

## **Vuorovaikutuksen kehittäminen toimituksen ja freelance- rin välillä erityisesti palautteen ja briiffauksen näkökul- masta**

Tiia Lappalainen



<b>Tekijä(t)</b>	
Tiia Lappalainen	
<b>Koulutusohjelma</b>	
Journalismin ylempi amk-tutkinto	
<b>Raportin/Opinnäytetyön nimi</b>	<b>Sivu- ja liitesivumäärä</b>
Vuorovaikutuksen kehittäminen toimituksen ja freelancerin välillä erityisesti palautteen ja briiffauksen näkökulmasta	61 + 12
<b>Tiivistelmä:</b>	
<p>Työni tavoitteena oli parantaa toimituksen ja freelancerin välistä vuorovaikutusta ja palautekulttuuria. Aiempaan, vuonna 2007 valmistuneeseen, toimituksen sisäistä palautekulttuuria koskevaan opinnäytetyöhöni ja freelancer-uraani pohjaten oletukseni oli, että palautteessa ja vuorovaikutuksessa freelancerin ja toimituksen välillä on ongelmia. Oletukseni oli myös, että freelancerit eivät saa riittävästi tietoa verkossa julkaistavien juttujen saavuttavuusdatasta.</p> <p>Tutkimuksen menetelmänä oli toimintatutkimus. Tein vuorovaikutus- ja palautekyselyn freelancereille ja haastattelin kolmen eri mediatalon viittä tuottajaa ja yhtä digiasiantuntijaa. Lisäksi testasin ajatuksiani ja malliani freelancereilla ja Suomen freelance-journalistien yhdistyksen puheenjohtajalla.</p> <p>Vastauksissa kävi ilmi, että palautetta ei juurikaan saada ja rakentavan palautteen saanti oli vähäistä. Kiire näyttäytyi yhtenä syynä, mutta selvästi myös se, ettei palaute ole osa työprosessia, vaan henkilöstä riippuva asia. Tätä havaintoa tuki myös se, että tuottajat kertoivat antavansa palautetta aina, kun sitä kysytään. Vuorovaikutuksesta suurin osa tapahtui sähköisesti. Dataa omista jutuistaan sai vain harva.</p> <p>Vastausten ja haastattelujen pohjalta työstin ohjeistuksen sekä erilaisia työkaluja (palautelomake, briiffauspohja, muistilista freelancertyön ostajalle sekä malli parempaan vuorovaikutukseen, palautteeseen ja briiffaukseen) toimitusten ja freelancerien tueksi. Työkalut on jaettu Suomen freelance-journalistien yhdistykselle, joka omalta osaltaan jakaa näitä omista verkostoissaan. Selvästi suurin muutosta kaipaava asia on se, että palautteen ja vuorovaikutuksen merkitys ymmärretään. Seuraava askel on panostaa tämän tietoisuuden levittämiseen.</p>	
<b>Asiasanat</b>	
Vuorovaikutus, palautekulttuuri, toimitus, freelancer, tuottaja, journalismi, luova työ	

## Sisällys

1	Tutkimussuunnitelma ja kehittämismenetelmä .....	1
1.1	Mitä työllä tavoitellaan? .....	2
1.2	Mitä ja miten tutkin ja kehitän? .....	5
1.3	Kehittämistyön aikataulu .....	6
2	Kehittämismenetelmä, aineisto ja analyysi .....	8
2.1	Termien määrittelyä .....	8
2.2	Toimintatutkimus kohtaa toimintatieteen – kaikki on lopulta psykologiaa .....	10
2.3	Kyselyt ja haastattelut kehittämisen kulmakivenä .....	12
2.4	Analyysi syntyy piikeistä ja kuopista .....	13
3	Kyselyn tulokset .....	15
3.1	Kyselyn jakelu, vastaajien profiili ja tulosten luotettavuus .....	15
3.2	Palaute – tarpeeksi vai liian vähän? .....	16
3.3	Briiffaus – tiedänkö tarpeeksi? .....	20
3.4	Vuorovaikutus – sisällä vai ulkona? .....	23
3.5	Kyselyn tulosten yhteenvetoa ja pohdintaa .....	25
4	Se toinen puoli – mitä toimituksissa mietitään? .....	30
4.1	Palaute .....	31
4.1.1	Palaute ja data .....	32
4.2	Briiffaus .....	35
4.3	Vuorovaikutus .....	36
4.4	Yhteenvetoa .....	38
5	Mitä sitten? – Pienillä askelilla kohti parempaa palautetta ja vuorovaikutusta .....	40
5.1	Palaute helpoksi osaksi prosessia – mitä voitaisiin tehdä? .....	44
5.2	Malli parempaan vuorovaikutukseen, briiffaukseen ja palautteeseen .....	45
5.3	Jatkokehitysajatukset .....	52
5.4	Tutkimustyön arviointia .....	53
6	Pohdintaa .....	56
7	Lähdeluettelo .....	59
	Liitteet .....	61
	Liite 1: Malli parempaan vuorovaikutukseen, briiffaukseen ja palautteeseen freelancerin ja toimituksen välillä.pdf .....	61
	Liite 2: Palautekysely toimeksiantajille.pdf .....	61
	Liite 3: Briiffauspohja toimeksiantajille.pdf .....	61
	Liite 4: Muistilista freelancertyön ostajalle.pdf .....	61
	Liite 5: Kyselylomake.pdf .....	61

# 1 Tutkimussuunnitelma ja kehittämismenetelmä

Kehittämistyöni kohteena on toimituksen ja freelancerin välisen vuorovaikutuksen eli ihmisten välisten suhteiden ja tässä suhteessa erityisesti keskinäisen asiakassuhteen, parantaminen. Tavoitteenani on, että työstäni hyötyvät kuitenkin myös toimituksen omat toimittajat.

Vuorovaikutuksen kehittämisessä huomioni on erityisesti briiffaus- ja palautekulttuurissa, niiden kehittämismahdollisuuksissa sekä siinä, miten freelancetoimittaja, eli toimituksen ulkopuolinen jäsen saadaan osaksi sisäryhmää. Sisäryhmä on sosiaalipsykologiasta peräisin oleva käsite, jolla tarkoitetaan ”meidän ryhmää”. Työelämän ja johtamisen parissa tehtyjen tutkimusten ja teorioiden mukaan sisäryhmäidentiteetti on yksi luottamuksen lähde. Se, miten freetoimittaja saataisiin osaksi sisäryhmää, on yksi tutkimuskysymykseni.

Miksi freelancerin sitten pitäisi olla osa sisäryhmää? Olen itse toiminut 12 vuotta freelancetoimittajana ja huomannut, että sisäryhmään kuulumisen tunne lisää omaa motivaatiota, tehokkuutta ja omaa sisäistä vaatimustasoa: ”Minä haluan, että meidän juttumme menestyy”.

Luottamuksen ansiosta sisäryhmään kuulumisen mahdollistaa freetoimittajalle myös pääsyn sellaisen tiedon sisään, jota jaetaan tavallisesti vain yrityksen työntekijöille. Itselläni sisäryhmäläisyys on kuitenkin aina muodostunut sen pohjalta, että olen ollut kyseisissä toimituksissa aiemmin vakituisesti töissä.

Jos asiakassuhteeni on syntynyt täysin freelancerpohjalta, tällaista sisäryhmäläisyyttä tai *sen tunnetta* ei ole yleensä syntynyt. Myös oma sitoutumisasteeni tällaiseen asiakkaaseen on jäänyt huomattavasti heikommaksi. Jouston ja näen paljon enemmän vaivaa niiden asiakkaiden eteen, joiden sisäryhmään tunnen kuuluvani.

Sisäryhmää koskevasta tutkimuskysymyksestä kumpuaa toinen tutkimuskysymykseni, joka koskee erilaisen saavuttavuusdatan äärelle pääsyä. Miten voitaisiin mahdollistaa se, että freelancer pääsee näkemään, kuinka hänen juttunsa ovat levinneet, missä, kenelle ja miten? Freelancer ei hypoteesini ja kokemukseni mukaan usein saa tätä tietoa.

Tällainen tieto olisi kuitenkin tärkeää freelancerin kehittymisen kannalta. Tieto voisi auttaa oleellisesti myös toimituksia saamaan parempia ja vaikuttavampia juttuja, kun freelancer näkee esimerkiksi, millaisia juttuja eniten luetaan tai mitkä jutut leviävät parhaiten missäkin kanavassa ja kohderyhmässä, millaisilla otsikoilla, kuvavalinnoilla ja niin edelleen.

Tämä tieto auttaa esimerkiksi otsikoiden ja juttutyyppeiden muotoilussa silloin, kun kyseessä on verkkoartikkeli. Tieto lisää toimittajan ymmärrystä lukijakunnastaan ja hänen omien juttujensa potentiaalista.

Kehittymistä tukee myös toimiva ja loppuun asti ajateltu palautekäytäntö. Tuntumani on, että palautetta saadaan freelancerkentällä harvoin ja se on hyvin suppeaa. Tämä ei tue freelancerin kehitystä, mutta ei myöskään median kehitystä. Kolmas tutkimuskysymykseni onkin, miten voitaisiin rakentaa toimiva palautemalli, joka antaa riittävästi informaatiota, mutta ei ole ostavalle toimittajalle, tuottajalle, toimituspäällikölle tai muulle vastaavalle taholle liian aikaa vievä.

Tähän samaan liittyy myös hyvät briiffauskäytännöt. Hyvä briiffi – miksi juttu tehdään, mitä sillä tavoitellaan ja mitä siltä halutaan ja millaiset reunaehdot jutulla on – on oleellinen osa onnistunutta, hyvää juttua. Huonolla briiffilläkin voidaan päästä hyviin tuloksiin, mutta tarkoitus olisi poistaa sattuman mahdollisuus tästä. Mikäli briiffi on huono ja juttua joudutaan jälkikäteen muokkaamaan paljon, freelancerin voi olla vaikea suhtautua tähän ja asia voi tuntua epärealistiselta, varsinkin jos huonon briiffin osuutta asiaan ei tunnusteta tai tunnusteta.

Neljäs tutkimuskysymykseni on laajemmin vuorovaikutuksen parantamiseen liittyvä ja tavallaan se sisältää edellä mainitut tutkimuskysymykset: kuinka toimituksen ja freelancerin vuorovaikutusta voidaan parantaa? Tässäkin on mietittävä asiaa sen kannalta, että vuorovaikutus on riittävää, muttei liian työlästä kummankaan osapuolen näkökulmasta. Miten yhteydenpito yksittäisen toimittajan kanssa voisi luontevasti hoitua? Ja voisiko tästä samasta mallista hyötyä koko toimitus? Tavoitteenani on, että myös toimituksen sisäistä vuorovaikutusta voitaisiin parantaa samojen havaintojen avulla.

Yhteenvetona tutkimuskysymykset ovat siis seuraavat: miten freetoimittaja saadaan osaksi sisäryhmää, miten freelancer pääsee saavuttavuusdatan äärelle, miten palaute- ja briiffauskäytäntöjä voidaan kehittää ja miten toimituksen ja freelancerin vuorovaikutusta (sekä toimituksen sisäistä vuorovaikutusta) voidaan parantaa.

## **1.1 Mitä työllä tavoitellaan?**

Työn tavoitteena on parantaa alan – niin toimitusten kuin freelancereiden – työoloja paremman vuorovaikutuksen keinoin: karsia turhaa ja tehotonta, huonosta vuorovaikutuksesta aiheutuvaa työtä ja parantaa juttujen laatua ja freelancerien kehittymismahdollisuuksia.

Näkemykseni mukaan tämä koituu kaikkien osapuolien hyväksi ja haastaa myös toimitukset omien toimintamalliansa tarkasteluun ja huonojen käytäntöjen karsimiseen. Ideaalitalanteessa kaikki voittavat, meillä syntyy parempia journalistisia tuotteita ja uusia ideoita.

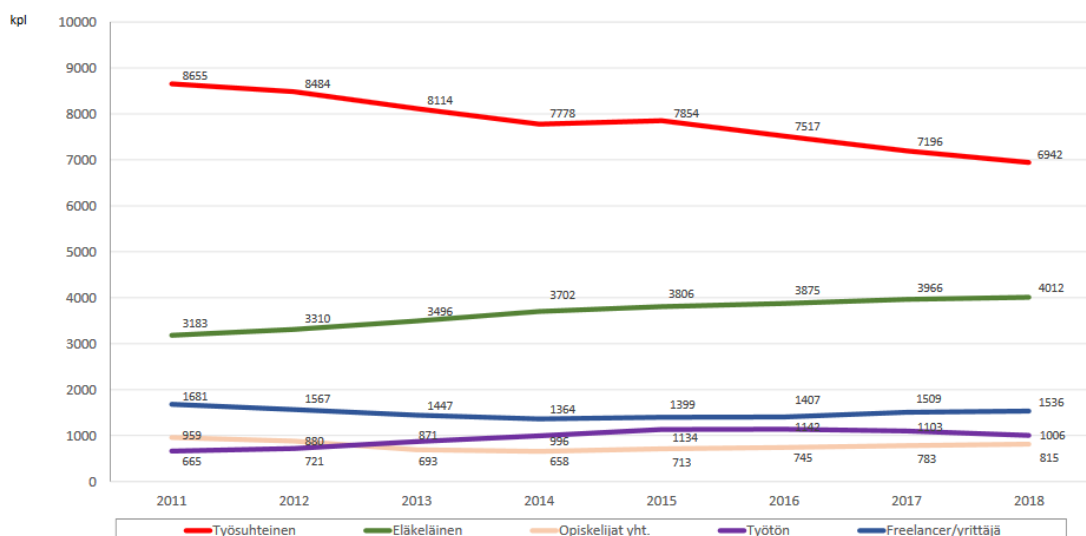
Erityisesti resurssien pienentyessä on tärkeää, että emme tee turhaa työtä. Kun kaikki ovat samalla kartalla ja vieläpä samassa pisteessä, saadaan vähennettyä monen sattumanvaraisen muuttujan, kuten väärintulkinnan ja väärinymmärryksen, vaikutusta lopputulokseen.

Myös freelancertyön käytön lisääntyminen puoltaa ajatusta, että toimitusten ja freelancerien vuorovaikutukseen kannattaisi kiinnittää entistä enemmän huomiota. Työn tekemisen uudet muodot ja tilastot -artikkelissa (Pärnänen & Sutinen, 2011) todetaan, että Tilastokeskuksen vuoden 2000 ja 2010 työvoimatutkimusten mukaan pelkästään tuona aikana ammatinharjoittajien ja freelancereiden määrä oli noussut yli 50 prosentilla.

Journalistiliiton jäsenmäärissä freelancerien määrä ei ole noussut näin radikaalisti ainakaan viimeisen kymmenen vuoden aikana. Vuonna 2011 Journalistiliittoon kuului 1681 freelanceria ja vuonna 2019 luku oli itse asiassa pienempi, 1614. Tässä välissä freelancerien määrä on kuitenkin tippunut, joten viime vuodet heidän määränsä Journalistiliiton jäsenissä on ollut kasvussa. (Heijari, 2.3.2020.)

Samaan aikaan Journalistiliiton työsuhteisten jäsenten määrä on laskenut noin kahdella tuhannella (Suomen Journalistiliitto, 2018).

**Journalistiliiton jäsenmäärä jäsenlajeittain 2011 – 2018**



Kuva 1: Journalistiliiton jäsenmäärä jäsenlajeittain 2011–2018. (Toimintakertomus 2018, Suomen Journalistiliitto)

Myös ostajien haastatteluissa tuli esiin freelancetyön lisääntyminen.

Yksi haastatelluista tuottajista sanoi vuoden 2017 joulukuussa tekemässään haastattelussa, ettei talossa oikeastaan ollut laisinkaan omia kirjoittajia, joten lähes kaikki ostettiin ulkopuolelta freetoimittajilta.

Kysyin häneltä vuoden 2020 puolella uudestaan, ovatko asiat freelancerien suhteen muuttuneet sen jälkeen, kun teimme edellisen haastattelun vuonna 2017.

*”Olen ollut tässä välissä puolitoista vuotta vanhempainvapaalla, joten mun osalta kuviot ovat muuten aikalailla ennallaan, ainoana erona se, että käytettävien friikkujen määrä on ehkä kaventunut entisestään (kiire, ei ole aikaa perehdyttää uusia / ottaa riskejä / osa on siirtynyt palkkatöihin ja perhevapaille).”*

Sitran Megatrendit – Matka tulevaisuuteen -julkaisussa (Sitra 2016) yksi tämän hetken trendeistä on sosiaalisen pääoman korostumisen. Se sopii hyvin kehittämistyöni tavoitteeseen, joka on parantaa freelancerin ja toimituksen välistä (ja sisäistä) vuorovaikutusta muun muassa palautteen annon, briiffauksen ja luottamuksen näkökulmista.

Sitran julkaisun mukaan sosiaalisen pääoman muodostavat ”muun muassa osallistuminen kansalaistoimintaan, vapaaehtoistyö, verkostot sekä niistä saatu tuki ja luottamus”. Erityisesti viimeinen kohta, verkostot ja niistä saatu tuki ja luottamus, on oman kehittämistyöni kannalta oleellinen.

Toimivan työyhteisön ja hyvän tiimin ydinasia on luottamus. Se taas syntyy sosiaalipsykologisen tutkimuksen näkökulmasta vahvasta sisäryhmäidentiteetistä, jonka kaikki sisäryhmäläiset jakavat. Toimitukset käyttävät yhä enemmän ulkopuolista työvoimaa, kun toimintoja ulkoistetaan. Kuten aiemmin on jo todettu, Journalistiliitossa freelancerien määrä on pysynyt viimeisen kymmenen vuoden aikana suunnilleen samana, mutta heidän suhteellinen määränsä liiton jäsenten keskuudessa on kasvanut, sillä samaan aikaan työsuhteisten määrä on vähentänyt noin kahdellatuhannella.

Myös freelancerituden muodot elävät koko ajan. Ulkopuolelta ostetaan työtä monessa muodossa, ja freelancerit saattavat osittain jopa samanaikaisesti toimia niin yrittäjinä kuin

työsuhteisina freelancereina tai he saattavat tehdä töitä esimerkiksi tuotantoyhtiöille tai pienemmille viestintäorganisaatioille, jotka taas tekevät alihankintana töitä päätilaajalle.

Uskon, että tulevaisuudessa freelancereiden, ulkopuolisten tuotantoyhtiöiden ja viestintäyritysten merkitys sisällöntuotannossa korostuu entisestään. Tämä näkyy oman tietämykseni pohjalta toimituksissa jo nyt.

Tällöin on myös tärkeää, että vuorovaikutus ulkopuolisiin toimijoihin – olipa heidän virallinen statuksensa mikä tahansa – on suoraviivaista, luottamuksellista ja hyvää. Toisin sanoen sellaista, jossa eri osapuolet ovat samalla kartalla, samassa pisteessä ja menossa samaan suuntaan. Kaikki tietävät, mitä tehdään ja miksi, mitkä ovat tavoitteet ja miten niihin päästään. Kehittämistyöni tähtää hyvän vuorovaikutuksen ja luottamuksen rakentamiseen ja niiden kautta sosiaalisen pääoman resurssin tehokkaampaan hyödyntämiseen – sitoutumiseen.

Työni tavoitteena on kehittää malli, jota voidaan soveltaa erilaisiin toimitusympäristöihin, sillä vuorovaikutuksen lainalaisuudet eivät katso välinettä tai toteutustapaa. Malli konkretisoituu myöhemmin myös luovien alojen työkirjaksi, yksinkertaiseksi oppaaksi toimituksille. Lisäksi aikomukseni on tarjota räätälöityä koulutusta aiheeseen.

Suomen freelance-journalistien yhdistys on luvannut auttaa materiaalin jakelussa heidän verkostoissaan ja kanavissaan ja olemme alustavasti puhuneet verkkoluennosta sitten, kun työni tulokset ovat valmiina.

Se, missä ja miten työkirjaa jaellaan, on vielä auki.

## **1.2 Mitä ja miten tutkin ja kehitän?**

Ensimmäiseksi kartoitan sen, miten toimituksissa nyt hoidetaan palautteeseen, briiffaukseen ja datan äärelle pääsemiseen liittyviä asioita ja vuorovaikutusta. Päättökäytännönmäisenä on toimintatutkimus, joka perustuu pitkälti kvalitatiivisiin menetelmiin, kuten haastatteluihin.

Toimintatutkimus on 1900-luvun alkupuolella vaikuttaneen sosiaalipsykologian klassikon Kurt Lewinin esille nostama tutkimusmuoto, jonka yhtenä tavoitteena on saada aikaan muutosta tutkittavissa ryhmissä tai joukoissa. Ongelmia tutkitaan ja ratkaistaan siis yhdessä tutkittavien kanssa, jolloin muutos myös tapahtuu todennäköisemmin (Helkama ym. 2015, 35).



Toimintatutkimuksessa mennään suoraan organisaatiotasolle ja kehitetään toimintatapoja ja ratkaistaan ongelmia. Vaikka en itse liikukaan työssäni varsinaisesti yhdessä organisaatiossa, mielestäni toimintatutkimus sopii aiheeseen hyvin, sillä sen avulla pyritään ratkaisemaan alalla vallitsevia yleisiä ongelma-kohtia.

Toimintatutkimus sopii hyvin myös sisäryhmä-ajatteluun, sillä se perinteisesti, tai ainakin Lewinin toimintatutkimuksessa, pyrkii muuttamaan ryhmän toimintamalleja. Toimintatutkimus on siis vahvasti tutkittavia osallistava tutkimusmenetelmä.

Olen valinnut kasvokkain toteutettavaan kvalitatiiviseen haastatteluun kolmen eri toimituksen ostavat ja freelancerien kanssa toimivat tahot. Valitsin mediat / toimitukset niin, että ne edustaisivat kukin hieman erilaisia välineitä, tuotteita tai toimintatapoja. Mukana on yksi asiakaslehtitalo, maakunnallinen sanomalehti ja tv/internetpuolen toimija. Lisäksi haastattelin saavuttavuusdataa koskien ison aikakaus- ja asiakaslehtitalon digiasiantuntijaa, joka pohti datan jakamista freelancereille.

Freelancerien näkemystä asiaan olen kartoittanut lähettämällä kyselyn laajalla otannalla suomalaiselle freelancer-kentälle Suomen freelance-journalistien kautta.

Näiden kartoitusten kautta olen hahmotellut ongelma-kohtat ja tarpeet, joiden pohjalta olen kehittänyt mallia muun muassa omaan, edelliseen opinnäytetyöhöni (jossa kehitettiin palautekulttuuria yhden toimituksen sisällä) sekä vuorovaikutus- ja palautekirjallisuuteen pohjaten.

Erityisesti sosiaalipsykologin alalta löytyy tähän paljon tieteellistä tutkimusta ja kirjallisuutta. Palautekulttuurista on kirjoitettu myös jonkin verran toimituksiin ja mediaan liittyen. Muun muassa näitä lähteitä olen käyttänyt työssäni.

### **1.3 Kehittämistyön aikataulu**

Keväällä 2017 keräsin tietoa ja perehdyin lähdeaineistoon. Tältä pohjalta muotoilin kyselylomakkeen kysymykset. Kyselylomakkeen aukaisin elokuussa 2017 ja lomake oli auki noin kolme viikkoa (25.8.-15.9.2017).

Vastausaikaa oli kaksi viikkoa, jonka jälkeen jatkoin vastausaikaa vielä viikolla, koska vastauksia oli tullut verrattain vähän ja moni tuttu freelancer kertoi, ettei ollut nähnyt kyselyä,

vaikka sitä jaettiin Suomen freelance-journalistien yhdistyksen ja Suomen Journalistiliiton jäsenkirjeissä.

Samaan aikaan kyselyn kanssa ja uudestaan syksyllä 2019 ja talvella 2020 haastattelin tuottajia ja ostavia tahoja työtäni varten. Tähän valitsin kolme eri mediaa edustavaa tahoa: asiakas- ja ammattilehtiä tekevä iso mediatalo ja sieltä kaksi tuottajaa ja yksi datan kanssa toimiva henkilö, tv- ja nettipuolen pitkäaikainen tuottaja, joka työskentelee myös isoissa kampanjoissa, ja päivittäisen maakuntalehden tuottaja.

Talvella 2020 purin kyselyt ja haastattelut ja kehitin mallia ja työkaluja vuorovaikutuksen ja palautekulttuurin parantamiseen freelancerin ja toimituksen välillä sekä sovin Suomen freelance-journalistien yhdistyksen kanssa yhteistyöstä, jonka avulla asiaa nostetaan yleisesti esille mahdollisen verkkokoulutuksen myötä sekä laittamalla keskeiset materiaalit jakoon heidän kanavissaan ja verkostojensa kautta.

Pyysin kehittämäni malliin ja työkaluihin vielä huhtikuussa 2020 kommentteja ja näkökulmia freelancereilta kahdessa eri Facebookin suljetussa ryhmässä (Freelance-toimittajien keskusteluryhmä, 720 jäsentä ja Freekkujen palauteryhmä, 26 jäsentä).

Jatkoajatuksena on työstää opinnäytetyön ja työelämästä saamani kokemuksen pohjalta jonkinlainen vuorovaikutus- ja palauteopas nimenomaan luoville aloille, sillä niissä erityisesti rakentavan palautteen antaminen on haastavampaa. Luovassa työssä on mukana paljon mielipidekysymyksiä, jolloin palautteenannolta ja vuorovaikutukselta vaaditaan erityistä herkkyyttä ja osaamista – niin antajan kuin vastaanottajankin puolelta.

## 2 Kehittämismenetelmä, aineisto ja analyysi

Tässä luvussa esittelen toimituksen ja freelancerin välisen vuorovaikutuksen ja palaute-kulttuurin vahvistamiseen ja kehittämiseen käyttämäni tutkimus- ja kehittämismenetelmän sekä kerron, millaista dataa kerään ja millä keinoin.

Tutkimusmenetelmäni pohjaa toimintatutkimukseen, jolla selvitän jo olemassa olevaa ti-lannetta freelancerien ja toimitusten välillä vuorovaikutuksen, briiffauksen ja palautteen suhteen.

Aineistonhankintamenetelmänä käytän kyselyä ja avointa haastattelua.

Määrittelen termit toimintatutkimus, vuorovaikutus, briiffi, palaute ja strukturoimaton eli avoin haastattelu sekä freelancer.

### 2.1 Termien määrittelyä

Toimintatutkimuksen ja strukturoimattoman haastattelun määrittelen seuraavissa luvuissa. Tässä luvussa on tarkoitus määrittellä ne termit, jotka koskevat tutkimuskysymyksiä ja tutkimuksen tavoitteita.

**Freelancerilla** tarkoitetaan tässä työssä toimitustyötä tekevää henkilöä (kirjoittaminen, kuvaaminen, audion tekeminen, viestintätyö), jolta ostetaan juttuja, kuvaa ja / tai kuvitusta tai jonkinlaista viestintää toimituksen ulkopuolelta. Se, toimiiko freelancer verokortilla vai oman yrityksensä tai esimerkiksi osuuskunnan kautta, ei ole ratkaisevaa. Ratkaisevaa on se, että freelancer ei ole yrityksen vakituinen työntekijä ja hänellä on mahdollisuus tehdä töitä useille eri toimijoille.

Toimitustyön ytimessä on työtä tekevien toimittajien ja kuvaajien briiffaus. **Briiffillä** tarkoi-tetaan toimeksiantoa, eli toimituksen toimittajalle tai kuvaajalle antamaa ohjeistusta siitä, mitä tilattava työ pitää sisällään, miten se mahdollisesti toteutetaan, millä aikataululla ja laajuudella sekä mahdollisesti myös, ketä haastatellaan, kuvataan ja missä.

Hyvä briiffi auttaa jutun suunnittelussa ja toteutuksessa niin, että freelancer ja ostava taho tekevät samaa asiaa. ”Sitä saa, mitä tilaa”, lausahdus sopii hyvin määrittelemään sitä, mistä briiffissä on kyse.

Hyvä briiffi voitaneen määrittellä monella tavoin tilanteesta riippuen, mutta esimerkiksi si-sältötuotantoyritys Vapa Media kiteyttää hyvän briiffin artikkelissaan Resepti parempiin

tuloksiin (Wallin, julkaisuvuosi ei tiedossa) niin, että se ”on selkeä, se määrittelee tavoitteet ja kohderyhmän sekä antaa toiminnalle suunnan”.

**Palaute** määritellään Uudessa kielioppaassa (Itkonen & Maamies 2007, 281) toimenpiteen, viestin tms. aiheuttamaksi kannanilmaukseksi, vastakäiksi tai reagoinniksi.

Palauteoppaita kirjoittaneen Jari Ranteen (Ranne 2006, 11) mukaan palaute voidaan jakaa kolmeen osaan; sanalliseen, sanattomaan ja aistien kautta välittyvään. Palaute voi siis olla jotakin, jota tulkitsemme toisten ihmisten eleistä, ilmeistä ja äänestä ja sen vivahdeista tai se voi olla suullisesti tai kirjallisesti annettua.

Tässä tutkimuksessani otetaan huomioon kaikki palautteen muodot riippuen siitä, miten haastateltavat ja kyselyihin osallistuvat tuovat niitä ilmi ja asioita kokevat. Perimmiltään palaute sisältää kaikenlaisen reagoinnin johonkin asiaan (Lappalainen 2007, 8).

Palaute on osa ihmisten välistä vuorovaikutusta.

**Vuorovaikutus** puolestaan voidaan nähdä yksilöiden käyttäytymistapumuksina sosiaalisissa tilanteissa, ryhmäprosesseina ja ryhmien välisinä suhteina. Vuorovaikutustilanteisiin vaikuttavat siis niin ihmisten yksilölliset ominaisuudet ja taustat kuin tilanne, sen antamat vihjeet ja ryhmäkonteksti. Vuorovaikutusta voidaan tarkastella ihmisten yhdessä tuottamana toimintana: miten toiminta toteutetaan ja millä keinoilla ihmiset merkityksellistävät yhteistä todellisuutta. (Helkama ym. 2015, 226.)

Viestintä ja vuorovaikutus eroavat Helkaman ym. (2015, 226) mukaan siinä, että viestinnässä viestiä pidetään jo valmiina sitä lähetettäessä, kun vuorovaikutuksessa viestin katsotaan syntyvän kahden tai useamman eri toimijan yhdessä tuottamana.

Sosiaalipsykologiassa vuorovaikutuksen yhteydessä puhutaan usein myös vuorottelujäsenyyksestä, normatiivisesta rakenteesta, jonka avulla keskustelijat jäsentävät sosiaalisia tilanteita ymmärrettäväksi järjestäytyneellä tavalla – vuorotellen ja vuoroja vaihtaen (Ruusuvoori, Haakana, Raevaara 2001, 15). Toisin sanoen, vuorovaikutus perustuu usein erilaisiin normeihin, joita meillä on sekä kulttuurista opittuna että yleismaailmallisesti sisäänrakennettuna.

Vuorovaikutusta ohjaavat sääntöjä enemmän odotukset, joten se elää tilanteen ja sen toimijoiden mukaan ja sen yhtenä tärkeänä edellytyksenä on mielen teoria, eli kyky kuvi-

tella toiselle itsenäinen mieli, nähdä toiset aikeineen ja tavoitteineen ja myös kuvitella, että toiset pystyvät näkemään omat aikeet ja tavoitteet (Helkama ym. 2015, 229).

## **2.2 Toimintatutkimus kohtaa toimintatieteen – kaikki on lopulta psykologiaa**

Kehittämistyöni tavoitteena on toimituksen ja freelancerin välisen vuorovaikutuksen eli ihmisten välisten suhteiden parantaminen. Vuorovaikutuksen parantamisen kautta tavoitteena on, että toimitusten ja freelancerien väliltä voidaan karsia turhaa ja tehotonta huonosta vuorovaikutuksesta aiheutuvaa työtä sekä parantaa juttujen laatua ja freelancerien kehittymismahdollisuuksia.

Työni tavoitteena on kehittää toimiva vuorovaikutus-, palaute- ja briiffausmalli, jota voidaan soveltaa erilaisiin toimitusympäristöihin. Malli konkretisoituu myöhemmin työkirjaksi, yksinkertaiseksi oppaaksi toimituksille.

Keskeisimmät tutkimuskysymykseni ovat: 1) Miten vuorovaikutusta toimituksen ja toimituksen ulkopuolella olevan freelancerin välillä voidaan parantaa ja saada mahdollisesti freelancer osaksi toimituksen sisäryhmää, 2) Miten voitaisiin mahdollistaa se, että freelancer pääsee näkemään, kuinka hänen juttunsa ovat levinneet, missä, kenelle ja miten? ja 3) miten voitaisiin rakentaa toimiva palautemalli, joka antaa riittävästi informaatiota, mutta ei rasita osapuolia ajallisesti liikaa?

Kehittämismenetelmäksi olen valinnut toimintatutkimuksen, sillä työni tavoitteena on muuttaa ja vaikuttaa vallitseviin toimitusten ja freelancerien välisiin sekä mahdollisesti siinä sivussa myös toimitusten sisäisiin käytäntöihin. Tähän tarkoitukseen toimintatutkimus on osuva valinta, sillä sen perusta on organisaatioiden ja ryhmien käytöksen muuttamisessa ryhmän sisästä käsin.

Toimintatutkimus eli action research on 1940-luvulla vaikuttaneen Kurt Lewinin esittelemä tutkimusmenetelmä, jolla pyritään nimenomaan vaikuttamaan yhteisöjen ja organisaatioiden toimintatapojen muutokseen niin, että tutkittavat itse osallistuvat yhteisönsä muuttamiseen (Helkama ym. 2015, 35).

Lewinin toimintatutkimusta nimitetään toimintatutkimuksen kentällä perinteiseksi toimintatutkimukseksi. Lewin keskittyi erityisesti pienryhmien toiminnan kehittämiseen.

Pekka Kuuselan (2005, 10) mukaan toimintatutkimuksen sisällöstä ei ole olemassa yhtä yleisesti hyväksyttyä määritelmää ja hän kehottaa lähentymään kysymystä erittelemällä

käsitteen sisältöä. Kuuselan (2005, 16) mukaan toimintatutkimus voidaan kuitenkin määrittellä yleisellä tasolla tutkimukseksi, joka ”perustuu tutkittavien osallistumiseen ja on suuntautunut sosiaalisen yhteisön ongelmien ratkaisemiseen”.

Edelleen Kuuselan mukaan (2005, 15) useimpien toimintatutkimussuuntausten lähtökohdiana on käytännön kehittämistyö ja tavoitteena muutoksen aikaansaaminen.

Kuusela jakaa toimintatutkimuksen yhteentoista pääsuuntaukseen – koulukuntiin tai perinteisiin, jotka eivät kuitenkaan ole välttämättä toisistaan erillisiä. Suuntaukset ovat 1) perinteinen toimintatutkimus, 2) kriittinen toimintatutkimus, 3) toimintatiede, 4) toimintaoppiminen, 5) osallistava toimintatutkimus, 6) sosioekologinen toimintatutkimus, 7) kommunikaatiivinen toimintatutkimus, 8) sosiaalinen konstruktionismi, 9) systeemiteoreettinen toimintatutkimus, 10) kliininen tutkimus ja 11) arvostava tutkimus. (Kuusela 2005, 17–20.)

Lewinin jälkeen toimintatutkimusta on kehittänyt muun muassa Chris Argyris, joka on tarkastellut erityisesti organisaatioiden vuorovaikutusongelmia ja etsinyt niihin psykologisia ja sosiaalipsykologisia ratkaisuja (Kuusela 2005, 11). Hän käyttää kuitenkin toimintatieteen (action science) käsitettä, jolla Kuuselan mukaan viitataan toiminnan psykologisten esteiden tarkasteluun.

Omassa tutkimuksessani näistä suuntauksista on aineksia ainakin toimintatieteestä, sillä oletukseni on, että vuorovaikutusta ja palautekulttuuria kehitettäessä yhtenä ratkaisevana elementtinä ovat psykologiset ja sosiaalipsykologiset tekijät.

Lisäksi omassa työssäni on mukana elementtejä osallistavasta toimintatutkimuksesta, sillä mallia ja lopputuloksia on tarkoitus testata toimijoilla ja muokata vielä sen jälkeen, sekä kliinisestä tutkimuksesta, jossa ammattilainen, esimerkiksi kehittämiskonsultti on mukana toiminnassa auttavassa roolissa (Kuusela 2005, 19). Näen oman roolini vahvasti juuri kyseisen ajatuksen kautta, eli niin, että havaitsen toiminnan kehittämiskohtia ja kehitän niihin ratkaisuja.

Sosiaalinen yhteisö on oman kehittämistyöni tapauksessa varsin laaja ja pirstonainen joukko pääosin yksin työskenteleviä freelancereita sekä heiltä juttuja, kuvia, videoita ja muita vastaavia tuotoksia tilaavia toimituksia, joissa useimmiten työskentelee myös vakituisia toimittajia ja kuvaajia ja joilla jokaisella voi olla hyvin omat toimitukselliset tapansa toimia.

Opinnäytetyössäni vuonna 2007 kehitin palautejärjestelmää yhden toimituksen sisällä, ja tuolloin ajanpuutteen lisäksi suurimmaksi ongelmaksi koettiin se, että palautteeseen reagoitiin liian henkilökohtaisella tasolla ja puolustautuen. Palautetta ei myöskään uskallettu antaa juuri loukkaantumisen pelossa. (Lappalainen 2007, 42.)

Hypoteesini on, että samat ongelmat pätevät edelleen ja laajemmalla tasolla myös koko freelancereiden löyhässä yhteisössä sekä heidän vuorovaikutuksessaan toimitusten kanssa.

Loukkaantumisen ja mielensä pahoittamisen ongelma liittyy erityisesti luovaan työhön, jossa ei voida sanoa, mikä on faktisesti oikea ratkaisu, vaan ”hyvän” ja ”huonon” tuotoksen raja on veteen piirretty ja voi olla kiinni myös henkilökohtaisista mieltymyksistä.

### **2.3 Kyselyt ja haastattelut kehittämisen kulmakivenä**

Jotta toimintatutkimusta voisi tehdä, on ensin selvitettävä, millä tolalla asiat ovat.

Ensimmäiseksi selvitin freelancerien näkökulmaa siihen, miten he kokevat vuorovaikutuksen sekä palaute- ja briiffauskäytäntöjen toimivuuden. Käytännössä tämä tapahtui kyselylomakkeen avulla. Kysely oli auki webropolissa 25.8.-15.9.2017, ja siitä kerrottiin Journalistiliiton ja Suomen freelance-yhdistyksen uutiskirjeissä. Kyselyyn ei voinut vastata nimettömänä, mutta lupasin, että vastauksia käsitellään tutkimuksessa anonymisti, eli en mainitse vastaajien nimiä esimerkiksi tässä raportissa.

Käytin työvälineenä kyselyä siksi, että se mahdollistaa strukturoimattomia tai puolistrukturoituja haastatteluja suuremman otannan. Siis pohjaselvityksen siitä, millainen tilanne yleisellä tasolla on tai millaiseksi se koetaan.

Kyselylomakkeen kysymyksiä testasin pienessä freelancerien salaisessa Facebook-ryhmässä, jonka pohjalta kysymyspatteristo muokkautui lopulliseen muotoonsa.

Kyselyssä oli monivalintaa ja avoimia vastauksia. Asteikkoina oli kysymyksestä riippuen 1) kyllä, ei, en osaa sanoa, 2) usein, silloin tällöin, harvoin, en koskaan, ja 3) asteikko yhdestä viiteen niin, että 1= ei yhtään, 5=paljon, 1=en koskaan, 5=aina ja 1=huonosti, 5=erinomaisesti. Kysymyksiä oli 27, joista 16 monivalintaa. Kysely on tämän raportin liitteenä 5.

Freelancerien kyselyn ja haastattelun lisäksi valitsin kolme eri välineitä edustavaa toimistusta ja siellä nimenomaan ostavia ja freelancerien kanssa työskenteleviä tahoja avoimiin eli strukturoimattomiin haastatteluihin, joiden tarkoituksena oli selvittää ostajapuolen näkökulma asiaan.

Strukturoimattomalla haastattelulla tarkoitetaan avointa haastattelua, jossa haastattelukysymykset eivät ole sidottuja tiettyyn muottiin, vaan haastattelu etenee keskustelunomaisesti (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka, 2006).

Pohdin ensin vaihtoehtoa, että olisin tehnyt myös ostavalle puolelle kyselyn, jota olisi niin ikään levitetty Journalistiliiton kautta, mutta päädyin siihen, että se ei ole tässä vaiheessa tarpeellista. Oleellisempaa oli selvittää freelancerien näkökulma asiaan, sillä itse toiminta – juttujen / kuvien ja muiden freelancertöiden tekeminen – tapahtuu heidän toimestaan. Uskon, että ostavan puolen näkökulman selvittämiseen riittää kolmen valikoidun toimijan haastattelu.

Toimitukset, joita haastattelin ostopuolen edustajina, edustivat tv- ja nettipuolta, asiakaslehtiä ja sanomalehtiä.

Työn haastattelu- ja kyselyvaiheet toteutettiin syksyn 2017 ja talven 2020 välisenä aikana. Analyysia tein pitkin matkaa, yhteenveto ja mallin kehittäminen tapahtuivat talvella 2020. Huhtikuussa 2020 testasin ajatuksiani vielä freelancer-yhteisöllä ja kysyin heiltä palautetta ja kommentteja kehittämiini malliin ja työkaluihin.

Kyselyn ja haastattelujen pohjalta olen koonnut yhteenvedon ja analyysin tilanteesta, ongelmakohtista ja asioista, jotka jo tuntuvat toimivan riittävällä tasolla. Työni tarkoituksena on kehittää ratkaisua siihen, miten ongelmista voitaisiin selvittää.

## **2.4 Analyysi syntyy piikeistä ja kuopista**

Kyselyjen analysointi perustuu paitsi monivalinnan mediaaniin (joissain kohdissa, mikäli järkevämpää, keskiarvoon) eli kvantitatiiviseen analyysiin, myös avoimissa vastauksissa selvästi mainittuihin ongelmakohtiin ja onnistumisiin sekä niiden taustatekijöihin eli sitä kautta laadulliseen analyysiin.

Tarkoituksena on löytää yhdestä viiteen tekijää, jotka vaikuttavat vuorovaikutuksen onnistumiseen tai epäonnistumiseen. Hypoteesini, että tekijöitä löytyy noin viisi, perustuu aiempaan opinnäytetyötutkimukseeni vuonna 2007.



Kun tekijä/tekijät on kartoitettu, selvitän paitsi vastaajien omien ehdotusten pohjalta, myös sosiaalipsykologian ja psykologian eri teorioiden perusteella (mm. käyttäytymistieteen teorit ja ryhmäteorit sekä vuorovaikutukseen liittyvät teorit), miten ongelmat voitaisiin ratkoa ja saisiko näistä rakennettua jonkin yleisen ohjeistuksen erityisesti luovaa työtä tekevien toimintaan.

Toki oma, pitkäaikainen kokemukseni paitsi freelancertoimittajana, myös ostavana tuottajana ja toimituksessa työskennelleenä toimittajana vaikuttaa myös siihen, että minulla on kosketus sekä toimituksen että freelancerin arkeen. Olen myös opiskellut sosiaalipsykologiaa, joten minulla on sitä kautta myös tieteellistä ja tutkimukseen perustuvaa näkemystä siitä, miten esimerkiksi ryhmät toimivat, miten ihmisten ryhmäytyminen tapahtuu ja mikä on yksilön ja ryhmän suhde.

### **3 Kyselyn tulokset**

Tässä luvussa avaan freelancereille syksyllä 2017 lähettämäni kyselyn tuloksia.

#### **3.1 Kyselyn jakelu, vastaajien profiili ja tulosten luotettavuus**

Kyselyyn vastasi 40 henkilöä, joista yksi oli työsuhteinen (toiminut aiemmin freelancerina, status oli juuri vaihtunut), loput freelancereita.

95 prosenttia vastaajista työskenteli toimittajana, 15 prosenttia kuvaajana, 8 prosenttia toimitussihteerinä, 10 prosenttia tuottajana ja 18 prosenttia valitsi kohdan Muu. Monilla on siis freelancerina useita eri rooleja suhteessa asiakkaisiinsa.

23 vastaajista oli naisia, 5 miehiä ja loput 12 eivät kertoneet sukupuoltaan. Vastaajien keski-ikä oli 45 vuotta. Nuorin vastaaja oli 27- ja vanhin 62-vuotias.

Kysely oli auki webropol-linkin kautta ja sitä jaettiin Suomen Journalistiliiton ja Suomen freelance-journalistien jäsenkirjeissä. Lisäksi laitoin linkin sosiaalisessa mediassa toimiviin freelancer-ryhmiin.

Vuoden 2017 lopulla Suomen Journalistiliittoon kuului 1 509 freelanceria (Journalistiliitto 2017). Freelancerien määrän huomioon ottaen vastauksia tuli siis hyvin vähän – alle kolme prosenttia liiton jäsenmäärään suhteutettuna. Tämä johtui mahdollisesti ja oletettavasti ainakin osittain siitä, että moni ei yksinkertaisesti saanut tietoa kyselystä sen aukioloajan puitteissa. Tämä kävi myöhemmin ilmi useissa henkilökohtaisissa keskusteluissa muiden freelancereiden kanssa, jotka eivät olleet kuulleetkaan kyselystä.

Vastaukset ja tulokset olivat kuitenkin kauttaaltaan niin yhteneviä keskenään, että mielestäni niistä voi turvallisesti tehdä yleisesti alaa koskevia johtopäätöksiä. Ne eivät eronneet myöskään hirveästi siitä, mitä tuottajat kertoivat haastatteluissa.

Toki, usein kyselyihin saattavat vastata juuri ne, joiden mielestä kehitettävää on eniten. Tulokset vastaavat kuitenkin hyvin myös omaa, yli 17 vuoden kokemustani ja näkemystäni niin ostavana osapuolena kuin freelancerina, joten uskallan pitää niitä myös siihen kokeemukseen peilattuna tarpeeksi luotettavina.

Ilahduttavaa kyselyssä oli se, että vastaajat eivät tyytyneet täyttämään vain monivalinta-kysymyksiä, vaan avoimien, monivalintoja syventävien vastausten määrä oli varsin run-

sasta ja runsassanaista. Keskimäärin 67 prosenttia kyselyyn osallistuneista vastasi myös avoimiin kysymyksiin.

Runsas avointen vastausten määrä saattanee johtua siitä, että niin palautteen, briiffauksen kuin vuorovaikutuksenkin suhteen näiden kolmen määrä ja laatu vaihtelevat rajusti riippuen siitä, kenen kanssa freelancer asioi. Tämä kävi ilmi nimenomaan avoimista vastauksista.

*”Minusta tuntuu, että palautteen määrä riippuu henkilöstä, jonka kanssa olen yhteydessä. Toiset antavat palautetta herkemmin, toiset harvemmin.”*

*”Osa toimeksiantajista antaa erittäin selkeän briiffin ja on jopa kiinnostunut keskustelemaan jutuista suunnitteluvaiheessa, osalta en saa edes moneen kertaan pyytämällä tarkkaa deadlinea.”*

*”Joidenkin asiakkaiden kanssa homma toimii tosi sukkelasti ja hyvin ja saan myös palautteen jutuista. Toiset eivät edes kuittaa juttua vastaanotetuksi (nämä usein sanomalehdet, kiire on siellä ilmeisesti niin kova...)”*

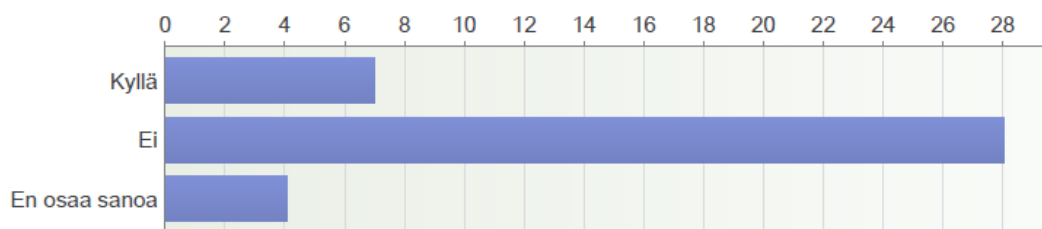
Eniten avoimia vastauksia saivat kysymykset: Millainen on mielestäsi hyvä briiffi (36 vastaajaa 40:stä), Jos vastasit kyllä kysymykseen ”Vaihteleeeko briiffauksen määrä ja laatu asiakasryhmän mukaan?”, kerro miten (31 vastaajaa 40:stä), Mitä parannettavaa toivoisit toimituksilta palautteen suhteen (30 vastaajaa 40:stä) ja Mikä vuorovaikutuksessa toimii, mikä ei? Miksi? (29 vastaajaa 40:stä).

### 3.2 Palaute – tarpeeksi vai liian vähän?

Kyselyyn vastanneista 92,5 prosenttia piti palautetta tärkeänä, loput 7,5 prosenttia eivät osanneet sanoa. Vaikka valtaosa koki palautteen tärkeäksi, vastanneista 72 prosenttia ei kuitenkaan kokenut saavansa palautetta riittävästi.

#### 6. Onko saamasi palautteen määrä mielestäsi riittävä?

Vastaajien määrä: 39



Kuva 2: Onko saamasi palautteen määrä mielestäsi riittävä?

Eri medioiden suhteen avoimista vastauksista piirtyi kuva siitä, että sanomalehdistä palautetta ja briiffausta sai huonoiten, asiakaslehdistä parhaiten.

*”Sanomalehdissä ei kommentoida juttuja juuri mitenkään. Aikakauslehdissä jonkin verran, eniten palautetta tulee asiakaslehtipuolelta.”*

Palautetta ei vastausten mukaan kuitenkaan myöskään pyydetty itse kovin hanakasti: asteikolla 1-5 (1 = ei koskaan, 5 = aina) 33 prosenttia vastaajista valitsi kakkosen ja 31 prosenttia kolmosen, kun kysyttiin, pyydätkö itse palautetta. Noin neljännes vastaajista ilmoitti pyytävänsä palautetta itse lähes aina.

Palaute ei ole yksisuuntainen prosessi, ja vastuu sen saamisesta pitäisi olla molemmilla osapuolilla. Tämä asia on hyvä pitää mielessä palautejärjestelmää ja vuorovaikutusta kehitettäessä: vastuu kommunikaatiosta ja yhteydenpidosta on molemmilla osapuolilla. Kuten Työterveyslaitoksen tutkija ja työn imun eli työssä viihtymisen ja siitä inspiroitumisen puolestapuhuja Jari Hakanen toteaa, palaute on pyytäjän etu ja siksi sitä pitäisi pyytää:

*”Meidän kaikkien on hyvä oikein janota palautetta. Sen avulla voi tulla paremmaksi omassa työssään. Ja jos palautetta ei muuten tipu, sitä voi pyytää.” (Sarkkinen 2017).*

Palautetta koskeneissa avoimissa vastauksissa korostui kaksi seikkaa: palautteen (ja erityisesti vielä rakentavan palautteen) vähäisyys ja kiire.

*”Tiedän, että toimituksissa on kiire, eikä palautetta anneta juuri vakituisillekaan.”*

*”Palautetta annetaan niin vähän, että pienikin lisäys siihen olisi plussaa.”*

Useammasta vastauksesta kävi ilmi, ettei juttuja edes aina kuitata saaduiksi. Kysymykseen *Mitä parannettavaa toivoisit toimituksilta palautteen suhteen?* vastattiin muun muassa näin:

*”Antakaa palautetta ja vastatkaa viesteihin.”*

*”Kuittaisi edes saaduksi.”*

*”Sitä voisi ylipäänsä antaa.”*

*”Sitä olisi mukavaa ylipäättään saada. Palaute helpottaisi myös tulevaa juttujen suunnittelua.”*

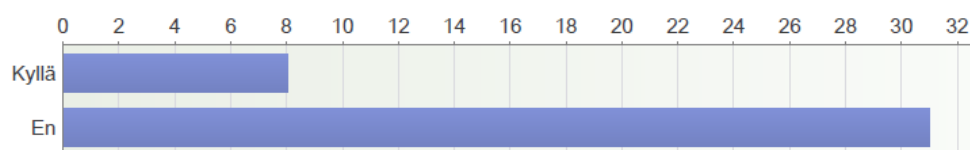
*”Palautetta ei yleensä ole, mitä nyt joskus: oli hyvä kolumni.”*

Myös katsoja/lukija/kuulijapalautteiden osalta tilanne näyttäisi samansuuntaiselta kuin yleisen palautteen osaltakin. 55 prosenttia vastaajista ei saanut lukija/katsojapalautteita ja 20 prosenttia ei osannut sanoa, saako näitä. 25 prosenttia eli neljännes ilmoitti saavansa katsoja- ja lukijapalautteet itselleen.

Omista töistä saatavan datan suhteen suuntaus oli samanlainen kuin lukijapalautteissa: 79,5 prosenttia kertoi, etteivät he tieneet, kuinka paljon heidän juttujaan luetaan / katsotaan, miten niiden saavuttavuus vertautuu julkaisun muihin juttuihin tai miten ne leviävät esimerkiksi sosiaalisessa mediassa.

13. Tiedätkö, kuinka paljon juttujasi luetaan, miten niiden saavuttavuus vertautuu julkaisun muihin juttuihin nähden tai miten ne leviävät esimerkiksi sosiaalisessa mediassa?

Vastaajien määrä: 39



Kuva 3: Tiedätkö, kuinka paljon juttujasi luetaan, miten niiden saavuttavuus vertautuu julkaisun muihin juttuihin nähden tai miten ne leviävät esimerkiksi sosiaalisessa mediassa?

Avoimista vastauksista kävi ilmi, että tieto lukijamääristä tuntuisi olevan kiven takana – vaikka eletään datan kultaista kautta. Useat vastaajat kertoivat, etteivät he saaneet mitään tietoja juttujensa levinneisyydestä tai lukukerroista.

*”Sanomalehtien levikistä voi jotakin päätellä, samoin muista printeistä... nettijuttujen lukijamääristä ei tietoa.”*

*”Kysyin asiaa Helsingin Sanomilta erästä juttua koskien, mutta tiedon saaminen tuntui olevan kiven takana.”*

*”Tätäkin pitäisi varmaan ruveta kysymään, jotta voisi kehittää omaa toimintaansa. En tosin käsitä, mikseivät lehdet tee tätä, jos free tekee heille hommia säännöllisesti. Luulisi heidänkin toivovan parempia juttuja. (huom. tässäkin poikkeus: eräs toimeksiantaja kertoo tämän itse.)”*

*”Tiedän vain vähän sen perusteella miten itse pystyn seuraamaan esim. so-  
messa leviämistä.”*

Kun erityisesti nettijutuista on saatavilla hyvin yksityiskohtaistakin dataa ja datan merkityk-  
sestä puhutaan ja sitä käytetään eri mediataloissa muun muassa erilaisten otsikoiden  
muotoiluun ja testaukseen, on yllättävää, ettei dataa jaeta freelancereille.

Lukijaprofiilit, lukukerrat ja niiden kestot sekä esimerkiksi liikenteen ohjautumista koskevat  
tiedot ja kaikkien näiden tietojen suhteutuminen julkaisun tai freelancerin itsensä muihin  
juttuihin auttavat tekijää miettimään esimerkiksi jutun lähtöä, rakennetta ja otsikointia kun-  
kin median seuraajien joukossa kiinnostavampaan suuntaan. Verkossa – oli se sitten so-  
siaalisessa mediassa tai internetin muissa kanavissa – data on erittäin helposti poimitta-  
vissa.

Onko niin, että tämä ei vain ole tullut toimituksissa mieleen ja freelancerit eivät ole kysy-  
neet sitä, vai onko tässäkin syynä kiire ja jonkinlainen organisoimattomuus: kun tätä ei lue  
työprosessissa, sitä ei muista tehdä? Ilman dataa freelancer joutuu tekemään työnsä puo-  
liksi sokkona. Jos datalla ei olisi merkitystä juttujen otsikointiin, ingressiin, lähtöön ja mui-  
hin elementteihin, se tuskin olisi niin seurattu asia mediataloissa.

Vastauksista kävi ilmi myös se, että freelancerit toivoisivat nimenomaan rakentavaa pa-  
lautetta, jotta heillä olisi mahdollisuus kehittyä omassa työssään, jolloin myös toimitus  
hyötyisi tästä. Tämä näkökulma nousi esiin useissa eri vastauksissa.

*”Silloin, kun olin free, en saanut juuri keneltäkään palautetta. Korkeintaan, että ”hyvä  
juttu, kiitos”, mutta oli pari asiakasta, jotka oikeasti antoivat hyvää palautetta, jonka  
pohjalta saatoin kehittää työtäni. Tämä kannatti myös asiakkaalle, niin saivat sellai-  
sia juttuja, joita ei tarvinnut yhtään editoida. Nykyisessä työssä saan palautetta vain  
päätoimittajalta ja palaute koskee yleensä pelkästään sisältöä, joskus (harvoin) esim  
jutun rakennetta.”*

*”Freelancerille ei erikseen yleensä lähetetä palautetta tehdystä työstä, mutta se voisi  
olla ihan järkevää – ainakin jos halutaan vaikka parantaa (free-)työn jälkeä omassa  
julkaisussa. Ehkä toimituksissa ei tulla ajatelleeksi, että mitä enemmän freet saavat  
palautetta toimituksen suunnalta, sitä enemmän siitä hyötyy myös julkaisu itse?”*

*”Mitä enemmän kommentointia, suunnittelua ja editointia, sen parempi jutul-  
le.”*

### 3.3 Briiffaus – tiedätkö tarpeeksi?

Briiffauksen suhteen tilanne näyttäisi olevan toimituksen ja freelancerin välisen vuorovai-  
kutuksen kannalta parempi kuin palautteen osalta. Kyselyn vastaajista 62,5 prosenttia  
kertoi saavansa selkeän briiffauksen aina tai lähes aina.

*”Yleensä briiffit ovat tarpeeksi täsmälliset, harvemmin ongelmia tulee briiffin epätarkkuu-  
den vuoksi.”*

#### 16. Saatko selkeän briiffin työsi tilaajalta?

Vastaajien määrä: 40

	1	2	3	4	5		Yhteensä	Keskiarvo
En koskaan	0	8	7	21	4	Aina	40	3,52

Kuva 4: Saatko selkeän briiffin työsi tilaajalta?

Vaikuttaisi siis siltä, että briiffaukseen panostetaan enemmän kuin palautteeseen. Voisiko  
tämä johtua siitä, että palaute kuuluu niin sanotusti jälkitöihin, jotka voivat jäädä helpom-  
min tekemättä, kun on jo siirrytty seuraaviin tehtäviin?

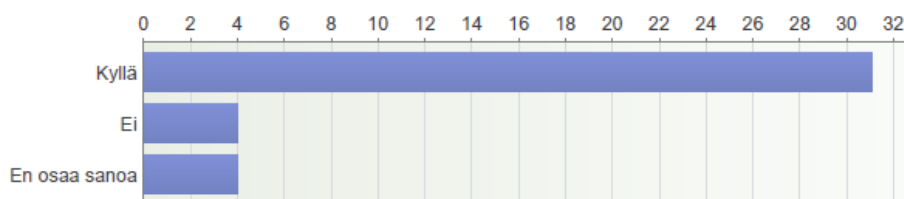
Briiffaus on tilaustilanteessa jossain määrin pakollista (joskin sen voi toki tehdä huonosti),  
mutta palaute puolestaan vaatii aina ”ylimääräistä vaivaa”, koska se ei juuri siinä hetkessä  
yleensä edistä ostajan omaa työtä – ellei sitten kyseessä ole esimerkiksi jutun editointi-  
pyyntö.

Tämä on toki lyhytnäköistä ajattelua, mutta ymmärrettävää henkilökohtaisella tasolla, jos  
päivittäisessä työssä painitaan esimerkiksi liian kovan työtaakan ja kiireen kanssa. Olen  
itsekin ollut ostavana toimittajana ja tuottajana tilanteissa, joissa on tuntunut helpommalta  
itse muokata juttu haluamaani suuntaan kuin että olisin alkanut käymään freelancerin  
kanssa keskustelua aiheesta ja selittämään, millaisia muutoksia juttuun haluaisin.

On myös huomioitavaa, että viidesosa vastaajista ilmoitti saavansa vain harvoin selkeää  
briiffausta. 79,5 prosenttia vastaajista myös kertoi, että briiffauksen määrä ja laatu vaihte-  
levat asiakkaan mukaan.

## 19. Vaihteleeke briiffauksen määrä ja laatu asiakasryhmän mukaan?

Vastaajien määrä: 39



Kuva 5: Vaihteleeke briiffauksen määrä ja laatu asiakasryhmän mukaan?

Myös avoimissa vastauksissa käy ilmi, että briiffauksen laatu vaihtelee paljon toimeksiantajasta riippuen.

*”Vaihtelee todella paljon. Jotkut tilaajat kirjoittavat niin paneutuneen briiffin, että siinä on jo melkein puoli juttua. Toiset ulkoistavat kaiken ajattelun tekijälle. Toki nämä ovat ääritapauksia.”*

*”Tässä näkyy sama kahtiajako kuin aiemmissa vastauksissa: osa toimeksiantajista antaa erittäin selkeän briiffin ja on jopa kiinnostunut keskustelemaan jutuista suunnitteluvaiheessa, osalta ei saa edes moneen kertaan pyytämällä tarkkaa deadline.”*

Eroa briiffauksen ja palautteen välisessä toimivuudessa saattanee selittää osittain myös se, että freelancer saattaa itsekin hanakammin pyytää parempaa briiffiä tai lisätietoja, mikäli jotakin uupuu, sillä muuten työssä on yksinkertaisesti hankala päästä eteenpäin. Moni kertoi avoimissa vastauksissa olevansa itse aktiivinen briiffin suhteen muun muassa kysymällä täydentäviä kysymyksiä, mikäli saatu briiffi jää epäselväksi.

Myös freelancerille briiffaus on siinä mielessä tärkeämpi työvaihe, että ilman sitä on vaikea lähteä liikkeelle ja jos ei tarkalleen tiedä, mitä tilaaja haluaa, voi jälkikäteen joutua tekemään turhaa tai turhalta tuntuva editointityötä. Palaute taas on enemmän tulevaisuuden suuntautuvaa itsensä kehittämistä ja jälkityötä, joka ei välttämättä konkretisoidu juuri sillä hetkellä ja jää näin ehkä helpommin huonommalle hoidolle.

*”Olen myös itse aktiivinen ja innovatiivinen, ehdotan ja tarjoan ratkaisuja asiakkaideni toiveisiin. Joten ajattelen nämä briiffit vuorovaikutustilanteina.”*

Kysyin freelancereilta myös sitä, mikä heidän mielestään on hyvä briiffi. Vastauksissa korostuivat perusasiat, mikä kertoo itsessään jo, että ne ovat myös monilta toimituksilta huokassa. Nämä perusasiat korostuivat muun muassa, kun freelancereilta kysyttiin, mitä parannettavaa he toivoisivat toimituksilta briiffauksen suhteen.



*”Perusasioiden pitäisi käydä ilmi siinä vaiheessa, kun jutusta sovitaan. Tuntuu turhauttavalta lähetellä uusia meilejä ja kysellä asioita, jotka asiakas olisi voinut heti itse briiffissä kirjoittaa auki. Usein tilaaja on niin kiireinen, että vastaa tipottain näihin meileihin, ja joudun kysymään useampaan kertaan asioita uudestaan.”*

*”Monista briiffeista puuttuu jopa deadline.”*

Selvästi eniten hyvältä briiffiltä odotetaan sitä, että tilattavan työn tarkoitus ja merkitys – siis se, miksi juttu tehdään – on kaikille selvää. Tämä ei tuntunut olevan itsestäänselvyys, sillä sitä toivottiin useassa vastauksessa. Myös se, kenelle juttua tehdään, ei selvästi ole läheskään aina kirkasta – ainakaan freelancerin suuntaan.

*”Joskus jutun tarkoitus ei tunnu olevan selvillä tilaajallekaan, mikä näkyy freelancerille. Se on ikävää, koska jos jutusta tulee huono tai toiveiden vastainen, sitä pidetään usein freelancerin vikana, vaikka kyseessä olisi (myös) huono briiffaus.”*

Lisäksi toivottiin, että briiffissä olisi aukikirjoitettuna jutun näkökulma ja pituus, jutun tai kuvien tyyli, deadline, palkkio, kohderyhmä, miksi mahdolliset haastateltavat on juttuun valittu ja mitkä ovat jutun raamit tai mahdollinen konsepti.

Briiffin oheen toivottiin esimerkkejä joko hyvin toteutetuista jutuista tai kyseisen juttupaikan jutuista ja kuvista.

Jotkut toivoivat hyvin yksityiskohtaista briiffiä, mutta selvästi useampi toivoi kuitenkin, että briiffi jättäisi myös vapauden yllätyksille ja luovuudelle, eikä sitä olisi mietitty kysymyksiä myöten puhki.

*”Hyvä briiffi varmistaa, että sekä kirjoittaja, kuvaaja/kuvittaja, AD että toimitus ovat viemässä juttua samaan maaliin. Toisaalta hyvä briiffi jättää myös varaa yllätyksille – sille, että se maali voikin matkan varrella siirtyä. Jutussa pyritään saamaan asioista uutta tietoa, ja uusi tieto voi murtaa ennakko-oletukset niin, että koko alkuperäinen idea muuttuu.”*

Briiffaus koettiin tärkeäksi nimenomaan siksi, että työtä olisi helpompi lähteä tekemään ja jälkieditointia olisi vähemmän. Moni uskoi, että hyvällä briiffillä vältetään turhaa työtä.

*”Joskus tuntuu, että tilaaja jättää liikaa sattuman varaan tyyliin ”katsotaan mitä sieltä sattuu tulemaan”. Sitten jos juttu ei miellytä, veivataan asiaa jälkikäteen, vaikka työ olisi hoitunut helpommin etukäteen asioista sopimalla.”*

### 3.4 Vuorovaikutus – sisällä vai ulkona?

Vaikka palautetta ei koettu saatavan riittävästi, 60 prosenttia vastaajista kuitenkin koki, että vuorovaikutus toimituksen kanssa sujui hyvin tai erinomaisesti.

#### 24. Miten vuorovaikutus toimituksen / asiakkaan ja sinun välissä sujuu?

Vastaajien määrä: 40

	1	2	3	4	5		Yhteensä	Keskiarvo
Huonosti	1	4	11	20	4	Erinomaisesti	40	3,55

Kuva 6: Miten vuorovaikutus toimituksen / asiakkaan ja sinun välissä sujuu?

Tämä on mielenkiintoinen tulos, jonka pohjalta olisi hyvä tietää, mitä freelancerit käsittävät vuorovaikutuksella. Tätä en kyselyssä kuitenkaan huomannut kysyä tai vastaavasti määritellä vuorovaikutusta tarkemmin lomakkeeseen.

Tässäkin kysymyksessä avoimissa vastauksissa kävi kuitenkin ilmi, että vuorovaikutus vaihtelee paljon asiakkaasta ja henkilöstä riippuen. Parhaiden kanssa se sujuu hyvin, toisten kanssa on pelkkää radiohiljaisuutta. Juttutarjouksiin ei vastata, toimitettuja töitä ei kuitata saaduksi. Pääosin vuorovaikutus on sähköistä ja siten etäistä.

*”Yleensä ei sähköposteihin vastata yhtään. En aina edes tiedä ovatko menneet perille. Jotkut yksittäiset ovat nopeita mutta suurin osa on niitä jotka eivät kommunikoi ilman että niitä painostaa vastaamaan.”*

*”Vuorovaikutuksessa ärsyttävin piirre on, jos joku ei koskaan vastaa sähköposteihin. Kiire ei pitäisi olla hyvä perustelu sille, miksi ei saa vastausta juttuehdotuksilleen, seuraavan vuoden yhteistyötiedusteluille tai aikataulukyselyille.”*

Muutamissa vastauksissa toivottiin, että edes kerran vuodessa toimitus tapaisi freelancereita. Yhden vastaajan toive lähti hyvin pienestä: jos edes joulukortin saisi joku vuosi.

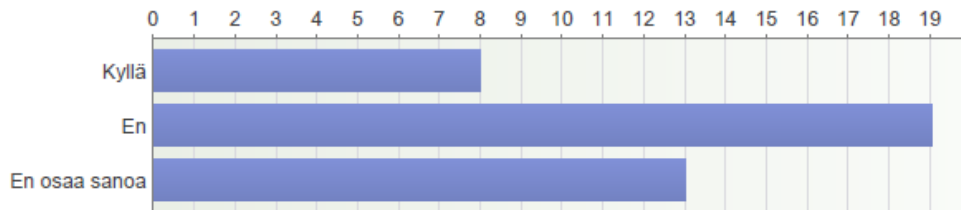
Huono yhteydenpito voi myös koitua toimitusten kohtaloksi, sillä muutamat ilmoittivat kyselyssä, että he jättävät pois listaltaan sellaiset asiakkaat, jotka eivät vastaa meileihin, toimita asianmukaisia briiffejä tai anna koskaan palautetta.

*”Avoin keskustelu toimii lähes kaikkien toimeksiantajieni kanssa. Niihin, joiden kanssa vuorovaikutus ei toimi, pyrin välttämään eli en kirjoita niihin julkaisuihin, joissa ollaan epärehellisiä tai homma ei muutoin toimi.”*

Aika harva, joka viides, freelancer tunsi olevansa osa asiakkaidensa toimitustiimejä. 47,5 prosenttia ei kokenut olevansa osa asiakkaansa toimitustiimiä ja 32,5 prosenttia ei osannut sanoa. Kuitenkin samainen asia oli valtaosalle (70%) vastaajista merkityksellinen. Vain viisi vastaajaa neljästäkymmenestä ilmoitti, ettei kyseisellä asialla ollut heille merkitystä.

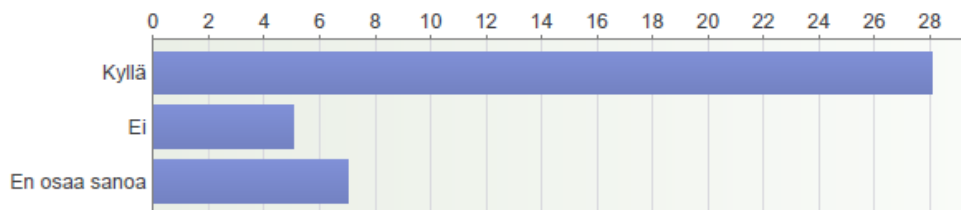
#### 25. Tunnetko olevasi osa asiakkaidesi toimitustiimejä?

Vastaajien määrä: 40



#### 26. Onko edellämainittu asia sinulle merkityksellinen?

Vastaajien määrä: 40



Kuva 7: Tunnetko olevasi osa asiakkaidesi toimitustiimejä? ja Onko edellä mainittu asia sinulle merkityksellinen?

Tämä on toimitusten kannalta huomionarvoinen kohta, sillä se kertoo, etteivät freelancerit koe kuuluvansa toimitusten sisäryhmiin. Tällöin myös luottamus ja sitä kautta esimerkiksi joustavuus ja sitoutuminen asiakkaan hyväksi ovat todennäköisesti huomommalla tolalla kuin niissä toimituksissa, joissa freelancerit kokevat kuuluvansa osaksi toimituksen ydintä eli sisäryhmää.

Hakasen (2011, 59) mukaan arvostuksen kulttuuri vahvistaa yhteisöllisyyttä, ja tunteeseen arvostuksen saamisesta ja yhteiseen työyhteisöön kuulumisesta vaikuttavat muun muas-

sa palaute ja se, että työntekijän ponnistelut, joustaminen ja aikaansaannokset tulevat huomatuiksi.

Vaikka Hakanen puhuu Työn imu -kirjassaan työyhteisön näkökulmasta, voidaan tämä sama laajentaa koskemaan myös freelancereita, jotka toimivat osittain työyhteisön ulkopuolella, mutta kuitenkin limittyvät siihen vahvasti.

### **3.5 Kyselyn tulosten yhteenvetoa ja pohdintaa**

Kyselyn vastauksista käy selvästi ilmi se, että palautetta ei koeta saatavan riittävästi, sen määrä ja laatu vaihtelevat hyvin paljon henkilön ja median mukaan, eikä sitä itse myöskään pyydetä.

Moni kertoi avoimissa vastauksissa, ettei palautetta käytännössä saa laisinkaan tai jos sitä saa, se on lähinnä ”hyvä juttu” -tyylistä, hyvin yleiselle tasolle jäävää. Rakentavaa palautetta, jonka avulla freelancer voisi kehittää itseään, tuntui saavan vain harva ja juuri sitä kaivattiin erityisen paljon.

Briiffauksessa kävi ilmi sama vaihtelu kuin palautteen ja vuorovaikutuksen suhteen: jotkut antavat hyviä briiffejä, toiset liian ylimalkaisia ja puutteellisia. Briiffauksessa parannettavaa oli hyvin perustavanlaatuisissa asioissa, kuten jutun / kuvituksen laajuudessa, työn aikatauluissa, kohderyhmissä ja siinä, miksi juttua tehdään ja mitä siltä odotetaan.

Kuitenkin briiffauksessa tunnuttiin freelancerien näkökulmasta olevan ihan kohtuullisella tasolla. Enemmän ongelmia tuntui olevan nimenomaan palautteensaamisessa ja vuorovaikutuksessa yleisellä tasolla.

Kyselyn perusteella vuorovaikutuksessa on paljon parannettavaa lähtien siitä, että kuitattaisiin edes työt saaduiksi ja vastattaisiin sähköposteihin. Avointen vastausten lukeminen oli pysäyttävä kokemus, sillä hämmäntävän monesta kävi ilmi, että sähköposteihin ei vastata edes silloin, kun niissä olisi briiffausta koskevia tarkentavia lisäpyyntöjä tai ne sisältäisivät toimitetun työn.

Tämä vastaamattomuuden määrä korostui vastauksissa, ja oli jopa itselleni yllättävää, vaikka olen itsekkin freelancerina joutunut kyselemään lähettämieni sähköpostien perään ja ostavana tahona myös ”unohtanut” vastata joihinkin. Yllättävää oli nimenomaan se, että ilmiö tuntuu olevan hyvin yleinen, ei niinkään satunnainen.

Vastaavasti yksi alkuperäisistä hypoteeseistani koskien luovan alan herkkänahkaisuutta ja loukkaantumista palautteen antamisen suhteen ei noussut oikeastaan missään esiin (mukaan lukien ostavien tahojen haastattelut, joihin pureudumme tarkemmin seuraavassa luvussa).

Kun tutkin palautekulttuuria 13 vuotta sitten yhden mediatalon sisällä, ajanpuutteen lisäksi palautteen puuttumiseen vaikuttivat vastaajien mukaan myös palautekulttuurin puute ja henkilökohtaiset suhteet (Lappalainen 2007, 38). Ihmisten henkilökohtaista loukkaantumista pelättiin.

Onko siis niin, että – verrattuna vuoden 2007 opinnäytetyöhöni – kiireen ja ajanpuutteen määrä on kasvanut niin paljon, ettei palautteen esteenä enää olekaan pelko siitä, miten vastaanottaja siihen suhtautuu, vaan yksinkertaisesti se, ettei ole aikaa, sähköpostit hukuvat yleiseen tulvaan ja työn ohjaus ja johtaminen ovat jonkinlaisessa epämääräisessä kaaoksessa?

Toki aiempi opinnäytetyö oli tehty nimenomaan yhden toimituksen sisällä, kun taas tässä tutkimuksessa tarkastellaan toimituksen ulkopuolella työskentelevien freelancerien ja toimituksen välistä palautetta ja vuorovaikutusta. Voi olla, että silloin palautekulttuuriin liittyvät muut asiat kuten se, kuinka palautetta annetaan ja otetaan vastaan, eivät korostu. Toisaalta, ikävää palautetta ei välttämättä ole tarvis antaa. Ostaja voi vain päättää, että jättää seuraavalla kerralla tilaamatta samalta freelancerilta. Tämä ei onnistuisi toimituksen sisällä, jolloin rakentavaa ja kriittisempääkin palautetta on jossain määrin pakko antaa.

Kyselyn tuloksista ja avoimista vastauksista nousee vahvasti esiin yksi sana, josta moni yllämainituista parannettavista kohdista voi olla kiinni, eikä se ole yllättävää: kiire – tuo aikamme muotisana, jolla tunnutaan perustelevan nykyisin yhtä jos toistakin huonosti hoidettua asiaa.

Yksittäisenä sanana eri taivutusmuotoineen kiire toistui kyselyaineistossa 13 kertaa. Näistä viisi nousi esiin kysymyksen ”Mitä parannettavaa toivoisit toimituksilta palautteen suhteen?” avoimissa vastauksissa ja kuusi kysymyksen ”Mikä vuorovaikutuksessa toimii, mikä ei? Miksi?” avoimissa vastauksissa. Lisäksi useissa vastauksissa kiireeseen viitattiin muilla tavoin.

Myös haastattelemani ostavat tahot mainitsivat kiireen yhdeksi tekijäksi palautteenannon ja vuorovaikutuksen laadussa ja määrässä.

Havainto ei ole yllättävä, jos mietitään, kuinka paljon mediataloista on vähennetty viime vuosina työntekijöitä ja kuinka paljon journalistisen työn luonne on muuttunut (muun muassa juttujen modifioiminen useille eri alustoille).

Journalistiliiton tiedottajan Mika Heijarin mukaan (Heijari, 2.3.2020) freelancerien jäsenmäärä on pysynyt lähes samana, mutta suhteellinen osuus kasvanut, sillä työsuhteisten määrä on vähentynyt tuntuvasti.

Vuoden 2008 jälkeen media-alalta on kadonnut yli tuhat työpaikkaa, eikä uusia ole nousuhdanteesta huolimatta syntynyt (Honkonen 2019).

Heijarin (Heijari, 2.3.2020) mukaan ongelmana tilastoinnissa on kuitenkin se, että mediakenttä on nykyisin laaja, eikä yhtä koko media-alaa koskevaa tilasto- tai tutkimustietoa ole olemassa.

Myös aiemmassa, vuonna 2007 tekemässäni opinnäytetyössä (Lappalainen 2007) ajanpuute ja kiire olivat yksi keskeisistä ongelmista palautteen antamisessa.

Kiire on kuitenkin huono peruste tehdä työnsä huonosti – oli sitten ostava tai myyvä taho. Vuorovaikutus kuuluu normaaliin ihmisen toimintaan, briiffaus ja palaute taas ovat normaaliin työprosessiin kuuluvia asioita. Ilmeisesti briiffausta ja palautetta ei kuitenkaan mielletä työprosessin osana oleviksi asioiksi.

Viesteihin vastaamattomuus ja töiden kuitaamattomuus kertoo omaa kieltään ajattelemattomuudesta ja paneutumattomuudesta sekä huonosta työnohjauksesta ja jonkinlaisesta kaaoksesta, jota toimituksissa ilmeisesti eletään.

Onko niin, että vuorovaikutusta, palautetta ja briiffausta ei koeta riittävän tärkeiksi ja arvokkaiksi asioiksi, jotta niihin panostettaisiin? Tämä siitäkkin huolimatta, että esimerkiksi palautteesta ja sen merkityksestä on vuosikausia luennoitu ja puhuttu niin mediassa kuin kaikenlaisissa johtaja- ja esimieskoulutuksissa ja siitä on kirjoitettu valtava määrä opaskirjoja.

Vuorovaikutus ja palaute ovat tiiviisti yhteydessä siihen, kuinka ihminen tuntee kuuluvansa työyhteisöön. Ranteen mukaan (2006, 22) ihmisen on lähes mahdotonta kasvaa hyväksi työyhteisön jäseneksi, jos hän jää ilman palautetta.

Hakasen (2011, 53) mukaan ihmisen hyvinvoinnin kannalta on tärkeää saada omasta toiminnastaan välitöntä palautetta, sillä se suuntaa työn tekemisen tapoja ja tavoitteita tulevaisuudessa. Vahvasti itsenäisessä työssä, jollaista freelancerin työ pääosin on, välitön palaute voi kuitenkin jäädä vähäiseksi, jolloin Hakasen (2011, 74) mukaan työn itsenäisyydestä kumpuava voimavara voi kääntyä niin sanotuksi kielteiseksi voimavaraksi.

Koska freelancer-työ on pääosin hyvin yksinäistä ja erittäin itsenäistä työtä, tässä kohdassa palataan taas tunteeseen sisäryhmäläisyydestä ja sen hyödyistä – esimerkiksi sitoutuneisuudesta ja joustavuudesta – freelancerin ja toimituksen näkökulmasta katsottuna.

Freelancerin itsetunnolle ja työmotivaatiolle voi olla suurikin merkitys sillä, mihin ryhmään hän itsensä identifioi: kuuluuko hän ”meihin” eli identifioiko hän itsensä osaksi toimituksen ryhmää vai siitä ulkopuoliseksi. Sosiaalipsykologian eri ryhmätutkimusten perusteella koikiessaan vahvaa yhteenkuuluvuuden ja sisäryhmäläisyyden tunnetta ihminen todennäköisesti myös joustaa ja on valmis panostamaan ja näkemään vaivaa enemmän yhteisön eteen.

Luotamme ja haluamme toimia luotettavasti siinä ryhmässä, jonka jäseniä tunnemme olevamme, ja korostamme ryhmän tärkeyttä nimenomaan luotettavalla toiminnalla (Seppälä, Olakivi & Pirttilä-Backman 2012, 339).

Esimerkiksi itse hyvin erilaisissa ympäristöissä ja erilaisille asiakkaille työtä tekevänä freelancerina olen huomannut aina, että mitä enemmän koen kuuluvani edes jollain tavalla *arvostetuksi* osaksi toimitustiimiä, sitä enemmän olen valmis joustamaan, näkemään vaivaa ja tekemään työtä yksittäistä tilausta kokonaisvaltaisempien tavoitteiden, esimerkiksi jonkun kampanjan tai kokonaisen julkaisun, menestymisen eteen.

Vastaavasti ne asiakkaat, joiden tiimeihin minulla ei ole minkäänlaista yhteenkuuluvuuden tunnetta tai se on vähäistä, saavat perushyvänlaatuista jälkeä, mutta en juuri näe vaivaa kyseisen asiakkaan suurempien tavoitteiden eteen tai laajempaan pohdiskeluun siitä, voisiko työn tehdä paremmin, tehokkaammin ja menestyksekkäämmin jollakin toisella tavalla.

He saavat sitä, mitä ovat tilanneet, mutta tuskin kovin paljoa enempää. Tuotan parhaiten lisäarvoa niille, jotka eniten arvostavat työtäni ja näyttävät sen. Tällaisille asiakkaille saatan tehdä myös paljon sellaista piilotyötä, jota en koskaan laskuta: saatan tarjota ideoita heidän käyttöönsä, vaikka en itse ehtisi niitä toteuttaa, saatan seurata kuin hullu dataa, jotta voisin tehdä työni seuraavan kerran paremmin ja jaan näiden toimijoiden muitakin julkaisuja ja töitä muun muassa omissa verkostoissani. Ja tietenkin: puhun heistä hyvää.

Väitän, että näin toimii moni muukin freelancer, ja tässä toimituksilla olisi kaikki hyödyt irtiotettavissa lopulta aika pienillä vuorovaikutuksellisilla keinoilla. Sillä, että hieman paineutuu ja huomioi ihmisen, jonka kanssa tekee työtä.



#### 4 Se toinen puoli – mitä toimituksissa mietitään?

Jotta kehitystyöhön saadaan aitoa dialogia ja kehitettävä ratkaisu toimisi ja palvelisi mahdollisimman hyvin kaikkia osapuolia, kysyin valikoitujen mediatalojen ostavilta toimittajilta ja tuottajilta heidän näkökulmaansa vuorovaikutuksen ja palautekäytäntöjen toimintaan freelancerien kanssa.

Valitsin haastatteluun kolmen erityyppisen median edustajia niin, että edustettuina olisi niin perinteinen printtimedia ja uutisjournalismi, aikakaus- ja asiakaslehdet sekä sähköinen media (tv/radio/verkko).

Pohdin ensin, pitäisikö myös ostavalle puolelle lähettää yleisempi ja laajempi kyselylomake, mutta päädyin lopulta muutamaankin tarkoin valittuun yksilöhaastatteluun, koska niissä voisi samalla päästä suoraan syvemmälle ongelmakohtiin ja toisaalta, freelancerkentän yleiset tunnot ja kokemukset palauteensaannista ovat oleellisempia tässä tutkimuksessa.

Haastattelin työtä varten vuosina 2017–2020 aikakaus- ja asiakaslehtitalon kahta tuottajaa ja digipuolen vastaavaa henkilöä, ison maakuntalehden tuottajaa ja tv- ja verkkopuolella työskentelevää tuottajaa.

Freelancereiden käyttö toimituksissa vaihteli reilusti. Aikakaus- ja asiakaslehtitalon tuottaja totesi, että asteikolla 1-5 (1= ei yhtään, 5=aina) freelancertyövoimaa käytettiin asteikoilla 4 tai 5, eli lähes aina. Esimerkiksi kirjoittavia toimittajia ei hänellä ollut käytössään talon sisältä käytännössä ollenkaan.

Tv- ja verkkopuolen tuottaja puolestaan käytti puhdasta freelancetyövoimaa vain satunnaisesti. Useimmiten kuitenkin isommissa projekteissa heillä mukaan palkataan freelancer tai freelancereita, mutta hän / he tulevat silloin sisään toimitukseen määräaikaisella täys- tai osa-aikaisella sopimuksella, eivätkä ole niinkään perinteisessä freelancer-suhteessa. Freelancereita käytetään siis paljon, mutta heidän statuksensa muuttaa projektin ajaksi useimmiten työntekijäksi. Tällöin he tulevat useimmiten jo ihan fyysisestikin mukaan osaksi toimitusta, vaikka tekisivät projektia vain osa-aikaisesti.

Sanomalehden tuottaja kertoi, että hänen osastollaan käytettiin pääsääntöisesti yhtä freelanceria ja satunnaisesti myös muita. Freetyötä ei ostettu viikoittain, mutta kuukausittain kyllä. Pääsääntöisesti ostettava työ oli kirjoitustyötä, kuvaukseen käytettiin suurimmaksi osaksi lehden omaa kuvaajaa.

## 4.1 Palaute

Haastattelemani tuottajat kertoivat pyrkivänsä antamaan palautetta säännöllisesti, mutta he myönsivät, että palautetta voisi antaa enemmän. Myös kriittisen palautteen antamisen kerrottiin olevan vaikeampaa ja jäävän helpommin toteutumatta. Kiireellä oli oma vaikutuksensa yhteydenpitoon.

Vakiintunutta palautejärjestelmää freelancerien suuntaan ei ollut missään toimituksessa käytössä, vaan palautteen antaminen oli henkilöstä ja hänen toimintatavoistaan kiinni oleva asia.

Sanomalehden tuottaja kertoi, että – vähän yllättäenkin – vakituinen freelancer jäi palautteen osalta huonoimmalle hoidolle:

*”Annan liian vähän palautetta säännöllisesti tekeväälle henkilölle, eli en ihan joka jutusta, mutta jonkin verran kyllä. Jos ostan satunnaisemmin tekevältä, muistan hoitaa palautteen paremmin.”*

Hän kuitenkin kertoi aina kiittävänsä, kun saa freelancerilta eteensä moitteetonta kieltä sisältävän, valmiin paketin. Myös hyvistä haastateltavista tai erityisen hyvistä bongauksista jutun sisältöön hän kertoi laittavansa viestiä.

Kaikki tuottajat kertoivat, että jos freelancer itse pyytää palautetta, sitä tulee myös annettua. Freelancerien aktiivisuus siis palkitaan.

Tämä voisi viitata esimerkiksi siihen, että palautteenannon vähäisyydessä ei ole kyse niinkään ajanpuutteesta, vaan siitä, että tilanteessa, jossa palaute ei ole vakiintunut osa työprosessia, se unohtuu – varsinkin jos on kiire. Kuten sanomalehden tuottaja käänteisesti ”paljasti”, hän *muisti* hoitaa palautteen paremmin satunnaisien freelancerien suuntaan.

Kiire itsessään ei siis ehkä ole ongelma, vaan työprosessi ja sen puutteellisuus palautteen näkökulmasta.

Yksi tuottajista kertoi sen, minkä moni freelancerkin on itse jo aiemmin päätellyt: jos mitään ei kuulu, mutta töitä kuitenkin tilataan, on tehnyt hommansa hyvin.

*”Vakiintunutta järjestelmää palautteelle ei ole. Usein varmasti se ettei meistä kuulu, on hyvä merkki. Lisäksi palautteen antaminen on sidoksissa yksittäisten friikkujen työtapoihin. Toiset avustajat antavat herkästi itse palautetta koko avustamastaan mediasta sen ilmestyttyä, jolloin friikun antamaan palautteeseen tulee tietenkin vas-*

*tattua. Positiivista palautetta tulee annettua lähinnä seuraavaa juttua tilatessa. Usein viitataan tällöin edelliseen yhdessä tehtyyn työhön ja yritän muistaa huomioida myös asiakkaalta tulleet kommentit tai kehitystoiveet jatkoa varten.” Asiakaslehden tuottaja*

Tv- ja verkkopuolen tuottaja kertoi pyrkivänsä aina antamaan palautteen freelancereille, mutta palautteenantoon käytetty aika riippui muun muassa siitä, millaisen työpanoksen freelancer antaa suhteessa koko projektiin. Mitä pienempää osuutta freelancer projektissa teki, sitä pienempi oli palautteen määrä.

Tässä on hyvä huomio myös freelancereille: kannattaa aina muistaa suhteuttaa oman työn osuus osaksi suurempaa kokonaisuutta. Jokaisen työ on tärkeää, mutta on hyvä muistaa, että oma työ voi olla hyvin pieni osa jotakin isompaa projektia, jolloin odotukset palautteen ja vuorovaikutuksen suhteen kannattaa suhteuttaa kokonaisuuteen.

*”Aina laitan jotakin, mistä olen pitänyt, sitten ehkä joku toive. Uskon enemmän vahvistavaan palautteeseen, koska se kertoo sen, mitä pitäisi tehdä.”  
Tv- ja verkkopuolen tuottaja*

Samainen tv- ja verkkopuolen tuottaja kertoi, että positiivisen palautteen antaminen on helppoa, joskin sitä voisi antaa enemmänkin:

*”Negatiivisen palautteen antaminen on aina paljon hankalampaa. Sitä pitää miettiä ihmisen kautta. En pyri hampurilaismalliin. Se on teennäinen.”*

Myös asiakas- ja ammattilehtien tuottaja kertoi yrittävänsä muistaa antaa palautetta aina. Mutta hän myönsi, että kiire vaikuttaa ylipäänsä yhteydenpitoon freelancerien suuntaan. Palaute ja vuorovaikutus ylipäänsä oli kokonaan meilin varassa: *”Harvoin soitan.”*

Toinen asiakaslehden tuottaja myönsi päästävänsä läpi keskinkertaisempiakin juttuja, mikäli niissä ei ole suurempia ongelmia.

*”Päästän läpi ihan kivoja juttuja. Vähän tylsiä, mutta jos jotain isompaa, niistä pyydän muokkauksia.” Asiakaslehtien tuottaja*

#### **4.1.1 Palaute ja data**

Yhtenä tutkimuksen lähtökohdistani oli se, kuinka freelancer voitaisiin saada paremmin myös työnsä saavuttavuusdatan äärelle.

Freelancerien kyselyvastausten pohjalta tässä asiassa ollaan aivan lapsen kengissä: freelancerit eivät tiedä, kuinka heidän työnsä leviävät, montako lukukertaa yhdellä jutulla on,

miten se suhteutuu julkaisun muihin juttuihin tai miten freelancerin tekemät työt ovat levinneet ja saavuttaneet ihmisiä esimerkiksi sosiaalisessa mediassa.

Kysyin asiaa tuottajilta ja yhdeltä haastattelemlaltani digiasiantuntijalta, joka teki töitä nimenomaan datan kanssa.

Vastauksissa oli jonkin verran vaihtelevuutta, mutta rivien välistä oli aistittavissa, että ehkä tuottajat eivät olleet tulleet edes ajatelleeksi, mikä merkitys datalla on myös freelancerin työlle ja ehkä dataa ei vain muisteta jakaa.

Haastattelemani digiasiantuntija olisi ollut valmis avaamaan kaiken aikakaus- ja asiakaslehtitalon hallussa olevan, freelancerin kannalta oleellisen datan freelancereille. Hän ei nähnyt tässä ongelmaa, jos freelancerin ja toimituksen väliset sopimukset ovat kunnossa ja heidän välillään vallitsee luottamus.

Sen sijaan hän ihmetteli, miksi näin ei jo tehdä ja miksi datasta ollaan mustasukkaisia. Hän arveli, että toimituksissa pelätään, että freelancer käyttää datan analysointia hyväkseen myös muissa jutuissaan. Digiasiantuntija ei nähnyt tässä ongelmaa, mikäli luottamus on hyvä, vaan arveli datan avaamisen hyödyttävän kaikkia:

*”Asiaan perehtynyt ihminen on meidän ihminen, meidän toimittajamme.”*

Hänen ajatuksessaan korostuu tunne sisäryhmäläisyydestä. Datan avaaminen voisi olla tämän tunteen lisäämisen kannalta pieni mutta merkityksellinen asia. Jos data olisi freelancerin saatavilla, hänellä olisi tällöin myös mahdollisuus itse paremmin päätellä, miksi hänen juttunsa on levinnyt hyvin tai huonosti, millaisessa kohderyhmässä, miltä alustoilta ja millä laitteilla ja niin edelleen.

Jos mediatatolot avaisivat freelancereille datansa, nämä pystyisivät itse tekemään johtopäätöksiä, ainakin pienellä opastuksella, joista hyötyisivät todennäköisesti niin freelancer itse kuin toimitus paremmin mietittyjen ja viilattujen juttujen muodossa.

*”Verkossa jokainen juttu on yksin. Pitäisi mennä niin, että jokainen juttuaihe mietitään verkon ja jaettavuuden ja miten se lähtee elämään Toimittaja, joka osaa käyttää google analyticsiä edes auttavasti, voisi tehdä johtopäätöksiä ja pärjäisi ihan hyvin.” Aikakaus- ja asiakaslehden digiasiantuntija.*

Otan tähän väliin jälleen esimerkin omasta työelämästäni. Joidenkin asiakkaideni kanssa olen hyvin läheisessä yhteistyössä jopa niin, että pääsen halutessani näkemään esimer-

kiksi nettipuolella lähes kaiken datan – siis myös yhtiön omien toimittajien tekemien juttujen luvut. Suurimmalta osalta asiakkaitani en kuitenkaan koskaan saa saavuttavuusdatan liittyvää tietoa, en sitä tosin ole välttämättä itse pyytäneenkään.

Väitän erittäin vahvasti, että ne asiakkaat, jotka ovat päästäneet minut ns. iholle, eli sisällä järjestelmiinsä ja datan äärelle, hyötyvät tekemästani työstä kaikista eniten.

Ensinnäkin: data kouruttaa. Kun näen, miten joku juttuni leviää ja toinen ei sitten toimitakaan yhtään, pohdin välittömästi, mitä seuraavalla kerralla teen toisin. Saatan myös tehdä jo kyseisen jutun kannalta uusia toimenpiteitä – esimerkiksi muokata otsikkoa – mikäli näen, että se lähtee voimakkaasti suuntaan tai toiseen. Tämän edellytys tosin on se, että minun ja toimeksiantajan välillä on niin suuri luottamus, että saan itse julkaista juttuni heidän kanavissaan. Seuraan dataa intohimoisesti vähintään ensimmäiset päivät juttuni julkaisun jälkeen. Joskus jopa liiankin paljon. Ja kaikki tämä aika on vielä sellaista, jota en edes laskuta toimeksiantajalta, koska koen, että se on omaa mielenkiintoani ja itseni kehittämistä. Kukaan ei käske minua seuraamaan dataa.

Toiseksi: opin datasta koko ajan. Millaisilla valinnoilla juttuni menestyvät paremmin, mitkä jakelukanavat siihen vaikuttavat ja esimerkiksi millaiset sometekstit toimivat parhaiten, miltä laitteilta juttuja luetaan ja vaikuttaako tämä siihen, miten taitan jutut. Mitä paremmin saan seuraavat jutut tehtyä, sitä enemmän minullakin on töitä tulevaisuudessa. Kaikki voittavat. Enkä tietenkään riko tällaista luottamusta. Sehän tietäisi töideni loppumista.

Kaikkien toimitusten ei varmasti ole mahdollista avata julkaisujärjestelmiään freelancereille, mutta jossain määrin sitä kannattaa harkita. Ja jos järjestelmän avaaminen ei ole mahdollista, olisi joka tapauksessa tärkeää muistaa jakaa freelancerin jutun kannalta merkityksellinen data ja sen suhteutus yleiskuvaan.

Tv- ja verkkopuolen tuottaja kertoi, että palautteen yhteydessä hän laittaa lähes aina jotain lukuja ja huomioita: esimerkiksi paljonko juttua on ladattu tai jos se on herättänyt esimerkiksi paljon sometoimintoja.

Sanomalehden tuottaja puolestaan kertoi välittävänsä lukijapalautteen freelancereille, mutta ei välttämättä verkon lukuja:

*”Ehkä jutun lukukerrat ja somessa leviäminen ovat jääneet liian vähälle huomiolle. Lähinnä ehkä tulee kerrottua, jos jotain oikein poikkeuksellista huomiota on tullut.”*

Asiakaslehden toinen tuottaja puolestaan kertoi haastattelussa, ettei hänelläkään ole välttämättä aina pääsyä asiakkaansa datan äärelle:

*”Tämänhetkissä töissäni friikuilla ei ole pääsyä dataan, koska suora pääsy ei ole meillä itsellämmeäkään, kaikki tieto on asiakkaan takana. Friikut eivät myöskään itse syötä juttujaan verkkoon, jolloin kaikki hakukoneoptimointi, otsikointi, verkkorakenne jne. tehdään täällä meillä.”*

Toisin sanoen, tässä tapauksessa freelancer yksinkertaisesti tuottaa jutun ja toimituksessa viimeistellään ja tehdään vielä aika paljon lisätyötä päälle. Tämä voi tietenkin olla toimiva tapa, mikäli järjestelmien avaaminen ei ole mahdollista.

Uskoisin kuitenkin, että esimerkiksi otsikoinnissa freelancereilta voisi tulla julkaisun kannalta parempia ehdotuksia jo heti alkuun, mikäli heillä olisi jonkinlaista vertailutietoa saatavilla. On aika yllättävää, että verkkojulkaisuja tehdään näinkin sokkoina – varsinkin, kun verkko välineenä elää yhtä enemmän hetkessä ja nopeassa reagoinnissa kiinni.

## 4.2 Briiffaus

Kaikki haastattelemani tuottajat tekivät briiffauksen pääsääntöisesti sähköpostitse ja ilman valmiita pohjia. Vain yhdellä oli sellaiset käytössään. Toisen tuottajan organisaatiossa oli valmis briiffauspohja, mutta hän ei juuri käyttänyt sitä.

Tuottaja, jolla pohja oli käytössä, pyrki siihen, että briiffistä käy mahdollisimman selkeästi ilmi kaikki tarvittava heti kättelyssä.

*”Minulla on yleensä kaksi päivää, jolloin briiffaan jutut meilillä. Usein käytän samoja freelancereita, jotka ovat tehneet kyseistä juttupaikkaa tai lehteä. Mitä vähemmän siinä on puolin ja toisin kirjeenvaihtoa, sen parempi. Prosessit viivästyvät, jos ei ehdi reagoida kysymyksiin.” Asiakaslehden tuottaja*

Sanomalehden tuottaja kertoi käyvänsä aina freelancerin kanssa läpi jutun aiheen, näkökulman ja haastateltavien määrän ja millaisia haastateltavia juttuun toivottiin. Poikkeuksena jatkuvat sarjat, joissa hän käy läpi briiffauksen yhteydessä vain haastateltavan henkilön ja deadline.

*”Koska käytän lähinnä yhtä freeelanceria säännöllisesti, työtapa on hioutunut, ja freelancer tietää, mitä häneltä odotetaan.” Sanomalehden tuottaja*

Sanomalehden tuottajalla on lehdessä käytössä valmis taittopohja, joka määrittää tilattavan jutun tekniset ominaisuudet, kuten merkkimäärän, onko jutussa esimerkiksi jonkinlais-

ta tietolaatikkoo tms. ja montako kuvatekstiä tarvitaan. Pääosin briiffaus tapahtui sähköpostitse.

Poikkeuksena briiffauskäytännöissä oli tv- ja verkkopuolen tuottaja, joka kertoi tapaavansa freelancerin aina mielellään kasvokkain, mikäli kyse on enemmän kuin yhdestä pienestä jutusta tai freelancer on uusi.

Hän kertoi käyvänsä läpi myös ison kokonaisuuden: millaisen projektin osaksi freelancerin työ on tulossa, millaisesta määrästä esimerkiksi artikkeleita puhutaan, millä aikataululla ja palkkiolla ja millainen on fiilis, jota tuotokselta toivotaan.

Kyseinen tuottaja on käyttänyt esimerkiksi asiantuntijoita freelancereina ja huomannut, että tällöin freelancer on saatava ymmärtämään, mille yleisölle juttua tehdään ja miksi on tärkeää, että se tehdään juuri tietyllä tavalla. Siis millaisella kielellä ja millä tasolla asiasta puhutaan.

### 4.3 Vuorovaikutus

Missään haastattelemieni tuottajien organisaatioista ei järjestetty freelancereille säännöllistä vuotuista tapaamista, mutta osassa sellaisia oli kuitenkin aiemmin järjestetty. Esimerkiksi sanomalehden tuottaja kertoi, että hänellä on ollut tapana käydä freelancerin kanssa joululounaalla, jolloin samalla on puhuttu menneestä vuodesta ja sen töistä. Tämän tavan säännöllisyys oli kuitenkin hieman jäänyt. Tuottaja arveli kuitenkin, että tässä palattaisiin taas vanhoille urille eli säännölliseen, jokavuotiseen tapaamiseen. Myös asiakaslehden tuottaja kertoi, että aiemmin vuosittaisia tapaamisia oli ollut ja olisi mahdollista ehkä palata tähän systeemiin.

Suurin osa vuorovaikutuksesta tuottajien ja freelancerin välillä tapahtui sähköpostitse.

Poikkeuksena oli tv- ja nettipuolen tuottaja, joka kertoi usein tapaavansa freelancerin kasvokkain silloin, kun hän tekee tilausta uuteen projektiin. Hän on tarjonnut myös freelance-reille mahdollisuutta tulla toimitukseen tekemään töitä, mutta kertoi, että moni ei halua, sillä freelancerin on helpompi limittää työt muiden töiden kanssa, kun hän tekee niitä omasta toimipisteestään käsin.

*”Yksi tapaaminen kasvokkain, siinä käydään läpi, millaista proggista ollaan tekemässä, mikä on henki, minkä tyyppisiä artikkeleita halutaan, millaisesta määrästä on kyse, mikä on vaativuusaste ja palkkio. Kun on kerran tavattu, sen jälkeen mennään sähköpostilla ja puhelimella.” Tv- ja nettipuolen tuottaja.*

Se, miten vuorovaikutusta freelancerien suuntaan hoidetaan, tuntui olevan jokaisen omalla vastuulla – aivan kuten palaute ja briiffauskin. Organisaatiotasolta tulevaa ohjeistusta esimerkiksi freelancerien kanssa työskentelyyn ja työprosessin kulkuun ei ollut – tai ainakaan sellaisista ei oltu tietoisia.

Toinen asiakaslehtien tuottaja kertoi, että yhdessä hänen projekteistaan julkaisuun töitä tekevät freelancerit on tavattu jopa niin, että asiakas on ollut paikalla. Freelancerit olivat kiinteästi mukana tiimissä.

*”Tämä johtuu alan spesifisyydestä. Freelancerit tietävät aiheesta enemmän kuin minä, he ovat sitoutuneita. Prosessin aikana ei tarvitse säätää.” Asiakaslehden tuottaja*

Toinen asiakaslehden tuottajista kertoi kaipaavansa freelancerien tapaamista.

*”Tietenkin olisi mahtavaa tavata friikkuja, mutta aikaa ei kerta kaikkiaan ole. Monet mun käyttämistä friikuista on entisiä kollegoja, joita olisi hauska tavata muutenkin. Osan kanssa käyn välillä lounaalla, joskus mukana on meiltä isompikin porukka tustumassa.” Asiakaslehden tuottaja*

Tv- ja nettipuolen tuottaja korosti vuorovaikutuksessa niin toimituksen sisällä kuin toimituksen ulkopuolellekin luottamusta. Hän näki haastatelluista selvästi myös eniten vaivaa freelancerien ja toimittajien perehdytykseen ja vuorovaikutukseen heidän kanssaan.

Hän toivoi myös, että ongelmallisistakin tilanteista pystyttäisiin keskustelemaan suoraan ja avoimesti ja että toimittajat ja freelancerit ylipäänsä olisivat ajoissa toimitukseen yhteydessä, mikäli (tilatussa) työssä on ongelmia. Freelancerien tilanteita ymmärretään, jos niistä kerrotaan avoimesti.

*”Jos juttu myöhästyy kaksi päivää siksi, että on ollut raskasta, lapsi sairaana tms., se on ihan okei, jokaiselle tulee samanlaisia tilanteita. Mutta se ei voi jatkua pitkään, jossain vaiheessa täytyy järjestää jotain. Tavallaan karua, mutta ammattilaisten asiantuntijoiden työyhteisössä jokaisella on aika iso vastuu tekemisestään. Jos menee pitkälle mönkään ennen kuin ongelmista sanotaan mitään – ei saada tärkeää haastateltavaa kiinni, ihminen tietää, ettei ehdi aikatauluun tai muuta sellaista ja siitä ei varoita – se on ongelma.” Tv- ja nettipuolen tuottaja*

Toisin sanoen, myös freelancerin on hyvä muistaa, että vuorovaikutus on kahdensuuntainen prosessi. On myös itse oltava aktiivinen ja yhteydessä, erityisesti jos työssä tulee mutkia matkaan tai ongelmia eteen.



Myös tapaamista tai vaikka pikakahveja voi ehdottaa. Ja nyt kun koronatilanne on opettanut meidät kaikki uusille etätyötavoille, tämä antaa freelancereille myös uudenlaisia mahdollisuuksia ehdottaa vaikkapa nopeaa 15 minuutin palaveria esimerkiksi briiffaukseen.

#### 4.4 Yhteenvetoa

Haastattelemiini tuottajat edustavat kolmea erityyppistä mediaa, mutta samalla he ovat vain minimaalisen pieni otos koko mediakentästä.

Kuten freelancereille lähetetystä kyselystä kävi ilmi, vaihtelu toimitavoissa on suurta ja usein henkilöstä riippuvaa. Samassa organisaatiossakin eri ihmiset toimivat hyvin eri tavoin freelancerien kanssa. Tämä kertoo samalla siitä, että organisaatiossa freelancer-yhteistyötä ei näytetä juuri ohjaavan. Yhdessä asiakaslehtimediassa oli käytössä briiffipohjat, mutta niidenkin käyttäminen oli myös henkilöstä riippuvaa.

Jokainen haastateltava kertoi pyrkivänsä antamaan palautetta, mutta kiireen myönnettiin vaikuttavan asiaan. Myös kriittisen palautteen antaminen oli vaikeampaa.

Yksi asiakaslehden tuottajista kertoi, että tilanteessa, jossa esimerkiksi asiakas on antanut freelancerista huonoa palautetta, tätä ei todennäköisesti käytetä enää saman asiakkaan julkaisuihin, mutta freelancerille ei välttämättä kerrota syytä.

*"En kerro, jos asiakas ei halua. Sitten ei vain pyydetä. Joskus saatan sanoa asiasta jollain tavalla. Ehkä sen aistii rivien välistä." Asiakaslehden tuottaja*

Tuottajat kertoivat myös, että he käyttivät pääsääntöisesti freelancereita, joiden kanssa he olivat työskennelleet aiemmin tai joita kollega oli suositellut.

*"Tiedetyt hyvät kaivellaan. Muilta tuottajilta, joille freelancer on tehnyt töitä, kysellään kokemuksia. Ihmisen, joka ei koskaan ennen ole ollut töissä meillä, opettaminen ja oikeuksien hankkiminen hänelle on työläs prosessi." Tv- ja nettipuolen tuottaja*

Uuden freelancerin sisään pääseminen kuulostaisi siis olevan kohtuullisen vaikeaa. Toisen asiakaslehtituottajan mukaan ainakin hänen kohdallaan kyse on kiireestä: ei ole aikaa perehdyttää uusia freelancereita eikä ottaa riskejä.

*"Uuden on tosi vaikea päästä kirjoittamaan mulle. Mitä tiiviimpi aikataulu on, sitä vaikeampi päästä." Asiakaslehden tuottaja*

Vuorovaikutus tapahtui pääsääntöisesti sähköpostitse. Tv- ja nettipuolen tuottaja kertoi usein briiffaavansa freelancerit kasvotusten ensimmäisellä kerralla, sanomalehden tuotta-

ja puolestaan sanoi silloin tällöin tapaavansa freelancereita, vaikka vuorovaikutus pääsääntöisesti olikin sähköistä.

Asiakaslehden tuottaja kertoi, että heillä oli aiemmin käytössä vuosittainen freelancerien tapaaminen ja hän mietti, voisiko sellaisia taas alkaa järjestää. Sanomalehden tuottaja kertoi myös, että freelanceria on välillä kutsuttu joululounaalle:

*”Meillä on ollut tapana pitää myös kerran vuodessa joululounastyypinen tilaisuus, jossa freelancerin kanssa käydään läpi hänen työskentelyään ja samalla puhutaan vapaamuotoisia. Nyt ei olla pidetty joka vuosi tällaista tapaamista, mutta palataan varmaan tässäkin takaisin urille.”*

Ja ehkä on hyvä tämän luvun loppuun vielä nostaa tämä sitaatti:

*”Kaipaen sitä, että (free) pääsisi käymään. Välillä saattaa joku tulla käymään. Kannattaa yrittää tuppautua.”* Asiakaslehden tuottaja

## 5 Mitä sitten? – Pienillä askelilla kohti parempaa palautetta ja vuorovaikutusta

Koska aika on selvästi yksi palautteenannon ja vuorovaikutuksen isoimmista haasteista toimitusten ja freelancerien välillä, parannusten tähän täytyy olla sellaisia, jotka ovat helpposti toteutettavissa, eivätkä lisää kenenkään työkuormaa suhteettomasti. Tämä oli myös yhtenä lähtökohtana tutkimuskysymyksissäni.

Tutkimuskysymykseni koskivat sitä, miten freetoimittaja saataisiin osaksi toimituksen sisäryhmää, miten freelancer pääsisi datan äärelle, miten palaute- ja briiffauskäytäntöjä sekä toimituksen ja freelancerin välistä vuorovaikutusta voitaisiin parantaa.

Freelancereille suunnatussa kyselyssä ja tuottajien haastatteluissa kävi ilmi, että monessa asiassa ongelma on hyvin perusasioden tasolla, kuten vuorovaikutuksen ja palautteen suhteen siinä, että vastataan viesteihin ja ylipäänsä annetaan jotain palautetta. Dataa ja erityisesti sen merkitystä ei tunnuttu olleen ajateltu niin toimitusten kuin freelancerienkaan suunnalta.

Siksi myös ratkaisujen pitää lähteä perustasolta: siitä, että ymmärretään ja tiedostetaan vuorovaikutuksen, palautteen ja datan merkitys työn (niin freelancerin kuin ostava tahon puolelta) kehittymisen ja laadun näkökulmasta ja muistetaan antaa palautetta ja jakaa dataa. Jos freelancer olisi mahdollista päästää edes jollakin tasolla sisään median järjestelmiin tai dataan, se helpottaisi ostavan tahon työtä, mutta jos tämä on asiakassuhteiden tai yrityssalaisuuksien näkökulmasta jostain syystä mahdotonta, tulisi vähintään jakaa freelancerin omia töitä koskeva oleellinen data, eli se, mitä mediakin seuraa seuratessaan tavoitteidensa onnistumista.

Palautteen näkökulmasta oleellista on, että freelancerin ja toimituksen väliseen prosessiin työn tilaamisesta ja briiffauksesta sen vastaanottamiseen sisällytettäisiin vakiona jonkinlainen palaute- ja toimintamalli tai edes kohta ”palaute”. Kun joku asia on tunnustetusti osa prosessia, se ei jää ylimääräiseksi ”jos on aikaa” -tehtäväksi, vaan on pakollinen työn osa. Silloin sen laiminlyömistä tai huonoa hoitoa ei voi perustella ajanpuutteella.

Niin tuottajien kuin freelancereiden vastauksista oli osittain suoraan ja osittain rivien välillä luettavissa, että palautteen antaminen voi yksinkertaisesti vain unohtua, koska se ei ole vakiintunut tapa ja myös freelancerit tuntuvat unohtavan, että myös he voivat itse kysyä palautetta. On hyvä korostaa sitä, että freelancerin itsensäkin pitää olla aktiivinen niin palautteen, briiffauksen kuin vuorovaikutuksen suhteen.

Palautteen ja vuorovaikutuksen parantamiseen ja kulttuurinmuutoksen käynnistämiseen koko alalla tarvitaan tietoisuuden lisäämistä ja sitä, että asia ylipäänsä muistetaan. Lisäksi tarvittaneen jonkinlaista toimitusten sisäistä, kevyttä koulutusta. Moni tuottaja tai ostava toimittaja ei ehkä tule edes ajatelleeksi, millaista freelancerin työ on tai mistä hän jää paitsi verrattuna toimituksessa työskenteleviin, vakituisiin henkilöihin. Voi olla, että monia ongelmakohtia ei edes tiedosteta, koska toimituksen sisällä asiat toimivat eri tavalla, tietoa siirtyy ja palautetta annetaan huomaamattomastikin ja perusasiat, kuten data, ovat saatavilla (ainakin toivottavasti!) ilman, että kenenkään tarvitsee niitä erikseen jakaa.

Palautteikäytäntöihin olisi tärkeää erillisenä kohtanaan lisätä data, eli kaikki se helposti saatava tieto, mikä esimerkiksi sosiaalisessa mediassa ja verkkojutuissa on mahdollista saada. Tämä auttaa freelanceria konkretisoimaan oman jutun merkitystä suhteessa julkaisun muihin juttuihin ja suhteessa omiin juttuihin sekä antaa mahdollisuuden esimerkiksi tarkkailla, millaisilla valinnoilla juttu voisi levitä julkaisun kohderyhmässä tai halutuissa kanavissa paremmin. Datasta ei kannata olla mustasukkainen.

Mitä paremmin freelancer on perillä vähintään omia juttujaan koskevista luvuista, sitä paremmin ja tavoitteellisemmin hän voi tehdä työnsä. Ja yleensä parempi työ tuottaa parempia hedelmiä, jolloin kaikki voittavat. Onko freelancerin työhön liittyvä data oikeasti liikesalaisuus, jota kannattaa varjella niin, ettei freelancerkaan saa tietää sitä, vai olisiko se sittenkin väline parempiin tuloksiin?

Omasta kokemuksestani tiedän, että joissain medioissa esimerkiksi toimittajilta pyydetään jutun lisäksi somejakotekstejä ilman, että toimittaja koskaan pääsee näkemään, miten somejako itse asiassa tavoitti kohderyhmää ja millaista kohderyhmää kanavassa ylipäänsä on. Tai että hänellä olisi minkäänlaista sidettä tai tuntumaa kyseisen kanavan toimintaa tai kohderyhmään. Pelkistä tykkäysten ja jakojen määrästä ei voi päätellä kuin jotain. Toimittaja joutuu siis tekemään tällaisia asioita sokkona aikakaudella, jolloin data on mitä helpoimmin saavutettavissa ja poimittavissa.

Freelancereille suunnatussa kyselyssä nousi esiin myös vuorovaikutuksen hankaluus sähköisellä aikakaudella, kun kasvokkain tapaamisten määrä on vähentynyt.

Esimerkiksi jonkinlaista vuosittaista tapaamista freelancerien kanssa toivottiin, ja sellainen voisi olla hyvä ja helppo tapa pitää yhteyttä yhdellä kertaa suurempaan joukkoon freelancereita, mikäli heitä ei ehditä tapaamaan muutoin. Tapaaminen voi olla vapaamuotoista

keskustelua ja verkostoitumista, siinä voidaan kertoa organisaation kuulumisia tai antaa jopa jonkinlaista koulutusta freelancereille.

Sähköisen vuorovaikutuksen kaudella ei kannata unohtaa sitä, että kasvokkain tapaamista tarvitaan edelleen ja se myös sitouttaa. Samalla toimitus pääsee tapaamaan useamman freelancerin kerralla ja voi syntyä hyviä, uusia yhteistyön muotoja. On hyvä myös muistaa freelancereiden valttikortti: heillä on paljon ideoita. Kysymys kuuluu, kenelle he tarjoavat ideoistaan parhaimmat? Tuskin ainakaan niille, jotka kohtelevat yhteistyökumppaneitaan kaikista huonoiten.

Kuten aiemmin on käynyt ilmi, freelancerit eivät odota, että heidän kanssaan oltaisiin jatkuvassa vuorovaikutuksessa ja että palautetta annettaisiin aivan kaikesta. Heidän toiveensa lähtevät aika pienistä asioista: siitä, että jutut (ja viestit ylipäänsä) kuitattaisiin saaduiksi ja niihin vastattaisiin ja että freelancer huomioitaisiin edes jollain tavalla.

Moni freelancer kokee, että palaute on tärkeää nimenomaan heidän työssä kehittymisen kannalta, mikä luonnollisesti hyödyttää myös toimitusta: paremman palautteenannon myötä toimittajalla on mahdollisuus parantaa työnsä laatua ja editoinnin määrä toimituksen päässä vähenee. Myös väärinkäsitysten määrä vähenee. Joku voi huomaamattaan tehdä virhettä, joka olisi helposti korjattavissa palautteen avulla, jos joku sen muistaisi sanoa.

Eryteisesti freelancerit kaipasivatkin rakentavaa palautetta: mitä olisi voinut tehdä paremmin. Toimitusten kannattaisi siis rohkaistua ja antaa palautetta muulloinkin kuin silloin, kun se on pakollista (esimerkiksi täysin pieleen mennyt tilaus) tai kun se on helppoa ja kivaa ("tosi hyvä juttu!").

Palaute vaikuttaa työn laatuun ja motivoi työtä. Ranteen mukaan (2006, 25–26) se parantaa hyvinvointia ja ehkäisee ongelmien syntymistä, kun asioista keskustellaan ja annetaan säännöllisesti ja avoimesti palautetta.

Palautteen antaminen ei kuitenkaan ole välttämättä helppoa luovalla alalla, jossa tuotoksien määrittely hyväksi tai huonoiksi on veteen piirretty viiva ja usein makukysymys. Tällöin myös palautteen antaminen on haasteellisempaa.

Tässä tosin freelancerit saavat ostavalta puolelta kehuja. Haastattelemini henkilöiden mukaan freelancereilla on parempi asenne palautteen vastaanottoon kuin toimituksen sisällä olevilla työntekijöillä.

*”Friikut tulevat palveluasenteella mukaan.” Tv- ja nettipuolen tuottaja.*

Vaikka reagointi palautteeseen ei noussut kovin vahvasti esiin missään haastatteluista, ostajilla oli kokemuksia myös siitä, että freelancer saattaa närkästyä, jos hänen tekstiinsä puututaan editointivaiheessa. Tällöin seuraava juttu jää todennäköisesti tilaamatta.

Palautetta pitää siis osata antaa ja vastaanottaa. Tässä kaikilla osapuolilla on oma vastuunsa, ja tämä vaatii myös harjoittelua. Palautteen antamisesta on helppo puhua, mutta siinä vaiheessa, kun edessä on ongelmatilanne, huomataankin sen vaikeus.

Esimerkiksi eräässä projektissa, jossa olin mukana, eräs toimituksen jäsen ei tuottanut sellaista jälkeä, joka olisi vastannut projektin yhdessä päätettyä ydinolemusta. Koska kyse oli luovasta prosessista, eikä kyseinen jäsen selvästi pystynyt tekemään sellaista jälkeä, jota projektin muut jäsenet olisivat toivoneet ja oli myös tyytyväinen omaan työhönsä, asian annettiin lopulta olla. Projektiin hyväksyttiin elementti, joka oli ihan ok, mutta ei vastannut sitä, mistä yhdessä oli sovittu. Kriittistä, rakentavaa palautetta oli vaikea antaa, eikä tuottaja selvästi kyennyt siihen.

Myös tähän tutkimukseen haastattelemani asiakaslehden tuottaja myönsi, että hän päättää läpi myös ihan kivoja, mutta vähän tylsiä juttuja.

Asiakaslehdissä tärkeää on myös asiakkaalta tullut palaute freelancerista esimerkiksi juttukeikalla. Tuottaja kertoi, ettei asiakkaalta tullutta kriittistä palautetta välttämättä välitetä freelancerille:

*”Asiakkaalta voi tulla kommenttia, että ei enää käytetä tätä. Emme kerro sitä, jos asiakas ei halua. Sitten ei vain pyydetä freetä enää. Joskus saatan sanoa sen jollain tavalla, ehkä sen aistii rivien välistä. Jos asiakas sanoo, että toimittaja oli vähän kiireisen oloinen tai jäi epäammattimainen kuva, en laita enää sille asiakkaalle.” Asiakas- ja ammattilehtien tuottaja*

Asiakaslehtien kannalta on tietenkin ymmärrettävää, että tuottaja vaalii asiakassuhdetta ja kunnioittaa asiakkaan pyyntöä olla kertomatta freelancerille, miksi häntä ei enää käytetä kyseisessä julkaisussa.

Freelancerin kannalta tämä on kuitenkin jopa epäreilua, sillä hänelle ei silloin anneta mahdollisuutta korjata toimintaansa. Tai ehkäpä hänellä on hyvä selitys siihen, miksi on ollut esimerkiksi kiireisenoloinen.

Henkilökohtaisessa elämässä voi olla asioita, jotka ovat vaikuttaneet ja jotka kaikkien tiedossa ollessa saattaisivat olla ihan ymmärrettäviä syitä ja ”anteeksiannettavissa”. Siksi avoin keskustelu ja vuorovaikutus on aina hyväksi.

Freelancerilla on tässä kuitenkin myös itsellään vastuu. Jos huomaa, että jokin keikka tulee hoidettua vähän huonosti, ja sille on ymmärrettävä syy, tai henkilökohtaisessa elämässä on tiukka paikka, joka voi vaikuttaa omaan työhön, kannattaa siitä mieluummin kertoa ja keskustella asiasta avoimesti.

## **5.1 Palaute helpoksi osaksi prosessia – mitä voitaisiin tehdä?**

Miten freelancerien ja toimitusten vuorovaikutusta ja briiffaus- ja palautekäytäntöjä voitaisiin lähteä parantamaan?

Vastaajien mukaan toimien ei tarvitse olla kovin suuria, liikkeelle voidaan lähteä ihan siitä, että palautetaan mieliin normaalin vuorovaikutuksen hyvät käytännöt: ollaan kohteliaita, huomioidaan toisemme ja vastataan viesteihin.

Ajanpuutteeseen on helppoa vedota, mutta jos aika on niin tiukalla, ettei toimituksessa ehditä vastata freelancerien juttutarjouksiin, juttuihin tai muihin töihin liittyviin kysymyksiin eikä edes pahimmillaan kuitata töitä saaduksi, kyse on isommasta, työnohjauksellisesta ongelmasta.

Tällöin työn määrää ja tekemisen muotoja pitäisi käydä johdon kanssa läpi. Onko esimerkiksi työprosesseissa jotakin, mitä voitaisiin tehdä tai ajatella toisin ja onko yksittäisen ostavan toimittajan tai tuottajan työmäärä liiallinen, jos aikaa normaaliin vuorovaikutukseen ei ole?

Palautetta ei myöskään pidä ajatella liian raskaana prosessina. Pari lausettakin riittää, ja säännöllisyys, rehellisyys ja rakentava palaute ovat avainsanoja. Ihan jokaisesta pikku-työstä ei tarvitse antaa palautetta, mutta tietenkin silloinkin on vähintään vaadittavaa kuitata työ saaduksi.

Palautteen antamista freelancereille ei pidä pelätä. Freelancerit odottavat palautetta ja nimenomaan rakentavaa palautetta, josta olisi hyötyä omassa työssä kehittymiseen.

Vastuu palautteen saamisesta ei kuitenkaan ole vain toimitusten harteilla. Se on kaksisuuntainen kanava, jossa freelancer voi itse olla aktiivinen ja kysyä (ja myös antaa) palautetta. Janota sitä, kuten Jari Hakanen (*Sarkkinen 2017*) kehottaa.

Kaikki haastattelemani tuottajat sanoivat, että he antavat palautetta, jos sitä pyydetään. Mutta moni ei pyydä, ja tämä kävi ilmi myös freelancerien itsensä vastauksista kyselyyn (kts. kuva 8).

#### 12. Pyydätkö itse palautetta?

Vastaajien määrä: 39

	1	2	3	4	5		Yhteensä	Keskiarvo
En koskaan	4	13	12	9	1	Aina	39	2,74

Kuva 8: Pyydätkö itse palautetta?

*”Vaihtelevasti pyydetään palautetta. Jotkut pyytää aina, jotkut ei pyydä koskaan. Haluaisin, että sitä pyydetäisiin. Jos pyytää, sitä saa.” Tv- ja verkko-puolen tuottaja*

Jotkut freelancerit tuntuivat kyselyn myötä saavan ahaa-elämyksen, että palautetta tosiaan voi pyytää itsekin.

*”En ole pyyttänyt palautetta, ehkä pitäisi. Erityisen hyvin netissä menestyneistä jutuista on kerrottu.”*

Kannattaa myös muistaa, että palautteen antoa helpottaa hyvä briiffi. Siihen voidaan peilata sitä, ovatko työssä mukana kaikki ne palaset ja asiat, joista tilauksessa on sovittu.

## 5.2 Malli parempaan vuorovaikutukseen, briiffaukseen ja palautteeseen

Hyvä ja avoin vuorovaikutus vaikuttaa Ranteen mukaan (2006, 26–27) siihen, että yhteiset tavoitteet, arvot ja säännöt ovat selkeät.

Freelancerien vastausten, tuottajilta saamien ajatusten sekä omien kokemusteni perusteella niin freelancerina kuin ostavana toimittajana ja tuottajana olen luonut ehdotuksen, jolla toimitukset ja freelancerit voisivat parantaa keskinäistä vuorovaikutustaan sekä erityisesti palautekulttuuria.



Lisäksi olen työstänyt freelancereille ytimekkään palautelomakkeen, jonka he voivat lähettää toimeksiantajille sähköpostitse esimerkiksi samalla, kun toimittavat tilatun työn tai kun työ on julkaistu. Lomaketta voi käyttää joko lomakkeena tai sitten siinä olevat kysymykset voi kopioida suoraan sähköpostin tekstikenttää, mikä on suositeltavaa ja luultavasti toimeksiantajalle helpoin tapa. Jokainen ylimääräinen lataus ja klikkaus kun on pääsääntöisesti huono asia kiireen keskellä.

Lisäksi briiffausta varten olen luonut freelancereiden toiveiden pohjalta briiffauspohjan, jota toimitukset, joilla ei ole omaa briiffipohjaa, voivat halutessaan käyttää. Myös freelancer voi olla aktiivinen ja lähettää briiffipohjan asiakkailleen ja pyytää briiffiä siihen.

Olen myös alkanut työn pohjalta valmistelevaan koulutuspakettia sekä kirjaa, joka olisi luovalle alalle suunnattu vuorovaikutus- ja palauteopas tai jonkinlainen työkirja.

Keskustelin opinnäytetyöstäni talvella ja keväällä 2020 myös Suomen freelance-journalistien toiminnanjohtajan Hanna Kaisa Hellstenin kanssa, joka tunnisti puutteellisen palautteen ongelman freelancer-kentällä.

Keskustelumme pohjalta totesimme, että asia kaipaa yleistä esille nostamista. Hellsten lupasi, että SFJ voi jakaa verkkosivuillaan materiaalia ja nostaa sitä mahdollisesti esiin myös muissa kanavissaan. Päädyimme myös siihen, että aiheesta voisi pitää jonkinlainen verkkoluennon (koska koronavirustilanne ei salli muuta tällä hetkellä).

Jaoin tuottamani materiaalit (palautelomake, briiffauspohja, muistilista freetyötä ostaville ja malli parempaan vuorovaikutukseen, palautteeseen ja briiffaukseen) Hellstenille ja hän piti niitä erittäin hyvinä.

Ehdottamani vuorovaikutus- ja palautemalli on hyvin yksinkertainen ja koostuu hyvin perustavanlaatuisista asioista, joiden voisi kuvitella olevan itsestäänselvyksiä. Tekemäni kyselyn ja kokemani perusteella näin ei kuitenkaan ole, vaan yksinkertaiset asiatkin on syytä nostaa esiin, jotta niitä muistettaisiin toteuttaa.

Merkityksellistä on muistuttaa toimituksia palautteen ja vuorovaikutuksen tärkeydestä sekä freelancereita siitä, että palautetta voi pyytää (ja antaa) myös itse.

Malli tai paremminkin ohjeistus perustuu kuuteen kohtaan, joissa vastuu jakautuu osittain ostajille, osittain freelancereille.

Kaiken ytimessä on vuorovaikutuksen merkityksen ymmärtäminen. Hyvä vuorovaikutus on tärkeää luottamuksellisen suhteen luomiseen ja ylläpitämiseen. Mitä luottamuksellisempi suhde on, sitä sitoutuneempi freelancer todennäköisemmin on. Ja mitä sitoutuneempi freelancer on, sitä parempaa laatua häneltä tulee ja sitä hanakammin hän pyrkii työnsä annettuihin (ja jopa laajempiinkin) tavoitteisiin. Tämä luonnollisesti helpottaa myös toimintuksen työtä, jos se parhaimmillaan vähentää editoinnin ja turhan työn määrää.

Tutkimustyöni pohjalta olen kehittänyt kuuden kohdan mallin, jolla vuorovaikutusta ja palaute- ja briiffauskäytäntöjä voidaan parantaa kohtuullisen helpolla panostuksella.

Tämä kuuden kohdan vuorovaikutusmalli on alla sekä tämän tutkimuksen liitteenä karsitussa muodossa muun muassa niin, että tutkimuksen sisäiset viittaukset esimerkiksi kyseeseen tai haastatteluihin puuttuvat ja dokumentti on kirjoitettu niin, ettei lukijan tarvitse olla edes tietoinen tästä tutkimuksesta sen lukiessaan.

Lisäksi tämän tutkimuksen liitteenä ovat palaute- ja briiffauspohjat, joita freelancer voi käyttää pyytäessään palautetta ja briiffiä toimeksiantajalta, sekä huoneentaulumainen muistilista freelancer-työtä ostavalle, johon on poimittu vuorovaikutus- ja palautemallin tärkeimmät kohdat tiivistetysti. Se sopii toimitusten ja freelancerin työhuoneen seinälle muistuttamaan asian tärkeydestä, merkityksestä ja yksinkertaisuudesta.

Pyysin huhtikuussa 2020 kehittämäni malliin ja työkaluihin kommentteja freelancereilta kahdessa eri Facebookin suljetussa ryhmässä (Freelance-toimittajien keskusteluryhmä, 720 jäsentä ja Freekkujen palauteryhmä, 26 jäsentä).

Kommentteja ja reaktioita (tykkäyksiä) tuli yhdessä päivässä näihin suljettuihin ryhmiin yhteensä 13, sanallisia kommentteja viisi. Kaikki kommentoijat pitivät materiaaleja hyvinä. Yhdessä kommentissa toivottiin vielä muistutusta siitä, että myös hylättyihin juttuideoihin annettaisiin jonkinlainen peruste. Lisäsin tämän huomion materiaaleihini.

Toisessa kommentissa todettiin, että: *”Vaikuttaa hyvältä. Voi, kun saisikin useammin kuulla datatietoja tai tavata toimeksiantajia edes kerran vuodessa”*

## **Palaute ja vuorovaikutusmalli**

### **1. Normaali vuorovaikutus briiffauksineen ja palautteineen osaksi työprosessia**

Tämän vaatimuksen on tultava ylhäältä asti ja jokaisen freelancertyötä ostavan pitäisi si-  
toutua tähän. Toimituksen johdon ja esimiesten on kannustettava toimituksia ja erityisesti  
freelancerien kanssa työtä tekeviä tähän. Nämä samaiset asiat toimivat myös toimituksen  
sisäisessä vuorovaikutuksessa.

Minimissään hyvä vuorovaikutus tarkoittaa hyvin tavallisia asioita:

- **vastaa sähköposteihin**
- **kuittaa työt saaduiksi**
- **tee briiffi, jossa on oleellinen tieto**
- **anna tarvittava palaute, edes lyhyesti**
- **kysy välillä, mitä friikulle kuuluu**

Mikään näistä toimenpiteistä ei vaadi kohtuuttomasti aikaa. Briiffauksen ja palautteen voi  
hoitaa ytimekkäästi ja tehokkaasti. Freelanceritkaan eivät toivo palautetta aivan kaikesta  
ja koko ajan, ja myös briiffin toivotaan vastausten perusteella antavan tilaa yllätyksillä ja  
luovuudelle.

Hyvällä briiffillä vältetään turhaa työtä jälkikäteen. Se myös vähentää ylimääräisten kysy-  
mysten määrää, kun perusasiat ovat heti tilausvaiheessa selvillä. Hyvällä ja säännöllisellä  
palautteella varmistetaan, että freelancerin on mahdollisuus kehittyä työssään ja tehdä  
tulevaisuudessa tilaukset entistä paremmin. Kannattaa myös kertoa freelancerille syy,  
miksi hänen juttuideansa torpataan. Hyvät ideat ovat toimituksillekin kullanarvoisia, ja jos  
freelancer tietää, miksi joku idea hylätään, hän voi ottaa tämän huomioon seuraavaa ide-  
aa tarjotessaan.

## **2. Ymmärrä, miten palautetta annetaan ja otetaan vastaan**

Palautetta annettaessa on hyvä aina muistaa, että varsinkin sähköpostin muodossa anne-  
tusta palautteesta puuttuvat sävyt, ilmeet ja eleet. Se, mitä itse saatat tarkoittaa esimer-  
kiksi humoristiseksi kommentiksi, ei välttämättä aukea ollenkaan vastaanottajalle.

Kiinnitä huomiota siihen, miten sanot asiat niin, ettei niistä synny helposti väärinymmärrys-  
tä. Kerro kehitettävät asiat asiallisesti ja muista mainita myös, mikä työssä tai työproses-  
sissa on hyvää ja onnistunutta. Jos kyseessä on isompia ongelmia, soita tai puhu asiasta  
kasvotusten. Kysy, onko freelancerilla ajatusta, mistä ongelmat johtuvat.

Muista myös, että jokaisella meillä on silloin tällöin poikkeustilanteita henkilökohtaisessa elämässämme. Jos normaalisti hyvin työnsä tekevä freelancer yhtäkkiä alittaa riman täysin, häneltä voi tiedustella, onko kaikki muuten ok.

Myös freelancerin on hyvä muistaa sama asia ostajan suuntaan. Jos on ongelmia, kerro niistä heti. Älä peittele tai salaile.

Poikkeustilanteet eivät luonnollisesti voi kuitenkaan näkyä työn tai vuorovaikutuksen laadussa loputtomiin. Kiireellä tai henkilökohtaisella elämäntilanteella ei voi perustella huonoa briiffiä, puutteellista palautetta tai huonoa työnlaatua.

Palautetta annettaessa kannattaa miettiä, millä tavalla, kenen kuullen ja milloin palautetta antaa.

Kovin kriittistä palautetta ei hyvien käytäntöjen mukaan kannata antaa esimerkiksi juuri työpäivän päätteeksi tai viikonloppua vasten, vaan kriittinen palaute pitäisi pyrkiä antamaan niin, että siitä on mahdollista keskustella, eikä freelancerin tarvitse jäädä pohtimaan asiaa yksin yötä tai viikonloppua vasten (Lappalainen 2007, 14).

On hyvä tiedostaa, että joskus itselle pienet asiat saattavat toisessa päässä tuntua paljon suuremmilta. Kriittistä palautetta ja sen antamista ei pidä pelätä, mutta on hyvä ottaa huomioon inhimillisuus ja toinen osapuoli. Olemme myös ihmisiä erilaisia ja reagoimme asioihin eri tavoin. Tämä on hyvä myös muistaa kaikessa vuorovaikutuksessa. Empatiakykyä voi harjoitella. Erityisesti sähköisessä viestinnässä, josta puuttuvat kaikki eleet ja äänensävyt, on hyvä miettiä huolellisesti sitä, millaisella kielellä palautteen antaa.

Palautteeseen on myös olemassa erilaisia malleja (esimerkiksi hampurilaismalli, jossa ensin kerrotaan hyvä, sitten ns. huono ja lopuksi taas hyvä palaute), mutta tärkeintä on olla rehellinen. Kyselyn mukaan freelanceritkaan eivät arvostaneet palautetta, joka kuorutetaan kermalla, vaan rehellistä vastausta siihen, missä onnistuttiin ja missä olisi kehitettävää.

### **3. Kerro, mikä onnistui ja mitä voisi kehittää / mitä olisit toivonut lisää**

Palautteen ei tarvitse olla kilometrinpituisen pohdinta, vaan muutama tiivistetty lause voi riittää. Kun freelancerin työ on hyväksytty, kerro hänelle seuraavat asiat tai jos olet freelancer, pyydä näihin vastaus: Missä free onnistui? Mitä hän voisi kehittää tai tehdä toisin? Jos juttu on saanut lukija/katsojapalautetta, muista välittää myös se freelancerille. Välitä

myös jutusta saatavilla oleva data ja jos mahdollista, suhteuta se julkaisun tai vastaavan juttupaikan muihin juttuihin.

Palaute voi koskea joko itse työn laatua tai työprosessia (esimerkiksi aikatauluissa pysymistä tmv.) tai kumpaakin. Erityisesti freelancerit toivovat rakentavaa palautetta, jonka avulla he pystyisivät kehittämään omaa toimintaansa paremmaksi.

Juttujen saavuttavuus- ja levinneisyysdata sähköisillä alustoilla on hyvä jakaa freelancerille, sillä se auttaa freelanceria suhteuttamaan oman työnsä julkaisun muiden töiden joukkoon. Lisää siis palautteeseen myös keskeiset tiedot siitä, miten juttu levisi sähköisillä alustoilla: kuinka paljon sillä oli klikkauksia tai lukukertoja, somejakoja tmv. ja miten ne suhteutuvat julkaisun muihin juttuihin.

Mikäli työssä ei ole suuria ongelmia, palautteen voi laittaa sähköpostitse samalla, kun kuitaat työn hyväksytyksi. Isommissa kehitysajatuksissa kannattaa ottaa yhteys puhelimitse, jolloin ajatuksista voidaan keskustella ja äänensävyt vievät keskustelun oikeille raiteille.

Jos freelancer ei saa palautetta, hänen on syytä pyytää sitä itse. Palautteen saaminen on jokaisen vastuulla. Tähän tutkimukseen haastatellut tuottajat sanoivat antavansa palautetta aina, kun sitä kysytään.

Samalla freelancer osoittaa, että hän on kiinnostunut asiakkaansa julkaisusta ja samalla myös innokas kehittämään itseään.

#### **4. Tee briiffi, jossa on oleellinen**

Pääosin kyselyyn vastanneet freelancerit olivat tyytyväisiä briiffaukseen, mutta avoimista vastauksista ilmeni, että käytännöt vaihtelevat hyvin paljon riippuen toimeksiantajasta. Briiffauksessakin voidaan pysyä ytimekkäänä. Freelanceritkaan eivät pääosin toivoneet liian valmiiksi pureskeltuja briiffejä. Asetu freelancerin saappaisiin: mitä tietoa hän tarvitsee voidakseen suoriutua tehtävästä odottamalla tavalla? Mitä itse kaipaisit, jos olisit freelancerin saappaissa?

#### **Näitä asioita briiffaukselta erityisesti toivottiin:**

- Miksi tämä juttu halutaan tehdä, mitä sillä haetaan?
- Jos haastateltavat on jo valittu, miksi juuri heidät?
- Mikä on jutun laajuus?
- Juttupaikan tai konseptin raamit

- Palkkioehdotus tai sovittu palkkio
- Jutun deadline

Lisäksi briiffiin voidaan liittää tarkempia tietoja juttupaikasta tai linkkejä edellisiin juttuihin tai onnistuneisiin toteutuksiin.

## **5. Tapaa freelancer ainakin kerran vuodessa**

Kaikki ymmärtävät, ettei toimituksissa ole aikaa tavata jokaista freelanceria jokaisen jutun yhteydessä kasvotusten. Eikä sitä kaivatakaan. Mutta joskus on hyvä tavata kasvokkain ja jutella rauhassa yleisemmälläkin tasolla.

Moni kyselyyn vastanneista toivoi esimerkiksi kerran vuodessa järjestettyä freelancer-päivää. Tällaisia käytäntöjä on ollut ja on monissa mediataloissa, mutta monissa niitä myöskään ei ole.

Yksi haastatelluista tuottajista kertoi, että aiemmin käytäntö oli olemassa, mutta se on ikään kuin unohtunut jonnekin muiden kiireiden keskellä.

Jos taas on kyseessä media, jossa freelancereita käytetään vähän, kerran vuodessa esimerkiksi kahville kutsuminen ei vie kovin paljon työaikaa, mutta saattaa sitouttaa freelanceria.

Mitä paremmin freelancer kokee kuuluvansa sisäryhmään, sitä enemmän hän näkee vai-vaa työssä onnistumiseen ja katsoo omaa työtänsä kokonaisuuden kannalta. Ostaja voittaa tässä joustavuutta ja parempaa laatua. Parhaimmilla freelancereilla on myös ottajia ja työkalenterit täyttyvät. Kannattaa siis pitää huolta freelancereistaan!

## **6. Kysy palautetta**

Myös toimeksiantajan on hyvä välillä kysyä palautetta freelancerilta: mitä hänen mielestään kannattaisi tehdä toisin tai miten hän kokee vuorovaikutuksen.

Freelancereilla on hyvä näköalapaikka mediakenttään ja heillä voi olla ajatuksia, jotka parhaimmillaan parantavat yrityksen kilpailukykyä muihin nähden. On hyvä muistaa, että freelancerit tuntevat mediakentän hyvin, sillä heidän ovat vuorovaikutuksessa useisiin eri medioihin. Heidän näkemystään kannattaa kuunnella. Mieti myös hetki, kenelle freelancer

tarjoaa parhaita ideoitaan? Oletettavasti sille, jonka kanssa yhteistyö ja vuorovaikutus sujuvat parhaiten ja johon freelancer tuntee olevansa sitoutunut.

Jos olet freelancer, etkä saa palautetta, kysy sitä itse. Anna palautetta myös toimeksiantajalle. Kiitä hyvästä briiffistä, kysy jos siinä on kysyttävää ja kysy myös palautteen perään. Palaute on kaksisuuntainen prosessi, eikä se ole vain yhden tahon vastuulla. Freelancerin on itse myös opittava pyytämään ja vastaanottamaan palautetta.

### **5.3 Jatkokehitysajatukset**

Koska itse vuorovaikutus- ja palautemallissa olevat asiat ovat hyvin yksinkertaisia, suurin toimenpide on tietoisuuden nostaminen aiheesta niin toimituksissa kuin freelancer-kentän keskuudessa.

Kuten jo aiemmin on todettu, Suomen freelance-journalistit on lupautunut aiheen tiimoilta yhteistyöhön ja levittämään materiaalia ja järjestämään mahdollisen verkkoluennon aiheesta.

Ajatukseni on vielä kontaktoida Medialiitto, joka toivottavasti voisi jakaa materiaalia niin ikään omissa kanavissaan ja jolle aion ehdottaa myös jonkinlaista luentoa / juttua siitä näkökulmasta, mitä ostavien tahojen kannattaisi tietää freelancerien ajatuksista ja millaisia asioita ottaa huomioon yhteistyössä heidän kanssaan.

Aion myös ottaa yhteyttä suoraan toimituksiin ja ehdottaa heille asiaan liittyen jonkinlaista esittelyä / asiantuntijaluentoa / kevyttä koulutusta. Lisäksi tavoitteenani on saada Journalistiin juttu aiheesta.

Viimeisempänä, isoimpana tavoitteenani on kirjoittaa aiheesta tiivis opas luoville aloille. Siinä pureudutaan paitsi palautemalliin, myös siihen, miten luovan alan työstä pitäisi ja voisi antaa palautetta ja millaisia asioita olisi hyvä ottaa huomioon silloin, kun ei ole olemassa faktuaalista oikeata ja väärää työn sisällössä.

Tämä vaihe odottaa nyt apurahoja ja aikaa, mutta toivottavasti toteutuu syksyllä 2020.

Olisi hienoa, jos esimerkiksi viiden vuoden päästä tästä voisi tehdä uuden kyselyn sekä freelancereille että toimituksille ja seurata, onko tällä saralla tapahtunut muutosta.

Alkuperäinen ajatukseni oli tehdä tutkimuksesta laajempi niin, että se kattaisi myös toimituksen sisäisen vuorovaikutuksen ja palautekulttuurin kehittämisen. Näin laajaan työhön minulla ei kuitenkaan lopulta riittänyt aika, joten se olisi yksi työ tehtävänä jollekin.

Haastatteluissa tuottajien kanssa kävi ilmi, että vuorovaikutuksen ja palautekulttuurin ongelmat ovat myös tosia toimitusten sisällä, joskin valtasuhteista ja muista organisaation sisäisistä tekijöistä johtuen hieman erilaisia. Tässä olisi hyvä kehitystehtävä jatkokehitykseen.

Toinen mielenkiintoinen jatkotutkimusidea on se, että otettaisiin suurennuslasin alle jokin yksittäinen toimitus ja sille työskentelevä freelancer / freelancerit, jaettaisiin heille heidän töistään ja muista vertailukelpoisista muiden tekemistä töistä saatava data (ja jos mahdollista, päästettäisiin heidät sisään toimitusjärjestelmään) ja annettaisiin kunnollinen palaute joka kerta ja katsottaisiin, miten tämä on esimerkiksi vuoden tai kahden päästä vaikuttanut kyseisen freelancerin julkaisuihin ja dataan.

#### **5.4 Tutkimustyön arviointia**

Lähdin alun perin toteuttamaan työtä paljon suuremmilla suunnitelmilla kuin oli lopulta mahdollista. Olisin halunnut tehdä testauksen, jossa esimerkiksi datan avaamista freelancereille olisi kokeiltu yhdessä toimituksessa ja testattu, millaisia vaikutuksia sillä olisi ollut sekä freelancerien työhön, toimituksen omaan toimintaan ja myös juttujen leviämiseen.

Tällainen testaus olisi mielenkiintoista tehdä, ja jälkikäteen arvioituna olisin voinut toteuttaa sen niin, että olisin jättänyt työstä vuorovaikutuksen ja palautepuolen pois tai ainakin selvästi vähemmälle ja keskittynyt pelkkään datan avaamiseen ja siihen liittyviin haasteisiin.

Freelancereille suunnatun kyselyn vastaukset saatuani datan merkitys kuitenkin jäi taka-alalle, sillä palautteen vähäisyys ja vuorovaikutusongelmat (kuten viesteihin vastaamattomuus) puski vastauksista niin lujasti läpi, ettei niitä olisi voinut ohittaa. Ehkäpä tuo datan avaamisen testaus voisi olla hyvä aihe jollekin toiselle opinnäytetyön tekijälle.

Kuten jo aiemmin olen maininnut, olisi myös ollut ehkä aiheellista tehdä ostavalle puolelle eli toimituksille myös laajempi kysely. Tämä oli asia, jota pähkäilin pitkin matkaa suuntaan ja toiseen, mutta päädyin lopulta siihen, että käytän enemmän energiaa henkilökohtaisiin haastatteluihin, josta voisi saada konkreettisempia ja syvällisempiä näkökulmia ja kehitysjatatuksia esiin.



En edelleenkään ole varma, olisiko tällainen laajempi kysely tuonut lisäarvoa työhön. Mutta ainakin aihe olisi noussut esiin ja ehkä ne, jotka olisivat kyselyyn vastanneet, olisivat alkaneet miettiä vuorovaikutusta, palautetta ja briiffausta myös omassa työssään. Jo se itsessään olisi voinut toimia eteenpäin vievänä sykäyksenä.

Freelancereille suunnatussa kyselyssä huomasin myös muutamia ongelmakohtia.

Osa kysymyksistä ei auennut vastaajille. Kaikki eivät esimerkiksi ymmärtäneet, mitä kyselyssä tarkoitettiin asiakkaalla. Jotkut sanoivat tämän suoraan, toiset vastasivat niin, että he olivat selvästi ajatelleen loppukäyttäjää tai asiakaslehden asiakasyritystä.

Vastaajien ikää oleellisempaa olisi ollut kysyä sitä, kuinka kauan on tehnyt töitä freelance-rina ja ollut ylipäänsä alalla töissä. Olisi ollut mielenkiintoista nähdä, olisiko tässä ollut eroja vastausten välillä.

Suurin osa vastauksista oli kuitenkin keskenään niin yhteneväisiä, että on oletettavaa, ettei alallaoloaika olisi vaikuttanut niihin. Palautetta ei koettu saatavan riittävästi ja vuorovaikutuksessa oli ongelmia, joskin asteikkoarvioinnissa vuorovaikutus arvioitiin pääosin toimivaksi.

Vaihtelu palautteen, briiffauksen ja vuorovaikutuksen toimivuudessa oli suurta paitsi eri asiakkaiden kesken, myös toimitusten sisällä. Kyse on siis hyvin henkilöön liittyvistä asioista: osa on hyviä palautteenantajia, toisilla vuorovaikutustaidot tuntuvat olevan kokonaan kateissa.

Jos aikaa työn toteuttamiseen olisi itselläni ollut enemmän, olisin myös panostanut näiden mallien parempaan testaukseen.

Toisaalta, oma kokemukseni molemmilta puolilta pöytää ja myös aiemmin aiheesta opinnäytetyötä tehneenä on auttanut minua suuresti sekä mallien luomisessa että työn edistämässä. Vastauksissa oli yllätyksiä, mutta lopulta aika vähän.

Suurimmat yllätykset liittyivät siihen, miten paljon freelancereille jätetään vastaamatta sähköposteihin ja että juttuja ei kuitata sekä siihen, että kaikesta huolimatta yleisellä tasolla vuorovaikutus toimitusten kanssa sai kuitenkin varsin hyvän arvosanan. 60 prosenttia vastaajista koki, että vuorovaikutus toimituksen kanssa sujuu hyvin tai erinomaisesti (kts. kuva 6).

Mietin, voisiko tämä arvosanan ja avoimista vastauksista kumpuava ristiriita johtua paitsi siitä, että vuorovaikutuksen laatu ja määrä vaihtelevat asiakkaasta ja henkilöstä riippuen, myös siitä, että vuorovaikutusta olisi pitänyt avata jollain tavalla tarkemmin kyselyssä.

## 6 Pohdintaa

Freelancereille teettämäni kyselyn tulokset ja ostavien tahojen kanssa käydyt haastattelut eivät sinänsä yllättäneet. Palautteen vähäisyys on alalla yleisesti tiedossa oleva ongelma.

Yllättävää ja hämmentävää oli kuitenkin se, etteivät freelancerit saa vastauksia tarkentaviin kysymyksiin ja toimitettuja töitä ei kuitata saaduiksi. Tämä on vuorovaikutuksen ja luottamuksen näkökulmasta hyvin huolestuttavaa.

*”Ääritapaus oli, kun toimitin yhtä palstaa: mihinkään kysymyksiini sisältötoiveista ei vastattu, valmista kirjoitusta ei kuitattu edes kiitos, perille tuli -viestillä, lasku vain maksettiin. Kerran tein palstan vähän eri konseptilla, siihen sain sitten palautteen, että se entinen tyyli oli parempi.” Kyselyyn vastannut freelancer*

Herää myös väistämättä kysymys, ovatko mediatalojen resurssit todella niin tiukilla, ettei normaaliin yhteistyöhön liittyvään vuorovaikutukseen ole aikaa.

Jos tilanne on tämä, mediataloissa tulisi vakavasti miettiä työnjohdollisia asioita. Työn jälki ei pitkällä tähtäimellä voi olla kovin laadukasta, jos kiire on sitä luokkaa, ettei edes välttämättömiin sähköposteihin ehditä vastaamaan.

Toimitusten kannattaisi myös panostaa freelancer-suhteisiinsa, sillä osa ilmoitti, että he pyrkivät jättämään välistä ne toimeksiantajat, jotka eivät anna riittäviä briiffejä tai vastaa meileihin – toisin sanoen käyttäytyvät huonosti. Tällainen toimitus voi jäädä nuolemaan näppejään erityisesti kiiretilanteissa. Kukapa jaksaisi joustaa, jos kokee, että toinenkaan puoli ei jouta ja huomioi esimerkiksi vastaamalla kysymyksiin tai juttutarjouksiin.

Kaikkien, niin freelancerien kuin toimeksiantajien, etu on, että mediakentällä menee hyvin ja tuotteille löytyy kiinnostusta ja kuluttajia. Freelancereihin ja ylipäänsä toimitustyössä tapahtuvaan vuorovaikutukseen ja palautteeseen kannattaa panostaa, sillä ilman palautetta harva kehittyy työssään.

Myös freelancerin sitouttamisen kannalta hyvä vuorovaikutus ja säännöllinen palaute ovat tärkeitä asioita. Ne lisäävät luottamusta ja antavat mahdollisuuden oman työn kehittämiseen sekä suhteessa omaan työhön että julkaisukokonaisuuteen. Palaute auttaa meitä tekemään yhdessä parempia juttuja ja tuotteita.

Kun palautteenannosta (ja -saannista) tulee säännöllistä ja vakiintunutta toimintaa, se ei ole asia, joka jää toteuttamatta ajanpuutteen tai kiireen takia. Lisäksi palautetta on helppompaa antaa, kun siitä tulee normaali toimintatapa.

Jotta nämä asiat saadaan toimiviksi, on vuorovaikutukseen ja freelancereille annettavaan palautteeseen kannustettava ja panostettava toimituksen johdon ja esimiesten suunnalta.

Palaute on otettava osaksi työprosesseja niin toimituksen sisällä kuin freelancerien suunnalta.

Lopuksi vielä kootusti tärkeimmät toimenpiteet, jotka toimitusten ja freelancerien välisen vuorovaikutuksen, palautteenannon ja briiffauksen kehittämisessä ja parantamisessa on otettava huomioon ja miten omalta osaltani vaikutan niihin:

1. Koko media-alalla tarvitaan tietoisuuden lisäämistä vuorovaikutuksen, palautteen ja briiffauksen merkityksestä toimituksen ja freelancerin välisessä suhteessa ja sen vaikutuksesta niin freelancerin kehittymiseen kuin parempiin tuotoksiin. → Tämän tutkimuksen tuotokset ja huomiot laitetaan ainakin Suomen freelance-journalistien kautta jakoon eri tahoille, tavoitteena saada myös toimitukset tietoisiksi aiheesta ja juttu alan lehteen Journalistiin. Teen myös tiedotteen ja koulutus/luentopakettin toimituksille ja alan toimijoille jakoon.
2. Kevyt palaute- ja vuorovaikutuskoulutus niin freelancereille kuin toimituksille. → Yhdestä verkkoluennosta on alustavasti jo puhuttu SFJ:n kanssa. Tavoitteena on myös tarjota koulutusta laajemmin toimituksille.
3. Palaute ja toimintamalli freelancerien kanssa on sisällytettävä vakiona toimitusten työprosesseihin, jolloin siitä tulee normaali toimintamalli → Olen tehnyt palautelomakkeen, jolla freelancer voi kysyä palautetta, sekä vuorovaikutusmallin ja siitä tiivistetyn muistilistan freelancertyötä ostaville koskien sitä, mitä kaikkea tulee muistaa, kun asioi freelancerin kanssa → Kuten kohdassa yksi mainittu, näiden jakelusta sovittu ainakin SFJ:n kautta.
4. Suositus ja muistutus datan avaamisesta freelancereille koskien vähintään heidän omia juttujaan, sekä yksittäisen datan suhteutus suurempaan kokonaisuuteen. Tämä on osana palautetta ja on sisällytetty freelancerin toimituksille suunnattuun palautelomakkeeseen.
5. Vuorovaikutuksen petraaminen niin, että vastataan meileihin, annetaan kunnolliset briiffit ja palautetta. Tavoitteena rehellinen ja avoin vuorovaikutus puolin ja toisin. Freelancerit eivät heikään toivo jatkuvaa yhteydenpitoa joka aiheesta. Toimituksille

suosittelen edes kerran vuodessa järjestettävää freelancer-tapaamista, joka voi olla vapaata keskustelua ja verkostoitumista, kahvilla käyntiä, toimituksen kuulumisten kertomista ja ajatustenvaihtoa isommalle porukalle tai jopa freelancereille suunnattua koulutusta toimituksen omien sisältöjen tarpeista katsottuna. → Kaikki aiemmin mainittu tähtää tämän asian kuntoon saamiseen. Kuten jo aiemmin on todettu, oleellista on tehdä asiaa näkyväksi ja muistuttaa näistä asioista toimituksia.

## 7 Lähdeluettelo

Hakanen, J. 2011. Työn imu. Työterveyslaitos.

Heijari, M. 2.3.2020. Tiedottaja. Suomen journalistiliitto. Sähköposti.

Helkama, K, Myllyniemi, R, Liebkind, K, Ruusuvuori, J, Lönnqvist, J, Hankonen, N, Mähönen, T, Jasinskaja-Lahti, I & Lipponen, J. 2015. Johdatus sosiaalipsykologiaan. Edita.

Honkonen, M. Journalisti 28.3.2019. Yli tuhat kolmekymppistä katosi. Journalisti. Luettu 25.4.2020. Luettavissa: <https://www.journalisti.fi/artikkelit/2019/3/yli-tuhat-kolmekymppist-katosi-taantuma-teki-alalle-tulosta-vaikeaa/>

Itkonen, T. & Maamies, S. 2007. Uusi kieliopas. Tammi.

Kiiski Kataja, E. 2016. Megatrendit 2016. Sitra. Luettu: 25.4.2020. Luettavissa: <https://www.sitra.fi/julkaisut/megatrendit-2016/>

Kuusela, P. 2005. Realistinen toimintatutkimus? – toimintatutkimus, työorganisaatiot ja realismi. Työturvallisuuskeskus.

Lappalainen, T. 2007. Palautejärjestelmän kehittäminen Alma Media Lehdentekijöissä. Opinnäytetyö. Haaga-Helia Ammattikorkeakoulu.

Pärnänen, A. & Sutinen, H. 2011. Työn tekemisen uudet muodot ja tilastot. Tilastokeskus. Luettu: 25.4.2020. Luettavissa täältä: [https://www.stat.fi/artikkelit/2011/art\\_2011-12-12\\_002.html](https://www.stat.fi/artikkelit/2011/art_2011-12-12_002.html)

Ranne, J. 2006. Anna palaa!. Jari Ranne, ai-ai Oy.

Ruusuvuori, J, Haakana, M & Raevaara, L. 2001. Institutionaalinen vuorovaikutus – keskusteluanalyttisiä tutkimuksia. Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.

Saaranen-Kauppinen, A & Puusniekka, A. 2006. 6.3.1 Avoin haastattelu. KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto. Luettu 25.4.2020. Luettavissa: [https://www.fsd.tuni.fi/menetelmaopetus/kvali/L6\\_3\\_1.html](https://www.fsd.tuni.fi/menetelmaopetus/kvali/L6_3_1.html)

Saaranen-Kauppinen, A & Puusniekka, A. 2006. 5.4 Toimintatutkimus. KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto. Luettu 25.4.2020. Luettavissa: [https://www.fsd.tuni.fi/menetelmaopetus/kvali/L5\\_4.html](https://www.fsd.tuni.fi/menetelmaopetus/kvali/L5_4.html)

Sarkkinen, M. Työpiste 20.3.2017. Palaute on työelämän pienin suuri asia. Työterveyslaitos. Luettu: 25.4.2020. Luettavissa: <https://www.ttl.fi/tyopiste/palaute-on-tyoelaman-pienin-suuri-asia/>

Seppälä, T, Olakivi, A & Pirttilä-Backman, A. 2012. Luottamus ja sosiaalipsykologisen selittämisen tasot. Psykologia 47 (05-06). Suomen psykologinen seura.

Suomen Journalistiliitto. 2017. Toimintakertomus 2017. Jäsenmäärät 31.12.2017 Luettavissa täältä: <https://journalistiliitto.fi/wp-content/uploads/2018/03/6.1-SJL-Vuosikertomus-2017.pdf>

Suomen Journalistiliitto. 2018. Toimintakertomus 2018. Journalistiliiton jäsenmäärä jäsenlajeittain 2011–2018. Luettavissa täältä: [https://ssl.tapahtumakone.fi/filebrowser/file?h=xdyan&f=20190515114940\\_7d8a7c1d6007f9f8ce6075d599999fad.pdf](https://ssl.tapahtumakone.fi/filebrowser/file?h=xdyan&f=20190515114940_7d8a7c1d6007f9f8ce6075d599999fad.pdf)

Wallin, P. Resepti parempiin tuloksiin. Vapa Media. Luettu: 25.4.2020. Luettavissa: <https://www.vapamedia.fi/artikkeli/resepti-parempiin-tuloksiin/>

## **Liitteet**

**Liite 1: Malli parempaan vuorovaikutukseen, briiffaukseen ja palautteeseen freelancerin ja toimituksen välillä.pdf**

**Liite 2: Palautekysely toimeksiantajille.pdf**

**Liite 3: Briiffauspohja toimeksiantajille.pdf**

**Liite 4: Muistilista freelancertyön ostajalle.pdf**

**Liite 5: Kyselylomake.pdf**



# Liite 1

## Malli parempaan vuorovaikutukseen, briiffaukseen ja palautteeseen freelancerin ja toimituksen välillä

Hyvä vuorovaikutus ja palaute lisäävät freelancerin ja toimituksen keskinäistä luottamusta sekä freelancerin sitoutumista toimeksiantajaan. Samalla ne auttavat freelanceria kehittymään työssään. Toimituksissa turhan työn määrä vähenee, kun editoitavaa on vähemmän, ja juttujen ja kuvien laatu paranee, kun freelancer pystyy kehittämään omaa työtään ja tekemään työnsä paremmin.

Alla olevassa vuorovaikutusmallissa on tärkeimmät kohdat, joiden avulla vuorovaikutusta ja palautetta freelancerin ja toimituksen välillä voidaan parantaa.

Kyse on lopulta aika yksinkertaisista asioista, jotka vaativat lähinnä tilanteen tiedostamista ja omien ja toimituksen toimintatapojen muokkaamista ja uudelleen ajattelemista.

Tärkeintä on muistaa ja tiedostaa nämä asiat!

### **1. Normaali vuorovaikutus briiffauksineen ja palautteineen osaksi työprosessia**

Tämän vaatimuksen on tultava ylhäältä asti ja jokaisen freelancertyötä ostavan pitää sitoutua tähän. Toimituksen johdon ja esimiesten on kannustettava toimituksia ja erityisesti freelancerien kanssa työtä tekeviä tähän. Nämä samaiset asiat toimivat myös toimituksen sisäisessä vuorovaikutuksessa.

Minimissään hyvä vuorovaikutus tarkoittaa hyvin tavallisia asioita:

- vastaa sähköposteihin
- kuittaa työt saaduiksi
- tee briiffi, jossa on oleellinen tieto
- anna tarvittava palaute, edes lyhyesti
- kysy välillä, mitä friikulle kuuluu

Mikään näistä toimenpiteistä ei vaadi kohtuuttomasti aikaa. Briiffauksen ja palautteen voi hoitaa ytimekkäästi ja tehokkaasti. Freelanceritkaan eivät toivo palautetta aivan kaikesta ja koko ajan, ja myös briiffin toivotaan vastausten perusteella antavan tilaa yllätyksillä ja luovuudelle.

Hyvällä briiffillä vältetään turhaa työtä jälkikäteen. Se myös vähentää ylimääräisten kysymysten määrää, kun perusasiat ovat heti tilausvaiheessa selvillä. Hyvällä ja säännöllisellä palautteella varmistetaan, että freelancerin on mahdollisuus kehittyä työssään ja tehdä tulevaisuudessa tilaukset entistä paremmin. Kannattaa myös kertoa freelancerille syy, miksi hänen juttuideansa torpataan.

Hyvät ideat ovat toimituksillekin kullannarvoisia, ja jos freelancer tietää, miksi joku idea hylätään, hän voi ottaa tämän huomioon seuraavaa ideaa tarjotessaan.

## **2. Ymmärrä, miten palautetta annetaan ja otetaan vastaan**

Palautetta annettaessa on hyvä aina muistaa, että varsinkin sähköpostin muodossa annetusta palautteesta puuttuvat sävyt, ilmeet ja eleet. Se, mitä itse saatat tarkoittaa esimerkiksi humoristiseksi kommentiksi, ei välttämättä aukea ollenkaan vastaanottajalle.

Kiinnitä huomiota siihen, miten sanot asiat niin, ettei niistä synny helposti väärinymmärrystä. Kerro kehitettävät asiat asiallisesti ja muista mainita myös, mikä työssä tai työprosessissa on hyvää ja onnistunutta. Jos kyseessä on isompia ongelmia, soita tai puhu asiasta kasvotusten. Kysy, onko freelancerilla ajatusta, mistä ongelmat johtuvat.

Muista myös, että jokaisella meillä on silloin tällöin poikkeustilanteita henkilökohtaisessa elämässämme. Jos normaalisti hyvin työnsä tekevä freelancer yhtäkkiä alittaa riman täysin, häneltä voi tiedustella, onko kaikki muuten ok.

Myös freelancerin on hyvä muistaa sama asia ostajan suuntaan. Jos on ongelmia, kerro niistä heti. Älä peittele tai salaile.

Poikkeustilanteet eivät luonnollisesti voi kuitenkaan näkyä työn tai vuorovaikutuksen laadussa loputtomiin. Kiireellä tai henkilökohtaisella elämäntilanteella ei voi perustella huonoa briiffiä, puutteellista palautetta tai huonoa työnlaatua.

Palautetta annettaessa kannattaa miettiä, millä tavalla, kenen kuullen ja milloin palautetta antaa.

Kovin kriittistä palautetta ei hyvien käytäntöjen mukaan kannata antaa esimerkiksi juuri työpäivän päätteeksi tai viikonloppua vasten, vaan kriittinen palaute pitäisi pyrkiä antamaan niin, että siitä on mahdollista keskustella, eikä freelancerin tarvitse jäädä pohtimaan asiaa yksin yötä tai viikonloppua vasten.

On hyvä tiedostaa, että joskus itselle pienet asiat saattavat toisessa päässä tuntua paljon suuremmilta. Kriittistä palautetta ja sen antamista ei pidä pelätä, mutta on hyvä ottaa huomioon inhimillisuus ja toinen osapuoli. Olemme myös ihmisiä erilaisia ja reagoimme asioihin eri tavoin. Tämä on hyvä myös muistaa kaikessa vuorovaikutuksessa. Empatiakykyä voi harjoitella. Erityisesti sähköisessä viestinnässä, josta puuttuvat kaikki eleet ja äänensävyt, on hyvä miettiä huolellisesti sitä, millaisella kielellä palautteen antaa.

Palautteeseen on myös olemassa erilaisia malleja (esimerkiksi hampurilaismalli, jossa ensin kerrotaan hyvä, sitten ns. huono ja lopuksi taas hyvä palaute), mutta tärkeintä on olla rehellinen. Freelancerit eivät arvosta palautetta, joka kuorutetaan kermalla, vaan rehellistä vastausta siihen, missä onnistuttiin ja missä olisi kehitettävää.

### **3. Kerro, mikä onnistui ja mitä voisi kehittää / mitä olisit toivonut lisää**

Palautteen ei tarvitse olla kilometrinpituisen pohdinta, vaan muutama tiivistetty lause voi riittää. Kun freelancerin työ on hyväksytty, kerro hänelle seuraavat asiat tai jos olet freelancer, pyydä näihin vastaus: Missä free onnistui? Mitä hän voisi kehittää tai tehdä toisin? Jos juttu on saanut lukija/katsojapalautetta, muista välittää myös se freelancerille. Välitä myös jutusta saatavilla oleva data ja jos mahdollista, suhteuta se julkaisun tai vastaavan juttupaikan muihin juttuihin.

Palautte voi koskea joko itse työn laatua tai työprosessia (esimerkiksi aikatauluissa pysymistä tmv.) tai kumpaakin. Erityisesti freelancerit toivovat rakentavaa palautetta, jonka avulla he pystyisivät kehittämään omaa toimintaansa paremmaksi.

Juttujen saavuttavuus- ja levinneisyysdata sähköisillä alustoilla on hyvä jakaa freelancerille, sillä se auttaa freelanceria suhteuttamaan oman työnsä julkaisun muiden töiden joukkoon. Lisää siis palautteeseen myös keskeiset tiedot siitä, miten juttu levisi sähköisillä alustoilla: kuinka paljon sillä oli klikkauksia tai lukukertoja, somejakoja tmv. ja miten ne suhteutuvat julkaisun muihin juttuihin.

Mikäli työssä ei ole suuria ongelmia, palautteen voi laittaa sähköpostitse samalla, kun kuittaa työn hyväksytyksi. Isommissa kehitysajatuksissa kannattaa ottaa yhteys puhelimitse, jolloin ajatuksista voidaan keskustella ja äänensävyt vievät keskustelun oikeille raiteille.

Jos freelancer ei saa palautetta, hänen on syytä pyytää sitä itse. Palautteen saaminen on jokaisen vastuulla. Tähän tutkimukseen haastatellut tuottajat sanoivat antavansa palautetta aina, kun sitä kysytään.

Samalla freelancer osoittaa, että hän on kiinnostunut asiakkaansa julkaisusta ja samalla myös innokas kehittämään itseään.

### **4. Tee briiffi, jossa on oleellinen**

Asetu freelancerin saappaisiin: mitä tietoa hän tarvitsee voidakseen suoriutua tehtävästä odottamallasi tavalla? Mitä itse kaipaisit, jos olisit freelancerin saappaissa?

Hyvällä briiffauksella vältytään ylimääräiseltä työltä niin prosessin aikana kuin sen jälkeenkin ja vähennetään editoinnin tarvetta.

Sisällytä briiffiin erityisesti nämä asiat:

- Miksi tämä juttu halutaan tehdä, mitä sillä haetaan?
- Jos haastateltavat on jo valittu, miksi juuri heidät?
- Mikä on jutun laajuus?
- Juttupaikan tai konseptin raamit
- Palkkioehdotus tai sovittu palkkio
- Jutun deadline

Lisäksi briiffiin voi liittää tarkempia tietoja juttupaikasta tai linkkejä edellisiin, onnistuneisiin toteutuksiin.

## **5. Tapaa freelancer ainakin kerran vuodessa**

Kaikki ymmärtävät, ettei toimituksissa ole aikaa tavata jokaista freelanceria jokaisen jutun yhteydessä kasvotusten. Eikä sitä kaivatakaan. Mutta joskus on hyvä tavata kasvokkain ja jutella rauhassa yleisemmälläkin tasolla.

Yksi hyvä tapa voi olla esimerkiksi kerran vuodessa järjestetty yhteinen tapaaminen freelancereille. Se voi olla vapaampaa keskustelua, organisaation kuulumisten kertomista ja / tai freelancereille järjestetty yhteinen koulutus.

Mitä paremmin freelancer kokee kuuluvansa osaksi toimitusta, sitä enemmän hän näkee vaivaa työssä onnistumiseen ja katsoo omaa työtänsä kokonaisuuden kannalta. Toimeksiantaja voittaa tässä joustavuutta ja parempaa laatua. On myös hyvä muistaa, että parhaimmilla freelancereilla riittää tilaajia ja työkalenterit täyttyvät. Kannattaa siis pitää huolta freelancereistaan!

## **6. Kysy palautetta**

Myös toimeksiantajan on hyvä välillä kysyä palautetta freelancerilta: mitä hänen mielestään kannattaisi tehdä toisin tai miten hän kokee vuorovaikutuksen.

Freelancereilla on hyvä näköalapaikka mediakenttään ja heillä voi olla ajatuksia, jotka parhaimmillaan parantavat yrityksen kilpailukykyä muihin nähden.

On hyvä muistaa, että freelancerit tuntevat mediakentän hyvin, sillä heidän ovat vuorovaikutuksessa useisiin eri medioihin. Heidän näkemystään kannattaa kuunnella. Kun kysyt freelancerilta palautetta, hän kokee samalla itsensä arvostetuksi, mikä puolestaan lisää luottamusta.

Jos olet freelancer, etkä saa palautetta, kysy sitä itse. Anna palautetta myös toimeksiantajalle. Kiitä hyvästä briiffistä, kysy jos siinä on kysyttävää ja kysy myös palautteen perään.

## Liite 2

### PALAUTEKYSELY TOIMEKSIANTAJALLE

Mikä työssä meni hyvin?

Mitä siinä olisi voinut tehdä paremmin? / Missä olisi kehitettävää?

Miten juttu on levinnyt sähköisen median jakelualustoilla?

Ovatko nämä luvut muihin juttuihin suhteutettuna pienempiä, keskitasoa vai suurempia?

## Liite 3

# BRIIFFAUSPOHJA TOIMEKSIANTAJILLE

Mitä tehdään ja miksi:

Tavoitteet:

Haastateltavat / kuvattavat ja miksi heidät on valittu:

Työn laajuus (merkkimäärä, kuvien määrä jne.):

Juttupaikan tai konseptin raamit:

Palkkioehdotus tai sovittu palkkio:

Työn deadline:

Tarkempia tietoja juttupaikasta tai linkkejä edellisiin, onnistuneisiin toteutuksiin:

Muuta:

## Liite 4

# MUISTA NÄMÄ, KUN KÄYTÄT FREETYÖTÄ

Vuorovaikutus freelancerin kanssa on osa työprosessia. Siihen kuuluvat riittävä briiffaus ja palaute sekä viesteihin vastaaminen. Nämä eivät ole aikakysymyksiä, kiire ei ole peruste huonolle yhteydenpidolle.

### 1. Vastaa sähköposteihin

### 2. Kuittaa työt saaduiksi

Yllättävän moni freelancer ei saa edes kuittausta lähetetystä työstään.

### 3. Tee briiffi, jossa on oleellinen tieto

Friikut toivovat briiffissä näitä asioita:

1. Miksi tämä juttu halutaan tehdä, mitä sillä haetaan?
2. Jos haastateltavat on jo valittu, miksi juuri heidät?
3. Mikä on jutun laajuus?
4. Palkkioehdotus tai sovittu palkkio
5. Jutun deadline

### 4. Anna tarvittava palaute

Mikä meni hyvin, missä on parannettavaa? Kerro data!

Jos isompia ongelmia, soita. Säännöllinen palaute ja datan jakaminen on kaikkien etu: ne tuottavat potentiaalisesti parempaa työn laatua ja vähentävät turhaa editointia.

### 5. Tapaa freelancer ainakin kerran vuodessa.

Kyllä, siihen on aikaa. Jos ei jokaista yksin, niin kutsu freelancerit kerran vuodessa kylään. Ja välillä voi kysyä sähköpostilla, mitä freelle kuuluu.

# Vuorovaikutus- ja palautekysely freelancereille ja toimitusten työntekijöille

Kyselyn tarkoituksena on selvittää, kuinka freelancerin ja toimituksen välinen sekä toimitusten sisäinen vuorovaikutus- ja palautekulttuuri toimivat. Vaikka kysely on ensisijaisesti suunnattu freelancereille, vastauksia toivotaan myös vakituksessa työsuhteessa olevilta toimitusten työntekijöiltä. Asiakkaalla tarkoitetaan tässä nimenomaan toimitusta / mediaa, jolle freelancer tekee töitä.

## 1. Yhteystiedot

Yhteystietosi tulevat vain tutkijan tietoon. Osaa kyselyyn vastanneista pyydetään erilliseen syvähaastatteluun. Haastattelusta voi kuitenkin kieltäytyä, vaikka osallistuisi kyselyyn.

Nimi *	<input type="text"/>
Sähköposti *	<input type="text"/>
Puhelin *	<input type="text"/>
Ikä *	<input type="text"/>
Sukupuoli	<input type="text"/>
Yritys / Organisaatio	<input type="text"/>
Osasto	<input type="text"/>

## 2. Oletko freelancer vai kuukausipalkkainen työntekijä?

- Freelancer
- Kuukausipalkkainen

## 3. Mihin mediaan teet pääsääntöisesti töitä?

- Sanomalehdet
- Radio
- Tv
- Aikakauslehdet
- Asiakaslehdet
- Ammatti- ja järjestölehdet
- Muu

## 4. Onko palaute sinulle tärkeää?

- Kyllä



Ei

En osaa sanoa

## 5. Kuinka usein saat palautetta työstäsi?

En koskaan      1      2      3      4      5      Aina  
                       

## 6. Onko saamasi palautteen määrä mielestäsi riittävä?

Kyllä

Ei

En osaa sanoa

## 7. Kuinka paljon saamasi palautteen määrä vaihtelee asiakkaittain?

Ei yhtään      1      2      3      4      5      Paljon  
                       

## 8. Voit halutessasi kertoa lisää koskien kysymystä 7.

## 9. Vaihteleeeko palautteen määrä ja laatu asiakasryhmän mukaan?

Kyllä

Ei

En osaa sanoa

## 10. Jos vastasit kyllä kysymykseen 9, miten?

## 11. Pyydätkö itse palautetta?

1      2      3      4      5

En koskaan jn jn jn jn jn Aina

**12.** Tiedätkö, kuinka paljon juttujasi luetaan, miten niiden saavuttavuus vertautuu julkaisun muihin juttuihin nähden tai miten ne leviävät esimerkiksi sosiaalisessa mediassa?

jn Kyllä

jn En

**13.** Avoin vastaus kysymystä 12 koskien.

**14.** Välitetäänkö lukija/katsojapalautteet sinulle?

jn Kyllä

jn Ei

jn En osaa sanoa

**15.** Mitä parannettavaa toivoisit toimituksilta palautteen suhteen?

**16.** Saatko selkeän briiffin työsi tilaajalta?

En koskaan 1 2 3 4 5 Aina  
jn jn jn jn jn

**17.** Avoin vastaus kysymystä 16 koskien.

**18.** Millainen on mielestäsi hyvä briiffi?



**19.** Vaihteleeeko briiffauksen määrä ja laatu asiakasryhmän mukaan?

Kyllä

Ei

En osaa sanoa

**20.** Jos vastasit kyllä kysymykseen 19, miten?



**21.** Joudutko muokkaamaan juttujasi paljon mielestäsi epäselvien briiffien takia?

	1	2	3	4	5	
En koskaan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Aina

**22.** Mitä parannettavaa toivoisit toimituksilta briiffauksen suhteen?



**23.** Miten vuorovaikutus toimituksen / asiakkaan ja sinun välissäsi sujuu?

	1	2	3	4	5	
Huonosti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Erinomaisesti

**24.** Mikä vuorovaikutuksessa toimii, mikä ei? Miksi?



**25.** Tunnetko olevasi osa asiakkaidesi toimitustiimejä?

Kyllä

En

En osaa sanoa

**26.** Onko edellämainittu asia sinulle merkityksellinen?

Kyllä

Ei

En osaa sanoa

**27.** Mitä parannettavaa toivoisit toimituksilta vuorovaikutuksen suhteen?