

ammattillisen kokemuksen siirtäminen toimituksen sisällä, työrehtävien kierrätys, yksilökohtainen työnkierto, kansalaisjournalismi ja uuden viestintäteknologian haasteet.

Laajan aihevalinnan ymmärtää sikäli, että teos on pioneerimainen. Mutta kirjassa on kuitenkin liikaa rönsyjä vain yhden kirjan sisällöksi. Jotkut artikkelista painottuvat selkeästi liikkeenjohdollisiin, strategisiin ja yleisöjä käsitteleviin kysymyksiin, jotkut toiset ovat luonteeltaan enemmänkin toimituksen sisäpiiriä ja terapeutista rohkaisua arkityönsään kampaileville rivitoimittajille.

Kirjoittajista puolet toimii Tampereen yliopiston Journalismin kehitysyksikössä ja toinen puoli toimittajina ja toimitusten esimiehinä sanomalehdissä. Jako näkyy myös aiheissa ja käsitteilytavoissa. Edelliset analysoivat laajempia kokonaisuuksia ja tutkimuksiin; jälkimmäiset kertovat omasta työstään ja kokemuksistaan. Molemmat houkuttelevat lukijoita omalla tavallaan lukijoita ja tasa-painottavat kokonaisuutta.

Tekstien elävyydelle on ilmeisestikin ollut vain eduksi se, että ne pohjautuvat seminaaripuheenvuoroihin. Kirjoittajien esitystyylillä vaihtelee analyttisestä tarkastelusta toimitustyötä tekevien kirjoittajien hyvinkin yksilöllisten ja elävien kokemusten välittämiseen, paikoin jopa itseruoskintaan.

Yllättävästi kirjasta puuttuu mielestäni yhden tärkeimmän kehittämiskohteen, toimittajille tarkoitetun palautteen käsitteleminen. Tätä nykyä yleisön ja oman toimituksen antama palaute lienee enintäänkin satunnaista ja vilisee kehittämisen kannalta hyödyttömiä adjektiiveja sen sijaan, että jutuista analysoitaisiin sisältöjä ja vaihtoehtoisia toteuttamistapoja.

Kirjan käyttöä käsikirjana olisi parantanut, jos siinä olevia tietoisuuksia olisi korostettu taitollisesti. Teoksen ulkoasu ei tiuhan väliotsikoinnin ansiosta ole nytkään pahimmasta (akateemisesta) päästä, mutta käyttökelpoisten tarttumapintojen muistamista helpottaisi, jos ne ryntäisivät suoraan lukijan silmille.

Kirjassa esitellään kiitettävästi visioita ja ideoita journalismin kehittämiseksi, mutta tuodaan mielestäni riittämättömästi esiin itse kehittämistyön tarpeita ja eritoten yksityiskohtaisesti korjaamista kaipaavia toimituksellisia ongelmia. Esimerkiksi toimitusten yleiseen työilmapiiriin, organisaatioiden jäyk-

kyteen ja toimitusdemokratian lisäämismahdollisuuksiin kirjassa puututaan liian vähän. Maasillan mentorointia käsittelevässä artikkelissa viitataan Tampereen yliopiston harjoitteluohjauksjärjestelmään (ollut muuten käytössä vuosia myös Jyväskylän yliopistossa), mutta kuitataan sen ongelmat uteliaisuutta herättävästi vain toteamalla, että "lehdissä on paljon eroja siinä, kuinka hyvin harjoittelunohjaus toimii". Kertooko haluttomuus eritellä kokemuksia siitä, että yliopistoillakin on omat etunsa ylläpitää tällaista ilman työkokemusta olevien opiskelijoiden palkkaamistukijärjestelmää?

Kokonaisuutena kirja on kuitenkin selkeä-lukuinen ja tärkeä julkaisu, joka toivon mukaan kuuluu toimitusmehineissä ja varsinkin toimittajien työoloihin vaikuttavien esmiesten käsissä. Raskaan työn lopputuloksen taso on hyvin henkilökohtaista ja kiinni siitä, mitä toimittajan korvien välissä tapahtuu. Journalistisen työympäristön ja työtapojen kehittäminen ei ole mitenkään turha juttu.

Heikki Kuutti

Tutkijatohtori,

Suomen Akatemia, Jyväskylän yliopisto

Virkavapaalla sanomalehti Keski-suomalaisesta

Oppaita viestintään

Markku Jussila ja Antti Leino:

NET.

VERKKOVIESTINNÄN KÄSIKIRJA

Helsinki : Inforviestintä, 1999. 223 s.

Harmittaa aina kun törmää kirjaan, jolla on huono otsikko. Ihmettelin jo etukäteen miten yksi kirja voisi käsitellä koko verkkoviestintää eli eri tietoverkkojen kaikkia erilaisia kommunikaatiomuotoja yhdessä käsikirjassa. Eikä se voikaan: tämä kirja on rajannut aiheensa johdattamalla kaupallisten www-palveluiden tuotantoprosessin ja konseptin suunnittelun periaatteisiin. Yritysviestinnän www-käsikirjana opus olisi nimensä veroi-

nen ja vähintään kohtuullinen tekele.

Kirja ei määrittele kunnolla tavoitettaan tai kohdeyleisöään. Liikkeelle lähdetään ylimalkkaisista termien selvennöksistä (ja samalla vähän sotketaan käsitteitä entisestään. Kirjoittajille esimerkiksi "saitti on käännös englannin kielen termistä 'site' ja merkitsee verkkopalvelua", ja kotisivu tarkoittaa heille "pientä verkkopalvelua" (s. 14). Ei todellakaan kovin terävää käsitteanalyysiä! Vika ei ole yksin kirjoittajien vaan ilmentää laajempaa ja nykyään tyypillistä puutetta: kustannustoimittajan työ eli kielenhuolto ja rakenteen tiivistys ovat jääneet taaskin tekemättä.

Kun teos kömpelön alun jälkeen pääsee vauhtiin, löytyy siitä päteviä yleiskuvaus Internet-palvelun pystyttämisen prosessista ja työvaiheista. Kirja hyödyttäneen eniten yrityksiä, jotka haaveilevat tekevänsä jotain "nettiiin". On siitä varmasti apua myös uusmediafirmojen nuorimmille koodinvääntäjille. He joutuvat usein yritysviestintää tunteematta kohtaamaan asiakkaan, joka ei itseään tiedä mitä haluaa.

Kirja kuvaa verkkopalvelun merkitystä markkinoinnille Jonkin verran kirjassa käsitellään myös sidosryhmien välistä (extranet-mallit) ja sisäistä viestintää (intranet). Osuvasti käsikirja painottaa, että nettipalvelun pystyttämisen perustana pitää olla selkeä tavoite, joka konkretisoidaan tarkasti dokumentoidulla rakennesuunnitelmalla ja vastuunjaolla eli projektisuunnitelmalla. Luultavasti suurin osa epäonnistuneista www-palveluista oli susia jo suunnitteluvaiheessa, kun tavoitteiden analyysi tai laajentamisen tai ylläpidon suunnitelma unohdettiin.

Sotkuista sisällysluetteloa lukuunottamatta kirja on taitettu Inforviestinnälle tyypilliseen tapaan hyvin selkeästi. Lukuisat ruutu-kaapatut kuvat www-sivuista toimivat pienestä koostaan huolimatta hyvin tekstiä tukevana esimerkkeinä ja muukin kuvitus on osuvaa.

Pertti Näränen

YTM, tutkija, Tampereen yliopisto

YRITYSTELE VIESTINTÄ 1999-2000

Viestintäalan toimialaluettelo

Oy Telia Infomedia Ab., 1999.

Ruotsalainen Telia häärii suomalaisella telealalla monella rintamalla ja entistä enemmän myös tietopalveluissa. Telia on jo pidempään koonnut eri alojen yhteystietoja luetteloiksi ja www.tietokannoiksi (ks. www.infomedia.telia.fi/). Vajaa vuosi sitten se julkaisi ensimmäisen toimialaluettelonsa viestinnän alalta.

Yritystele Viestintä sisältää yhteystiedot kaikista Suomen kustantajista, mediayrityksistä, mainos- ja painoalan palvelutaloista sekä muun muassa av-palveluista. Vaikka esipuhe kertoo luettelon antavan "syvä tietoa" alan yritysten erikoistumisaloista, ei kyseessä ole sen kummempi kuin uusi "keltaiset sivut" -tyylin laadittu luettelo, jonka lisäarvo syntyy valtakunnallisuudesta.

Luettelon toinen puoli listaa yritykset aakkosjärjestyksessä ja toinen hakuluokkien mukaan. Tämän kaltaisen luettelon käyttökelpoisuutta voi arvioida parhaiten hakuluokkien toimivuuden ja tyografisen selkeyden perusteella. Niiltä osin tulos ei ole huono. Hakuluokat löytyvät myös ruotsiksi ja englanniksi, hakuluokkia on riittävästi ja jokaisen luokan sisältö on selitetty riittävän laajasti. Hakusanan alla yritykset on lisäksi luokiteltu maakunnittain, kaikista löytyy myös osoite ja suurimmista myös taustatietoja.

Hakusanaluokkien logiikkaa ei kaikin osin ole saatu ihan selväksi, mutta sehän on tunnetusti vaikeaa. Esimerkiksi Internet-sivujen tuottajat jakautuvat nyt kahtaalle: mainostoimistoihin ja Internet-palveluihin. Hakusanoja on myös liikaa: esimerkiksi hakusanat "brodeerauspalvelut", "display-tuotteet" tai "kirjoituspöytätyöt" eivät juolahane kenenkään suomenkielisen mieleen.

Viestinnän toimiala on hakemistossa käsitetty ylipäätään melko laajasti, kun mukana on esimerkiksi Ari Vatanen Rally Center Tuupovaarasta. Markkinointi- ja sponsointiyritykset ovat siis mukana.

Kaikkiaan melko toimiva perusluettelo esimerkiksi uusia yhteyksiä etsiville media-toimistoille tai freelancetoimittajalle.

Pertti Näränen

YTM, tutkija, Tampereen yliopisto