa otetaan esille seikat, joita ei pelkästään kouluja käymällä saavuteta: elämänkokemus ja uteliaisuus.

Tällä ei tarkoiteta radiopersonan ikää, enemmänkin elämän asennetta. Olisi tietysti kauhean 'kivaa', jos radiopersonallisuus olisi elämässään kokenut erilaisia asioita. -- Tällöin elämästä löytyisi uusia rakennuspalikoita ja näkökulmia ympäröivään maailmaan. ( Kujala ym. 1998, 83.)

Kujalan, Lahden ja Tammisen teoksessa muistutetaan, että mikäli elämänkokemusta ei ole siunaantunut, ovat kokeminen tai eläminen silmät ja korvat avoimina sekä uteliaisuus entistä tärkeämpiä toimittajan työn työkaluja.

Toisaalta toimittajan työ vaihtelee niin suuresti, että esimerkiksi erityisalueisiin perehtyneillä uutistoimittajilla, kulttuuritoimittajilla ja erikoistoimittajalla on lähes aina erilaisia maisterintutkintoja taustanaan.

Toimittajien koulutus näyttää puhuttavan journalismista kirjoja kirjoittaneita, asian ottaa esille myös toimittaja Johanna Vehkoo kirjassaan *Painokoneet seis!* Vehkoo toteaa, että se, että Suomessa journalistista etiikkaa opetetaan yliopistoissa ja ammattikorkeakouluissa on vaikuttanut kovasti suomalaisen toimittajakunnan vahvaan ammattitaitoon.

Journalismin asema professiona on ollut yksi mediatutkimuksen kestokysymyksistä. Yhtäältä journalismi on vapaa ammatti, eikä siihen ryhtyvillä tarvitse olla alan koulutusta. Toimittajat eivät vanno valmistuessaan valaa kuten lääkärit, eikä journalismilla ole yhteistä tieteistä pohjaa. Toisaalta toimittajilla on oma järjestö. Itsesääntelyjärjestelmä ja toivottavasti myös julkisen palvelun eetos. ( Vehkoo 2011, 177)

Omat opintoni Metropolia Ammattikorkeakoulussa olen kokenut hyödyllisenä työelämän kannalta. Etenkin Yleisradiossa suoritetusta mediatoimittajan työharjoittelusta ja siellä luomistani kontakteista on ollut hyötyä.

Metropolian elokuvan ja television koulutusohjelman perusopinnoissa opin nimenmukaisesti media-alan perusasiat. Perusopinnoista hedelmällisimpinä olen kokenut media-alan yritystoiminnan ja -juridiikan opinnot. Näillä toimittaja Johanna Korhosen pitä-

millä kursseilla käytiin perusteellisesti läpi, mitä on olla yrittäjänä media-alalla toimittajan ammatissa. Itse en vielä ainakaan haaveile yrittäjäksi ryhtymisestä, mutta kiitos Korhosen tiedän hieman paremmin, kuinka hoitaa esimerkiksi laskutus ja miten myydä juttuideoitaan eri mediataloille.

Ammattiopinnot syvensivät eri aihepiirien osaamista ja niissä sai valita itseään kiinnostavia aihepiirejä. Koen hyötyneni Metropolian ammattiopinnoissa eniten uutisprojekti-kurssista sekä televisio- ja radiotyön syventävistä ammattiopinnoista.

Esimerkiksi monikamerataltioinnin kurssilla ja radion asiaohjelmasarjan kurssilla tärkeässä asemassa oli yhteistyö muiden kurssilaisten kanssa. Monikamerataltioinnin kurssilla ryhmätyö oli osaltaan ongelmallista, kun toisille opiskelijoille tuntui kasaantuvan enemmän hommaa kuin toisille. Olen huomannut saman myös työelämässä. Eli niin sanotusti tehokkaat työntekijät joutuvat usein tekemään tuplamäärän töitä hieman hitaammin asiat tekeviin toimittajiin verrattuna. Enää se ei haittaa minua samalla tavalla kuin opintojeni alkuvaiheessa. Jokainen tekee työtään niin kuin parhaiten taitaa. Jos kollegani työmoraali tai tapa toimia eroaa suuresti omastani, on minun itse opittava luovimaan asian kanssa, koska harvoin suoraan pystyn vaikuttamaan toisen käytökseen.

Kaikkein tärkeimmät ryhmätyötaidot, jotka Metropoliasta opin sain Nepalissa järjestetyn Fine-projektin aikana. It Will Be Fine -hankkeen ensimmäinen vaihe toteutettiin keväällä 2013 yhdessä Metropolian, Nepalissa toimivan Oscar Collegen, Suomen ulkoasiainministeriön ja Yleisradion kanssa. Näin hanketta kuvailtiin Ulkoasiainministeriön verkkosivuilla vuonna 2012:

Pilottihankeella pyritään tuottamaan pitkäkestoinen ja -vaikutteinen yhteistyöprojekti Suomen ja Nepalin välille. Digitalis-menetelmän opettaminen nepalilaisessa elokuva-alan oppilaitoksessa. Teemana on naisten ja tyttöjen asema Nepalissa. Hankkeen edetessä Digitalis-menetelmän piiriin on tarkoitus kouluttaa naisten ja tyttöjen aseman kohentamiseksi työtä tekevien järjestöjen toimijat. (Ulkoasiainministeriö 12.6.2012)

Hain projektiin mukaan idealla, jossa kerroin haluavani tehdä dokumentin Nepalin perhesuunnittelujärjestö FPAN:n (Family Planning Association of Nepal) nuorisotoiminnasta. Nepal on yksi maailman köyhimmistä maista, ja naisista vain joka kolmannes käyttää ehkäisyä. Perheen lapsimäärä on 4-5 lasta. Ei-toivottujen raskauksien lisäksi myös

sukupuolitaudit ovat valitettavan yleisiä Nepalissa. (Family Planning Association of Nepal, 2013)

Edistystä on myös tapahtunut, sillä Nepalin perhesuunnittelujärjestö FPAN on perustanut nuorisoystävällisiä klinikoita ympäri Nepalia. Klinikat pyörivät pääosin vapaaehtoisvoimin ja sieltä voi kuka tahansa käydä kysymässä neuvoa seksuaaliterveysasioissa.

Alkuperäinen suunnitelmani olikin tehdä klassinen seurantadokumentti, jossa seurattaisiin yhden päivän ajan klinikalla vapaaehtoisena toimivaa nuorta naista ja hänen työtään vapaaehtoisena seksuaalivalistajana muun muassa Nepalin slummialueella.

Kuten jo aluksi mainitsin, niin dokumentointeen lisäksi projektin edetessä pinnani piteni ja hermoni heltyivät. Toimin dokumentin käsikirjoittajana ja ohjaajana, kun taas nepalilaisista miespuolisista opiskelijoista koostunut työryhmäni vastasi dokumentin teknisestä puolesta. Osaksi kulttuurisista syistä projektin aikana hermoni olivat kireällä. En voinut ymmärtää, että kuvauksiin saavuttiin tuntia kahta myöhemmin kuin mitä aikataulusssa luki tai sitä, että kuvaukset katsottiin sopivaksi keskeyttää milloin tahansa teetaukoa varten. Myöhemmin kun vertailin kokemuksia muiden projektissa mukana olleiden suomalaisopiskelijoiden kanssa, tuntui lähes kaikilla naispuolisilla opiskelijoilla olleen samankaltaisia havaintoja. Projektissa oli mukana yksi miespuolinen suomalaisopiskelija ja hän kertoi, ettei kokenut kuvauksissa ”niskoittelua” kuten me häntä huomattavasti nuoremmat naisopiskelijat. Toisinaan hankalista ja kellon ympäri venyneistä kuvauspäivistä huolimatta, dokumenttini *Yksityistä?* valmistui ja saatiin esitettäväksi Yle Areenan Kolmasulottovuus-verkkosivulle.

Metropolia toivoi digitaalista kerrontaa hyödyntävästä Fine-hankkeesta pitkäaikaista yhteistyötä Nepalin ja Suomen välille. Ulkoasiainministeriö myönsi hankkeelle rahoituksen myös vuodeksi 2014, jolloin projektiin lähti neljä suomalaista opiskelijaa. Tuolloin Ulkoasiainministeriön julkaisemassa rahoituspäätöksessä kerrottiin seuraavaa:

Hankkeen toisessa vaiheessa on tarkoitus keskittyä testatun ja hyväksi havaitun digitarinan laajempaan työpajaopettamiseen. Teemana on kulttuurisen koulutuksen kautta tukea ja edistää naisten ja tyttöjen asemaa erityisesti nepalilaisen osapuolen hyväksi katsomalla tavalla. Digitarinat, lyhytdokumentit ja monimedialliset työt ovat käytännön kehityspolitiikkaa ja yhteistyötä, jossa kulttuurin keinoin tuetaan kumppanimaan omia kehityspyrkimyksiä yhteistyössä kumppanimaan toimijoiden kanssa. (Ulkoasiainministeriö 2013)

Olin myös mukana Fine-projektin kolmannessa vaiheessa, kun nepalilaisopiskelijat vierailivat Suomessa keväällä 2014 ohjaamassa käsikirjoittamiaan dokumentteja, jotka kuvattiin Suomessa. Mielestäni Fine-projekti on yhteiskunnallisesti hyvin arvokas sekä suomalais- että nepalilaisopiskelijoille. Itseäni näiden dokumenttien teko kasvatti toimittajana todella paljon.

Jouko Aaltonen sanoo teoksessa *Seikkailu todellisuuteen. Dokumentin tekijän opas* 2011, että tärkeintä dokumenttielokuvan ohjaajan työssä on kohtaaminen. Ohjaaja tunkeutuu ihmisten maailmoihin, elämiin, sosiaalisiin tilanteisiin jne. (Aaltonen 2011, 231). Mielestäni toimittajan työ on myös sitä samaa; erilaisten ihmisten ja tilanteiden kohtaamista.

### 2.3 Toimittajuus elämäntapana

Kujala ym. (1998, 83) toteavat, että toimittajuus on elämäntapa. Myös Anni Lintula ja Meri Valkama kirjoittavat teoksessaan Nuoren toimittajan eloonjäämisopas nuorista journalismin opiskelijoista, jotka alan huonosta työllisyystilanteesta huolimatta ryhtyvät toimittajiksi.

Mutta miksi nähdä kaikkia tämä vaiva ja taistella omasta paikasta media-alalla? Siksi että toimittajan työ on kerta kaikkiaan mahtavaa ja mieletöntä. Pääsemme paikkoihin, joista muut voivat vain unelmoida. Saamme esittää kysymyksiä, joihin tavalliset ihmiset eivät koskaan saisi vastauksia. Moni toimittaja myös pystyy yhdistämään työhönsä harrastuksensa, kuten matkustamisen, poliittisen historian tai feministien kirjallisuuden. (Lintula, Valkama 2009, 13)

En voisi olla enempää samaa mieltä Lintulan ja Valkaman kanssa. En usko yhtenkään toimittajan lähteneen alalle mukheiden tienestien toivossa. Sen sijaan alalle ajaa uteliaisuus ja innostus omiin kiinnostuksen kohteisiin ja lukuisat kysymykset, niistä aihealueista, joista ei itse alun perin tiedä lainkaan. Itse toimittajana koen hyötyväni työssäni jatkuvasta uteliaisuudestani. Miten muuten jaksaisin innostua kaikista uusista aiheista, jotka tulevat eteen työssäni. Opinnäytetyöni ohjaaja Teija Voudinmäki tosin muistutti, että uteliaisuus on persoonaominaisuus, ja utelias on utelias aina – myös työn ulkopuolella. Siispä uteliaat ihmiset ajautuvat usein toimittajaksi. Uteliaisuus yhdistettynä toimittajan työhön on elämäntapa.

Usein olen kirjoittanut aiheista, joista en ole aluksi tiennyt juuri mitään. Tuolloin uteliaasta luonteesta ja asioista innostumisesta on ollut suuri hyöty: tiedonhankintaan ja

faktojen tarkistamiseen saattaa kulua rutkasti enemmän aikaa kuin artikkelin kirjoittamiseen.

Tuntemani pätevimmat toimittajat ovat niin sanotusti toimittajia myös vapaa-ajallaan. Heidän innostuksensa aiheeseen ei lopu silloin, kun työpaikan ovi sulkeutuu takana työpäivän päätteeksi. Esimerkiksi useimmat kulttuuritoimittajat ovat kiinnostuneita kulttuurista myös työnsä ulkopuolella, samoin kuin parhaat viihdetoimittajat seuraavat esimerkiksi ajankohtaisia tv-sarjoja ja viihdemaailman ilmiöitä vapaa-ajallaankin. Hienointa siinä, on että he tekevät näin ikään kuin huomaamatta ja vapaaehtoisesti, jolloin vapaa-ajalla päähän saattaa putkahtaa mitä mainioin idea artikkelin aiheesta tai juttusarjasta.

Eräässä työhaastattelussa sain muistutuksen siitä, että toimittajuus elämäntapana on myös sitä, mistä lähes jokaisessa media-alan oppilaitoksessa tai työpaikkailmoituksessa muistutetaan: toimittajalla tulee olla hyvä yleissivistys. Olin kyseistä viihdetoimittajan työhaastattelua varten tankannut tietoa viihdemaailman viimeaikaisista tapahtumista. Kesken haastattelun minulta yhtäkkiä kysyttiin, kuka on Suomen valtiovarainministeri. Siihen en ollut lainkaan valmistautunut, enkä pienoisessa paniikissa muistanut uuden valtiovarainministerin nimeä. Haastattelun jälkeen olin varma, että en missään nimessä kyseistä työtä saa. Sain kuitenkin tämän työpaikan. Yleissivistyksen lisäksi kenties testattiin, kuinka selviydyn yllättävistä tilanteista. Uutistoimituksessa mikä tahansa on mahdollista, ja stressinsietokyky parhaimmilla toimittajilla on aivan omaa luokkaansa. Kun töissä muutenkin on kiire, on työt kiva tehdä asiat rauhallisesti ottavien, mutta tehokkaiden työntekijöiden kanssa.

Lintula ja Valkama muistuttavat toimittajan työn julkisesta puolesta ja stressinsietokyvystä:

Työssään toimittaja kohtaa jatkuvasti arvostelua, joko kollegoiden, haastateltavien tai yleisön taholta. Vaikeudet pakottavat yrittämään entistä enemmän, kehittämään entistä paremmaksi toimittajaksi. (Lintula, Valkama 2009, 13)

Toimittajan tulee olla kiinnostunut myös oman erityisalueensa ulkopuolisista asioista. Tämä osaamisalue korostuu pienten lehtien toimituksissa, joissa sama toimittaja voi kirjoittaa yhden päivän aikana silakkamarkkinoista, yleisurheilutuloksista ja kunnanvaltuustosta.

Vaikka toimittajana voi työskennellä ilman koulutusta, omien havaintojeni mukaan parhaita toimittajia ovat ne, joilla yhdistyvät media-alan koulutus ja into työhön. Toimittajan koulutuksessa toimittajien selkärankaan iskostuvat journalistin ohjeet, jolloin toimitustyö helpottuu rutkasti. Tuolloin jo ensimmäisessä media-alan työpaikassaan tietää, mikä on eettisesti ja laillisesti oikein ja mikä ei. Konkreettisesti media-alan opiskelijat hyötyvät myös oppilaitoksissa saamistaan verkostoista ja koulutukseen kuuluvasta työharjoittelusta.

## 2.4 Kriittisyys toimittajan työssä ja ammatinvaihto

Toimittajan työn keskeinen osa on kriittisyys, joka usein tarkoittaa myös lähdekritiikkiä. Kritiikki mainitaan myös Journalistin ohjeissa. Ohessa neljä poimintaa Journalistin ohjeista:

- 10. Tiedot on tarkistettava mahdollisimman hyvin – myös silloin kun ne on aikaisemmin julkaistu.
- 11. Yleisön on voitava erottaa tosiasiat mielipiteistä ja sepitteellisestä aineistosta. Myöskään kuvaa tai ääntä ei saa käyttää harhaanjohtavasti.
- 12. Tietolähteisiin on suhtauduttava kriittisesti. Erityisen tärkeää se on kiistanalaisissa asioissa, koska tietolähteellä voi olla hyötymis- tai vahingoittamistarkoitus.
- 16. Ilmoitusten ja toimituksellisen aineiston raja on pidettävä selvänä. Piilomainonta on torjuttava. (Journalistin ohjeet, Julkisen sanan neuvosto 2013)

Kriittisyys on mielestäni toimittajan ja tiedottajan työn yksi keskeisimmistä eroista, lisäksi eroista mieleeni tulee toimittajan työn objektiivisuus. Tiedottajan ei tarvitse työssään noudattaa journalistin ohjeita. Siksi tiedotteista voi tehdä niin mainosmaisia kuin tahtoo.

Eräs media-alalla työskentelevä ystäväni tokaisi suoraan sen, mitä olen toimittajakollegoideni kanssa pohtinut: “Jos siirryt toimittajasta tiedottajaksi, uskottavuutesi journalistina kuolee.” Toisin sanoen alanvaihto tiedottajasta toimittajaksi on hankalampaa uskottavuuden näkökulmasta.

Onko tiedottajana työskentelevä toimittaja myynyt sielunsa? Toimittajan ja tiedottajan työn yksi keskeisiä eroja on mielestäni se, että tiedottaja edustaa aina työnantajansa kantaa ja on sille tiedotteissaan ja kaikissa työtoimissaan lojaali. Toimittaja taas työs-

kentelee aina journalismin ehdoilla, on niin sanotusti pienen ihmisen puolella. Idealistisesti ajateltuna toimittaja on myös vallan vahtikoira.

Journalistin ohjeiden noudattaminen voi toisinaan olla vaativaa ja puhdasta objektiivisuutta ei ole. Myös toimittaja tekee valintoja oman taustansa mukaisesti. Järvi ja Vainikainen (2010, 28–29) kuvailevat, kuinka toimittaja on julkisuuden portinvartija. He teavat uutisen olevan aina valinta.

Se ei merkitse pelkästään tietyn näkökulman valintaa tai tietyn asian valitsemista uutiseksi. Valinnan takana on aina arvoja, jotka juontavat juurensa joko tiedotusvälineen linjasta, ammattikunnan sisäisistä arvostuksista tai yhteiskunnan vallitsevista arvoista — usein niistä kaikista. Lisäksi tietenkin yksittäisen toimittajan tai uutispäällikön arvomaailmat vaikuttavat siihen, mitä tiedotusväline kulloinkin uutisoi. (Järvi, Vainikainen, 2010)

Toimittajan tulee kuitenkin pyrkiä objektiivisuuteen suhtautumalla kriittisesti lähteisiinsä, tarkastamalla ne ja pyrkimällä tasapuolisuuteen sekä noudattamalla Journalistin ohjeita.

#### 2.4.1. Toimittajan ammatinvaihto

Toimittajan työ on vaativaa ja kuluttavaa elämäntapatyötä. Jatkuvat muutokset ja heikentyneet työsuhteet ovat saaneet jotkut toimittajat miettimään ammatinvaihtoa. Syitä vaihtohalukkuuteen on toki muitakin.

Yleensä ihmiset vaihtavat ammattia joko terveydellisistä syistä tai työttömyydestä johtuen. Ihmiset vaihtavat myös ammattiaan, jos ovat tyytymättömiä nykyiseen työhönsä. (Koski & Leiwo 2015 Yle Uutiset).

Johanna Vehkoo erittelee teoksessaan *Painokoneet seis!* media-alan vaikeuksia ja syitä siihen, miksi osaavat toimittajat vaihtavat alaa. Vehkoo kertoo tavanneensa paljon ”toipuvia toimittajia”, jotka ovat vaihtaneet ammattia, koska ovat pettyneitä mediaan. Hän arvelee vielä suuremman osan toimittajista ”haaveilevan vapaudesta”, mutta he eivät uskalla ottaa ratkaisevaa askelta. Vehkoo kuvailee rivitoimittajan työtä seuraavanlaisesti:

Rivitoimittajan rooli nykyajan leikkaa-liimaa-toimituksessa on usein turhauttavaa hommaa. Ajatustyöläiset esittävät aamupalavereissa omia ideoitaan, johon vastataan, että ihan kiva, mutta tee ensin tämä juttu, joka kilpailijamme teki eilen. Pian he lopettavat omien ideoiden esittämisen. (Vehkoo 2011, 98)

Vehkoo toteaa, etteivät luovan alan työntekijät tule alalle rahan perässä.

Ensinnäkin he haluavat olla riippumattomia ja itseohjautuvia. Toimituksissa näitä ihmisiä pyritään johtamaan, jotta heistä tulisi kuuliaisista – ei sitoutuneita ja työstään innostuvia. Mutta mitä itsenäisempää työtä he saavat tehdä, sitä sitoutuneempia he ovat. (Vehkoo 2011, 98)

Vehkoo erittelee teoksessaan toimittajalle ominaisia piirteitä, jotka eivät hänen mukaansa nykytoimittajan työssä toteudu:

Toiseksi luovan työn tekijät haluavat tulla aina vain paremmiksi työssään. He haluavat oppia uutta, löytää parhaat juttuideat ja kirjoittaa entistä paremmin – jos he ovat motivoituneita. Kolmanneksi he haluavat tehdä työtä, jolla on tarkoitus. Journalismin keskeinen tarkoitus on antaa kansalaisille välineitä, joiden avulla he voivat tehdä järkeviä valintoja demokraattisessa yhteiskunnassa. Tämä ylevä tarkoitus ei tunnu kovin läheiseltä, kun vääntää viikon seitsemättä menovinkkiä. (Vehkoo 2011, 99)

### 3 Tiedottaja

#### 3.1 Tiedottajan työ

Tiedottajan työ on usein median kuluttajalle näkymättömämpi. Järvi ja Vainikainen (2010) ilmaisevat asian näin:

Tiedottaja on usein kolmas, joskin suuren yleisön kannalta näkymätön, pelaaja asiantuntijan ja toimittajan ja hänen kautta tiedotusvälineiden lukijoiden, kuulijoiden ja katselijoiden välissä. (Järvi ja Vainikainen 2010, 105)

Tiedottajan työ on sananmukaisesti tiedottaa asioista. Työ- ja elinkeinotoimiston Ammattinetti-osiossa tiedottajan työstä kerrotaan johdannossa seuraavaa:

Tiedottaja on viestinnän ammattilainen, jolla on keskeinen rooli organisaation viestinnän toteuttamisessa. Tiedottajan työ on pitkälti sidosryhmiin kohdistuvaa viestintää organisaatiosta ja sen toiminnasta. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2015b.)

Ihmisoikeusjärjestö Amnestyn Suomen osaston tiedottaja Noora Jokinen kuvailee Anna-lehden haastattelussa vuodelta 2005 työnsä olevan ”tyypillinen naisala”, jossa parasta on sen luovuus ja monipuolisuus.



”Tiedottajan työ on tyypillinen naisala: tiedottaja huolehtii taustahahmona siitä, että kaikki toimii, mutta ei ota siitä välttämättä itse kiitosta”, Jokinen kuvailee (Luoma-aho 2005)

Jokinen kuvailee lehden haastattelussa, että vaikka tiedottajan työ ei aina ole näkyvää, saattaa tiedottajan panos olla hyvinkin suuri organisaation viestinnän sisällön ja koko strategian muokkaamisessa.

Tiedottajan tehtävät saattavat vaihdella käytännön viestinnän hoitamisesta organisaation viestintästrategian suunnitteluun ja johtamiseen. Amnestyn tiedottajana Noora hoitaa järjestön mediatiedotuksen eli kontaktit toimittajiin. Noora on myös Amnestyn lehden toimitussihteeri, eli vastaa käytännössä lehden kokoamisesta. Hän osallistuu myös kansainvälisen ihmisoikeusjärjestön Suomen osaston tiedotuksen pitkän aikavälin suunnitteluun. (Luoma-aho 2005)

Yksi Nooran tärkeistä tehtävistä on suodattaa järjestön tuottamasta kansainvälisestä tietovirrasta ne asiat, joiden hän uskoo kiinnostavan juuri suomalaista mediaa. Tiedottaja onkin organisaation julkisuuden portinvartija. Toimittajat ottavat yleensä yhteyttä tiedottajaan, joka valitsee organisaatiosta sopivan asiantuntijan vastaamaan toimittajien kysymyksiin tai vastaa niihin itse. Monissa organisaatioissa tiedottaja saattaa tehdä jopa pelkästään sisäistä viestintää, mutta Amnestyssä se ei kuulu Nooran työnkuvaan lainkaan. (Luoma-aho 2005)

Toimittaja Veera Luoma-aho kuvailee Anna-lehden artikkelissa tiedottamisen olevan taustapuurtamista, jossa työn tulokset huomataan vasta pitkällä aikavälillä. Amnestyn tiedottaja Noora Jokinen kuvailee, ettei mikään tunnu olevan ikinä valmista tiedottajan ammatissa. Tiedottajan työn tärkeimmäksi osaamisalueeksi hän mainitsee hyvän organisaatiokyvyn. Hän myös mainitsee, että on tärkeää tehdä työtä sellaisessa yrityksessä, jonka arvomaailmaan uskoo. Vaikka en ole tehnyt tiedottajan töitä, allekirjoitan tämän väitteen täysin. Jos joskus päädyn tiedottajaksi, tahdon tehdä tiedottajan työtä sellaisessa yrityksessä, jonka arvojen takana voin seistä. Aivan samalla tavalla kuin toimittajanakin tahdon pystyä seisomaan jokaisen kirjoittamani artikkelin takana.

Nooran on yllättänyt, kuinka itsenäistä ja motivoivaa tiedottajan työ on. ”Tätä työtä on tehtävä luovasti ja henkilökohtaisella draivilla, jos tämän haluaa tehdä hyvin”, Noora uskoo. Innostumisessa on myös kääntöpuolensa: työajoista on usein vaikeaa pitää kiinni, kun työ tuntuu merkittävältä ja tärkeältä. ”Mulle on kuitenkin tärkeää olla tiedottajana juuri sellaisessa organisaatiossa, jonka juttuun uskon”, Noora toteaa. ”Palkka ei ole se, minkä takia tässä työssä ollaan.” (Luoma-aho 2005)

Asiantuntijan mukaan -kirjassa mainitaan, että tiedottajan välttämätön työkalu on ymmärrys tiedotusvälineiden toiminnasta. (Järvi & Vainikainen 2010, 105). Juuri tämän vuoksi koen, että on merkityksellistä, jos tiedottaja on ennen tiedotustyötä työskennellyt toimittajana. Myös Amnestyn Suomen osaston tiedottajana työskennellyt Noora Joki-

nen kertoo Anna-lehden haastattelussa työskennelleensä vuosia toimittajana ennen tiedottajaksi ryhtymistä. Jokinen alleviivaa lehden haastattelussa sitä, kuinka tiedottajan tulee tuntea median työtavat ja entiset toimittajat.

Tiedottajat ovat toimittajille korvaamattomia. Toimittajan työssäni olen työskennellyt heidän kanssaan lähinnä viihdeutisasioissa. Tiedottajat pyrkivät siihen, että media kirjoittaa heidän edustamansa työnantajan näkökulmasta, käyttämällä lähteenä esim. heidän tiedotteitaan ja haastatteluitaan.

Viihdeutisoinnissa nämä asiat ovat yleensä tiedottajien edustamien julkisuuden henkilön tv-ohjelmia, cd-levyjä tai konsertteja. Viihdetoimittajan työkokemukseni perusteella koen, että viihdeutisoinnissa on veteen piirretty viiva, mikä on uutisointia ja mikä esiintyjän, levyn, konsertin yms. mainostamista.

Toimittajat aihepiiristä huolimatta tarvitsevat tiedottajia. *Asiantuntijan mukaan* -kirjassa kuvaillaan, kuinka tiedottajista on hyötyä tiedetoimittajille.

”Mutta toimittajan oman asiantuntemuksen syvetessä riippuvuus tiedottajista kanavoi toimittajan laitoksen virallisiin kantoihin ja totuuksiin.” (Järvi & Vainikainen 2010, 39).

Lisäksi Vainikainen ja Järvi kuvailevat samoja tehokkuusvaatimuksia, joita itsekin toimittajan työhön liittyen kuvasin:

”Toimittajat näkevät muuttuneensa jopa liukuhihnatyöntekijöiksi, jotka tehokkuusvaatimusten keskellä joutuvat tinkimään omista laatukriteereistään.” (Järvi & Vainikainen, 2010, 39).

Parhaimmillaan toimittajan ja tiedottajan yhteistyö toimii hyvin. Toimittaja saa tiedottajalta perustietoa juttuunsa ja tiedottaja puolestaan saa julkisuutta asialleen. Toimittajan tulee kuitenkin suhtautua kriittisesti saamaansa aineistoon. Tiedottaja puolestaan voi edellyttää, että toimittaja käsittelee julkisuuteen tahdottavaa asiaa faktaperustein.

### 3.2 Tiedottajan koulutus

Toimittajiksi ja tiedottajiksi pyrkivät opiskelevat usein samoissa oppilaitoksissa, etenkin yliopisto-opinnoissa. Tiedottajaksi tahtova opiskelee yleensä viestintää, jota voi opiskel-

la pääaineena Helsingin yliopistossa, tiedotusoppia voi opiskella Tampereen yliopistossa tai journalistiikkaa Jyväskylän yliopistossa. ( Journalistiliitto 2015)

Ammattikorkeakouluissa voi myös opiskella viestintää. Media-alalle kouluttavat Haaga-Helia ammattikorkeakoulu, Turun ammattikorkeakoulu, Oulun seudun ammattikorkeakoulu ja Metropolia-ammattikorkeakoulu. ( Journalistiliitto 2015) Koska Metropolia ei ole virallinen toimittajakoulutusta antava ammattikorkeakoulu, ei se virallisesti kouluta myöskään tiedottajia. Metropolian televisio- ja radiotyön koulutus antaa kuitenkin hyvät valmiudet tiedottajan työhön ja osa oppilaitoksen opiskelijoista päätyykin tiedottajiksi joko valmistuttuaan tai jossain vaiheessa työelämäänsä.

Viestintätoimistot ja -järjestöt järjestävät tiedottajiksi pyrkiville yksityisiä koulutuksia ja lisäksi esimerkiksi Markkinointi-instituutti kouluttaa tiedottajiksi pyrkiviä. ( Journalistiliitto 2015)

## **4 Haastattelut**

### 4.1 Haastateltavien esittely

Tutkimustehtävä selvittää, mitä osaamista tarvitaan, jotta voi siirtyä toimittajan työstä tiedottajan tehtäviin. Etsin haastateltaviksi henkilöitä, jotka olivat ennen työskennelleet toimittajina, mutta nykyään tekivät tiedottajan töitä.

Etsin haastateltavat viihdetoimittajan kontaktieni kautta. Jätin tarkoituksella pois yhteen tiettyyn aihealueeseen erikoistuneet toimittajat kuten kulttuuri-, tiede- tai politiikan toimittajat.

Sain entisen toimittaja-työkaverini kautta yhteystiedot If-vakuutusyhtiön tiedottajalle Riikka Rytilahdelle, joka on aiemmin tehnyt toimittajan töitä kaupunkilehdessä ja tehnyt toimittajaharjoittelusta Yleisradiossa.

Toiseksi haastateltavaksi valikoitui Nelonen Median tiedottaja Satu Savela, joka oli aiemmin työskennellyt toimittajana esimerkiksi Satakunnan Kansa -sanomalehdessä ja

kolmanneksi Demos Helsingin viestintäkoordinaattori Antti-Juhani Piirainen. Aiemmin hän oli työskennellyt freelance-toimittajana.

Mielestäni on tärkeää, ja jotta haastateltavien vastauksia voi tulkita tarkemmin, että heidän nykyinen ja entinen työnkuvansa esitellään tarkemmin.

Riikka Ryttilahti:

Ryttilahti työskentelee tiedottajana If Vahinkovakuutusyhtiössä. Ennen tiedottajan töitä hän teki muutaman työharjoittelun toimittajana Yleisradiossa ja paikallisessa kaupunkilehdessä. Hän kertoo harjoittelujaksojen aikana huomanneensa, että toimittajana työskentely ei ole häntä varten, koska hän ei kokenut olevansa tarpeeksi innostunut kyseisestä ammatista. Ryttilahti pohti viestinnän opintojen keskeyttämistä, kunnes keksi, että voisi hyödyntää opintojaan ja työkokemustaan myös tiedottajana tai muissa töissä.

Nykyisestä työstään Ifin tiedottajana Ryttilahti kertoo seuraavaa: "Päävastuualueenani on mediaviestintä, mutta teen paljon myös muuta yritysviestintää: muutosviestintää, uusien palveluiden ja tuotteiden lanseerausviestintää, kampanjasuunnittelua viestinnän näkökulmasta." Koska Ifin viestintätiimi on pieni, kokee Ryttilahti työnsä "mukavan monipuoliseksi".

Satu Savela

Savelan titteli Nelonen Medialla on PR&PressExecutive. Savela hoitaa työssään mediasuhteita, päivittää ohjelmakarttaa ja tekee ohjelmananseerauksia. Ennen nykyistä työtään Savela työskenteli toimittajana Satakunnan Kansa -sanomalehdessä. Lisäksi hän on työskennellyt kirjoittavana toimitussihteerinä eri aikakauslehdissä ja ollut asiakaslehtitaloissa tuottajana, jolloin kirjoitti artikkeleita muun muassa Kauppalehti Extraan.

Nykyisessä työssään Nelosella Savela kertoo katsovansa "tärkeimpien" ohjelmien sisällöt yrittäen löytää sieltä mediaa kiinnostavia sisältöjä, joita sitten markkinoi viihde- ja tv-toimituksiin. "Prio-ohjelmille järjestämme lanseeraustilaisuudet, joissa kyseisen ohjelman ruutukasvot esitellään medialle. Lisäksi pidän yhteyttä ohjelmiemme esiintyjiin. Pyrin myös tarjoamaan ruutukasvoistamme juttuvinkkejä ohjelmasisällön ulkopuolelta-kin", Savela kertoo.

Antti Juhani Piirainen

Piirainen työskentelee ajatushautomo Demos Helsingin viestintäkoordinaattorina. Ennen nykyistä työtään hän on kirjoittanut freelancerina suomalaisiin ja eurooppalaisiin lumilauta- ja elämäntapalehtiin. Piiraisen nykyinen työ Demos Helsingissä on monipuolinen, tiedottamisen ja sisäisen viestinnän lisäksi siihen kuuluu muun muassa verkkosivujen ylläpito, some-analysointi, toimittajien kontaktointi, sisällöntuotanto ja erilainen projektityö.

#### 4.2 Haastattelumetodi- ja kysymykset

Opinnäytetyöni teemahaastattelua suunnitellessani olin uuden haasteen edessä. Viihdetoimittajan työssä olen tottunut antamaan keskustelun polveilla haastattelutilanteissa, sillä kun ihmiset ovat rentoutuneita, saa yleensä henkilökohtaisimmat ja mielenkiintoisimmat vastaukset. Lisäksi kun haastateltavaa ei keskeytä, saattaa hän ottaa esille jotain sellaista, mitä itselle ei olisi tullut mieleen kysyä, tai parhaassa tapauksessa paljastaa jotain, josta saa jopa skuupin.

Teemahaastattelumenetelmä on kuitenkin toisenlainen haastattelu kuin journalistinen haastattelu. Teemahaastattelussa esitetään haastateltaville samat kysymykset ja mahdollisimman samoissa olosuhteissa. Sovelsin tässä teemahaastattelun menetelmää siten, että esitin kaikille kolmelle haastateltavalle kymmenen samaa kysymystä, samassa järjestyksessä sähköpostitse. Kysymysten tavoite oli selvittää, miksi ja miten entiset toimittajat siirtyivät tiedottajan tehtäviin.

Esitin haastateltaville nämä kymmenen kysymystä:

1. Kerro nykyisestä työstäsi. Kuvaile mitä teet.
2. Kerro työhistoriastasi toimittajana. Missä ja millaisia toimittajan töitä teit?
3. Miksi vaihdoit ammattia toimittajasta tiedottajaksi?
4. Mitkä ominaisuudet tiedottajan työssä ovat tärkeimpiä?
5. Mikä tiedottajan työssä yllätti?
6. Mitä samaa on toimittajan ja tiedottajan työssä?
7. Mitkä ovat toimittajan ja tiedottajan työn keskeisimmät erot?
8. Mikä on tiedottajan työn tulevaisuus? Verrattuna toimittajan työhön.
9. Mitä tiedottajien pitäisi opiskella ja osata enemmän?

10. Mitä hyötyä työhistoriasta toimittajana on ollut tiedottajan työssä?

#### 4.3 Haastattelujen purku

Olin laatinut haastattelukysymykset sopivan yksinkertaisiksi ja toivoin saavani niihin mahdollisimman konkreettiset vastaukset ja näin kävikin.

Purin haastattelut tekstitiedostoon järjestelemällä jokaisen vastaukset numerojärjestyksessä allekkain. Täten pystyin helpommin vertaamaan haastateltavien vastauksia keskenään. Opinnäytetyötä varten päätin purkaa haastattelut teemoittain eri alaosioidiin, jolloin pystyin analysoimaan haastateltavien vastauksia ja pohtimaan heidän puheenvuorojensa välissä myös omia mielteitani käsiteltävästä asiasta.

## 5 Haastattelujen purku teemoittain

### 5.1 Ammatinvaihto

Opinnäytetyöni alkuvaiheessa ajattelin ihmisten vaihtavan toimittajan ammatista tiedottajan ammattiin niiden syiden takia, miksi itse olen vaihtoa ajatellut, tai niiden syiden vuoksi, joita olen ihmisiltä kuullut erilaisten keskustelujen yhteydessä.

Itse olen ajatellut, että voisin tulevaisuudessa pyrkiä tiedottajaksi säännöllisen päivätyön ja vakituisen työpaikan vuoksi. Nämä kun ovat toimittajan työstä katoavia piirteitä. Moraalisesti koen kuitenkin epäilyttävänä vaihtaa toimittajan töistä tiedottajaksi, koska edelleen mielikuvissani tiedottaja on yhden ja ainoan asian äänitorvi, kun taas toimittaja voi jo yhden työpäivän aikana uutisoida useista eri aiheista eri näkökulmia hyödyntäen.

Mielikuvieni (ja osittain ennakkoluulojeni) vuoksi yllätyin suuresti osasta haastateltavien vastauksista. Satu Savela kertoo kokeneensa tiedottajan työn toimittajan työtä haastavampana, mistä yllätyin, koska olen itse ajatellut asian olevan täysin päinvastoin.

Savela kertoo kokeneensa, ettei hänellä ollut toimittajalle kuuluvaa paloa uutisoida tärkeistä asioista: "Kaipasin enemmän haastetta työhön. Toimittajan työ oli niin sanotusti liian helppoa." Savelan mukaan tiedotustyössä pääsee hallitsemaan kokonaisuuksia paremmin, ja hän myös nauttii työhön kuuluvasta asiakaspalvelusta.

Rytilahti huomasi Savelan tavoin, ettei toimittajan työ ollut häntä varten. Viestintää parhaillaan Helsingin yliopiston valtiotieteellisessä tiedekunnassa opiskeleva Piirainen on haastatelluista ainoa, joka on ikään kuin ajautunut nykyiseen työhönsä: Piirainen suoritti siviilipalveluksensa nykyisessä työpaikassaan. “Jatkoin sitten osa-aikaisena opiskelujen ohella samojen hommien parissa”, hän kertoo.

## 5.2 Tiedottajan ominaisuudet

Pohtiessani alan vaihtoa toimittajasta tiedottajaksi, ajattelen tiedottajan olevan yrityksensä kasvot ja se, joka puhuu yrityksen äänellä. Selatessani 16. lokakuuta 2015 avoimena olevia tiedottajan paikkoja mol.fi-sivustolta painotettiin useissa työpaikkailmoituksissa keskenään hyvin samanlaisia piirteitä siitä, mitä tiedottajan työssä vaaditaan.

Keskenään kovin erilaiset työnantajat, kuten nukketeatteri Sampo, Lahden kaupunki ja kuljetus- ja logistiikkaliitto SKAL toivovat tiedottajiltaan kovin samanlaisia asioita: erinomaista sosiaalisen median tuntemusta, eri viestintäkanavien tuntemusta, suhteita mediaan ja verkkoviestinnän analytiikan hallitsemista.

Riikka Rytilahti muistuttaa, että erittäin tärkeää on tuntea edustamansa organisaatio ja sen liiketoiminta: “Tällöin pystyy tekemään sellaista yritysviestintää, joka on linjassa yrityksen liiketoiminnan kanssa.”

Rytilahti arvottaa yritykseen liittyvän faktatiedon kaikkein tärkeimmäksi tiedottajan työn ominaisuudeksi, koska ilman tietämystä viestinnästä puuttuu punainen lanka. Tuolloin fokus ja tavoitteet saattavat Rytilahden mukaan olla “pahasti pielessä” verrattuna siihen, mitä yritys todella tahtoo viestiä.

Rytilahti korostaa, että tiedottajan on hyvä pitää silmät ja korvat auki sen suhteen, mitä hänen edustamassaan yrityksessä sekä ympäröivässä maailmassa tapahtuu.

Sekä Rytilahti että Savela korostavat, että hyvä tiedottaja on sosiaalinen. Tiedottajan työssä ollaan paljon tekemisissä sekä tiedottajan edustaman yrityksen asiantuntijoiden että median ja sidosryhmien kanssa. Sosiaalisuus on mielestäni yksi niistä piirteistä, jota tarvitaan sekä tiedottajan että toimittajan työssä.

Savelasta tiedottajan on tärkeää osata hallita laajoja kokonaisuuksia. Tämä on taito, jota tarvitaan myös toimittajan ammatissa. Lisäksi Savela korostaa organisointitaitojen tärkeyttä, eli kaikkien lankojen pitää pysyä käsissä, vaikka tuotantoja olisi päällä monta samaan aikaan. Myös tämä pätee toimittajan ammattiin, jossa työstetään usein useaa artikkelia samaan aikaan. Lopuksi Savela mainitsee stressinsietokyvyn – sitä tarvitaan-kin mielestäni kaikissa media-alan työpaikoissa.

Savelan mainitsema kolmas piirre on asiakaspalveluhenkisyys: se on piirre, jota toimittajalta ei vaadita. Toimittajan ei pidä ”palvella” haastateltaviaan. Usein toimittajat kuitenkin ovat ystävällisiä kaikille haastateltavilleen, koska lähtökohtaisesti ihmiset ovat suopeampia vastaamaan kiperiinkin kysymyksiin, kun heitä kohtelee ystävällisesti. Savelan mainitsema asiakaspalveluhenkisyys on suurin ero haastateltavien vastausten välillä siitä, mitä tiedottajan tehtävissä vaaditaan.

Piirainen kiteyttää tiedottajan tärkeimmän ominaisuuden: ”Itse tiedottamisessa on tärkeintä osata tiivistää olennaisin mahdollisimman selkeästi, sekä löytää joku laajemmalle yleisölle mielenkiintoinen kulma.”

Ja tähän pätee myös kaikkiin toimittajien kirjoittamiin teksteihin, ellei kyseessä ole tietyille ryhmälle suunnattu erikoisjulkaisu.

### 5.3 Toimittajan ja tiedottajan työn samankaltaisuudet

Toimittajan työssä mielestäni tärkein piirre on uteliaisuus. Vasta sen jälkeen muulla on merkitystä. Vain utelias ja asioista innostunut toimittaja saa aikaiseksi monipuolisesti kirjoitettuja artikkeleita. Uteliaisuuden yksi ulottuvuus on niin sanottu uutisnenä, joten siksi ilahduin, kun kaikki kolme haastateltavaa mainitsivat yhden saman piirteen, jota sekä toimittajilta että tiedottajilta vaaditaan: uutisnenä. Uutisnenällä löydetään uusia ja tärkeitä uutisoitavia tai tiedotettavia.

Rytilahti erottelee toimittajan tiedottajan työhön liittyvän uutisten etsinnän olevan hie- man erilaista: ”Toimittajan työhön kuuluu uutisten löytäminen kaikesta informaatiotul- vasta, kun taas tiedottaja etsii uutisia edustamansa yrityksen sisältä.”



Esimerkiksi Rytilahti nostaa yrityksen sisällä kehitteillä olevat innovaatiot, joista tiedottajien tulee osata kertoa kiinnostavalla tavalla yrityksen sidosryhmille, kuten medialle.

Savela on Rytilahden kanssa samoilla linjoilla ja korostaa uutisvainun tärkeyttä siinä, että tiedottaja löytää ja osaa hyödyntää mediaa kiinnostavia sisältöjä.

Piirainen mainitsee kolme samaa asiaa molemmissa työnkuivissa: kiteyttäminen, juttuaiheiden bongaus ja kehystäminen.

#### 5.4 Toimittajan ja tiedottajan työn erot

Mainitsin jo aiemmin, että mielestäni toimittajan ja tiedottajan työt ovat siinä mielin kaukana toisistaan, että tiedottaja kertoo kulloinkin vain yhden yrityksen asioita, kun toimittaja pyrkii välittämään tietoa monipuolisesti ja kriittisesti.

Tiedottajan työtä eivät sido journalistin ohjeet, ja tämän toteaa pohdinnassaan myös Rytilahti, joka toteaa tiedottajien tämän seikan vuoksi katsovan maailmaan kapeamman sektorin kautta.

Piirainen kokee, että tiedottajan täytyy olla informatiivisempi, ja toisin kuin toimittaja, tiedottaja ei saa peilata omia mielipiteitään tai kokemuksiaan tiedotteissa. Piirainen myös kokee, että tiedottaja hallitsee enemmän yrityksen koko kokonaisuutta.

Piiraisen kommentti informatiivisuudesta mietityttää minua, sillä myös toimittajan tulee olla informatiivinen ja kertoa asiat monelta eri kannalta, etenkin perinteisiä uutisjuttuja kirjoittaessaan. Muutoin uutisointi jää kovin yksipuoliseksi.

Savela toteaa, että tiedottajalla on asiakasvastuut ja työ on vahvasti myymistä ja markkinointia. Vaikka toimittaja ei ole myyjä, on kaupallisella medialla työskentelevillä toimittajilla suuri vastuu lukijamäristä – etenkin verkkouutisoinnissa. Toimittajalla on sinällään myös vahva ”asiakasvastuu” lukijoilleen, koska toimittajan pitää pystyä seisomaan kirjoittamansa ja julkaisemansa tekstin takana sataprosenttisesti.

Savelan mukaan toimittaja onkin ostaja eikä myyjä. Hän kiteyttää töiden erot näin: ”Tiedottaja on myyjä ja toimittaja ostaja.” Tämän eroavaisuuden voin allekirjoittaa sata-

prosenttisesti, sillä tiedottajahan yrittää “myydä” medialle mielenkiintoista sisältöä, jota mediat julkaisevat ja kenties saavat siten esimerkiksi lisää lukijoita verkkosivuilleen – eli kaikki hyötyvät.

### 5.5 Toimittajataustan hyödyt tiedottajan työssä

Toimittajan ja tiedottajan työn konkreettinen osaaminen ovat lähellä toisiaan ja molemmissa töissä vaadittavat taidot melko yhteneväisiä. Tästä voi päätellä, että toimittajan työtaustasta on erittäin suurta hyötyä tiedottajan työssä.

Kaikki kolme haastateltavaa korostivat, että toimittajan työssä opitusta kirjoitustaidosta ja -rutiinista on valtava hyöty myös tiedottajan työssä. Piirainen korosti myös hyötyvänsä nykyisessä työssään asioiden taustoittamisen hallinnasta.

Rytilahti kuvailee, että hänelle on työhistoriansa vuoksi muodostunut käsitys siitä, mitkä lfin asioista saattavat olla kertomisen arvoisia. Rytilahti työskentelee tiiviisti yhdessä yrityksensä asiantuntijoiden kanssa ja kertoo, että usein asiantuntijat eivät välttämättä hahmota, mitä medialle on hyödyllistä kertoa ja mitä ei. Tällöin Rytilahden ammattitaidosta on suuri hyöty koko yrityksen kannalta.

”Monesti käy niin, että esimerkiksi joku lfin asiantuntija pyytää vaikka vinkkaamaan medialle jostakin ei-uutisaiheesta, esimerkiksi siitä, millaista yhteistyötä teemme jonkin korkeakoulun kanssa. Aihehan ei kiinnosta mediaa, ellei yhteistyössä synny jotain oikeasti huikeaa ja merkittävää. Tällöin joutuu sitten keskustelemaan ko. asiantuntijan kanssa ja kertomaan, että ei tässä ole mediapotentiaalia, mutta voimme miettiä muita kanavia asian kertomiselle”, Rytilahti kuvailee.

Rytilahti myös mainitsee, että asiantuntijoiden ja johdon kanssa työskennellessä tärkeitä ovat toimittajan työssä opitut haastattelutaidot. Tiedotteita laatiessaan hän usein haastattelee yrityksen johtoa ja asiantuntijoita.

Savela korostaa, että tiedottajalle toimittajan työn taustasta on korvaamaton hyöty, koska vain entinen toimittaja tietää tarkalleen sen, miten mediassa työskennellään. Lisäksi tiedottajan kannattaa hyödyntää toimittajan työssä kertyneitä verkostoja tiedotustyössään.

## 5.6 Tiedottajan ammattitaidon kehittäminen

Minun on toimittajana helppo sanoa, mitä tiedottajien tulisi työssään osata enemmän tai paremmin. Itse alalla työskentelevät näkevät asian ammattikunnan sisäpuolelta ja tietenkin omasta näkökulmastaan. Rytilahti kertoo usein miettineensä, että tiedottajien “pitäisi olla enemmän kartalla nykyajan uutiskriteereistä ja siitä, miten erityyppisiä sisältöjä pidetään mediataloissa tärkeänä ja mitä yritykset voisivat tähän omilla uutisillaan ja sisällön muodoilla tarjota”.

Piiraisen mukaan tiedottajien olisi hyvä kirjoittaa journalistisemmin perinteisten mainosmaisten tekstien sijaan. Hän korostaa, että tiedottajien tulee olla tietoisia kohdeyleisöstään ja perinteisen tekstin lisäksi voitaisiin useammin koettaa tavoittaa kohdeyleisöä esimerkiksi sosiaalisen median avulla.

Savela toteaa, että tiedottajien on tärkeää panostaa sisältömarkkinointiin. Rytilahti muistuttaa, ettei viestintä ole pelkkää palstamillimetrien metsästystä uutisartikkelien muodossa vaan nykyään yritykset tekevät paljon myös maksullista yhteistyötä mediamyynnin kanssa. Tällaista sisältöä on esimerkiksi sisältömarkkinointi. Hän ehdottaa, että media ja yritysviestinnän osaajat tekisivät entistä enemmän yhteistyötä keskenään.

Onnistuneeseen yhteistyöhön Rytilahti ehdottaa vahvaa yhteistyötä siten, että median edustajat kouluttaisivat tiedottajia siinä, miten tiedottajat voivat mediaa paremmin palvella. Hän muistuttaa, että medially ja tiedottajilla on sama päämäärä mediaviestinnän suhteen: saada laadukasta sisältöä mediaan.

## 5.7 Tiedottajan työn tulevaisuus

Jatkuvat lehtitalojen yhteistoimintaneuvottelut ovat arkipäivää jokaiselle journalismin parissa työskentelevälle. Usein kuulee väitteen siitä, että tiedotusalalla riittää enemmän töitä kuin toimittajana, myös Rytilahti, Savela ja Piirainen allekirjoittavat väitteen. Haastateltavat kokevat työllisyystilanteensa pikemminkin hyväksi kuin millään lailla murheelliseksi, kuten monet toimittajat kokevat omansa.

Rytilahti on havainnut, että huonon taloustilanteen vuoksi yritykset panostavat enemmän viestintään kuin markkinointiin, koska ensiksi mainittu on halvempaa. Tämä johtaa

jälleen siihen, että viestintäalan ammattilaisia palkataan lisää tiedottajan töihin. Rytilahden oma havainto on myös se, että viestintätoimistot kasvavat perinteisten mediatalojen kutistuessa.

Rytilahti kokee, että näin on ollut niin kauan kuin hän itse on ollut tiedottajana eli neljän vuoden ajan. Rytilahti allekirjoittaa usein kuullun väitteen siitä, että toimittajia erotetaan työstään, koska mediatalot eivät ole keksineet uudenlaista ansaintalogiikkaa, jolla saataisiin tuloja.

”Väittäisin, että tulevaisuus näyttää tiedottajille aurinkoisemmalta kuin toimittajille sen suhteen, että saako vakituisen ja turvallisen työpaikan vakavaraiselta työnantajalta vai ei” Rytilahti toteaa.”

Savela on Rytilahden kanssa samoilla linjoilla. Hänen mukaansa osaavia viestinnän tekijöitä kaivataan koko ajan lisää, koska suuret yritykset työllistävät heitä. Hänen mukaansa myös viestintätoimistoissa työskenteleville tiedottajille riittää töitä, koska moni iso yritys ulkoistaa viestintänsä tai ainakin osan siitä.

Piirainen esittää kolmikosta hurjimman vision: hän uskoo, että tiedottajan ja toimittajan ammatit lähentyvät toisiaan tulevaisuudessa. ”Medioitumisen myötä, ja toisaalta yritysten muuttuessa enemmän omiksi mediataloiksi” Piirainen kuvailee ja lisää että hyviä kirjoittajia ja maailman menoa selittäviä työntekijöitä tarvitaan jatkossakin. ”Ehkä kaikista tulee jatkossa enemmän tai vähemmän toimittajan kaltaisia, työnantajasta riippumatta,” Piirainen maalailee.

Olen Piiraisen kanssa samaa mieltä siitä, että hyviä kirjoittajia ja maailman menoa selittäviä työntekijöitä tarvitaan, oli käynnissä median murros tai ei. Mielestäni olisi mielenkiintoista tietää konkreettisesti, millaisia toimittajan kaltaiset tiedottajat olisivat? Katsoisivatko he maailmaa analyttisemmin ja kyseenalaistaisivatko he asiat entistä tarkemmin ennen tiedotteiden kirjoittamista ja julkaisua?

Mielestäni olisi ihanteellista, että tiedottajista tulisi enemmän toimittajan kaltaisia. Itse kuitenkin luulen ja vähän pelkään, että toimittajista tulee enemmän tiedottajan kaltaisia, etenkin kun sisältömarkkinointi kasvaa.

## 5.8 Yllättikö jokin tiedottajan ammatissa entiset toimittajat?

Koska itse pohdin mahdollista ammatinvaihtoa, kiinnosti minua se, mikä entiset toimittajat on nykyisessä ammatissaan yllättäneet. Ainoastaan Savela oli ainut, joka ei osannut vastata kysymykseen: Mikä tiedottajan ammatissa yllätti? Tulkitsen hänen vastauksensa siten, että hän on kokenut työnsä mieluisana ja hänellä on ennen tiedottajaksi ryhtymistä ollut selkeä kuva, millainen ammatti on kyseessä. Toisin sanoen Savela ei ole ainakaan kohdannut mitään ylitsepääsemättömiä tai epämukavia yllätyksiä tiedottajan ammatissa

Rytilahti kertoo yllättyneensä siitä, miten eri lailla viestintään panostetaan eri yrityksissä. Hän kuvailee, että joissakin yrityksissä viestintä on ”täysin operatiivinen toiminto”, kun taas toisissa yrityksissä se on strateginen toiminto. Jälkimmäisessä viestintäjohtaja on mukana yrityksen johtoryhmässä. ”Eli joissain tajutaan viestinnän merkitys ja siihen panostamisen merkitys ja joissain yrityksessä ei”, Rytilahti kiteyttää.

Hän myös kuvailee, kuinka joissain yrityksissä ikään kuin pelätään sosiaalista mediaa, minkä hän uskoo johtuvan siitä, ettei sosiaalisessa mediassa keskustelua pysty hallitsemaan samalla tavalla kuin yrityksen omilla viestintäkanavilla kuten verkkosivuilla. Rytilahti korostaa sosiaalisen median olevan nykypäivää ja kannustaa yrityksiä olemaan aktiivisempia sillä saralla. ”Some ei kuitenkaan ole lähtemässä pois, vaan sen käyttö ihmisten arjessa kasvaa jatkuvasti”, Rytilahti muistuttaa.

Rytilahden huomio siitä, että osassa suomalaisyrityksiä pelätään sosiaalista mediaa, on mielenkiintoinen. Siitä mieleeni tulevat joidenkin yritysten epäonnistuneet sosiaalisen median kampanjat, joista ei toisinaan näytetä ottavan opiksi. Päällimmäisenä mieleeni nousevat Veetin syksyllä 2015 julkaisut surkuhupaisa Me time -kampanja ja Atrian verkkosivuillaan järjestämä lempinimikilpailu vuodelta 2014.

Elokuun 31. 2015 Veet Suomi julkaisi Facebook-sivullaan valokuvan naisesta, joka syö jäätelöä kylpyhuoneessaan sileät sääret paljaana ja neulepaitaan pukeutuneena. Kuvan oli yhdistetty teksti ”Viihdyttävä ilta kolmen parhaan kaverini seurassa: Ben, Jerry & Veet.” Facebook-sivulla kysyttiin, miltä näyttää sivusta tykkääjien täydellinen ”Me Time -ilta” Kuvan alle alkoi sadella kommentteja, jotka eivät miellyttäneet Facebook-

sivun ylläpitäjää. Kommenteissa irvailtiin Veetille ja naiset kertoivat muun muassa täydellisenä Me Time -iltanaan kasvattavansa säärikarvojen lisäksi kainalokarvojaan.

Toimittaja Essi Nummi ruotii Veet-tapausta Vapa Median sivuilla seuraavanlaisesti:

Facebook-sivun moderaattori kulki kommentteineen hieman jälkijunassa samalla, kun muut olivat jo ymmärtäneet jutun juonen. Kun kuvan alle kertyneet kommentit eivät noudatella kuviteltua käsikirjoitusta, Veet teki somekansan mielestä pahimman mahdollisen teon: poisti koko kuvan ja kommenttiketjun. (Nummi, 2015)

Artikkelissa Nummi on haastatellut Vapa Median konseptisuunnittelija Jyri Rasinmäkeä ja sisältöstrategi Ville Henrikssonia. Rasinmäki toteaa, että ongelmaksi koitui Veetin pakonomainen tarve yhdistää tuotteensa ihanaan iltaan.

”Monet mainostajat ja brändärit suhtautuvat mustasukkaisen pelokkaasti omaan brändiin. Ajatellaan esimerkiksi, että jos tätä tuotetta ei mainita, kampanjasta ei ole mitään hyötyä ja siksi se tungetaan mukaan. Toisaalta syynä voi olla se, ettei oikein osata puhua mistään muusta kuin itse tuotteesta”, Rasinmäki toteaa haastattelussa (Nummi, 2015)

Sisältöstrategi Henriksson kertoo haastattelussa suurimmaksi ongelmaksi muodostuneen tavan, jolla Veet vastasi sarkastisiin ja pilaileviin kommentteihin. Hänen mukaansa Veetin Facebook-sivujen viesteistä huomasi, ettei Veetin julkaisujen kirjoittajan tilannetaju ollut täysin kohdillaan. Hän toteaa, että virheen myöntäminen ja pahoittelu olisivat olleet tapauksessa kohdallaan. Facebook-kommenttien poiston lisäksi Veet päätti poistaa sivuiltaan koko kuvan, jolloin myös kommenttiketjut katosivat. Henriksson toteaa Vapa Median haastattelussa kuvan poistamisen olevansa sinällään ok, sillä kuva ei luonut brändistä kovin hyvää kuvaa.

Kuitenkin ennen sitä olisi pitänyt julkisesti myöntää, ettei kaikki mennyt toivotulla tavalla. Nyt ollaan tilanteessa, jossa Veet kyllä muistetaan, mutta ei välttämällä brändin toivomalla tavalla. (Nummi, 2015)

Toisessa tapauksessa Atria järjesti tammikuussa 2014 verkkosivuillaan lempinimikisan, jossa kuka tahansa sai ehdottaa uusia nimiä yhtiön mikroaterioille. Verkkosivuilla oli käynnissä äänestys ja eniten ääniä saaneiden nimiehdotusten luvattiin päätyvän mikroaterioiden nimiksi. Kampanja ei kuitenkaan mennyt aivan siten, kuten sen suunnittelijat saattoivat ajatella. Äänestyssivustolta puuttui nimittäin etukäteismoderointi, siispä sinne saapui vähemmän yhtiötä mairittelevia nimiehdotuksia, kuten: ”raatokuutio”, ”raaka jaska” ja ”tipi-tii” (Reijo Valta, Pois työpöydältä 2014). Nämä nimiehdotukset keräsi-

vät suuren määrän äänestyspisteitä nousten listojen kärkeen. Tämän seurauksena Atria alkoi poistella ei-mairittelevia nimiehdotuksia, jolloin ihmiset innostuivat asiasta vielä enemmän julkaisten entistä enemmän nimiehdotuksia, joita Atria ei kuuna päivänä kelpuuttaisi. Lopulta sivustolle saatiin moderointi, jolloin sellaiset ehdotukset, joita Atria ei kelpuuttanut, eivät läpäisseet seula.

Näistä epäonnistuneista sosiaalisen median kampanjoista sekä etenkin niiden jälkihoitosta huomaa sen, kuinka merkittäviä sosiaalisen median hallitsevat työntekijät ovat nykyään lähes joka ikiselle yritykselle. Tiedottajien oletetaan automaattisesti osaavan nämä asiat. 2010-luvun tiedottajat eroavat tässä suuresti esimerkiksi 1980-luvun tiedottajista, sillä sen lisäksi että osaa luontevasti olla ihmisten kanssa tekemisissä kasvotusten on äärimmäisen tärkeää osata viestintä yrityksen sosiaalisen median kanavissa. Ihmiset eivät yleensä suutu virheestä niin kovin paljoa, mutta vielä tärkeämpää on se, miten virhe hoidetaan ja millaista viestiä yritys kriisitilanteessa välittää.

Vähiten aikaa tiedottajana ja uusimmassa yrityksessä työskentelevän Piiraisen mukaan yllättävintä tiedotteiden kirjoittamisessa on ollut se, kuinka paljon tiedotteet lopulta muistuttavat tiivistä journalismia. Tästä olen Piiraisen kanssa eri mieltä, mitä tulee lukemiini tiedotteisiin. Usein niissä käytetään reilusti enemmän tiedotuksen kohdetta keuhvia adjektiivejä kuin mitä vastaavassa journalistisessa tekstissä käytettäisiin.

## 6 Yhteenveto

Tutkin opinnäytetyössäni sitä, miten ja miksi entiset toimittajat ovat siirtyneet tiedottajan tehtäviin. Halusin myös selvittää, mitä yhteistä ja mitä eroa ammattiteissa on sekä mitä tiedottajalta vaaditaan. Tämän tein myös siksi, että minua itseäni kiinnostaa kenties jossain vaiheessa vaihtaa alaa toimittajasta tiedottajaksi.

Opinnäytetyö oli opettavainen kokemus, ja opin tiedottajan ammatista ja muutamat ennakkoluuloni kariutuivat.

Valitsemani haastattelumenetelmät toimivat mielestäni hyvin. Haastateltavista minulle jäi positiivinen mielikuva, sillä he kaikki vaikuttavat olevan tyytyväisiä valitsemaansa ammattiin ja uskovat, että tiedotusalalla riittää töitä. Haastattelut vahvistivat käsitystäni siitä, että perinteiset toimittajan työt harvenevat, kun taas osaavia tiedottajia tarvitaan jatkossakin. Lisäksi haastateltavat allekirjoittivat sen, mitä ennen opinnäytetyön aloit-

tamista ajattelin: toimittajan työstä on suunnattoman paljon hyötyä tiedottajan tehtäviä tehdessä.

Sekä haastateltavien että lähdemateriaalin avulla minulle selkiytyi se, mitä tiedottajan ammatissa vaaditaan: uutisvainua, sosiaalisuutta, edustamansa yrityksen tuntemusta, hyvää sosiaalisen median osaamista ja median työtapojen tuntemusta.

Mikäli itse joskus pyrin tiedottajan ammattiin, tulee minulla omasta mielestäni olla alla enemmän työvuosia toimittajan ammatissa. Lisäksi sosiaalisen median hyödyntäminen työssä entistä enemmän on sellainen asia, missä minun pitää kehittyä.

Opinnäytetyöprosessi sai minut ajattelemaan alan koulutusta oman kokemukseni kautta. Mikä koulutuksessa on tärkeää sekä toimittajan että tiedottajan työn kannalta, ja miten kehittää tiedottajan työn keskeistä työkalua eli itse tiedotetta.

Toimittaja- ja medianomikoulutuksessa tulisi entistä enemmän huomioida media-alan huimaa siirtymistä digitaalisuuteen. Koulutuksessa voisi järjestää kursseja myös tiedottajan ammatista. Tämä tosin aiheuttaisi kilpailua yliopistollisen viestintäkoulutuksen välillä, mutta palvelisi monipuolisesti täydennyskoulutuksena mediassa ja viestinnässä työskenteleviä.

Uskon, että tiedottajan työ sopii monille sellaisille, jotka eivät tunne erityistä intohimoa toimittajan työhön, mutta haluaisivat työskennellä samankaltaisten asioiden parissa ja hieman markkinointihenkisemmin ja vakaammassa työsuhteessa.

Metropoliassa tätä voisi hyödyntää siten, että perinteisten journalistien lisäksi koululla vierailisi tiedottajia kertomassa ammatistaan jo ensimmäisenä opiskeluvuonna. Syventäviä kursseja voisi tiedottamisesta myös järjestää. Nykyisin suurin osa kursseista tähtää journalistiseen osaamiseen, vaikka entistä enemmän rahahanat aukeavat sisältömarkkinoinnille kuin perinteiselle journalismille.

Opinnäytetyöprosessini sai minut ajattelemaan myös tiedottajan työn keskeisintä työkalua: tiedotetta ja sen kehittämistä. Taustana tälle on myös kokemukseni toimittajana, sillä työ sähköpostiini saapuu päivittäin monenlaisia tiedotteita. Kuten Savela totesi,



tiedottaja on myyjä ja toimittaja asiakas. Jos medialle lähettää huonon tiedotteen, voi samalla myös sabotoida niin sanottua "kaupankäyntiä".

Itse toimittajana, ja kenties tulevana tiedottajana, pitäisin huolta, että kirjoittamissani tiedotteissa käy ilmi seuraavat asiat:

1. Mahdollisimman selkeästi, mistä on kyse. Mieluiten heti otsikossa, mitä asia koskee. Esimerkkinä: Ensitreffit alttarilla -sarjan lehdistötilaisuus 12.12.2015 klo 10.30 siellä ja siellä.
2. Otsikon viereen tai muuten selkeästi näkyviin Embargo, eli koska tiedotteen saa julkaista.
3. Tapahtuman rakenne. Ketä on haastateltavana, koska heitä voi haastatella ja kuinka kauan.
4. Kieliasu. Asiallinen ja kieliopillisesti oikein kirjoitettu tiedote.
5. Lisätiedot. Keneltä voi kysyä lisätietoa asiasta ja hänen yhteystietonsa. Keneltä ja mistä numerosta sekä sähköpostiosoitteesta voi kysyä lisätietoa tapahtumaan liittyen.
6. Valokuvat. Tiedotteen mukana olevissa valokuvissa mukana tarvittavat tiedot: ketä kuvissa on, valokuvaajan nimi ja ennen kaikkea kuvat jpg-muodossa.

Yllämainitut seikat voivat vaikuttaa itsestäänselvyyksiltä, mutta valitettavan usein vastaan tulee tiedotteita, joista nämä seikat eivät selviä, tai tiedote pitää lukea läpi useita kertoja ennen kuin viesti menee perille.

Tässä siis vielä rautalankaohjeet siihen, miksi toimittajana tahdon, että nämä asiat ilmaistaan tiedotteissa kuten listalla mainitsin:

On hyvä, että tiedotteen sanoma tulee ilmi heti ensimmäisissä lauseissa tai mielellään jo otsikossa, jotta kiireinen toimittaja tietää heti, mistä on kyse. Tapahtuman tai embargon päivämäärä ja kellonaika on myös hyvä mainita mahdollisimman pian. Toimituksis-

sa on usein kova kiire. Helpottaa uutispääällikön työtä, kun voi heti kalenterista vilkaista, kuka toimittaja hoitaa työkeikan vai pitääkö sille mahdollisesti tilata freelancer-toimittaja. Tapahtuman loppuaika on myös hyvä tietää, koska silloin sekä toimittaja että uutispääällikkö tietävät suurin piirtein, mihin aikaan toimittaja on takaisin toimituksessa kirjoittamassa tapahtumasta artikkelia tai käytettävänä muihin työtehtäviin.

Melko harvoin saamissani tiedotteissa on mainittu mitään tapahtuman rakenteesta. Rakenteen etukäteen tietäminen helpottaa toimittajan työtä. Lisäksi suurimmista lehdistötilaisuuksista saatetaan lähettää suoraa lähetystä median verkkosivuille, siispä helpottaa suuresti, jos tietää etukäteen miten lähetyksen rakentaa.

Hyvää kieliasua tarvitaan myös toimituksissa vallitsevan kiireen vuoksi. Toimittajat ovat erittäin ilahuneita, jos tiedote on hyvää suomen kieltä ja sellainen, jonka voi ilman suurempia korjauksia tarpeen mukaan julkaista verkkosivuilla heti, tämä siinä tapauksessa että kyseessä on uutinen. Näin viihdeuutisissa on silloin, jos esimerkiksi kerrotaan jonkun artistin kiertueesta tai uudesta aluevaltauksesta jne.

Opinnäytetyöprosessin aikana opin sen, että tiedottajan työ on tavattoman mielenkiintoista ja paljon monipuolisempaa kuin etukäteen ajattelin. Toki on suuri ero siinä, työskenteleekö viestintätoimiston vai yhden yrityksen tiedottajana. Viestinnän parissa on varmasti monen osaavan toimittajan tulevaisuus, kun perinteiset toimittajan työt harvenevat entisestään. Näin on etenkin, jos tahtoo saada vakituisen työpaikan. Entisestään tämä tulee näkymään, kun perinteiset mediatalot alkavat panostaa sisältömarkkinointiin entistä enemmän.

Tiedottajan ja toimittajan ammatissa yhdistyy lopulta sama asia: viestin saaminen vastaanottajalle mahdollisimman selkeästi. Toimittajilla on monia piirteitä, mitä tiedottajan ammatissa arvostetaan: hyvä kirjoitustaito, hyvät mediasuhteet, ymmärrys median toimintatavoista ja nopea päätöksentekokyky. Siksi en ihmettele, että yritykset ja järjestöt palkkaavat mielellään toimittajataustaisia henkilöitä viestintäyksikköihinsä. Kuten en enää myöskään ihmettele, miksi entiset toimittajat hakeutuvat tiedottajan tehtäviin.

## Lähteet

Aaltonen Jouko 2011. Seikkailu todellisuuteen. Dokumentaristin tekijän opas. Keuruu Otavan kirjapaino

Forssell Jarno, Laurila Esa 2007. Hyvät mediasuhteet. Juva Talentum Journalistiliitto 2015

Family Planning Association of Nepal [www.fpan.org](http://www.fpan.org) (luettu 30.11.2015)

Journalistiliitto 2015 <http://www.toimittajaksi.fi/opiskelu/alan-oppilaitokset/> (luettu 25.10.)

Juholin Elisa, Heikki Kuutti 2004. Mediapeli. Hämeenlinna Infor

Julkisen sanan neuvosto 2013 [http://www.jsn.fi/journalistin\\_ohjeet/](http://www.jsn.fi/journalistin_ohjeet/) (luettu 29.11.2015)  
Järvi Ulla, Vainikainen Tuula 2010. Asiantuntijan mukaan - Viestintäopas media-ajan asiantuntijoille. Jyväskylä Enostone

Koski Leiwo 2015 Yle Uutiset  
[http://yle.fi/uutiset/terveys\\_reistailee\\_ja\\_tyo\\_pannii\\_miksi\\_ammattia\\_vaihdetaan/7813194](http://yle.fi/uutiset/terveys_reistailee_ja_tyo_pannii_miksi_ammattia_vaihdetaan/7813194) (luettu 19.10.)

Kujala Tapio, Lahti Jari, Tamminen Heikki 1999. Radiotyön perusteet. Tampere Gaudamus

Lintula Anni, Valkama Meri 2009. Nuoren toimittajan eloonjäämisopas. Jyväskylä Gummerus Kirjapaino Oy

Luoma-aho Veera 2005 Tiedottaja on julkisuuden portinvartija  
<http://anna.fi/tyo-ja-yhteiskunta/tyo-ura/tiedottaja-on-julkisuuden-portinvartija> (luettu 24.10.)

Työ- ja elinkeinoministeriö 2015a. Toimittaja.  
[http://www.ammattinetti.fi/ammattit/detail/120\\_ammatti](http://www.ammattinetti.fi/ammattit/detail/120_ammatti) (luettu 8.10.2015)

Työ- ja elinkeinoministeriö 2015b. Tiedottaja.  
[http://www.ammattinetti.fi/ammattit/detail/126\\_ammatti](http://www.ammattinetti.fi/ammattit/detail/126_ammatti) (luettu 8.10.2015).

Tilastokeskus 2015  
<http://tilastokeskus.fi/virsta/tkeruu/04/02/> (luettu 24.10.)

Ulkoasiainministeriö 2012 <http://formin.finland.fi/public/default.aspx?contentid=221705>  
luettu 29.11.2015)

Vapa Media 2015 <http://www.vapamedia.fi/artikkeli/mita-opimme-veetin-me-time-kampanjasta/> (luettu 29.11.2015)

Vehkoo Johanna 2011. Painokoneet seis! Jyväskylä Bookwell Oy

## Haastattelut

Savela, Satu 2015. PR & Press Executive. Nelonen media. Haastattelu: 5.10.2015

Rytilahti, Riikka 2015. Tiedottaja. If Vahinkovakuutusyhtiö. Haastattelu: 29.9.2015

Piirainen, Antti-Juhani 2015. Viestintäkoordinaattori. Demos Helsinki. Haastattelu:  
7.10.2015