

taka-ikkuna

KIRJOITTAJINA VUOROTTELEVAT JOURNALISTIN TOIMITTAJAT.

Tärkeimmät taskussa

Vielä pari vuotta sitten mobiiliuutiset olivat uutisten kovaa ydintä: jos kiireinen ihminen halusi olla jatkuvan uutissyötteen äärellä, saattoi hän tilata uutiset kännykkäänsä vaikka tekstiviesteinä.

Nyt mediaaloilla on verkkosivuisistaan mobiiliversiot, joissa listataan tuoreimmat uutiset.

Mitä aamulla töihin matkustava uutisnälkäinen niistä saa? Ylen mobiiliuutiset kertoivat keskiviikkona 19. toukokuuta, kuinka "Aurinko paistaa puutarhakaupiaan lompakkoon" ja "Alastonpaasat ovat out".

Kello 8.07 ja 8.24 opin, että "Keski-ikäiset naiset [ovat] kiukkuisia työpaikoilla" ja "Sukeltaminen kuuluu uimataitoon".

Millaiseen uutispimentoon olisinkaan jäänyt, jos kännykkäni olisi jäänyt kotiin.

Samalla viikolla Sanomalehtien Liitto kertoi, että suomalaiset arvostavat painettua sanaa edelleen yli muiden. Sama tilaustutkimus kertoi, että kansa pitää myös sanomalehtien verkkosivuja muista lähteistä asiantuntevampina. Netistä paineita ottavalle lehdistölle tämä on tietysti nannaa.

Mutta mitä sanomalehdet tarjoavat sähköisesti? Keski-ikäinen 19. toukokuuta en olisi ilman *Ilta-Sanomia* – heti kello 6.04 – tiennyt, että puoluesihteerin paikasta kisaavaa Mikael Jungneria jännittää.

IS:n mobiiliuutiset kertoivat myös, kuinka "Pariskunta harrasti seksiä Finlandia-talon puistikossa" ja "Sirkusjulistesta varastettiin teiden varresta Raumalla".

Näiden otsikoiden lomassa mainostettiin puhelimeen asennettavaa nakuskannetta.

Toukokuisen keskiviikkoaamun tiedonjulkistamispalkinnon ansaitsee kuitenkin *Aamulehti*. Aamujunassa kello 8.55 päivittyi ulkomaan uutisten kärki: "Lepakkojen suuseksistä nousi skandaali: Katso video (K-18)".

Katri Porttinen

Uutinen on uutta

Terho Itkonen (2000) määrittelee uutisen tuoreutta asiaa koskevaksi tiedoksi.

Se, mikä kenellekin on tuoretta tietoa, on sitten toinen juttu.

Kaleva uutisoi torstaina 20. toukokuuta, kuinka pariislaisnuorisot matkustaa julkisissa kulkuvälineissä pummilla ja maksaa saamansa tarkastusmaksut pienillä kuukausimaksuilla ylläpidetystä yhteisestä pummikassasta. Osa heistä haluaa näin ottaa kantaa ilmaisen joukkoliikenteen puolesta.

Kalevalle tämä ranskalaistoituttajan kirjoittama juttu oli uutinen, samoin *Kalevaa* lainanneelle kokoomuksen *Verkko-uutisille*.

Ilmeisesti tieto jo 2000-luvun alussa ainakin Helsingin seudulla täysin vastaavalla tavalla toimineesta pummikassasta ei ollut tavoittanut Oulua – tai kokoomuslaisia.

Katri Porttinen

Uutinen on vanhaa

Valtioneuvos **Johannes Viro-lainen** kuoli vuonna 2000.



Samasta suolesta. Lehdet luovat jutuillaan ulkonäkö- ja suoritus-paineita hämmästyttävän nuorille ihmisille – nyt jopa vauvoille. Lapin Kansa nimittäin kertoi 23. toukokuuta, että ylisuuria berliininmakkaroita muistuttavat vauvat kävelevät suoraan synnytyssalista peruskouluun.

Kymmenen vuotta myöhemmin, 27. toukokuuta 2010, *Ilta-lehti* tekee sensaatiomaisen paljastuksen: Virolaisella ei ollut lapsia!

Lööpissä ja etusivulla rummutetun skuupin löytäminen oli merkittävä työvoitto. Varmuutta asiaan ei ole ollut saatavilla mistään muualta, joten *Ilta-lehden* toimittaja on joutunut tutustumaan Johannes Virolaisesta kirjoitettuun näy-

telmään. Ja sieltähän se työvoitto eli uutinen lapsettomuudesta löytyi.

Koska näytelmät ovat usein fiktiivisiä teoksia, voi vain toivoa, että arvovaltainen bulevardijulkaisu on varma tiedoistaan. Vai tulisiko seurantaa sittenkin jatkaa? Viiden vuoden välein *Ilta-lehdessä* julkaistava raportti Vironperän isännän jälkeläistilanteesta on hyvä ajatus.

Pekka Vehviläinen

HS asiakkaan asialla

Asiakaslehdet ovat yhdessä asiassa yleislehtiä avoimempia: ne kertovat aina selkeästi, kenen asialla ovat.

Uutisista taustavaikuttimien löytyminen on paljon työläämpää. Varsinkin jos toimitus ei kerro lukijalle, kuka on sisällön maksaja.

Hs.fi julkaisi 10. toukokuuta Turkiskasvattajien liiton teettämän videon, jossa eettisen vaatesuunnittelubisneksen edelläkävijäksi tituleerattu tanskalainen **Peter Ingwersen** kertoo leppoisasti turkiseläinten kasvattamisen eettisyydestä.

Ei siinä mitään, mutta *Hesari* jätti kertomatta, että kyse on maksetusta sisällöstä – turkiskasvattajien markkinointiviestinnästä.

Videon on tehnyt viestintätoimisto Deski.

"Olemme taktinen toimija, ja tehtävämme on toteuttaa asiakkaidemme viestintästrategiaa tuloksellisin ja luovuin keinoin", Deski kertoo kotisivuillaan.

Journalistin saamien tietojen mukaan video maksoi tilaajalleen 7 000 euroa. Turkiskasvattajat saivat taatusti täyden vastineen markkinointiviestintärahoilleen.

Manu Marttinen

Puskaradio

Projektijohtaja Lauri Kaira, Lyhty*:

NETTIPIRATISMI ON RISTÄYTYNUT KÄSISTÄ! YHTEISKUNTAMME KÄRSII JOKA VUOSI YLI 355 MILJOONAN TAPPIOT! MIETTIKÄÄ!



OLEMME LAATINEET KOLMIPORTAISEN SYSTEEMIN NETTIPIRATISMIN KITKEMISEKSI.



EUROVIISUISSA VEISATTIIN, ETÄ "TYÖLKI ELLÄÄ, MUT KAUPAL RIKASTUU". SANOTTUKSIISSA EI TANNUT OLLA KYSE MUSIIKKIBISNEKSESTÄ – TÄTÄ MENOÄ AMMATTIMUSIKKOMME OVAT PIAN VAILLA TÖTTÄ!



KUUITELKAA, MAKI KOLEHMAISEN KALTAISET SÄVELTÄJÄNEROT LEPPÄJONOSSA.



*Luovan työn tekijöiden ja yrittäjien liitto