

Opinnäytetyö (AMK)

Media-alan koulutus, journalismi

2019

Vilma Venho

LUKIJATUTKIMUS
SANOMALEHTI
KESKISUOMALAISEN TÄNÄÄN-
OSASTOLLE

OPINNÄYTETYÖ (AMK) | TIIVISTELMÄ

TURUN AMMATTIKORKEAKOULU

Media-alan koulutus

2019 | 43 sivua, 10 liitesivua

Vilma Venho

LUKIJATUTKIMUS SANOMALEHTI KESKISUOMALAISEN TÄNÄÄN-OSASTOLLE

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli tehdä lukijatutkimus sanomalehti Keskisuomalaisen Tänään-osastolle. Tutkimuksen tavoitteena oli saada tietää, millaisista aiheista sanomalehti Keskisuomalaisen lukijat haluaisivat lukea juttuja Tänään-osastolta. Lisäksi selvitettiin, mitä mieltä Keskisuomalaisen lukijat ovat Tänään-osastolla ilmestyvistä vakiopalstoista, eli säännöllisesti Tänään-osastolla ilmestyvistä osioista, jolla on oma nimensä ja jotka keskittyvät aina tiettyyn aihealueeseen.

Opinnäytetyön toimeksiantaja oli sanomalehti Keskisuomalainen. Se on Keski-Suomen alueella seitsemänä päivänä viikossa ilmestyvä sanomalehti ja levikkialueensa merkittävin paikallismedia. Tämä tutkimus oli lehden historian ensimmäinen eksklusiivisesti Tänään-osastoa koskenut lukijatutkimus.

Lukijatutkimus toteutettiin lähettämällä kyselylomake sähköpostitse tilaajarekisteristä poimituille yhteensä noin 1500:lle sanomalehti Keskisuomalaisen tilaajalle. Vastauksia kyselyyn haluttiin ainakin 200, ja lopullinen vastaajien määrä oli 210. Kyselytutkimuksessa käytettiin sekä monivalintakysymyksiä että avoimia tekstikenttiä.

Opinnäytetyön teoreettisessa osuudessa käsitellään mediamaisen murrosta 2000-luvulla sanomalehdistön näkökulmasta, sekä erityisesti sitä, miten lehtitalojen on muutettava toimintaansa pysyäkseen ajankohtaisina ja lukijoita houkuttavana mediana. Lehtitalojen ei pidä aliarvioida internetin vaikutusta journalismin tekemiseen, sekä kuluttajien haluan maksaa laadukkaasta journalismista.

Lukijatutkimuksen tulosten myötä sanomalehti Keskisuomalaisen Tänään-osastosta pystytään tekemään entistä paremmin lehden lukijoiden tarpeita vastaava lukukokemus. Tutkimuksen avulla saatiin myös tärkeää tietoa lehden lukijoiden lukutottumuksista ja -tavoista, vaikka se ei ollutkaan tutkimuksen pääasiallinen tavoite.

ASIASANAT:

Journalismi, lukijatutkimus, median murros.

BACHELOR'S THESIS | ABSTRACT

TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Media studies, journalism

2019 | 43 pages, 10 pages in appendices

Vilma Venho

READER SURVEY FOR THE TÄNÄÄN- DEPARTMENT OF NEWSPAPER KESKISUOMALAINEN

The goal of this thesis was to conduct a reader survey for the Tänään-department of the newspaper Keski-suomalainen. The main objective was to find out what kind of topics the readers of newspaper Keski-suomalainen would like to read stories about from Tänään-department. In addition, the survey targeted the readers' opinions on the regularly appearing columns of Tänään-department. These columns have their own distinct name and theme, and they stay the same every time they appear.

The client of this thesis was the newspaper Keski-suomalainen. It is a seven-day newspaper that is published in Central Finland and is its most prominent local media. This reader survey was the first in Keski-suomalainen's history to exclusively concern the Tänään-department.

The reader survey was conducted by e-mailing the survey form to circa 1500 subscribers of newspaper Keski-suomalainen, who were picked from the subscriber register. The goal was to get at least 200 respondents, and the final number was 210. The survey used multiple choice questions and open text fields.

The literature review portion of this thesis considers the transformation of media in the beginning of the 21st century from the viewpoint of press, and especially how publishers have to change their operating in order to stay current and attractive for the readers. Publishers cannot underestimate the effects of internet on making journalism, and the consumers' willingness to pay for quality journalism.

With the results of this reader survey, the Tänään-department of newspaper Keski-suomalainen can be made into a reading experience that meets the needs of the readers better than before. The survey also gave important information about the readers' reading habits, even though it wasn't its main goal.

KEYWORDS:

Journalism, reader survey, transformation of media.

SISÄLTÖ

1 JOHDANTO	6
2 MEDIAKENTTÄ MURROKSESSA	8
2.1 Muutoksia ja haasteita	8
2.2 Journalismin uudet muodot	10
2.3 Toimittajien muuttunut rooli	12
3 KESKISUOMALAINEN	14
3.1 Sanomalehti Keskisuomalainen ja Keskisuomalainen-konserni	14
3.2 Sanomalehti Keskisuomalainen digiareenalla	16
3.3 Mallilukijoiden käyttö yleisesti sekä sanomalehti Keskisuomalaisessa	18
3.4 Sanomalehti Keskisuomalaisen lukijaraati	20
3.5 Sanomalehti Keskisuomalaisen Tänään-osaston tuottajan mietteitä nykypäivän sanomalehtikentästä	21
3.6 Sanomalehti Keskisuomalaisen Tänään-osasto	22
4 LUKIJATUTKIMUS	25
5 LUKIJATUTKIMUKSEN TULOKSET	28
5.1 Vastaajien taustaa	28
5.2 Vastaajien mielipiteitä Tänään-osastosta kokonaisuutena	29
5.2.1 Tänään-osastolla usein käsiteltävät aiheet	30
5.2.2 Aiheet, joista haluttaisiin lukea enemmän tai vähemmän	31
5.3 Vastaajien mielipiteitä Tänään-osaston palstoista	34
5.4 Vastaajien palautetta kyselystä	38
6 LOPUKSI	40
6.1 Loppupäätelmät kyselyn tuloksista	40
6.2 Tänään-osaston tuottajan palaute	40
LÄHTEET	42

LIITTEET

Liite 1. Kyselytutkimuslomake.

KUVAT

Kuva 1. Sanomalehti Keskisuomalaisen pääkirjoitusaukeama lauantaina 20.4.2019.	14
Kuva 2. Sanomalehti Keskisuomalaisen Ulkomaat-lähtöaukeama lauantaina 20.4.2019.	16
Kuva 3. Tänään-osaston aukeama lauantaina 20.4.2019.	23
Kuva 4. Tänään-osaston aukeama lauantaina 20.4.2019.	24
Kuva 5. Kyselytutkimuskutsun yhteydessä vastaajille lähetetty saateteksti.	26
Kuva 6. Kyselyn avaussivun teksti.	26

KUVIOT

Kuvio 1. Kyselytutkimukseen osallistuneiden vastaajien ikäjakauma (n = 210).	28
Kuvio 2. Milloin vastaajat lukivat viimeksi Tänään-osastoa.	30
Kuvio 3. Mistä aiheista vastaajat haluaisivat lukea enemmän juttuja Tänään-osastolta.	31
Kuvio 4. Mistä aiheista vastaajat haluaisivat lukea vähemmän juttuja Tänään-osastolta.	33
Kuvio 5. Vastaajien sanomalehti Keskisuomalaisessa edes joskus näkemät palstat.	35
Kuvio 6. Vastaajien säännöllisesti lukemat Tänään-osaston palstat.	36
Kuvio 7. Kuinka usein vastaajat lukevat kutakin Tänään-osaston palstaa.	37
Kuvio 8. Kuinka tärkeänä vastaajat pitävät kutakin Tänään-osaston palstaa.	38

1 JOHDANTO

Opinnäytetyössäni tein sanomalehti Keskisuomalaisen Tänään-osastolle lukijatutkimuksen. Tutkimuksessa otettiin selvää, mitä Keskisuomalaisen lukijat haluavat Tänään-osastolta, heidän mielipiteitään osaston eri palstoista sekä yleisesti koko osaston sisällöstä. Tänään-osasto on sanomalehti Keskisuomalaisen ajankohtaisosasto ja osa lehden Tänään-osaa.

Pääasiallisena tavoitteena oli saada tietää, millaisia juttuja ja millaista sisältöä lukijat haluaisivat nähdä Tänään-osastolla lisää tai vähemmän. Aihe kytkeytyy printtimedioiden kulutuksen vähenemiseen, mikä on suomalaisen journalismin tämänhetkinen ongelma. Kuinka saada printti jälleen kiinnostavaksi, ja miten juuri Tänään-osaston tulisi kehittää itseään ja mukautua lukijoiden muuttuviin tarpeisiin?

Opinnäytetyöni oli toimeksianto. Toimeksiantajan eli sanomalehti Keskisuomalaisen mukaan Tänään-osastolle ei oltu koskaan aikaisemmin tehty vastaavanlaista lukijatutkimusta. Tänään-osaston tuottaja Seppo Pänkäläinen kertoi olevansa epäluottavainen koko lehteä koskeviin lukijatutkimuksiin, koska tutkimuksen kohteena ovat kaikki lehden osastot yhdellä kertaa. Tänään-osastoon kohdennetut tutkimuskysymykset osoittaisivat kyselyyn vastaaville lehden lukijoille käsittelyssä olevan juuri nämä tietyt sivut, jolloin ei voisi tulla väärinkäsityksiä tai sekaannuksia lehden muihin osastoihin tai juttuihin. (S. Pänkäläinen, henkilökohtainen tiedonanto 31.1.2019.)

Tietoykkösen kehitys- ja asiakkuuspäällikkö Tanja Herrasen mukaan ”perinteisiä”, tämän opinnäytetyön kaltaisia lukijatutkimuksia tehdään nykyään vain vähän. Tietoykkönen on osa Keskisuomalainen-konsernia, ja se toteuttaa sanomalehti Keskisuomalaiselle lukijatutkimuksia sekä pyörittää lehden lukijaraatia. Herrasen mukaan yksittäisiä juttuja, teemasivuja ja erikoisliitteitä sen sijaan tutkitaan paljonkin – tutkimukset ovat siis enemmän yksityiskohtiin ja pienempiin ja rajatumpiin aihealueisiin keskittyviä. (T. Herranen, henkilökohtainen tiedonanto 31.1.2019.)

Viimeisin lukijatutkimus koko lehdestä tehtiin sanomalehti Keskisuomalaiselle vuoden 2019 alussa. Tutkimuksen tarkoituksena oli kartoittaa Keskisuomalaisen tilaajien mielipiteitä lehdestä sekä kiinnostuksen aiheita. Lisäksi selvitettiin lehden vaalikoneen hyödyllisyys ja käyttö. Tutkimuksen toteutti IROResearch Oy, joka on osa Keskisuomalainen-konsernia. (T. Herranen, henkilökohtainen tiedonanto 31.1.2019.)

Sanomalehti Keski-suomalainen on itselleni jyvaskyläläisenä hyvin tuttu media. Olen ollut ammattikorkeakouluopiskelujeni aikana lehden toimituksessa kahdesti harjoittelussa, opinnäytetyön tekemisen aikaan kahtena kesänä kesätoimittajana sekä toiminut myös tarvittaessa töihin kutsuttavana avustajana. Kaikki edellä mainitut työt olen tehnyt lehden Tänään-osastolla.

2 MEDIAKENTTÄ MURROKSESSA

2.1 Muutoksia ja haasteita

Esa Väliverronen huomauttaa, että journalismin murroksesta tai jopa kriisistä on puhuttu historian aikana oikeastaan jo useampaan otteeseen (Väliverronen 2011, 7). Kyse ei siis ole varsinaisesti mistään upouudesta ilmiöstä. Ensin sanomalehtien valta-asemaa uhkasivat radio, sitten televisio ja viimeisimpänä luonnollisesti internet. Uusien jakelumuotojen avulla mediat ovat saavuttaneet yhä suurempia yleisöjä. Alussa uudet kanavat vahvistivat vanhoja, ja niitä kehitettiin eteenpäin viimeisintä tekniikkaa hyödyntäen – aina internetin saapumiseen asti. (Olkinuora 2012, 17.)

Sanomalehtien levikit kaikkialla länsimaissa kääntyivät laskuun vuosituhannen taitteessa. Myös radion ja television suurten kanavien yleisömäärät alkoivat pienentyä samoihin aikoihin. (Olkinuora 2012, 17.) Netin ollessa pullollaan ilmaista luettavaa, paikallisuutisista pitkiin reportaaseihin, kuka enää haluaa maksaa ammattijournalistien tekemästä materiaalista (Väliverronen 2011, 7)?

Teknologian kehitys ei kuitenkaan yksin riitä selittämään viestintämaiseman muutosta ja murrosta. Taustalta löytyy myös pitkäaikaisia yhteiskunnallisia muutoksia, jotka ovat osaltaan muokanneet ihmisten mediakulutusta. Median kuluttajien arvomaailmat ovat muuttuneet ja vanhat massayleisöt sekä joukkoviestimet sirpaloituneet. Muutamasta hallitsevasta kanavasta on syntynyt tuhansia uusia medioita, joista pienimmät voivat olla hyvinkin suppeita sosiaalisen kanssakäymisen verkostoja. (Olkinuora 2012, 18.)

Nopeasti leviävän informaation ylitarjonta on luultavasti osaltaan ollut heikentämässä myös nykyihmisen keskittymiskykyä ja siten perinteisen median markkinoita. Tulevaisuudessa nykymedian suurin uhkakuva saattaa olla ihmisten ajanpuute. (Rahkonen 2018.) Mediatalot joutuvat miettimään, kuinka saada lukijan huomio kiinnittymään juuri omaan tuotteeseen, kun ympärillä on kymmeniä muita informaation lähteitä, joista osa on täysin ilmaisia.

Ilmaisuus tuntuu ainakin sosiaalisen median perusteella olevan lukijoille kynnyskysymys. Facebookia ja Twitteriä seuratessa voi törmätä tapauksiin, joissa esimerkiksi sanomalehden sometili jakaa oman uutisensa tai muun juttunsa linkin. Kommenttikenttään syntyvä keskustelu ei useinkaan koske juttua itseään, vaan sitä, että miksi jaettu juttu on

maksumuurin takana. Jotkut kommentoijat menevät röyhkeydessään jopa niin pitkälle, että pyytävät juttua julkiseen ja ilmaiseen jakoon kuvakaappauksien välityksellä – ja toiset myös niin tekevät.

Harmistuminen on toisaalta inhimillistä ja ymmärrettävää, jos otsikko on mielenkiintoinen ja juttu lupaavan oloinen, mutta sitä ei pääse lukemaan, koska ei ole kyseisen median tai lehden tilaaja. Toimittajien sekä toimituksen muidenkin työntekijöiden palkka juoksee kuitenkin juuri tällaisten maksumuurien ansiosta. Kukapa haluaisi myydä ammatillista osaamistaan täysin ilmaiseksi? Eivät kustantajat ainakaan.

Sanomalehti Keskisuomalainen siirtyi Suomen Lehdistön ”hybridimalliksi” luonnehtimaan verkkosisältöjen maksumalliin vuonna 2016. Se tarkoittaa, että ilmaiseksi pääsee lukemaan tietyn määrän juttuja viikossa, mutta jotkut jutut avautuvat pelkästään tilaajille. Keskisuomalaisen päätoimittajan Pekka Mervolan mukaan kovaa maksumuuria ja niin sanottua mittarimallia yhdistävä hybridi vaikuttaa lehden tähän saakka kokeilemista ehdottomasti parhaalta tavalta hankkia digitilaaajia. (Suomen Lehdistö 2017.)

Tosiasia kuitenkin on, että Euroopan heikko taloustilanne on jatkunut arvioitua pidempään ja se on heijastunut myös Suomeen enemmän kuin osattiin odottaa (Harpf 2014, 3). Nykyinen taloustilanne on luonnollisesti vaikuttanut kuluttajien lompakon paksuuden lisäksi myös lehtitalojen toimintaan. On jopa esitetty, että suomalaisen median kriisi olisi vielä arvioituakin vakavampi. Omaa tarinaansa siitä kertovat lehtien vähentynyt ilmoitusmyynti sekä myös kaupallisen television pudonneet mainostuotot. (Harpf 2014, 3.)

Suurimmilla lehtitaloilla on ollut jo jonkin aikaa merkittävää digitaaliskin liiketoimintaa niiden tuottamien painettujen tuotteiden lisäksi (Harpf 2014, 3.) Suurten joukkoviestimien rapautuminen onkin Suomessa hitaampaa kuin muualla maailmassa, ja perustavaa laatua olevien muutosten aikaperspektiiviksi on annettu kymmenestä viiteentoista vuotta. (Olkinuora 2012, 19.)

Vaikka suomalaisen lehdistön tilanne on useimpiin länsimaihin verrattuna hyvä, ovat Suomen mediatalot tekemässä samoja virheitä, jotka ovat johtaneet muun muassa Yhdysvaltain sanomalehdistön katastrofiin. Kotimaisten toimittajien ja toimitusten taloudellisia resursseja supistetaan ja samalla unohdetaan fakta, että tulevaisuuden journalismi on digitaalista. (Vehkoo 2011, 9.)

Isoimmat haasteet digimaailmaan hyppäämisessä osuvat juuri maakunnallisille, kooltaan suhteessa pienemmille sanomalehdille, joka on joukko, johon sanomalehti

Keskisuomalainenkin lukeutuu. Maakunnallisten sanomalehtien digitaaliset harppaukset ja niiden avulla tehtävä liikevoitto ovat kehittyneet hitaasti, kun taas iltapäivälehdet ovat selviytyneet murroskohdasta selkeästi alan keskiarvoa paremmin. (Harpf 2014, 3.)

2.2 Journalismin uudet muodot

Kaikille voittoa tavoitteleville yrityksille tärkeintä ovat maksavat asiakkaat, sanomalehtien tapauksessa luonnollisesti niiden tilaajat, lukijat ja ilmoitusasiakkaat. Sanomalehtien ansaintamalli on perinteisesti perustunut lehtien ja mainoksien myynnistä saataviin tuloihin. Valtaosa tilattavista lehdistä ansaitseekin enemmän mainostuloilla, kuin tilaus- tai irtonumeromyynneillä (Olkinuora 2012, 23.)

Painettujen sanomalehtien lukijakunta on selkeästi vanhentunut viime vuosina. Ikäihmiset lukevat edelleen paperilehteä, mutta pelkkää digitaalista lukemista suosivat alle 35-vuotiaat. Heistä 48 % lukee sanomalehteä painettuna ja digitaalisena sekä 34 % pelkää digitaalisena. (MediaAuditFinland 2018).

Voisiko sanomalehtien kriisitilanteen pelastaa saamalla nuoret takaisin painettujen lehtien pariin? Riittäisikö edellä mainituilla alle 35-vuotiailla kiinnostusta ja eritoten ostovoimaa nostamaan niin suuret kuin pienetkin lehtitalot ylös kuopastaan? Hannu Olkinuora toteaa, että vain murto-osa yleisöstä todella ymmärtää, että yhteiskunnallisen keskustelun kannalta merkittävän, asioita kattavasti käsittelevän laatujournalismin tuottaminen ja tekeminen ei ole ilmaista (Olkinuora 2012, 53.)

Mediakulutuksen sirpaloituminen pakottaa niin monimediaiset yhtiöt kuin perinteiset lehtitalotkin ajattelemaan ja järjestämään toimintaansa uudestaan. Medioiden tulee pystyä osoittamaan suurelle yleisölle entistäkin paremmin, mitä osia sen tuottamasta sisällöstä voidaan tehdä pelkin mainostuloin ja mihin osiin mainostulot eivät yksinkertaisesti riitä. (Olkinuora 2012, 53.) Mutta kuinka saada yleisö ymmärtämään tämä?

Nykyihminen on tottunut netin välityksellä helposti ja nopeasti tapahtuvaan tiedonsaantiin. Mutta internet ei ole lehtitalojen kannalta pelkästään paha: teknologian avulla voidaan luoda esimerkiksi interaktiivisia ja osallistavia sisältöjä (mm. Helsingin Sanomien dynamic.hs.fi -sivustot), jotka voivat "hujjata" lukijan klikkailemaan ja tavallaan "pelamaan" sivustolla, jolloin jutun lukeminen tapahtuu kuin vahingossa.

Koodaamalla uutissovellukset, kuten esimerkiksi kartat ja aikajajat, yhteen artikkeliin pystytään luomaan sisältöjä, jotka eivät ainoastaan kerro tekstin muodossa, vaan luovat elämyksiä. Liikkuvia ja interaktiivisia grafiikoita hyödyntämällä tieto voi ikään kuin itse puhua puolestaan sille parhaiten sopivassa muodossa. (Vapamedia n.d.)

Interaktiivisten sisältöjen lisäksi myös immerssiivistä eli kokemuksellista journalismia voidaan pitää yhtenä uutena journalistisen kerronnan muotona. Sillä tarkoitetaan lukijan saattamista mahdollisimman aidon tuntuiseksi mukaan jutun kuvaamaan tilanteeseen esimerkiksi 360-videoilla.

Kokemuksellisuuteen voidaan liittää myös pelillistämisen käsite, jonka voi tarkoittaa esimerkiksi mahdollisuutta valita eri reittejä jutun tarinaa seurattaessa tai lukijalla olevaa omaa aktiivista roolia tarinassa. Yksinkertaisimmillaan pelillistetty uutisjuttu voi olla tietovisa, jossa vertaillaan omia tuloksia muiden vastaajien tuloksiin. Perinteisten pelillisten elementtien lisäksi kokemuksellisuuden tunnetta voidaan tavoitella esimerkiksi multimoodalisuudella eli yhdistelemällä tekstin joukkoon verkossa ja digitaalisesti erityisen hyvin toimivia kerronnan keinoja, kuten ääntä, liikkuvaa kuvaa ja grafiikkaa. (Upola 2016.)

Journalismin uusien muotojen lisäksi myös sen reaaliaikaistuminen on tärkeä osa perinteisten lehtitalojen toiminnan muuttumista. Ennen journalismi käsitteli polttavia aiheita esimerkiksi päivän, viikon tai kuukauden välein. Internetin myötä reaaliaikaisuus on saanut nuo määreet menettämään merkityksensä. (Heinonen & Ruotsalainen 2014, 12.)

Journalismin reaaliaikaistumiseen suhtaudutaan edelleen melko kriittisesti. Siihen liitetään myös negatiivisia mielikuvia medioiden kilpailusta siinä, kuka ehtii julkaista skuupin ensimmäisenä. Nopeuskilpailu laskeekin usein journalismin tasoa, kun faktoja ei ehditä tarkistaa tarpeeksi hyvin tai jopa ollenkaan, eikä juttuja hioa. (Heinonen & Ruotsalainen 2014, 12.) Viime vuosien aikana on saanut huomata, että ennen vain iltapäivälehtien verkkosivuilta tutut, pelkän otsikon ja tekstin ”juttua päivitetään” sisältävät jutut ovat löytäneet tiensä myös veronmaksajien rahoittaman Ylen sivustoille. Tästä voidaan päätellä, että kilpailu kaikista nopeimmasta jutun julkaisusta todella on vakavasti otettava asia. Lukijoita ilmeisesti riittää näillä tynkäuutisillakin niin runsaasti, että niitä on kannattavaa tehdä, vaikka sillä ehkä uhrataan pieni osa Ylen tutkivamman ja ”vakavasti otettavamman” journalismin imagoa.

Toisaalta reaaliaikaisuus voi myös kehittää journalismia. Reaaliaikaisuudella voidaan edistää todellisuuden kuvaamista journalismin yhtenä arvona. Reaaliaikainen uutisointi kertoo lukijoille todellisuudesta ”sellaisena kuin se on”, ja myös edistää interaktiivisuutta:

median kuluttajat ja muut mediat voivat kommentoida ja täydentää raportointia sitä mukaa, kun uutta aiheeseen liittyvää kerrottavaa tapahtuu. (Heinonen & Ruotsalainen 2014, 12.)

2.3 Toimittajien muuttunut rooli

Suomessa on väkilukuun suhteutettuna eniten toimittajia koko maailmassa. Lisäksi lehdistön freelancereiden määrä kasvaa jatkuvasti, mutta freelancereita on vaikea tilastoida. (Vehkoo 2011, 26.) Suomen Journalistiliiton jäsenmäärä oli vuonna 2015 14 921. Naisia jäsenistä oli selkeästi yli puolet, 57,4 %. (Suomen Journalistiliitto n.d.) Toimittajien suurta määrää selittää muun muassa sanomalehtien edelleen laajana pysynyt tilaajakanta, mikä on luonnollisesti johtanut hyviin tuloksiin ja tuottavaan mainosmyyntiin, jolloin toimitukset on voitu pitää kohtuullisen suurina (Vehkoo 2011, 26–27). On silti mietittävä, miten lehtitalot saadaan pidettyä niin hyvässä kunnossa, että niihin voidaan edelleen palkata maailman suurin määrä toimittajia (Vehkoo 2011, 28).

Journalismin uusien keinojen ja muotojen lisäksi myös toimittajien rooli on muuttunut kotimaisella mediakentällä. Suurimpien mediatalojen toimittajat jakavat ja kommentoivat juttuja sosiaalisessa mediassa omilla kasvoillaan ja nimellään, ja näkyvää läsnäoloa esimerkiksi Twitterissä tai Instagramissa arvostetaan – suuria seuraajamääriä unohtamatta. Toimittajan vaikkapa 1000 tai 10 000 seuraajaa tuovat suoraa näkyvyyttä toimittajan edustamalle medialle ja toimittajan jakama, kyseisen median tuottama sisältö saa ilmaista mainosta somepostausten avulla. Toimittajilta jopa odotetaan keskustelevuutta ja osallistumista. Myös oman persoonallisuuden esiin tuomiseen kannustetaan, koska samaistuttavia ja sympaattisia hahmoja on luonnollisesti miellyttävämpää seurata somessa.

Mediayhtiöissä ollaan erityisesti päällikkötasolla havaittu, että suomalaisia ei enää tavoiteta pelkästään tv:n, radion ja yhtiön virallisten internetsivujen kautta, vaan pitää olla mukana myös sosiaalisessa mediassa. Journalistit ovat Kreeta Karvalan väitöskirjan mukaan sitä mieltä, että sosiaalinen media vaikuttaa tulevaisuudessa journalismiin ja muuttaa sitä laajemmin kuin nyt vielä osataan edes kuvitella (Karvala 2014, 140).

Toimittajista on tullut kuin bloggaajia ja bloggaajista puolestaan kuin toimittajia. Tämä tosin näkynee enemmän aikakauslehtien puolella. On varmasti houkuttelevaa ottaa mukaan lehden tekemiseen jo valmiiksi paljon seuraajia ja näkyvyyttä itselleen saanut ja

kohdeyleisön esimerkiksi juuri blogistaan tunnistama henkilö, koska silloin lukijamäärien nousu ja juttujen kiinnostavuus on lähes taattu.

Sosiaalisen median vaikuttavuuden ylenkatsominen on virhe, joka tulee jossain vaiheessa kostautumaan mediataloille niiden yleisösuhteen, tavoittavuuden ja vaikuttavuuden rapautumisena vähän kerrallaan. Mediakulttuuri on muuttunut siihen suuntaan, että ammattilaisten lisäksi myös yleisö tekee omaa sisältöä (eikä vain lue ammattilaisten tekemiä sisältöjä), jakaa ja suosittelee sisältöä toisilleen ja tuottaa tietoa yhdessä muiden yleisön jäsenten kanssa. (Aalto 2009.)

Yleisöllä on enemmän sananvaltaa myös siihen, mitä varsinaiset toimittajat kirjoittavat. Jos toimittaja esiintyy sosiaalisessa mediassa omalla nimellään ja kuvallaan, puhuu hän käytännössä joka hetkellä edustamansa median eli työnantajansa suulla, jolloin puheiden on pysyttävä työnantajalle mieluisina ja yhteisen linjan mukaisina. Myös yleisö odottaa tässä asemassa olevalta toimittajalta suhteellisen ”asiallista” käytöstä. Toimittajan somepersoonan ”räväkkyttäkin” voivat puoltaa monet seikat: esimerkiksi radiotoimittajan jutut voivat ja saavatkin olla sekä yleisön että työnantajan silmissä ronskimpia, kuin vaikkapa uutistenlukijan.

Syyskuun 1917 lopulla alkoivat yhdistymisneuvottelut nuorsuomalaisista aatetta kannattavan Keski-Suomi-lehden ja vanhasuomalaisen, 1889 perustetun Suomalainen-lehden välillä. 15.12.1917 molemmat lehdet myytiin kirjapainoineen perustetulle Oy Keski-maalalle. Yhdistymisen myötä uuden yhteisen lehden nimeksi tuli tähän päivään asti samana säilynyt Keskisuomalainen. (Keskisuomalainen Oyj n.d.)

Sanomalehti Keskisuomalainen julistautui sitoutumattomaksi lehdeksi vuonna 1986. Vuonna 1991, Uusi Suomi-lehden lakkauttamisen myötä, Keskisuomalaisesta tuli Suomen vanhin suomenkielinen sanomalehti, joka ilmestyy edelleen. (Keskisuomalainen Oyj n.d.)

Verkkolehtenä sanomalehti Keskisuomalainen alkoi ilmestyä jo vuonna 1996. Keväällä 2003 lehdestä tuli Suomen ensimmäinen sanomalehti, joka julkaistiin näköislehtenä verkossa. (Keskisuomalainen Oyj n.d.)

Sanomalehti Keskisuomalaisen lukijamäärä on Kansallisen Mediatutkimuksen mukaan 109 000. Luku sisältää sekä painetun lehden että näköislehden lukijat. Keskisuomalaisen kokonaistavoittavuus (printti ja verkko) on 275 000, johon on käytetty painetun lehden keskimääräistä viikkolukijamäärää eli niitä, jotka lukevat vähintään yhtä lehden numeroa viikon aikana. Digilukeminen pitää sisällään kaikki lehden digitaaliset versiot (verkkosivusto, mobiilisivustot, näköislehdet, sovellukset). (MediaAuditFinland 2018.)

Keskisuomalainen-konsernin vuoden 2018 liikevaihto oli 166 miljoonaa euroa ja liikevoitto 7,3 miljoonaa euroa. (Keskisuomalainen Oyj n.d.) Sanomalehti Keskisuomalaisen kokonaislevikki oli vuonna 2019 71 282 kappaletta. Levikkiluvussa on kyse kokonaislevikistä, jossa on mukana sekä painetun lehden levikki että digitaalinen levikki. (ksml.fi, 18.4.2019.)

Keskisuomalainen-konsernin mediat koostuvat tilattavista lehdistä, kaupunkilehdistä, ammatti- ja erikoislehdistä sekä digimedioista. Konserni julkaisee sanomalehti Keskisuomalaisen lisäksi useita muita suuria sanoma- ja kaupunkilehtiä sekä Keski-Suomen alueella että muualla Suomessa. Esimerkiksi Tamperelainen, Turkulainen ja Helsingin Uutiset ovat kaikki Keskisuomalainen-konsernin printtijulkaisuja. Digitaalisia medioita, jotka kuuluvat konserniin, ovat muun muassa Aromi, Evento ja Moottori. (Keskisuomalainen Oyj.)

Ulkomaat

Lisätiedot: p. 044 622 269
Sähköposti: ulkomaat@keskisuomalainen.fi
Osoite: Ulkomaat, PL 159, 40101 Jyväskylä



Notre-Damen ympäristö suljetaan mielenosoituksilta

PARIS Notre-Damen kirkon ympäristö suljetaan mielenosoituksilta. Kirkon ympäristö suljetaan mielenosoituksilta. Kirkon ympäristö suljetaan mielenosoituksilta.

Notre-Damen kirkon ympäristö suljetaan mielenosoituksilta. Kirkon ympäristö suljetaan mielenosoituksilta. Kirkon ympäristö suljetaan mielenosoituksilta.

Brexit on "elämän ja kuoleman kysymys"

Falklandinsaaret Britanniasta kuuluvien saarten vesillä kalastetaan kolmannes Euroopassa syötävästä mustelakasta.

Postitiedot STT, AFP

Isäntä, kukaan ei ole...
Falklandinsaaret...
Brexit on elämän ja kuoleman kysymys...
Falklandinsaaret...
Brexit on elämän ja kuoleman kysymys...



Yhdistyneiden kuningaskuntien poliisi on suljettu...
Yhdistyneiden kuningaskuntien poliisi on suljettu...
Yhdistyneiden kuningaskuntien poliisi on suljettu...

Puoluejohtajat vetosivat rauhan puolesta

Lontoo...
Puoluejohtajat vetosivat rauhan puolesta...
Lontoo...
Puoluejohtajat vetosivat rauhan puolesta...

Lontoo...
Puoluejohtajat vetosivat rauhan puolesta...
Lontoo...
Puoluejohtajat vetosivat rauhan puolesta...



Lyra McKee

Pöytäkirjan...
Pöytäkirjan...
Pöytäkirjan...
Pöytäkirjan...

...
Pöytäkirjan...
Pöytäkirjan...
Pöytäkirjan...

Demokraatit haluavat nähdä joka sanan Muellerin raportista

Washington...
Demokraatit haluavat nähdä joka sanan Muellerin raportista...
Washington...
Demokraatit haluavat nähdä joka sanan Muellerin raportista...

Washington...
Demokraatit haluavat nähdä joka sanan Muellerin raportista...
Washington...
Demokraatit haluavat nähdä joka sanan Muellerin raportista...

Trumpin poliittinen takana olevat häntä inhoavat "viihaiset demokraatit"

Washington...
Trumpin poliittinen takana olevat häntä inhoavat "viihaiset demokraatit"...
Washington...
Trumpin poliittinen takana olevat häntä inhoavat "viihaiset demokraatit"...

Washington...
Trumpin poliittinen takana olevat häntä inhoavat "viihaiset demokraatit"...
Washington...
Trumpin poliittinen takana olevat häntä inhoavat "viihaiset demokraatit"...

Kuva 2. Sanomalehti Keskisuomalainen Ulkomaat-lähtöaukeama lauantaina 20.4.2019.

Keskisuomalainen-konsernilla on lehtitoimintaa Keski-Suomen lisäksi ympäri Suomea: Uudellamaalla, Pohjois-Savossa, Päijät-Hämeessä, Varsinais-Suomessa, Hämeessä, Etelä-Pohjanmaalla ja Etelä-Karjalassa. Syksyllä 2016 Keskisuomalainen-konsernin tekemän Mediatalo ESA Oy:n oston jälkeen Keskisuomalainen-konserni nousi liikevaihdoltaan Suomen suurimmaksi maakunta- ja paikallismediaksi. (Jyrkiäinen 2017, 100.) Huhtikuussa 2019 Keskisuomalainen-konserni osti myös Länsi-Savo-konserniin kuuluvat Kaakon Viestintä Oy:n ja ESV-Paikallismediat Oy:n. Tämän viimeisimmän kaupan myötä konserni työllistää yhteensä noin 6 300 työntekijää. (Kauppalehti 2019.)

3.2 Sanomalehti Keskisuomalainen digiareenalla

Sanomalehti Keskisuomalainen internetpresenssi koostuu printtilehdessä jo julkaistujen ja julkaistavien juttujen julkaisemisesta myös sanomalehti Keskisuomalainen verkkosivuilla osoitteessa ksml.fi. Lehden Tänään-osastolla on sivulla oma osionsa, johon klikkaamalla verkkosivun käyttäjä saa näkyviinsä pelkästään Tänään-osaston juttuja.

Tänään-osaston tässä opinnäytetyössä käsitellyistä palstoista verkossa julkaistaan Vauvat, Luonto kuvaan ja Elävä musiikki.

Sanomalehti Keskisuomalainen lanseerasi kesällä 2017 lehden oman mobiilisovelluksen. Koko ajan voimakkaammin digitaalistuvalla mediakentällä vahvana pysyäkseen on mukauduttava lukijoiden muuttuviin tarpeisiin ja pysyttävä ”ajan hermolla”. Haastattelin sanomalehti Keskisuomalaisen sähköisten sisältöjen tuottajaa Juho Hämäläistä lehden sovelluslanseerauksesta ja hänen näkemyksistään lehden tulevaisuudesta digimaailmassa.

Hämäläinen kertoo sovellusta suunnitellun pitkään ja sen julkaisun jopa lykkääntyneen, koska sovelluksessa ei ollut aluksi sellaisia ominaisuuksia, joita siltä haluttiin. Sovelluksesta haluttiin Hämäläisen sanoin vain lehden tilaajille suunnattua ”premium-tuotetta”, jonka sisällä pääsisi lukemaan näköislehteä mobiililaitteella ja joka näyttäisi verkkosivun sisällön helposti luettavissa olevassa muodossa. Tärkeää olivat myös mobiililaitteen näytölle ponnahtavat push-viestit, jotka kertovat milloin sovellukseen on tullut uutta luettavaa. (J. Hämäläinen, henkilökohtainen tiedonanto 31.1.2019.)

Hämäläinen kertoo, että sovellukseen ei edelleenkään olla kaikilta osin tyytyväisiä. Sovelluksesta ei olla Hämäläisen mukaan varmastikaan luopumassa, mutta käynnissä on mietintä siitä, miten se olisi teknisesti parhaita toteuttaa. (J. Hämäläinen, henkilökohtainen tiedonanto 31.1.2019.)

Sanomalehti Keskisuomalainen linjasi keväällä 2018, että lähes kaikki printin sisältö laitetaan myös lehden verkkosivuille. Lehti jatkaa eteenpäin siis niin sanotusti verkko edellä. Hämäläisen mukaan lehden journalistinen linja on siis muuttunut melko paljonkin, eikä lehti ole jäänyt ”suojelemaan printtiä”, vaikka ”iso raha” tulee edelleen printin puolelta. Nykyinen fokus on verkossa ja mobiilissa. (J. Hämäläinen, henkilökohtainen tiedonanto 31.1.2019.)

Hämäläinen kertoo lehden testanneen viime vuosien aikana useaa eri verkkostrategiaa, joka onkin hänen mielestään ainoa oikea tapa tehdä verkkojournalismia. Hän sanoo, että ei ole mitään järkeä tehdä viisivuotissuunnitelmaa ja vain ”jyrätä” sitä eteenpäin välittämättä siitä, toimiiko suunnitelma vai ei. Tällä hetkellä sanomalehti Keskisuomalainen tarjoaa kaikille tilaajille kaiken sisältönsä, ja tilaajat voivat itse päättää, mistä sen lukevat. (J. Hämäläinen, henkilökohtainen tiedonanto 31.1.2019.)

Digitilauksen määrä on Hämmäläisen mukaan sanomalehti Keski-suomalaisella koko ajan nousussa. Hämmäläinen näkee printin tulevaisuudessa ensimmäisenä ilmestymispäivien vähenemisen, kunnes printtilehti on enää ehkä vain kerran viikossa ilmestyvä mediati-lauksen ”kylkiäinen”. Ilmestymispäiviin tartutaan ja niitä karsitaan ensimmäisenä siitä syystä, että paperi ja jakelu maksavat. Digissä paino- ja jakelukulut ovat nolla. Hämmäläinen kertoo, että sanomalehti Keski-suomalaisessa on panostettu digiin juuri siitä syystä, että lehti haluaa olla olemassa vielä kahdenkymmenen vuodenkin päästä. Hämmäläinen huomauttaa myös, että journalismin ”kova ydin” ei muutu mihinkään digiinkään siirryttä-essä: tekstissä ja sisällössä on aina oltava imua. (J. Hämmäläinen, henkilökohtainen tie-donanto 31.1.2019.)

Maakuntalehtenä Keski-suomalaisen ehdoton valtti ovat paikalliset jutut ja uutiset. Hämmäläinen toteaa, että paikallisuus on loppupeleissä jopa se ainoa valtti, jolla Keski-suoma-lainen kilpailee, ja jota kukaan muu tässä maakunnassa ei tee samalla tavalla kuin se. (J. Hämmäläinen, henkilökohtainen tiedonanto 31.1.2019.)

3.3 Mallilukijoiden käyttö yleisesti sekä sanomalehti Keski-suomalaisessa

Malli- tai esimerkkilukijat ovat useiden sanomalehtien, myös sanomalehti Keski-suoma-laisen, käyttämä keino profiloida ja selkeyttää asiakaskuntaansa. Kärjistetyt esimerkit lehden lukijoista voivat auttaa toimittajia juttujen ideoinnissa ja uusien näkökulmien löy-tämisessä. Mallilukijaprofiileissa voidaan kertoa muun muassa ”lukijan” ikä, ammatti, asuinpaikka, siviilisääty, taloudellinen tilanne sekä lapsiluku.

Mallilukijoiden avulla toimittajat voivat pohtia, kenelle kirjoittavat juttua, ja voisiko siihen sisällyttää jotain, joka kiinnostaisi myös muita mallilukijoita. Kaikkia lukijoita ei pysty ta-paamaan eikä kaikkiin puheluihin vastaamaan, mutta mallilukijoiden avulla lukijat ovat koko ajan mielessä. Jos lehden juttuja ei kohdenneta kenellekään, jutut eivät pahim-massa tapauksessa myöskään kiinnosta ketään. (Blomqvist 2012.)

Kohdennetut jutut tavoittavat yleisöä myös mallilukijaprofiilien ympäriltä. Mallilukijoiden käyttäminen parantaa juttujen tasoa sekä journalismin laatua, opettaa käyttämään eri tyylejä ja valitsemaan erilaisia näkökulmia. (Blomqvist 2012.)

Yleisön mieltymyksistä ollaan oltu sanomalehdissä oikeutetusti lähes pakkomielteisen kiinnostuneita. Toisaalta sosiaalisen median ja kansalaisjournalismin suhteen ollaan va-rovaisia. Median ammattilaisten ja lukijoiden välistä rajaa ei haluta liikaa hämärtää, joten

lukijat näkyvät ja saavat äänensä kuuluviin lehdissä edelleen lähinnä kasvoina katugalupeissa. Heidän kanssaan ei esimerkiksi keskustella lehden tai median journalistisista valinnoista. (Vehkoo 2011, 29.)

Mallilukijoita on käytetty sanomalehti Keskisuomalaisella aktiivisesti vuoden 2017 loppupuolelta asti. Toimituksessa työskentelevistä toimittajista koottiin sisältöryhmä, jonka päämääränä oli miettiä tapoja, joilla lehdestä saataisiin lukijoille houkuttelevampi. Työryhmä koottiin vuoden 2017 alkupuolella, ja mallilukijat saatiin valmiiksi saman vuoden syksyllä. Haastattelin sanomalehti Keskisuomalaisen uutispäällikköä Keijo Lehto mallilukijoiden käytöstä lehden toimitustyössä.

Lehto kertoo, että Keskisuomalaisen levikkialueella tehdyn kotitalousselvityksen perusteella kotitaloudet jaoteltiin kymmeneen eri ryhmään. Sitten katsottiin, kuinka paljon tilaajia lehdellä on kussakin ryhmässä. Ryhmistä voitiin katsoa, missä niistä oli vähiten tilaajia, vaikka ryhmän koko on suuri. Lehdon mukaan tämän perusteella lehdessä valittiin lehteä kiinnostavimmat ryhmät ja niitä yhdistelemällä koottiin mallilukijaprofiilit. Tavoitteena on tehdä lehteä yleissanomalehtenä mahdollisimman monille alueille. (K. Lehto, henkilökohtainen tiedonanto 31.1.2019.)

Mallilukijoita sanomalehti Keskisuomalaisella on neljä, kaksi miestä ja kaksi naista. Lehto kertoo, että mallilukijoista on eritelty ikä, perhe, koulutus, tausta, harrastukset, erikoispiirteet ja asuinpaikka. Mallilukijoita käytetään konkreettisesti palavereissa ("Onko tänään lehdessä Petralle luettavaa?") Mallilukijoista on tehty myös videot, koska Lehdon mukaan toimituksessa koettiin tärkeäksi sanoittaa mallilukijoiden ajatuksia ja puhutella profiileilla lehden toimittajia. Data ja luvut eivät yksin riitä, vaan haluttiin saada mallilukijat myös sellaiseen muotoon, että jokainen pystyy ne omaksumaan ja kokemaan ne merkittäviksi ja kiinnostaviksi. (K. Lehto, henkilökohtainen tiedonanto 31.1.2019.)

Mallilukijaprofiileja käytetään käytännössä vaikkapa jutun kärjen miettimiseen. Johanna-mallilukija ei ehkä lukisi talousjuttua tuhannen omakotitalon rakentamisesta Laukaaseen, mutta kun juttuun mennään sisälle pariskunnan myötä, joka löysi uuden kotinsa perheelleen Laukaasta, muuttuu juttu kiinnostavaksi myös Johannalle. (K. Lehto, henkilökohtainen tiedonanto 31.1.2019.)

Vuoden 2018 lopulla sanomalehti Keskisuomalainen ryhtyi tekemään myös Facebook-markkinointia. Lehto kertoo kohteena olleen "kadotetut" lukijat, eli laajempi yleisö kuin vain nykyiset tilaajat. Mallilukijoita käytettiin apuna myös tässä markkinoinnissa, ja

markkinointikohdennukset valittiin näiden mallilukijaprofiilien mukaan. (K. Lehto, henkilökohtainen tiedonanto 31.1.2019.)

3.4 Sanomalehti Keskisuomalaisen lukijaraati

Sanomalehti Keskisuomalainen käyttää aktiivisesti apunaan lukijaraatia. Haastattelin aiheesta Tietoykkösen tutkimuspäällikköä Johanna Leveelahtea. Tietoykkönen on osa Keskisuomalainen-konsernia, ja se toteuttaa sanomalehti Keskisuomalaiselle lukijatutkimuksia sekä pyörittää lukijaraatia.

Leveelahti kertoo raatiin kuuluvan noin 770 ihmistä. Asuinpaikalla ei ole väliä, vaikka Keskisuomalaisen levikkialue onkin vain Keski-Suomen alueella. Noin 65 % raatilaisista asuu Jyväskylässä, noin 30 % muualla Keski-Suomessa ja 5 % Keski-Suomen ulkopuolella. Muualla kuin levikkialueella asuvilla on kuitenkin yleensä joku suhde Jyväskylään tai Keski-Suomeen; he ovat esimerkiksi ennen poismuuttoaan asuneet Jyväskylän seudulla tai ovat kotoisin alueelta. Kaikilla raatilaisilla on siis kykyä vastata ja antaa mielipiteensä paikallisiin kysymyksiin. (J. Leveelahti, henkilökohtainen tiedonanto 31.1.2019.)

Raatiin liitytään ilmaiseksi netissä kaikkien vapaasti täytettävissä olevalla lomakkeella. Karsintaa ei ole, eli jokainen raatiin ilmoittautunut pääsee mukaan vastaamaan kyselyihin. Kyselyitä voidaan käyttää esimerkiksi uutisjuttujen aineistona. Leveelahti kertoo, että juttuja ei kuitenkaan tehdä yleensä täysin lukijaraadilta saatujen kyselytulosten ympärille, vaan useimmiten tulokset ovat vain yksi osa juttua, ja voivat olla kannusteena esimerkiksi keskustelun herättämiseksi kommentteissa. Kyselyt ovat Leveelahden mukaan enemmänkin sisällön tuottamisen apuväline, kuin ”oikea” kyselytutkimus tai tilastollinen tutkimus. (J. Leveelahti, henkilökohtainen tiedonanto 31.1.2019.)

Leveelahti kuvailee lukijaraatia kuin ”katugallupin moderniksi versioksi”. Vastaajien massa on luonnollisesti isompi, mutta periaate on sama. Sanomalehti Keskisuomalaisen lukijaraati perustettiin huhtikuussa vuonna 2015. Raadille lähetetään sähköpostitse kyselyitä noin kerran kuussa. Raatilaiset ovat todella sitoutuneita raadin toimintaan – kyselyiden vastausprosentit ovat jatkuvasti pysytelleet yli 50:ssä prosentissa. (J. Leveelahti, henkilökohtainen tiedonanto 31.1.2019.)

Kyselyiden kysymykset eivät Leveelahden mukaan ole kovinkaan ”tieteellisiä”, enemmänkin vastaajan omaa mielipidettä kysyviä. Paikalliset ajankohtaiset asiat, esimerkiksi maakunnan poliittiset päätökset tai Jyväskylän keskustan rakentaminen ovat olleet usein

kyselyiden aiheena, mutta myös kevyemmistä aiheista kysytään. Esimerkiksi joulukuussa 2018 kysyttiin samassa kyselyssä mielipiteitä kansalaisaloitteesta ilotulitteiden käytön rajoittamiseksi ja joulun pyhien perhevalokuvauksesta. (J. Leveelahti, henkilökohtainen tiedonanto 31.1.2019.)

Keskisuomalainen-konsernin lehdistä Keskisuomalaisen lisäksi lukijaraateja hyödynnetään Turkulaisessa ja Tamperelaisessa. Raatilaiset eivät saa palkintoja tai muuta konkreettista hyötyä kyselyihin vastaamalla, vaan Leveelahden mukaan vaikuttamisen mahdollisuus on heille se suurin ilo. Leveelahti kertoo, että lukijaraadin tulosten uutisoinnilla on saatu usein aikaan myös yhteiskunnallisesti merkittävää keskustelua päättäjien kanssa. Lisäksi hänen mukaansa lukijaraadeissa on tätä nykyä mukana myös poliitikoita, jotka seuraavat raatien avulla pinnalla olevia aiheita ja vastaavat myös itse kyselyihin. (J. Leveelahti, henkilökohtainen tiedonanto 31.1.2019.)

3.5 Sanomalehti Keskisuomalaisen Tänään-osaston tuottajan mietteitä nykypäivän sanomalehtikentästä

Haastattelin Keskisuomalaisen Tänään-osaston tuottajaa Seppo Pänkäläistä hänen mielipiteistään paljon puhutusta mediakentän murroksesta. Hän on useiden muiden toimittajien ja tutkijoiden kanssa samoilla linjoilla verkkopuolen ratkaisevasta painottumisesta erityisesti lähivuosien aikana. Ongelmana verkon painottumisessa hän näkee kuitenkin printin sovittamisen yhteen verkon kanssa siten, että toisaalta palvellaan lehden lukijoita ja toisaalta voitetaan uusia ihmisiä verkosta. Taloudellinen kannattavuus on hänen mukaansa tässä ydinkysymyksenä – tällä hetkellä printti tekee Keskisuomalaisen tuloksen, mutta vain tällä hetkellä. (S. Pänkäläinen, henkilökohtainen tiedonanto 31.1.2019.)

Verkkjournalismi on luonnollisesti jonkin verran erilaista kuin perinteisen printin tekeminen. Pänkäläinen kokee, että toimittajilla ei ole vielä kovin paljon kokemusta verkkotoiminnasta, mutta sitä tuki harjoitellaan koko ajan enemmän. Hän toteaa, että kun lopulta mennään pääsääntöisesti mobiiliin, se vaatii jo aivan uudenlaista journalismia. (S. Pänkäläinen, henkilökohtainen tiedonanto 31.1.2019.)

Pänkäläinen kertoo trendin olevan selkeästi jopa tuhansien printtilehden tilaajien väheneminen vuodessa, eikä sitä hänen mukaansa pysty pysäyttämään. Toisaalta hän näkee lehtitalojen itsekkin rakentavan tulevaisuuttaan siihen suuntaan, että tilaajat ja lukijat menisivät maksulliseen printinjälkeiseen digielämään. Verkko on hänen mielestään ”avoin

vaali”, ja isoin haaste toimittajille ja toimituksille on tehdä isointa printtimediaa ja samalla luetuinta verkko- ja mobiilimediaa. Pänkäläinen muistuttaa myös, että ilmoitusmääriin toimitus ei juuri voi vaikuttaa. (S. Pänkäläinen, henkilökohtainen tiedonanto 31.1.2019.)

Sanomalehti Keskisuomalainen on vuoden 2018 alusta lähtien laittanut lähes kaiken printtilehden sisällön myös verkkosivuilleen. Pänkäläisen mukaan vain aika ratkaisee sen, onko tämä ollut oikea päätös. Hänen mukaansa on nyt jo selkeästi nähtävissä hämmennystä siitä, että sekä printin että digin tilaajilla on luettavissaan samat jutut. Hän toteaaakin ihmisten tuskin lukevan samoja juttuja kahteen kertaan. Toisaalta pelkän printin tilaajia voisi hänen näkemyksensä mukaan raivostuttaa, jos verkossa olisi hyviä juttuja, joita he eivät pääsisi lukemaan. Pänkäläinen on sitä mieltä, että loppujen lopuksi jutun kiinnostavuus ratkaisee sen, tulevatko tilaajat – ja ennen kaikkea *uudet* tilaajat – myös verkon ja mobiilin asiakkaiksi. (S. Pänkäläinen, henkilökohtainen tiedonanto 31.1.2019.)

3.6 Sanomalehti Keskisuomalaisen Tänään-osasto

Sanomalehti Keskisuomalainen koostuu Uutiset-osasta ja Tänään-osasta (Keski-Suomen Media Oy n.d.). Tänään-osa on lehden taitoskohdassa ”irralisena”, eli sen voi lukea myös fyysisesti täysin erillisenä kokonaisuutena muusta lehdestä. Tämä opinnäytetyö käsittelee sanomalehti Keskisuomalaisen Tänään-osastoa, joka on osa lehden Tänään-osaa.

Tänään-osan muita osia ovat seuraavat: Kansi, Sunnuntaisuomalainen, Teemasivut, Kulttuuri, Mieli-pide, Sää, Sarjakuvat, Televisio ja takasivu (Keski-Suomen Media Oy n.d.). Tänään-osasto koostuu tiistaisin vain yhdestä avaussivusta ja tv-liitteestä. Sunnuntaisin Tänään-osastolla julkaistaan lähinnä muistokirjoituksia ja muita seurakunnallisia juttuja, koska lehdessä ilmestyy Sunnuntaisuomalainen-liite.

Tänään-osaston historia alkoi sanomalehti Keskisuomalaisessa nimellä Elämänpiiri. Nimi vaihtui Sykkeeksi, ja 1990-luvulla Sykkeestä Pulssiksi. Syksyllä 2007 muotoutui nykyinen Tänään-nimi. Tänään-osastolle siirtyi eräitä vakiopalstoja Kaupunkilainen-lehden lopettamisen myötä joulukuussa 2014. (S. Pänkäläinen ja J. Hämäläinen, henkilökohtainen tiedonanto 31.1.2019.)

Tänään



Pölkän lauppukeuden perinteinen oli lähetetty kynnenasettisi. Ompa sillä myös rappurilla.

Arjen ilmiöt

Tässä voit istua rahojen päällä

Työporukkamme saldo ensimmäiseltä vuosineljänneksetä on 11,07 euroa.

Yritystä Mikko Leino

Pölkän lauppukeuden... ja on pölkkiä, jossa kukaan... taksat... on pölkkiä, jossa kukaan... taksat... on pölkkiä, jossa kukaan... taksat...



Ilmeä bynjois setäsi koonas olet hoidattavaksi vain hiltäsi.

Sääntöjen... on pölkkiä, jossa kukaan... taksat... on pölkkiä, jossa kukaan... taksat...

Siis... on pölkkiä, jossa kukaan... taksat... on pölkkiä, jossa kukaan... taksat...

Kirkonrakentaja on valittava huolella



Pakina Tuula Puranen

Kirkonrakentaja... on valittava huolella... on valittava huolella... on valittava huolella...

99 Määrän on eännyt lietoa miton kellonsottajan käsi

99 Määrän on eännyt lietoa miton kellonsottajan käsi... on valittava huolella... on valittava huolella...

Siis... on pölkkiä, jossa kukaan... taksat... on pölkkiä, jossa kukaan... taksat...

Tänään

Syntymäpäivä

Hiukkasten kiihdyttäjä

Matti Leinosta tuli ydinfyysikko ehkä vähän ajattemattomankin kouluvierailijan ansiosta.

Yritystä

Hiukkasten kiihdyttäjä... on valittava huolella... on valittava huolella...



Matti Leino kokee fyysikkona, joka teki 1993 95-vuotiskokouksen työntekijä. Matti Leino voitti kouluvierailijan ansioita.

70-vuotias

Matti Leino

70-vuotias... on valittava huolella... on valittava huolella...

Hiukkasten kiihdyttäjä... on valittava huolella... on valittava huolella...

Hiukkasten kiihdyttäjä... on valittava huolella... on valittava huolella...

Hiukkasten kiihdyttäjä... on valittava huolella... on valittava huolella...

Hiukkasten kiihdyttäjä... on valittava huolella... on valittava huolella...

Kuva 3. Tänään-osaston aukeama lauantaina 20.4.2019.

Tänään-osastolla julkaistavat jutut ovat muun muassa ajankohtaisia henkilöhaastatteluja, ilmiöjuttuja, viihdeuutisia sekä tapahtumiedotteita. Olenainen osa Tänään-osastoa ovat myös sen vakiopalstat. Palstalla tarkoitetaan tässä kerran viikossa tai muuten säännöllisesti Tänään-osastolla ilmestyvää osiota, jolla on oma nimensä ja selkeä teemansa. Palstat keskittyvät aina tiettyyn aihealueeseen.

Tänään

Henna Peltosen treenivinkit, osa 2: aloita rauhallisesti

Henna Peltosen

Ennen treenejä on hyvä lämmetä ja venyttää lihaksia, jotta on valmiina aloittamaan treeni. Tämä on tärkeää, jotta vältetään loukkaantumisia ja vammoja. Aloita treeni rauhallisesti ja lisää voimaa ja nopeutta vähitellen.

Ennen treeniä: Lämmitä ja venytä lihaksia. Käytä lämpimää vaipetta ja kengät, joissa on hyvä tukea. Aloita treeni rauhallisesti ja lisää voimaa vähitellen.

Treeniä varten: Käytä lämpimää vaipetta ja kengät, joissa on hyvä tukea. Aloita treeni rauhallisesti ja lisää voimaa vähitellen.

Treeniä varten: Käytä lämpimää vaipetta ja kengät, joissa on hyvä tukea. Aloita treeni rauhallisesti ja lisää voimaa vähitellen.



Kuva 1. Henna Peltosen treenivinkit, osa 2: aloita rauhallisesti.

Persoona

Tuttu mies televisiosta

Jari Puhakka on löytänyt uuden kodin kaupunginteatterista.

Jyväskylän

Jari Puhakka

Tuttu mies televisiosta on löytänyt uuden kodin kaupunginteatterista. Puhakka on ollut mukana televisiossa ja teatterissa.

Puhakka on ollut mukana televisiossa ja teatterissa. Hän on löytänyt uuden kodin kaupunginteatterista.

Puhakka on ollut mukana televisiossa ja teatterissa. Hän on löytänyt uuden kodin kaupunginteatterista.

Jyväskylän

Jari Puhakka

Tuttu mies televisiosta on löytänyt uuden kodin kaupunginteatterista. Puhakka on ollut mukana televisiossa ja teatterissa.

Puhakka on ollut mukana televisiossa ja teatterissa. Hän on löytänyt uuden kodin kaupunginteatterista.

Puhakka on ollut mukana televisiossa ja teatterissa. Hän on löytänyt uuden kodin kaupunginteatterista.

Todella kiva työ ja ihana

työ ja ihana työpaikka. Puhakka on ollut mukana televisiossa ja teatterissa.

Puhakka on ollut mukana televisiossa ja teatterissa. Hän on löytänyt uuden kodin kaupunginteatterista.

Puhakka on ollut mukana televisiossa ja teatterissa. Hän on löytänyt uuden kodin kaupunginteatterista.

Muutkin on ollut mukana

televisiossa ja teatterissa. Puhakka on ollut mukana televisiossa ja teatterissa.

Puhakka on ollut mukana televisiossa ja teatterissa. Hän on löytänyt uuden kodin kaupunginteatterista.

Puhakka on ollut mukana televisiossa ja teatterissa. Hän on löytänyt uuden kodin kaupunginteatterista.

Maailma on ollut mukana

televisiossa ja teatterissa. Puhakka on ollut mukana televisiossa ja teatterissa.

Puhakka on ollut mukana televisiossa ja teatterissa. Hän on löytänyt uuden kodin kaupunginteatterista.

Puhakka on ollut mukana televisiossa ja teatterissa. Hän on löytänyt uuden kodin kaupunginteatterista.



Kuva 4. Jari Puhakka on löytänyt uuden kodin kaupunginteatterista.

Kuva 4. Tänään-osaston aukeama lauantaina 20.4.2019.

Tänään-osaston tässä opinnäytetyössä käsitellyt vakiopalstat ovat Luonto kuvaan (maanantaisin), Vauvat (torstaisin, joka toinen viikko), Pelit (torstaisin, joka toinen viikko) ja Elävä musiikki (perjantaisin). Lisäksi käsitteilyn otettiin mukaan muutama epäsäännöllisemmin ilmestyvä palsta: Veikko vastaa (ilmestyy kerran viikossa, ei vakiopäivää, usein maanantaina), Lemmikit (ilmestyy silloin tällöin) sekä Tänään-osaston toimittajan Tuula Purasen pakina (ilmestyy joka toinen lauantai).

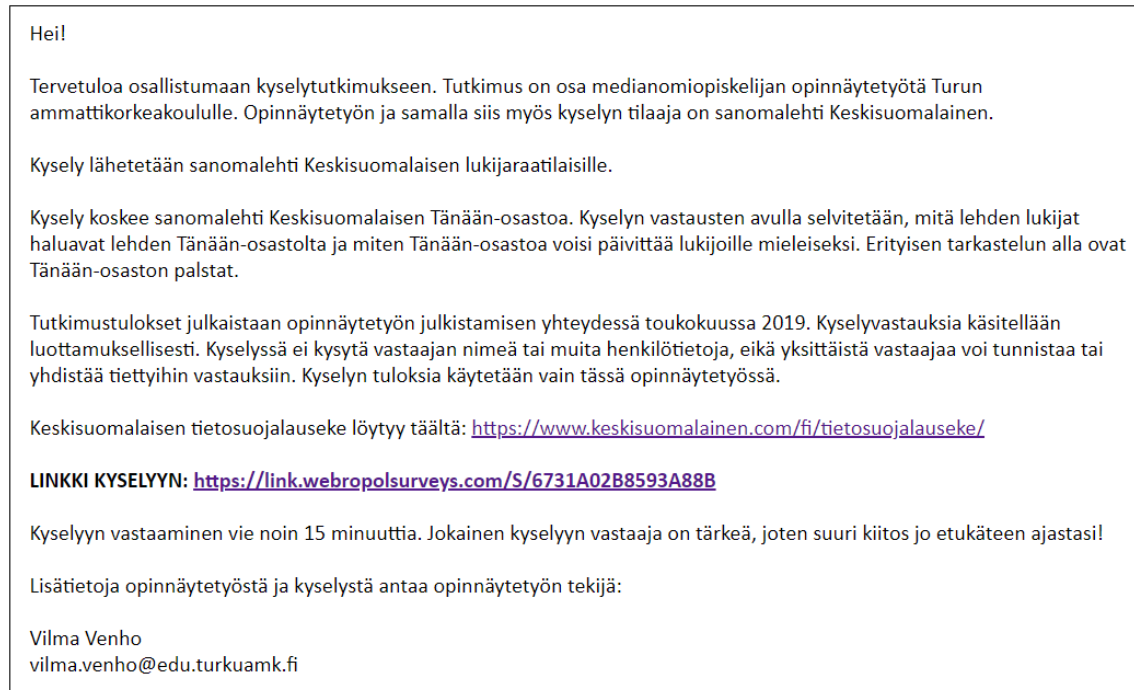
4 LUKIJATUTKIMUS

Lukijatutkimuksen tavoitteena oli selvittää, millaisia juttuja Tänään-osaston lukijat lukevat, iästä, sukupuolesta tai muista vastaavista seikoista riippumatta. Fokuksen kohteena oli siis Tänään-osaston sisältö, eikä niinkään sen lukijoiden sielunelämä. Tarkoituksena opinnäytetyössä oli ottaa Tänään-osaston kokonaisuuden lisäksi tarkkaan käsittelyyn myös osaston eri vakiopalstat. Jos palstat saisivat lukijoilta positiivista palautetta ja tunnustusta, olisi niitä hyödyllistä jatkaa. Jos tutkimuksessa ilmenisi, että jokin osa Tänään-osastosta ei kiinnosta lukijoita, sen ilmestymistiheyttä voitaisiin vähentää tai se voitaisiin jopa poistaa lehdestä kokonaan.

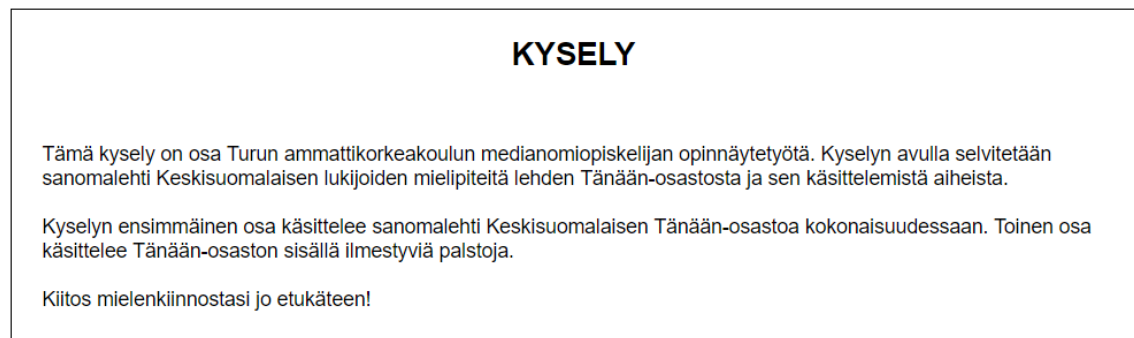
Tein kyselylomakkeesta ensin raakaversion, jonka lähetin toimeksiantajalle ja opinnäytetyöni ohjaajalle. Heiltä saadun palautteen jälkeen tein lomakkeeseen muutaman pienen muokkauksen, jonka jälkeen lähetin sen vastaajille. Lukijatutkimus toteutettiin kyselytutkimuksena internetin välityksellä. Webropol-ohjelmalla tehty kyselylomake lähetettiin saatetekstin kanssa sanomalehti Keski-suomalaisen tilaajarekisteristä sellaisille tilaajille, joilta oli saatu markkinointilupa.

Kyselylomake lähetettiin sähköpostitse ensin noin 800:lle tilaajalle, ja lopuksi vielä lukijaraadin noin 770:lle raatilaiselle. Aluksi lukijaraadin käyttöä yritettiin välttää, mutta vastausten määrä uhkasi jäädä toivottua matalammaksi pelkkiä satunnaisesti valittuja tilaajia käyttämällä. Lukijatutkimuksen kyselylomake oli avoinna tasan kaksi viikkoa maaliskuun lopulla 2019. Vastauksia kyselyyn saatiin 210.

Kyselytutkimuksen tekoa aloittaessa tulee pitää mielessä ja ottaa huomioon vastaajien aika, halu ja taidot vastata kyselyyn. Jos kysely on liian pitkä, kysymykset liian vaikeasti muotoiltuja ja kyselylomakkeen ulkonäkö sekava, vastaajien into laimenee nopeasti. (Tietoarkisto 2010.) En valinnut käyttää omassa kyselylomakkeessani kuvia tai erilaisia fontteja, tai kirjoittaa kysymysten välille pitkiä tekstikatkelmia. Halusin pitää kyselyn mahdollisimman nopeana ja helppona vastattavana, koska en itsekään jaksaisi vastata moneen kymmeneen minuutin kyselyyn vain hyvää hyvyttäni. Kyselyyni kuluvaksi ajaksi arvioin saatetekstissä (ks. kuva 5) noin 15 minuuttia, joka sekin oli laskettu siten, että vastaaja vastaisi jotain jokaiseen vapaaehtoiseen avoimeen kysymykseen.



Kuva 5. Kyselytutkimuskutsun yhteydessä vastaajille lähetetty saateteksti.



Kuva 6. Kyselyn avaussivun teksti.

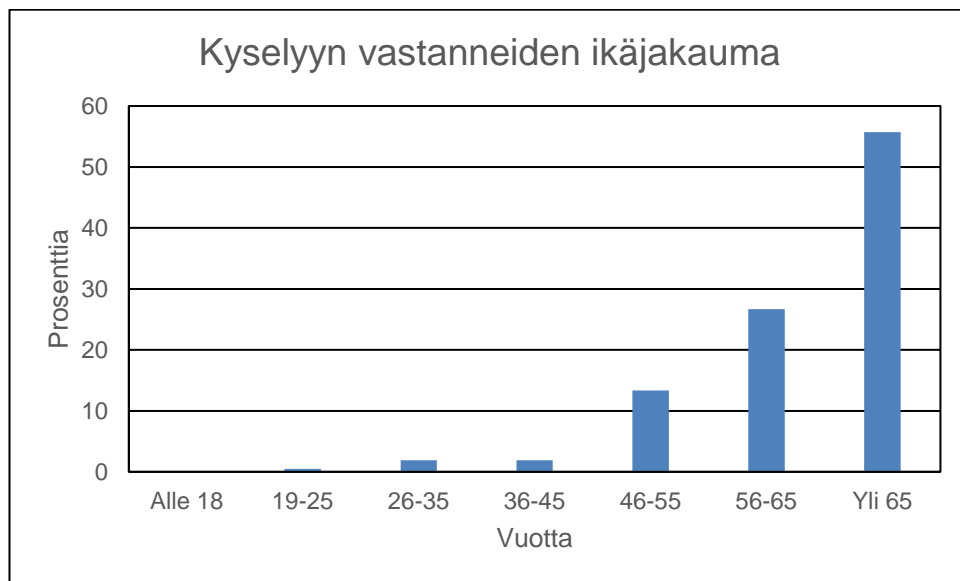
Kysely koostui kahdesta eri osasta (Tänään-osasto kokonaisuutena ja Tänään-osaston palstat), ja jaottelin kysymykset sivunvaihdolla selkeiksi kokonaisuuksiksi. Ensimmäinen sivu koostui pelkästä tervehdyksestä, ja kiitoksesta kyselyyn osallistumisesta (ks. kuva 6). Kysymyksiä oli yhteensä 19, joista viimeiset viisi olivat vastaajia taustoittavia kysymyksiä, kuten sukupuoli, koulutus ja elämäntilanne. Pyrin muotoilemaan kysymykset siten, että niitä ei voisi ymmärtää kuin yhdellä tavalla. Tietoarkiston mukaan standardoiduissa kyselyissä vastaajien tulee ymmärtää kysymykset mahdollisimman samalla tavalla, jotta tulokset ovat luotettavia (Tietoarkisto 2010).

Lisäsin kyselyyn kahdenlaisia vastausohjeita. Avoimien kysymysten kohdalla kirjoitin ”sana on vapaa”, jolla pyrin rohkaisemaan vastaajia kertomaan mielipiteitään, olivat ne sitten positiivisia tai negatiivisia. Monivalintakysymyksen kohdalla kirjoitin ”voit valita niin monta (vaihtoehtoa) kuin haluat”.

5 LUKIJATUTKIMUKSEN TULOKSET

5.1 Vastaajien taustaa

Kyselyyn vastanneita oli yhteensä 210. Miehiä heistä oli 52 % ja naisia 48 %. Vastausvaihtoehtona oli edellä mainittujen kahden lisäksi myös ”joku muu”, mutta sitä ei valinnut kukaan vastaajista.



Kuvio 1. Kyselytutkimukseen osallistuneiden vastaajien ikäjakauma (n = 210).

Selkeästi suurin ikäryhmä vastaajien keskuudessa olivat 65-vuotiaat ja sitä vanhemmat (ks. kuvio 1). Heitä oli reilusti yli puolet, 56 % (117 vastaajaa). Alle 26-vuotiaita vastaajia oli yhteensä alle puoli prosenttia, tarkemmin 0,48 %, eli yksi vastaaja.

Kyselyn tuloksia tarkasteltaessa ja analysoitaessa on siis pidettävä mielessä, että huomattavan suuri osa vastaajista on vanhempaa polvea. Esimerkiksi vastaajien myöhemmin tutkimuksessa ilmi tuleva mielenkiinnon puute Pelit-palstaa kohtaan selittyyne tällä ikäjakaumalla.

Suurin osa tilaajista (83 %) ilmoitti tilanneensa sanomalehti Keski-suomalaista 10 vuotta tai kauemmin.

Vastaajien korkean iän myötä myös heidän työtään tai elämänvaihettaan kysyvän kysymyksen kohdalla ei liene yllättävää, että suurin osa vastaajista valitsi kohdan

”eläkeläinen” (60 %). Seuraavaksi suurimmat ryhmät olivat ”toimihenkilöt” (13 %) ja ”työntekijät” (10 %).

Ylemmän tai alemman korkeakoulututkinnon joko yliopistosta tai ammattikorkeakoulusta suorittaneet muodostivat noin puolet vastaajista, tarkemmin sanottuna 45 %.

5.2 Vastaajien mielipiteitä Tänään-osastosta kokonaisuutena

Aivan aluksi halusin saada vastaajilta spontaaneja mielipiteitä ja ensimmäisenä mieleen tulevia ajatuksia Tänään-osastosta. Tässä kohdassa ei vielä haittaisi, vaikka vastaajien mielipiteet ja ajatukset olisivatkin ”väärin”, tai he sekoittaisivat Tänään-osaston johonkin toiseen sanomalehti Keskisuomalaisen osastoon. Tarkoituksena oli saada esille vastaajien ensimmäiset mielikuvat konseptista ”Tänään-osasto”. Vastauksia ensimmäiseen kysymykseen saatiin 199/210. Kysymys oli avoin.

Ensimmäisenä mieleen tulee ihana vauvupalsta sekä elokuva-arviot ja ruokapalsat (reseptit). Myös sunnuntaisin kiinnostaa aina palsta, jolla listataan syntyneet, kastetut, kuulutetut ja kuolleet.

Yleensä joku kevyt juttu, ei varsinainen uutissivu. Nimipäivät ja ruokavihje.

En ole edes huomannut koko osioita. Siis; ei mitenkään säväyttävä.

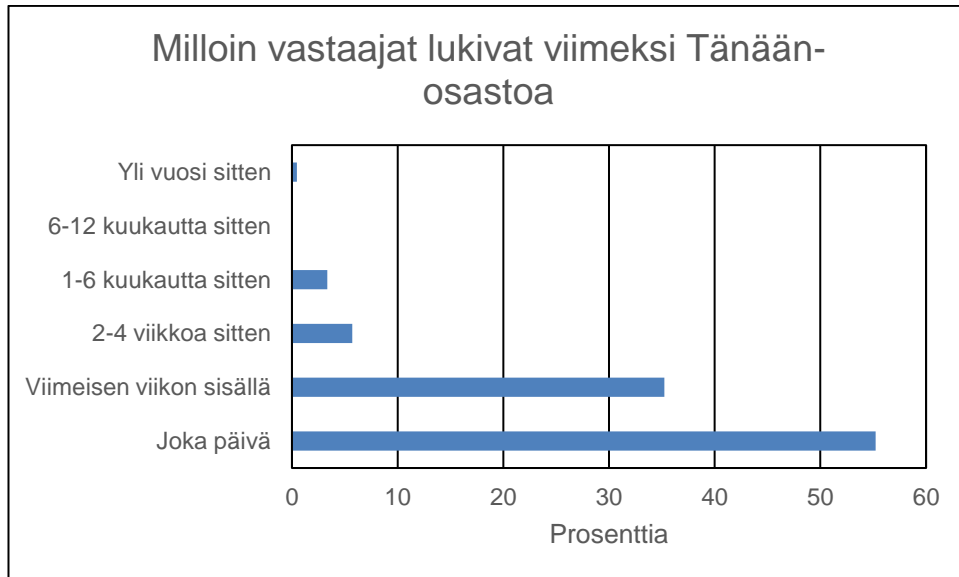
Ei oikeastaan mitään, koska en kiinnitä huomiota otsikoihin (siis esim. Tänään). Mielikuva on, että kyseessä on info-sivusto alueen tapahtumista tälle päivälle.

Juttutyyppejä, jotain ajankohtaista tiettyyn kohderyhmään suunnattua positiivista / neutraalia.

Useimmin vastauksissa toistuvat ajatukset Tänään-osaston ajankohtaisuudesta, paikallisuudesta (”jyväskyläkeskeisyys”) ja ihmisläheisyydestä.

Palstoja ja osaston muita osioita, joita mainittiin jo tämän ensimmäisen kysymyksen kohdalla, olivat muun muassa Vauvat, Luonto kuvaan, ristikko, Pelit, nekrologit (kuolleet), ruokavinkit, nimipäivät, menovinkit, syntymäpäivähaastattelut ja muut henkilöhaastattelut, sää, TV, radio ja Lemmikit.

Useilla oli vaikeuksia muistella, mitä osastoa Tänään-osastolla tarkoitettiin. Näiden vastaajien ei siis luultavasti ole tapana kiinnittää huomiota osastojen vaihtumiseen lehteä lukiessaan, vaan he pitävät lehteä yhtenä kokonaisuutena. Muutamat vastaajista sanoivat aivan suoraan, että Tänään on se osasto lehdestä, jota he eivät edes selaile läpi.



Kuvio 2. Milloin vastaajat lukivat viimeksi Tänään-osastoa.

Seuraavaksi vastaajille kerrottiin, mitä sanomalehti Keskisuomalaisen Tänään-osastolla tarkoitetaan. Vastaajista 55 % sanoi lukevansa Tänään-osastoa joka päivä (ks. kuvio 2). Viimeisen viikon sisällä osastoa vastasi lukeneensa 35 %.

Lukemat heijastelevat sitä, että kyselyyn todennäköisesti vastasivat suurilta osin ne ihmiset, jolle Tänään-osasto oli edes joiltain osin tuttu osa sanomalehti Keskisuomalaista, ts. ne ihmiset, joilla oli mielestään jotain sanottavaa osastosta.

5.2.1 Tänään-osastolla usein käsiteltävät aiheet

Vastaajilta kysyttiin, mistä aiheista he muistivat lukeneensa Tänään-osastolta juttuja viimeisen vuoden aikana. Valitsin ajaksi kokonaisen vuoden, koska suuren palstatilan saavat, mielenkiintoiset jutut voivat säilyä mielessä pitkänkin aikaa.

Vastaajille useimmiten mieleen muistuivat luontojutut (erityisesti Luonto kuvaan -palsta), henkilöhaastattelut, harrastusjutut, tapahtumajutut, Vauvat -palsta, menovinkit, ja Mun Jyväskylä -juttusarja.

Viimeksi Wallu Valpiosta henkilökuva.

viimeksi luin tikkakoskelaisten haastatteluja

Biohajoava shottimuki. Ei nyt muistu mieleen mitään muuta erityistä.

ei ole jäänyt mieleen. usein siellä on turhien julkkisten "haastatteluja".

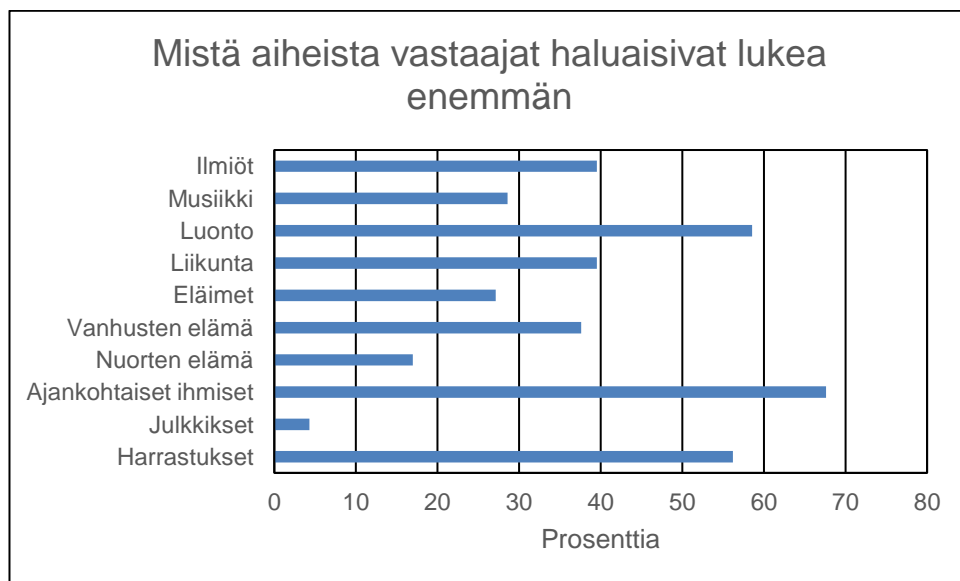
Kas kun en lue osaston nimeä, luen vain juttuja.

Kysymykseen olisi voinut tarkentaa siinä haettavan tällä kertaa tiettyjä juttuja, eikä vain aihepiirejä. Suurin osa vastauksista jäi nyt melko samanlaisiksi kuin kyselyn ensimmäisessä kysymyksessä. Tähänkin kysymykseen tuli useita vastauksia, joissa vastaajat sanoivat, etteivät kiinnitä ollenkaan huomiota lehden eri osioiden vaihtumiseen.

5.2.2 Aiheet, joista haluttaisiin lukea enemmän tai vähemmän

Valitsin vastausvaihtoehdot kumpaankin kysymykseen sen perusteella, mitä aiheita olen itse nähnyt Tänään-osastolla käsiteltävän. Enemmänkin olisi varmasti voinut keksiä, mutta halusin tällä kysymyksellä mitata jo olemassa olevien aihepiirien suosiota hieman tarkemmin ja määrällisemmin kuin aiemmissä kysymyksissä.

Vastausvaihtoehtoja oli kummassakin kohdassa yhteensä kymmenen. Vaihtoehtoista sai valita niin monta kuin halusi.



Kuvio 3. Mistä aiheista vastaajat haluaisivat lukea enemmän juttuja Tänään-osastolta.

210 vastaajaa antoivat yhteensä 789 "ääntä", kun kysyttiin mistä aiheista he haluaisivat lukea enemmän juttuja. Ajankohtaiset ihmiset, eli henkilöhaastattelut saivat suurimman suosion (ks. kuvio 3). Ne ovat näkyvä osa Tänään-osastoa, ja vetävät verkossakin julkaistuina suuria lukijamääriä. 68 % eli 142/210 vastaajaa valitsi tämän kohdan. Julkkikset

vetivät toisaalta lyhyimmän korren, vain yhdeksän vastaajaa eli 4 % haluaisi lukea enemmän juttuja julkkiksista. Tästä voidaan päätellä, että vastaajat haluaisivat enemmän juttuja henkilöistä, jotka eivät ole julkkiksia, vaan jollain muulla tavalla kiinnostavia ihmisiä.

Luonto oli seuraavaksi eniten valittu aihealue, epäilemättä valokuvaaja Jussi Murtosaaren suuren suosion saavuttaneen Luonto kuvaan -palstan ansiosta. Voitaneen myös arvella, että taas kerran vastaajien korkea ikä vaikuttaa tämän aiheen suosioon. Myös vanhusten elämän (38 %) huomattava kiinnostavuus verrattuna nuorten elämään (17 %) selittyyne tällä.

Harrastukset -kohdan valitsi 118 vastaajaa eli 56 %. Tänään-osaston harrastusjutut käsittelevät useimmiten hieman "oudompia" harrastuksia, esimerkiksi lasertagia, flyboardingia ja tajiia. Ihmiset eivät siis näe näitä juttuja ehkä vain kaikille tutun harrastuksen tai lajin "mainostamisena", vaan oikeasti kiinnostavina lajia esittelevinä juttuina.

Kysymyksen tekstikenttään saatiin 118/210 vastausta. En oikeastaan tiennyt lainkaan, mitä kysymykseen tulevilta vastauksilta voisi olettaa, tai jaksaisivatko vastaajat edes miettiä näin laajaa aihetta.

Useissa vastauksissa mainittiin kiinnostus tavallisten ihmisten elämiä ja tarinoita kohtaan.

Haluaisin, että Tänään-osasto olisi yhteiskunnallisempi. Haluaisin lukea laajempia artikkeleita, jotka ikään kuin taustoittaisivat ajankohtaista yhteiskunnallista keskustelua.

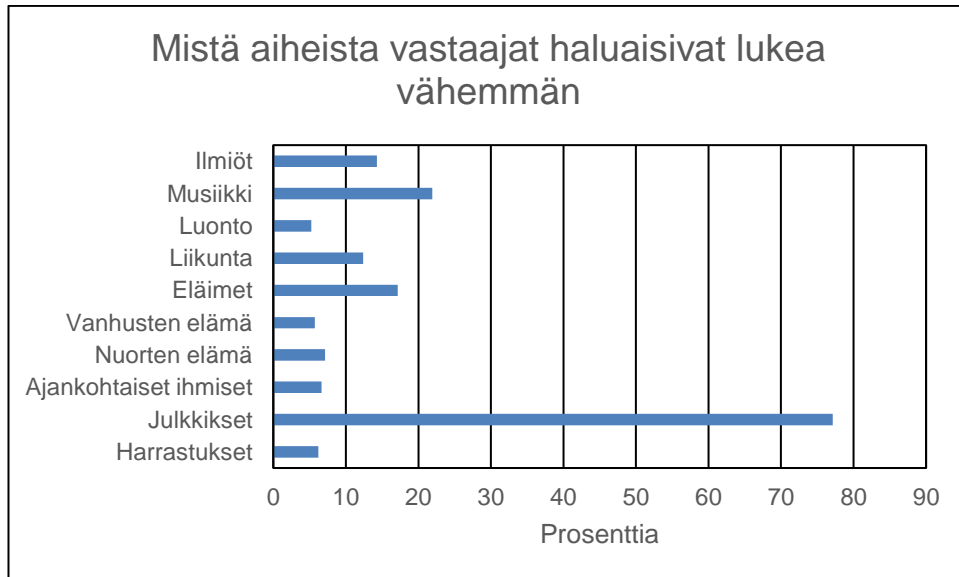
Tavallisia ihmisiä käsitteleviä juttuja. Poliitikkojen ja sellaisiksi tuppautuvien piilomainosjutut ovat lehden ärsyttävintä sisältöä. Pahimmillaan meinaan perua lehden tilauksen.

Keski-Suomen eri kylistä esittelyjä ja juttuja. Mitä niissä touhutaan?!

Paikallishistoriallisia juttuja ja haastatteluja. Esimerkiksi Jyväskylän taloista, tapah- tumista, asukkaista.

Arjen sankareista, aktiiveista ympäri maakuntaa.

Paikallisia juttuja toivottiin lisää, mikä on sinänsä mielenkiintoista, koska maakunnan suurimpana sanomalehtenä Keskisuomalaisen jutut ovat lähes järjestään kaikki Keski-Suomeen liittyviä. Ehkä ihmiset siis haluaisivat, että keskisuomalaisuus *näkyisi* enemmän Tänään-osaston jutuissa? Paikallisuuden katsottiin myös keskittyvän liikaa Jyväskylän alueelle, ja haluttiin enemmän juttuja myös muilta levikkialueen paikkakunnilta.



Kuvio 4. Mistä aiheista vastaajat haluaisivat lukea vähemmän juttuja Tänään-osastolta.

210 vastaajaa antoivat yhteensä 365 ”ääntä”, kun kysyttiin mistä aiheista he haluaisivat lukea vähemmän juttuja Tänään-osastolta. Ylivoimaisesti eniten kiinnostuksen puutetta keräsivät julkkiksista kertovat jutut. Sen vaihtoehdon valitsi 162/210 vastaajaa, eli 77 % (ks. kuvio 4).

Tulos on mielenkiintoinen, koska henkilökohtaisesti en miellä julkkisjuttuja kovin suureksi ja näkyväksi osaksi Tänään-osastoa. Lisäksi sanomalehti Keski-suomalaisen verkkosivuilla nähdään kerta toisensa jälkeen, että suuremmista tai pienemmistä levikkialueen julkimoista kertovat jutut vetävät puoleensa suuria lukijamääriä. Voisiko olla, että verkossa julkkisjutut koetaan ”hyväksyttävämpinä”, kuin printatussa sanomalehdessä? Printtilehti on verkkoa konkreettisempi, käsinkosketeltava tuote, josta tilaajat ovat maksaneet, joten sinne ei kenties haluta sivuntukkeeksi ”turhia” julkkisjuttuja. Suureen prosenttilukuun voi myös vaikuttaa se, että vastaajat haluavat tiedostamattaan ja kyselyn täydestä anonyymiydestä huolimatta vaikuttaa sivistyneiltä tai älykkäiltä, ja pönkittävät tätä mielikuvaa sanomalla, että eivät lue mielestään ”vähäpätöisiä” julkkisjuttuja.

Kysymyksen tekstikenttään tuli 113/210 vastausta. Tänään-osaston tuottaja Seppo Pänkäläinen kommentoi etukäteen tätä kysymystä sanomalla lakonisesti, että olisi ”mielenkiintoista” nähdä, mitä vastaukset toisivat tullessaan.

Karkealta arviolta kaksi kolmasosaa avoimeen kysymykseen vastanneista painotti julkisjuttujen epäkiinnostavuutta, vaikka olivat vastanneet siten jo aiemmassa kysymyksessä. Aihe siis todella herättää vahvoja mielipiteitä.

Oikeastaan mistään aihepiiristä ei paljoa tarvitse mielestäni vähentää. On hyvä, että kaikille on kaikkea. Itseä ei niin paljoa kiinnostavat aiheet jätän vain lukematta.

Lemmikkieläimistä ja niiden pitäjistä pitäisi ehdottomasti kirjoittaa vähemmän. Ehkä se auttaisi suhteuttamaan asioiden tärkeysjärjestystä, nyt tuntuu että lemmikkejä tärkeämpää asiaa ei ole olemassa.

”Matkailu, autot, ruoka, pukeutuminen yms. -tyyppiset jutut eivät mielestäni kuulu sanomalehteen.

Musiikki kulttuuriosaan, liikunta urheiluosaan ja julkkiksista nyt on joka lehdessä juttuja, ainakin jotka ovat juuri nyt kovasti pinnalla.

Vähemmän luonto- ja eläinkuvia. Vähemmän julkkisten haastatteluja ja kiinnostaako vauvat -aukea muita kuin vauvojen vanhempia, sukulaisia ja ystäviä.

Julkkiksia vastaan sanottujen painavien sanojen lisäksi myös liikunta- ja urheilujuttujen toivottiin pysyvän omalla osastollaan sekä lemmikki- ja vauvakuvien vähenevän tai jopa poistuvan lehdestä kokonaan. Myös poliitikkojen haastattelut koettiin vastausten perusteella ”mainostamisena” tai poliitikon oman aseman ”pönkittämisenä”. Tänään-osastolla yleistä on poliitikkojen käsitteleminen ”ihmisinä”, eli palstatilaa ei juuri anneta poliittiselle puheelle, vaan enemmänkin esimerkiksi kyseessä olevan poliitikon perhe-elämälle tai harrastamiselle. Lukijoiden on kuitenkin ilmeisesti vaikeaa nähdä poliitikoita yksityishenkilöinä, vaikka heidät sellaisena Tänään-osastolla useimmiten yritetäänkin esittää.

5.3 Vastaajien mielipiteitä Tänään-osaston palstoista

Kyselyn toinen osa käsitteli Tänään-osaston palstoja. Ensin halusin saada vastaajien spontaaneja mielipiteitä ja mielikuvia osaston palstoista, eikä tämänkään avoimen kysymyksen kohdalla haitannut, vaikka vastaukset olisivatkin ”väärinä”. Kyselyn ensimmäisessä versiossa en avannut vastaajille termiä ”palsta” ollenkaan, mutta toimeksiantajan palautteen perusteella päätin kirjoittaa lyhyen selityksen siitä, mitä palstalla Tänään-osastolla tarkoitetaan. Esimerkiksi siitä, mitä tarkoittaa palsta, annettiin Lemmit. Kerroin myös, että esimerkiksi Ruoka, Matkustus ja Muoti eivät ole Tänään-osastolla palstoja, vaan teemoja.

Kuten arvata saattaa, lemmikkipalsta esiintyi suuressa osassa vastauksia luultavasti juuri siitä syystä, että sitä oltiin käytetty esimerkkinä. Myös Vauvat muistui monelle mieleen, mikä sekään ei itseäni yllättänyt, koska vauvapalstan kokoa oli juuri kevään 2019 aikana suurennettu.

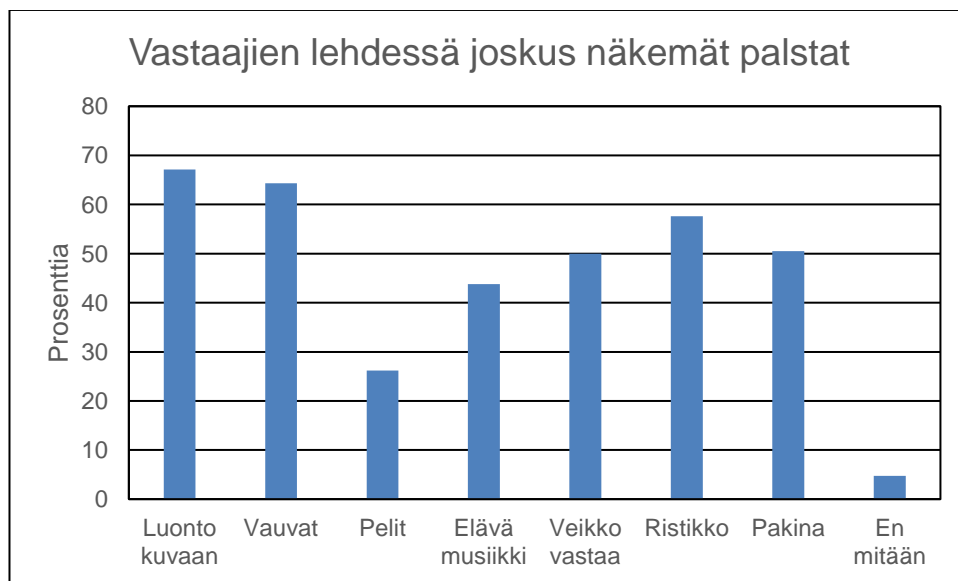
Lemmikit, autot, vauvat, ilmiöt, lyhyet, mielipide, kulttuuri

Vauvakuvat torstaisin on mukavaa katsottavaa/luettavaa

En osaa sanoa. On vähän vaikea hahmottaa eroa, mikä on palsta.

Päällimmäisenä tulee mieleen juuri nämä lemmikit ja luontopalsta. Musiikin uutudet ja ilmiöt. Lasten syntymäkuvat. Vastauksia erilaisiin kysymyksiin? en muista kuka on palstan pitäjä.

Erilaiset teemasivut esiintyivät vastauksissa usein, siitä huolimatta, että kysymyksen yläpuolella luki, että ne eivät ole palstoja. Pelit oli Tänään-osaston virallisista palstoista ainoa, jota vastauksissa ei mainittu kertaakaan. Tähän syynä lienee jo aiemmin mainittu vastaajien suhteellisen korkea ikä.



Kuvio 5. Vastaajien sanomalehti Keski-suomalaisessa edes joskus näkemät palstat.

Kun vastaajille lueteltiin Tänään-osaston palstat ja pyydettiin valitsemaan kaikki, jotka vastaaja muistaa lehdessä nähneensä, saivat kaikki palstat silloin osumia. Palstoja sai valita niin monta kuin halusi, ja ääniä annettiin 765/2100. Pelit vetivät tässäkin kohdassa lyhimmän korren, vain 26 % vastaajista muisti nähneensä sanomalehti Keski-suomalaisessa pelipalstan (ks. kuvio 5). Edellisen kysymyksen tapaan Luonto kuvaan (67 %) ja

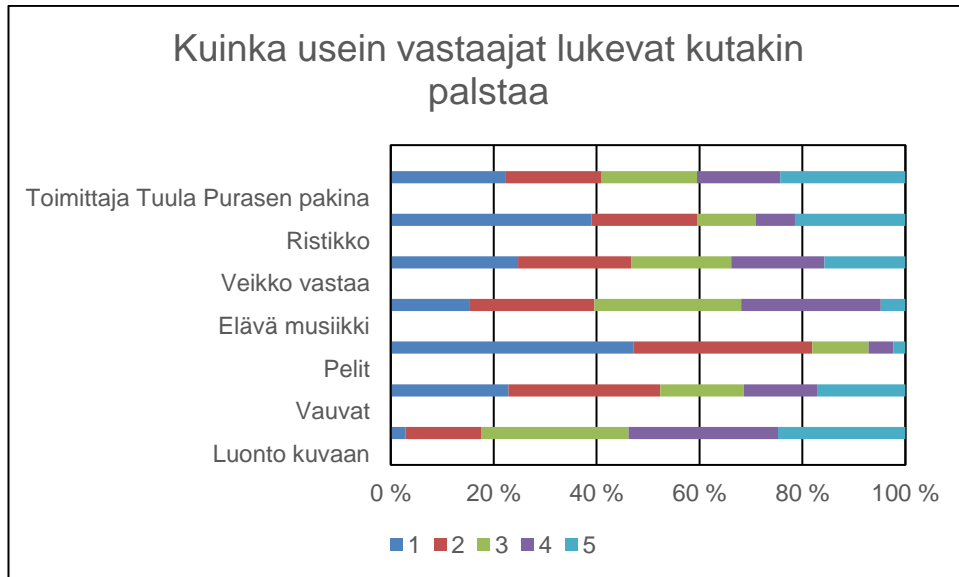
Vauvat (64 %) olivat selkeästi kärkipäässä vastaajien lehdessä näkemistä virallisista palstoista.

Vastaajien säännöllisesti lukemat palstat mukailivat osittain edellisen kohdan nähtyjä palstoja, mutta eivät osuneet täysin yksi yhteen. Mielestäni oli oleellista ensin kysyä, mitä palstoja vastaaja muistaa vain nähneensä, ja sitten mitä palstoja vastaaja oikeasti lukee. Monet varmasti muistavat esimerkiksi sanomalehti Keskisuomalaisessa olevan urheiluosaston, mutta eivät koskaan lue sen sisältämiä uutisia ja muita juttuja. Edellinen kohta mittasi siis palstojen *tunnettuutta* ja tämä kohta *kiinnostavuutta*.



Kuvio 6. Vastaajien säännöllisesti lukemat Tänään-osaston palstat.

Myös säännöllisesti luettuja palstoja sai valita niin monta kuin halusi, ja ääniä annettiin 476/2100. Luonto kuvaan sai jälleen kerran suurimman kannatuksen, 51 % vastaajista kertoi lukevansa kyseistä palstaa säännöllisesti (ks. kuvio 6). Toiseksi luetuimmaksi palstaksi nousi Tänään-osaston toimittajan Tuula Purasen kirjoittama pakina, jota ilmoitti lukevansa säännöllisesti 37 % kyselyyn vastanneista. Ristikon ja Elävän musiikin tunnettuus (Ristikko 58 % ja Elävä musiikki 44 %) ei kääntynyt yhtä suureksi kiinnostavuudeksi (Ristikko 28 % ja Elävä musiikki 26 %). Vastaajia, jotka eivät lukeneet mitään Tänään-osaston palstoja (13 % ja 28 vastaajaa), oli yli kaksi kertaa niin paljon kuin Pelejä säännöllisesti lukevia (6 % ja 12 vastaajaa).

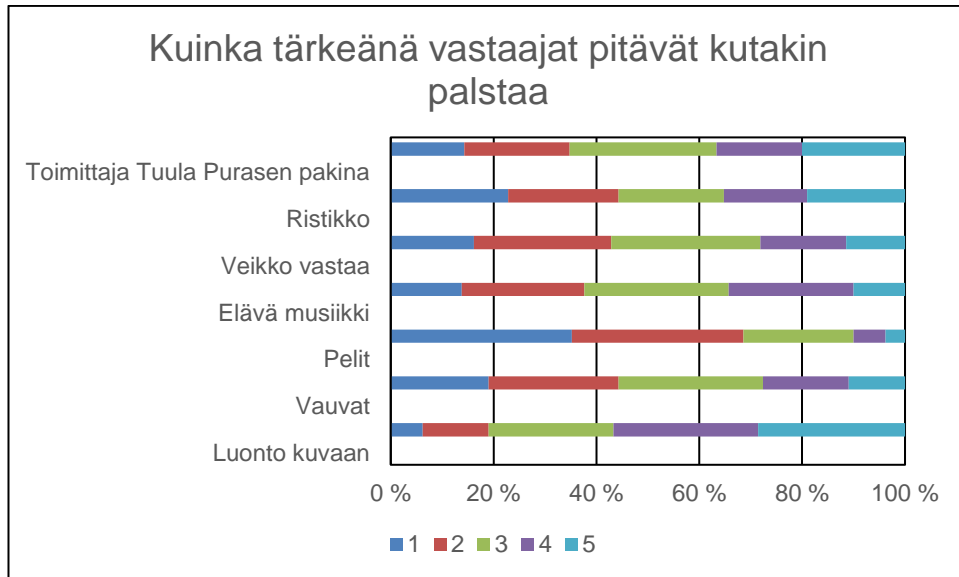


Kuvio 7. Kuinka usein vastaajat lukevat kutakin Tänään-osaston palstaa.

Palstojen lukutiheyttä kartoittavassa kysymyksessä vastaajat saivat valita kunkin palstan kohdalla luvun asteikolla yhdestä viiteen. Yksi (1) tarkoitti ”en lue palstaa koskaan”, kaksi (2), ”luen palstaa harvoin”, kolme (3) ”luen palstaa silloin tällöin”, neljä (4) ”luen palstaa usein” ja viisi (5) ”luen palstan aina kun se ilmestyy”. Keskiarvoksi kaikkien palstojen yhteenlasketulle lukutiheydelle saatiin 2,75 korkeimman mahdollisen luvun (jokainen vastaaja olisi vastannut lukevansa jokaista palstaa ”aina kun ne ilmestyvät”) ollessa 5.

Aiemmin kyselytutkimuksessa erittäin menestynyttä Vauvat-palstaa ilmoitti lukevansa ”ei koskaan” tai ”harvoin” yhteensä 110/210 vastaajaa, eli yli puolet (ks. kuvio 7). Tästä voitaneen päätellä, että palsta on Tänään-osaston lukijoiden keskuudessa hyvin tunnettu, mutta sitä oikeasti *lukevat* vain sen suurimmat fanit.

Luonto kuvaan pärjäsi tässäkin kysymyksessä ennalta oletettavasti hyvin, sitä kertoi lukevansa ”aina kun palsta ilmestyy” tai ”usein” yhteensä 113/210 vastaajaa.



Kuvio 8. Kuinka tärkeänä vastaajat pitävät kutakin Tänään-osaston palstaa.

Kyselyn viimeinen kysymys koski vastaajien mielipiteitä Tänään-osaston palstojen tärkeydestä. Kysymyksen asettelussa ei mainittu sitä, pitivätkö vastaajat palstoja *itselleen* tärkeinä, vaan kysyttiin yksinkertaisesti sitä, kuinka tärkeä kukin palsta on. Vastaajat saivat valita kunkin palstan kohdalla luvun asteikolla yhdestä viiteen. Yksi (1) tarkoitti ”ei lainkaan tärkeä”, kaksi (2) ”ei kovin tärkeä”, kolme (3) ”melko tärkeä”, neljä (4) ”tärkeä” ja viisi (5) ”erittäin tärkeä”. Keskiarvoksi kaikkien palstojen yhteenlasketulle tärkeydelle saatiin 2,88 korkeimman mahdollisen luvun (jokainen vastaaja olisi vastannut kokevansa jokaisen palstan ”erittäin tärkeäksi”) ollessa 5.

Luonto kuvaan -palstan koki ”erittäin tärkeäksi” tai ”tärkeäksi” 119/210 vastaajaa (ks. kuvio 8). Pelit-palsta koettiin ”ei lainkaan tärkeäksi” 74:n vastaajan mielestä. Ristikon kohdalla äänten jakauma oli tasaista: jokainen viidestä kohdasta oli alle kymmenen äänen päässä neljästäkymmenestä. Elävän musiikin ja Veikko vastaa -palstan kohdilla äänten selkeät huiput olivat keskellä ”melko tärkeän” kohdalla. Kaiken kaikkiaan palstojen koettu tärkeys mukaili aiempia tuloksia.

5.4 Vastaajien palautetta kyselystä

210:stä vastaajasta 77 kirjoitti kyselylomakkeen loppuun palautetta kyselyn toteutuksesta. Osan mielestä kysely jäi pintapuoliseksi ja osan mielestä se taas oli syvälinen.

Kysely oli vaikea, koska puhuttiin lehden osastoista ja palstoista. "Tänään" on lehdessäkin hajoitettu useampaan osaan.

Jos osaston palstat olisi lueteltu jo alussa, tällainen vanhempi henkilö olisi päässyt kyselyyn paremmin sisälle. Muisti tahtoo jo pätkiä.

Terminologia tuotti vähän selityksistä huolimatta vaikeuksia.

Hyvä kysely, antaa tunteen, että on mukana vaikuttamassa.

Useat palautetta antaneista huomauttivat, että oli vaikeaa vastata kysymyksiin, jossa käsitellyt aiheet selitettiin vasta vastauksen jälkeen, mikä oli totta kai tarkoituksellinen ja tietoinen valinta spontaanien mielikuvien saamiseksi. Esimerkiksi "Mitä Sinulle tulee mieleen sanomalehti Keskisuomalaisen Tänään-osastosta" oli usean vastaajan mielestä tällainen kysymys. Heidän mielestään olisi ensin pitänyt selittää, mitä Tänään-osastolla tarkoitetaan.

Varsinaisia "virheitä" kyselylomakkeesta ei löytynyt vastaajien mielestä kuin muutama: ensinnäkin kun pyydettiin valitsemaan, mistä aiheista vastaajat haluaisivat lukea enemmän tai vähemmän juttuja, vaihtoehtona ei ollut "en tiedä" tai "en mistään", ja toiseksi ei oltu otettu huomioon, että jotkut vastaajista eivät ehkä olleet sanomalehti Keskisuomalaisen tilaajia. Henkilökohtaisesti näen virheenä vain jälkimmäisen kohdan, koska oletukseni oli, että jokainen vastaaja keksinee ainakin yhden aiheen, josta haluaisi lukea enemmän tai vähemmän. Suurimmaksi osaksi palaute oli kuitenkin neutraalia tai positiivista.

6 LOPUKSI

6.1 Loppupäätelmät kyselyn tuloksista

Kyselyn tulokset osoittivat, että sanomalehti Keskisuomalaisen Tänään-osaston palstoista ylivoimaisesti suosituin on Luonto kuvaan. Vähiten suosittu palsta on Pelit. Vauvat-palsta on lähes jokaiselle kyselyyn vastanneelle tuttu, mutta sitä lukemaan jää huomattavasti pienempi osa. Tänään-osastolla käsitellyistä aiheista suosiota keräsivät luonto, harrastukset sekä ajankohtaisten ihmisten (pois lukien julkkikset ja poliitikot) haastattelut. Aihe, josta kyselyyn vastanneet eivät lähes yksimielisesti pitäneet, oli julkkikset. Lisäksi vastaajien mielestä myös eläinten kuvia (Lemmikit-palsta) voitaisiin vähentää.

Kyselystä ilmeni myös, että suuri osa sanomalehti Keskisuomalaista lukevista kyselyyn vastanneista lukee lehden kokonaisuutena ilman, että he kiinnittävät huomiota eri osastojen vaihtumiseen tai lukemiensa palstojen tai muiden osioiden nimiin. Tämä ei luultavasti kerro kuitenkaan siitä, että lehteä ei kannattaisi jaotella eri osioihin, vaan enemmänkin siitä, että ihmiset eivät yksinkertaisesti havainnoi jokapäiväisiä ja arkisia asioita kovin tarkasti. Toisaalta todennäköistä on, että jos vaikkapa urheiluosasto siirrettäisiin lehden keskivaiheilta ensimmäiselle aukeamalle, se rikkoisi sanomalehtien ”totuttua” mallia niin suuresti, että se huomattaisiin, ja siitä valitettaisiin.

Lisäksi saatiin vahvistusta sille, että Tänään-osastoa (ja sanomalehti Keskisuomalaista) tilaavat ja lukevat suurimmaksi osaksi iäkkäämmät ihmiset. Tämä myötäilee myös opin- näytetyöhön käytettyjä kirjallisuuslähteitä.

6.2 Tänään-osaston tuottajan palaute

Tänään-osaston tuottajan Seppo Pänkäläisen mukaan kyselytutkimuksen tulosten myötä tehdään muutoksia Tänään-osaston palstojen ilmestymiseen. Hän aikoo ehdottaa, että esimerkiksi Pelit-palsta voitaisiin siirtää kokonaan verkkoon, koska sanomalehti Keskisuomalaista tilaavat ihmiset eivät sitä tämän kyselytutkimuksen mukaan printtilehdestä lue. Pelit-palsta voidaan mahdollisesti lopettaa myös kokonaan, mutta asia ei ole yksin Tänään-osaston päätettävissä, koska samaa Pelit-palstaa julkaistaan kymmenessä Keskisuomalainen-konsernin lehdessä. (S. Pänkäläinen, henkilökohtainen tiedonanto 3.5.2019.)

Pänkäläinen painottaa, että opinnäytetyöstä on ehdottomasti konkreettista hyötyä, eritoten Tänään-osaston tuottajalle, mutta myös koko sanomalehti Keski-suomalaiselle. Eri-tyisen merkittävänä ja koko lehteä koskevana seikkana Pänkäläinen pitää sitä, että kyselyn mukaan lukijat eivät kiinnitä huomiota lehden eri osastoihin ja niiden vaihtumiseen lehteä lukiessaan. Hänen mukaansa tämä on ollut juuri se kohta, jota hän on kritisoinut muissa, koko sanomalehti Keski-suomalaista koskevissa lukijatutkimuksissa. Tämän kyselytutkimuksen myötä saatiin nyt ensimmäistä varmaa ja kohdennettua tietoa Tänään-osastosta, mikä tukee muiden, aiemmin toteutettujen tutkimusten tuomia tietoja. (S. Pänkäläinen, henkilökohtainen tiedonanto 3.5.2019.)

LÄHTEET

Aineisto:

Johanna Leveelahti. Henkilökohtainen tiedonanto. 31.1.2019.

Juho Hämäläinen. Henkilökohtainen tiedonanto. 31.1.2019.

Keijo Lehto. Henkilökohtainen tiedonanto. 31.1.2019.

Seppo Pänkäläinen. Henkilökohtainen tiedonanto. 31.1.2019 ja 3.5.2019.

Tanja Herranen. Henkilökohtainen tiedonanto. 31.1.2019

Webropol-kysely. 11.-25.3.2019.

Kirjallisuus:

Esa Väliverronen. 2011. Journalismi murroksessa. Helsinki: Gaudeamus.

Hannu Olkinuora. 2012. Journalismin kohtalo mediamurroksessa. Ajatushautomo Magma. Viitattu 3.4.2019.

http://www.magma.fi/images/stories/reports/ms1202_journalismi.pdf

Johanna Vehkoo. 2011. Painokoneet seis! Kertomuksia uuden journalismin ajasta. Ensimmäinen painos. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Teos.

Juho Rahkonen. 2018. Perinteisen median paluu, valvova isovelji vai kukoistava journalismi – Mediamurros jatkuu, mutta mihin? Suomen Kuvalehti. Viitattu 3.4.2019.

<https://suomenkuvalehti.fi/jutut/kotimaa/mielipide-kotimaa/kukaan-ei-tieda-miten-media-muuttuu-median-murros-oikeastaan-kaupallisen-journalismin-kriisi/>

Kaarle Nordenstreng (toim.) ja Hannu Nieminen (toim.), Jyrki Jyrkiäinen (kirj.). 2017. Suomen mediamaisema. Artikkelit: Sanomalehdistö. Ensimmäinen painos. Tampere: Vastapaino.

Kauppalehti. Keskisuomalainen ostaa Kaakon Viestinnän ja ESV-Paikallismediat. Viitattu 1.5.2019.

<https://www.kauppalehti.fi/uutiset/keskisuomalainen-ostaa-kaakon-viestinnan-ja-esv-paikallismediat/a7b06f30-2534-4429-9029-98051069c531>

Keskisuomalainen Oyj. Lehdet ja sähköiset mediat. Viitattu 3.4.2019.

<https://www.keskisuomalainen.com/fi/konserni/lehdet-ja-sahkoiset-mediat/>

Keskisuomalainen Oyj. Sanomalehdestä kasvoi mediaperhe. Viitattu 3.4.2019.

<https://www.keskisuomalainen.com/fi/konserni/historia/>

Keskisuomalainen Oyj. Taloustieto. Viitattu 28.4.2019.

<https://www.keskisuomalainen.com/fi/sijoittajalle/taloustieto/>

Keski-Suomen Media Oy. Lehden rakenne ja teemat. Viitattu 3.4.2019.

<https://mediamynti.keskisuomenmedia.fi/printti/keskisuomalainen/lehden-rakenne-ja-teemat/>

Kreeta Karvala. Kaaoksen kesyttäjät – Uutismediat nettimurroksessa 2006-2012. Jyväskylän yliopisto. 2014. Viitattu 1.5.2019.

https://jyx.jyu.fi/bitstream/handle/123456789/43612/978-951-39-5723-0_vai-tos14062014.pdf?sequence=1

MediaAuditFinland. 2018. 92 % suomalaisista lukee viikoittain sanoma- tai aikakauslehtiä, painettu lehti edelleen digitaalista suosituimpi, erityisesti aikakauslehtien lukemistapana. Viitattu 3.4.2019.

<http://mediaauditfinland.fi/92-suomalaisista-lukee-viikoittain-sanoma-tai-aikakauslehtia-painettu-lehti-edelleen-digitaalista-suositumpi-erityisesti-aikakauslehtien-lukemistapana/>

MediaAuditFinland. 2018. KMT syksy 2017/kevät 2018 lukijamäärät ja kokonaistavoittavuudet. Viitattu 3.4.2019.

http://mediaauditfinland.fi/wp-content/uploads/2018/09/KMT_S17-K18_lukijamaarat.pdf

Sanomalehti Keskisuomalainen. 18.4.2019. Uudet levikkiluvut julki – Keskisuomalainen on verkkolehden suosion ansiosta maan neljänneksi suurin päivälehti. Viitattu 28.4.2019.

<https://www.ksml.fi/kotimaa/Uudet-levikkiluvut-julki-%E2%80%93-Keskisuomalainen-on-verkkolehden-suosion-ansiosta-maan-nelj%C3%A4nneksi-suurin-p%C3%A4iv%C3%A4lehti/1360056>

Sarita Blomqvist. 2012. Mallilukija vie yleisön mieliin. Suomen Lehdistö. Viitattu 3.4.2019.

<https://suomenlehdisto.fi/mallilukija-vie-lukijan-mieleen/>

Sirkka Heinonen ja Juho Ruotsalainen. 2014. Uusi journalismi? Turku: Tulevaisuuden tutkimuskeskus. Viitattu 3.4.2019.

https://www.utu.fi/fi/yksikot/ffrc/julkaisut/e-tutu/documents/etutu_16-2014.pdf

Suomen Journalistiliitto. Jäsenmäärän kehitys. Viitattu 28.4.2019.

<https://journalistiliitto.fi/fi/liitto/tietoa-jasenistamme/jasentilastoja/jasenmaaran-kehitys/>

Suomen Lehdistö. 10.5.2017. Maksumallien hybridi yleistyy verkossa – uusimpana Savon Sanomat lisäsi maksullisten juttujen osuutta. Viitattu 28.4.2019.

<https://suomenlehdisto.fi/maksumallien-hybridi-yleistyy-verkossa-uusimpana-savon-sanomat-lisasi-maksullisten-juttujen-osuutta/>

Terhi Upola. 2016. Kerronnan megatrendit x 10 – näin journalismi muuttuu. Viitattu 3.4.2019.

<https://medium.com/@terhiu/kerronnan-megatrendit-x10-n%C3%A4in-journalismi-muuttuu-528bdf6b520f>

Tietoarkisto. Kvantitatiivisten menetelmien tietovaranto: Kyselylomakkeen laatiminen. Viitattu 3.4.2019.

<https://www.fsd.uta.fi/metelmaopetus/kyselylomake/laatiminen.html>

Tuija Aalto. 2009. Toimittajan monet roolit sosiaalisessa mediassa. Yle. Viitattu 3.4.2019.

<https://yle.fi/aihe/artikkeli/2009/10/01/toimittajan-monet-roolit-sosiaalisessa-mediassa>

Tuomas Harpf. 2014. Median murros: Selvitysmiehen ehdotus toimenpiteiksi. Liikenne- ja viestintäministeriö. Viitattu 3.4.2019.

http://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/77911/Julkaisuja_7-2014.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Vapamedia. Sisältöjä kaikille aisteille. Viitattu 3.4.2019.

<https://www.vapamedia.fi/artikkeli/sisaltoja-kaikille-aisteille/>

Kyselytutkimuslomake

KYSELY

Tämä kysely on osa Turun ammattikorkeakoulun medianomiopiskelijan opinnäytetyötä. Kyselyn avulla selvitetään sanomalehti Keski-suomalaisen lukijoiden mielipiteitä lehden Tänään-osastosta ja sen käsittelemistä aiheista.

Kyselyn ensimmäinen osa käsittelee sanomalehti Keski-suomalaisen Tänään-osastoa kokonaisuudessaan. Toinen osa käsittelee Tänään-osaston sisällä ilmestyviä palstoja.

Kiitos mielenkiinnostasi jo etukäteen!

[Seuraava](#)

KYSELY

1. Mitä Sinulle tulee mieleen sanomalehti Keski-suomalaisen Tänään-osastosta? (Sisältö, rakenne, juttutyypit tms.)

Edellinen

Seuraava

KYSELY

Tänään-osasto on sanomalehti Keskiuomalaisen osasto, joka käsittelee mm. viihdettä, ihmisiä, ilmiötä ja harrastuksia. Tänään-osasto on osa lehden B-osaa, joka sijaitsee muusta lehdestä irrallisena lehden välissä.

2. Luetko Tänään-osastoa säännöllisesti? *

- Kyllä
- En
- En osaa sanoa

3. Milloin viimeksi luit Tänään-osastoa? *

- Luen Tänään-osastoa joka päivä
- Viimeisen viikon sisällä
- 2-4 viikkoa sitten
- 1-6 kuukautta sitten
- 6-12 kuukautta sitten
- Yli vuosi sitten

4. Mistä aiheista muistat lukeneesi juttuja Tänään-osastolta viimeisen vuoden sisällä?

5. Mistä aiheista haluaisit lukea enemmän juttuja Tänään-osastolta? Voit valita niin monta kuin haluat. *

- Harrastukset
- Julkkikset
- Ajankohtaiset ihmiset (henkilohaastattelut)
- Nuorten elämä
- Vanhusten elämä
- Eläimet
- Liikunta
- Luonto
- Musiikki
- Ilmiöt

6. Mistä aiheista haluaisit lukea enemmän juttuja Tänään-osastolta? Sana on vapaa!

7. Mitä aiheita Tänään-osastolla tulisi käsitellä vähemmän? Voit valita niin monta kuin haluat. *

- Harrastukset
- Julkkikset
- Ajankohtaiset ihmiset (henkilöhaastattelut)
- Nuorten elämä
- Vanhusten elämä
- Eläimet
- Liikunta
- Luonto
- Musiikki
- Ilmiöt

8. Mitä aiheita Tänään-osastolla tulisi käsitellä vähemmän? Sana on vapaa!

Edellinen

Seuraava

KYSELY

Palstat ovat kerran viikossa tai muuten säännöllisesti Tänään-osastolla ilmestyviä osioita, joilla on oma nimensä. Palstat keskittyvät aina tiettyyn aihealueeseen.

Esimerkiksi Lemmikit-osio on palsta.

Palstoja eivät ole Teema-nimikkeellä kulkevat sivut, esimerkiksi Muoti, Ruoka tai Matkustus.

9. Mitä palstoja muistat nähneesi Tänään-osastolla?

[Edellinen](#)[Seuraava](#)

KYSELY

10. Alla ovat lueteltuna kaikki Tänään-osaston palstat. Mitä niistä muistat nähneesi lehdessä? Voit valita niin monta kuin haluat. *

- Luonto kuvaan
- Vauvat
- Pelit
- Elävä musiikki
- Veikko vastaa
- Ristikko
- Toimittaja Tuula Purasen pakina
- En mitään

11. Valitse kaikki palstat joita luet säännöllisesti. Voit valita niin monta kuin haluat. *

- Luonto kuvaan
- Vauvat
- Pelit
- Elävä musiikki
- Veikko vastaa
- Ristikko
- Toimittaja Tuula Purasen pakina
- En mitään

12. Kuinka usein luet kutakin Tänään-osaston palstaa?

- 1 = En koskaan
 2 = Harvoin
 3 = Silloin tällöin
 4 = Usein
 5 = Aina kun palsta ilmestyy *

	1	2	3	4	5
Luonto kuvaan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vauvat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pelit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Elävä musiikki	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Veikko vastaa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ristikko	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Toimittaja Tuula Purasen pakina	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

13. Kuinka tärkeänä pidät kutakin Tänään-osaston palstaa?

- 1 = Ei lainkaan tärkeä
 2 = Ei kovin tärkeä
 3 = Melko tärkeä
 4 = Tärkeä
 5 = Erittäin tärkeä *

	1	2	3	4	5
Luonto kuvaan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vauvat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pelit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Elävä musiikki	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Veikko vastaa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ristikko	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Toimittaja Tuula Purasen pakina	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

14. Mitä muita mielipiteitä Sinulla on Tänään-osaston palstoista? Sana on vapaa! *

Edellinen

Seuraava

KYSELY

Lopuksi muutamia taustakysymyksiä.

15. Kuinka kauan olet tilannut sanomalehti Keski-suomalaista? *

- Alle 6 kuukautta
- 6 kuukautta - alle vuosi
- 1 vuotta - alle 3 vuotta
- 3 vuotta - alle 5 vuotta
- 5 vuotta - alle 10 vuotta
- 10 vuotta tai kauemmin
- En osaa sanoa

16. Oletko *

- Mies
- Nainen
- Joku muu

17. Minkä ikäinen olet? *

- Alle 18
- 19-25
- 26-35
- 36-45
- 46-55
- 56-65
- Yli 65

18. Mikä on ammattiryhmäsi / elämänvaiheesi? *

- Työntekijä
- Toimihenkilö
- Johtavassa asemassa oleva
- Yksityisrittäjä
- Kotiäiti/-isä, ei ansiotyössä tällä hetkellä
- Opiskelija, koululainen
- Eläkeläinen
- Työtön
- Joku muu

19. Mikä on koulutustasosi? *

- Peruskoulu
- Kansakoulu
- Opisto
- Ammattikoulu
- Ylioppilas / lukio
- Alempi korkeakoulututkinto (yliopistosta tai ammattikorkeakoulusta)
- Ylempi korkeakoulututkinto (yliopistosta tai ammattikorkeakoulusta)
- Jatkotutkinto (lisenssiaatin tai tohtorintutkinto)

[Edellinen](#)[Seuraava](#)

KYSELY

20. Kysely on nyt päättynyt. Alle voit halutessasi kirjoittaa palautetta kyselystä tai kyselylomakkeesta.

Edellinen

Lähetä