

Lehtonen, Pauliina (2013) *Itsensä markkinoijat – Nuorten journalistien urapolut ja yksilöllistyvä työelämä*. Tampere: Tampere University Press.

Tiivistelmä

Journalistista työuraa luodaan tällä hetkellä ympäristössä, jossa oman arvon markkinointi ja ammatillisen pätevyyden rakentamisen strategiat ovat yhä keskeisempi osa alalla pärjäämistä. Kiristynyt kilpailu työpaikoista kasaa yksilöille entistä suuremman vastuun omasta työllistymisestään. Työurien muuttuminen yksilöllisemmiksi ja erilaisten määräaikaisten työsuhteiden kasvu pakottavat pohtimaan uudelleen työntekijän urakehityksen ja ammatillisen identiteetin muotoutumisen suhdetta.

Tämä kirja avaa nuoren sukupolven näkökulmaa työelämään. Kirja pohjautuu Tampereen yliopiston Journalismin, viestinnän ja median tutkimuskeskus Cometin tutkimushankkeeseen, jossa on tarkasteltu työelämän muutosta nuorten journalistien kokemusten pohjalta. Tutkimuksessa otetaan alle 35-vuotiaat journalistit esimerkiksi ammattiryhmästä, jota tarkastelemalla nostetaan esiin strategioita muuttuneen työelämän kohtaamiseen.

Viestintäteknologian kehittyminen, journalismin profession ja lukijasuhteen muutokset ja viestintien välisen kilpailun koveneminen ovat muuttaneet toimittajien ammatillista asemaa ja pakottaneet niin mediayritykset kuin yksittäiset toimittajat miettimään uusia toiminta- ja ansaintatapoja. Toimittajille nämä muutokset ovat näkyneet usein työntekemisen mahdollisuuksia heikentävinä ilmiöinä, joiden on huomattu vaikuttaneen journalistisen työn laatuun ja kasvattaneen työssä koettuja aikataulupaineita.

Kirjassa nuorten kokemuksia työelämästä ja uran rakentamisesta käsitellään haastatteluista ja etnografisesta havainnoinnista koostuvan aineiston avulla. Työelämäkokemuksia lähestytään päivittäisen toimitustyön ja työolosuhteiden näkökulmasta, journalistin ammattikuvan kehittymisen kannalta sekä journalistisella alalla työuran rakentamisen kannalta. Usein määräaikaisissa työsuhteissa työskentelevät nuoret rakentavat uraansa entistä yksilöllisemmin ja ovat motivoituneita kehittämään sekä ammatillista osaamistaan että journalismin tekemisen tapoja. Tämä näkyy esimerkiksi siinä, miten he lähtevät mukaan journalismia kehittäviin uusiin avauksiin sosiaalisessa mediassa. Samalla nuoret pohtivat kuitenkin tarkoin julkisen ja yksityisen toimintansa rajoja.

Itsen markkinoiminen on journalistisella alalla selvästi läsnä. Nuoret pohtivat valintojaan suhteessa ammatillisen osaamisensa ja asemansa kehittämiseen. Oman osaamisen paketoiminen sopivan brändin muotoon vaikuttaa vahvistuvalta suuntaukselta määräaikaisista työsuhteista ja toimeksiannoista kilpailtaessa.