

Opinnäytetyö (AMK)

Media-alan koulutus

Journalismi

2018

Antti-Jussi Korhonen

KAINUUN SANOMIEN PRINTTIUUDISTUS

– Kuinka Kainuun Sanomat onnistui printin
sisältöuudistuksessa lukijoiden mielestä

OPINNÄYTETYÖ (AMK) | TIIVISTELMÄ

TURUN AMMATTIKORKEAKOULU

Media-alan koulutus

2018 | 37 sivua, 5 liitesivua

Antti-Jussi Korhonen

KAINUUN SANOMIEN PRINTTIUUDISTUS

Kuinka Kainuun Sanomat onnistui printin sisältöuudistuksessa lukijoiden mielestä

Tässä opinnäytetyössä tutkittiin Kainuun Sanomien lukijoiden mielipidettä lehden tammikuussa 2018 julkaistua printin sisältöuudistusta kohtaan. Opinnäytetyössä käydään myös läpi rakenteelliset ja sisällölliset muutokset, joita Kainuun Sanomien mielipide-, uutis-, kulttuuri-, ja urheiluosastoilla tapahtui sisältöuudistuksen myötä.

Tutkimusmenetelmänä käytettiin määrällistä kyselytutkimusta ja sisällön erittelyä. Kyselytutkimus toteutettiin verkossa strukturoituna lomakekyselynä. Kysely luotiin Webropol-kyselytyökalulla ja julkaistiin verkossa. Kyselyn markkinoinnista vastasi opinnäytetyön tilaajana toimiva Kainuun Sanomat. Markkinoinnin ensisijainen kohderyhmä oli Kainuun Sanomien printtilehden lukijat.

Sisällön erittelyssä keskityttiin tarkastelemaan, lisääntyikö kainuulaisten juttujen määrä lehden sivuilla ja millaisina konkreettisina sivuelementteinä uudistus näkyi lehden eri osastoilla.

Lukijakyselystä selvisi se, että lukijoiden mielenkiinto Kainuun Sanomia kohtaan oli kasvanut. Kyselyn mukaan ylivoimaisesti eniten lehden lukijoita kiinnostivat paikalliset uutiset. Vastaajien mielestä Kainuun Sanomat nostaa uudistuksen jälkeen esiin paikallisia puheenaiheita hieman aiempaa paremmin.

Sisällön erittelyssä selvisi, että paikallisten uutisten määrä kasvoi mielipideosastolla. Kaikkiaan julkaistujen juttujen määrä kasvoi hiukan Kainuun Sanomien printissä tammikuun 2018 sisältöuudistuksen jälkeen.

ASIASANAT:

Sanomalehti, lukijakysely, sisällön erittely

BACHELOR'S THESIS | ABSTRACT

TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Journalism

2018 | Total number of pages 37 and 5 appendix pages

Antti-Jussi Korhonen

PRINT REFORM BY KAINUUN SANOMAT

How Kainuun Sanomat managed reform print content by reader's point of view.

This thesis examines the opinion of Kainuun Sanomat readers about newspaper's latest reform of print content. In the thesis I also go through structural changes in the newspaper's various sections. In this case, sections are editorial, news, culture and sports.

The research method is the quantitative research and specification of content. Quantitative research was carried out by structured questionnaire. The research was created by Webropol online survey tool. The survey was published on the internet after creation process. Kainuun Sanomat was responsible for marketing the research. The primary target group of the research was print readers of Kainuun Sanomat. Kainuun Sanomat was also employer of my thesis.

In the specification of content I focused on examining the numbers of local news on the pages of Kainuun Sanomat. I am also researching changes on pages elements after reform of print content.

The survey showed that interest in the newspaper had grown since the last online survey. According to the survey, the most interesting thing about Kainuun Sanomat was local news. According to the respondents Kainuun Sanomat bring up more local subjects than before.

The specification of content showed that number of local news raised in editorial section. All in all the number of published articles grew a little in the newspaper after January 2018 reform of print content.

KEYWORDS:

Newspaper, reader survey, specification of content

SISÄLTÖ

1 JOHDANTO	6
2 MIKÄ ON KAINUUN SANOMAT	8
2.1 Maakuntalehden rooli	8
2.2 Kainuun Sanomien omistajat ja 2010-luvun muutokset	9
3 PRINTTILEHDEN MURROS 2010-LUVULLA	11
3.1 Sanomalehden mediamainonnan ja levikin kehitys	12
3.2 Vastuu kasvaa toimituksissa	13
4 SYKSYN 2017 LUKIJAKYSELYN TOTEUTUS JA TULOKSET	15
4.1 Lukijatutkimusluvut	15
4.2 Syksyn lukijatutkimuksen johtopäätökset	17
5 KYSELYTUTKIMUS 2018	19
5.1 Kevään 2018 kyselyn tutkimuskohde, julkaiseminen ja markkinointi	19
5.2 Kyselyyn vastaajien ikäryhmät ja tyytyväisyys Kainuun Sanomien sisältöön	20
5.3 Lukijoiden palaute sisältöuudistukseen	21
6 SISÄLLÖN ERITTELY	25
6.1 Sisällön erittelyn pohjustus	25
6.2 Mieliptide – osastoista eniten muutoksia	28
6.3 Uutiset – paikallisuus näkyi enemmän	30
6.4 Kulttuuri – lehden osastoista pienin	30
6.5 Urheilu – toiseksi suurin osasto	31
7 POHDINTA JA OPINNÄYTETYÖN JOHTOPÄÄTÖKSET	32
LÄHTEET	35

LIITTEET

Liite 1. Kainuun Sanomien lukijakysely 2018

KUVAT

Kuva 1. Kainuun Sanomien lukijapalvelutarrat	24
Kuva 2. Mallikuva mielipideosaston muuttuneesta rakenteesta. Ylhäällä vanha pääaukeama 18.9. ja alhaalla uusi pääaukeama 17.1	29

KUVIOT

Kuvio 1. Vastaajien ikäjakauma vuoden 2017 lukijakyselyssä (N=785) (KS Kyselytutkimus 2017).	16
Kuvio 2. Vastaajien mielipide lehden laadun kehittymisestä vuoden 2017 aikana (N=783) (KS Kyselytutkimus 2017).	16
Kuvio 3. Vastaajien osastoarviointi syksyn 2017 lukijakyselyssä (KS Kyselytutkimus 2017).	17
Kuvio 4. Vastaajien mielipide Kainuun Sanomien printtiversiosta maaliskuussa 2018 toteutetussa lukijakyselyssä (N=366).	22
Kuvio 5. Osastojen juttujakauma tammikuussa 2018.	27
Kuvio 6. Paikallisuuden vertailu osastoittain. Vertailussa syyskuun verrokkiviikko 38 ja tammikuun viikkojen 2 ja 3 keskiarvo.	27

1 JOHDANTO

Median murroksen aikana yhä useampi lehti kamppailee oman tuotteensa kanssa. Digitaalisuuden ja markkinoihin liittyvän murroksen uskotaan olevan median ja journalismin historian isoin koetinkivi. Perinteinen printtimedia on pakotettu uusiutumaan nykylukijan edessä. Ongelma on erityisesti läsnä paikallislehtitasolla. Pienempien lukijamäärien ja kohdeyleisöjen kanssa toimivat lehtitalot ovat pakotettuja tarkastelemaan toimintaansa. Paikallistasolla toimitusten kustannustehokkuutta on jouduttu nostamaan henkilövähennyksillä. Journalisti-lehti uutisoi marraskuussa 2017, että kuudella mediatalolla oli paria yt-neuvottelut käynnissä (Journalisti 2017).

Toimitusten pienentyneet resurssit on haluttu ohjata entistä tehokkaammin lukijoita palveleviksi. Sisältöuudistuksia tehtäessä toimitukset ovat halunneet kartoittaa lukijoidensa uusiutuneita kulutustottumuksia verkkokyselyillä. Sisältöuudistuksia on tapahtunut tällä vuosikymmenellä useissa printtitoimituksissa. Etupäässä muutoksia on tapahtunut sanomalehden koossa. Maakuntalehdistä muun muassa Kainuun Sanomat ja Aamulehti muuttuivat broadsheetista tabloid-kokoon 2010-luvulla (Print&Media 2014).

Kainuun maakuntalehti Kainuun Sanomat selvitti syksyllä 2017 lukijoilta heidän mielipidettään lehden sisällöstä. Vastaajat saivat pisteyttää Kainuun Sanomien sisältöjä hyvinkin yksityiskohtaisesti. Pisteitä annettiin erikseen esimerkiksi pääkirjoituksista ja yläker-takirjoituksista, paikallisista ja valtakunnallista uutisista, kulttuurin eri sisällöistä, sekä urheilun sisällöistä lajeittain ja juttutyypeittäin. Vastaajia oli liki 800, joiden lisäksi haastateltiin viisi testilukijaa. Näiden tulosten perusteella tehtiin johtopäätökset ja päätettiin, mihin sisältöuudistuksessa keskitytään. Tutkimustulos johti uusiin toimintatapoihin toimituksessa, muun muassa suunnittelussa ja eri toimitusosastoiden toimenkuvissa.

Opinnäytetyön teoreettisessa viitekehyksessä tutkitaan Kainuun Sanomien syksyllä 2017 teettämän kyselytutkimuksen tuloksia, perehdytään Kainuun Sanomien historiaan ja maakuntalehden rooliin. Lisäksi käydään läpi printtilehden muutoksia 2010-luvulla. Opinnäytetyön tutkimuskysymys on, kuinka Kainuun Sanomat onnistui printtilehden sisältöuudistuksessa lukijoidensa mielestä. Tähän aiheeseen päädyin keskusteltuani Kainuun Sanomien päätoimittajan kanssa. Kainuun Sanomilla oli tarvetta selvittää, millaisen vastaanoton ja ensireaktion heidän sisältöuudistuksensa saa ja he tarjoutuivat tilaamaan opinnäytetyötutkimuksen.

Tutkimusmenetelmänä työssä käytetään määrällistä kyselytutkimusta, joka toteutettiin strukturoituna lomakekyselynä. Kyselyn tavoitteena on selvittää, kuinka Kainuun Sanomat onnistui printtilehden sisältöuudistuksessa lukijoiden mielestä. Kysely suoritettiin verkossa maaliskuussa 2018. Webropol-kyselyohjelmistolla tehdyn kyselyn ensisijainen kohderyhmä oli Kainuun Sanomien printtilukijat.

Toisena tutkimusmenetelmänä käytetään sisällön erittelyä, jossa tarkastellaan Kainuun Sanomien sisältöuudistuksen konkreettisia vaikutuksia printin sisältöön. Sisällön erittelyn antamia lukuja on hyvä tarkastella ainoastaan suuntaa-antavina, sillä erittelyn otanta oli ainoastaan kaksi viikkoa. Tutkin erityisesti paikallisten uutisten määrää, kuinka paikallisten uutisten määrä muuttui lehden osastoilla sisältöuudistuksen jälkeen. Lisäksi analyysissä tutkitaan, kuinka toteutuivat Kainuun Sanomien kolme keskeistä painopistettä sisältöuudistuksessa. Painopisteet olivat: paikallisten puheenaiheiden perusteellinen läpikäynti, lukijan parempi palvelu lehden sivuilla ja henkilöjuttujen sekä kolumnien lisääminen.

Opinnäytetyön tavoitteena on antaa vastaus tutkimuskysymykseeni, kuinka Kainuun Sanomat onnistui printin sisältöuudistuksessa lukijoiden mielestä. Tavoitteena on jalostaa lehdelle kehitysehdotuksia lukijoiden vastausten pohjalta, jotka voisivat kehittää Kainuun Sanomien sisältöä paikalliseen ja palvelevampaan suuntaan. Kehitysehdotukset esitellään opinnäytetyön päätösluvussa.

2 MIKÄ ON KAINUUN SANOMAT

Kainuun Sanomat perustettiin 13.12.1917. Lehden säännöllinen ilmestyminen alkoi kaksi kuukautta perustamispäivän jälkeen (Kainuun Sanomat 2018). Kainuun Sanomat perustettiin maakunnan maalaisväestön äänenkannattajaksi (Pesonen & Pyyluoma 1996, 51). Kuudesti viikossa ilmestyvän Kainuun Sanomien uutisointi kattaa kaikki Kainuun kunnat; Kajaanin, Sotkamon, Suomussalmen, Paltamon, Hyrynsalmen, Ristijärven, Puolangan ja Kuhmon.

Kainuun Sanomien ensimmäisenä päätoimittajana toimi Santeri Haapanen. Haapanen oli virallisesti lehden päätoimittaja, mutta johtamisvastuu siirtyi hänen käsistään pois. Syynä olivat Haapasen kansanedustajantyöt, jotka pitivät hänet paljon poissa Kajaanista. Käytännössä lehteä johti Haapasen hyvä ystävä Jussi Kukkonen. Kukkonen toimi Kainuun Sanomissa esimiestehtävissä vuodesta 1918 vuoteen 1954 (Kainuun Sanomat 2018). Kainuun Sanomat saavutti vahvan jalansijan maakunnassa ja valtakunnallisesakin tietoisuudessa toisen pitkäaikaisen päätoimittajan, professori Otso Kukkoson aikana vuosina 1955–1989. (Pesonen & Pyyluoma 1996, 51). Otso Kukkoson aikaan lehti luotti paljon henkilövetoisiin juttuihin. Lukijoille näytettiin kainuulaisia ihmisiä.

Nimiä ja naamoja. Siinä tiivistettynä Kukkoson journalistinen linja, joka kantoi läpi hänen liki 35-vuotisen päätoimittajauransa Kainuun Sanomissa (Kainuun Sanomat 2018).

Kainuun Sanomat lakkasi virallisesti olemasta puoluepoliittisesti sitoutunut vuonna 1994. Sitoutumaton aikakausi alkoi Matti Piiraisen päätoimittaja-aikana vuosina 1995–2013. Puoluepoliittisen suuntautumisen jäätyä pois lehden hallinnosta Kainuun Sanomat halusi sitoutua entistä enemmän kainuulaisuuteen. Lehti on maakunnan ykköslehti, joskin alue on taloudellisena toimintaympäristönä maakuntalehdelle pienimpiä Suomessa. (Pesonen & Pyyluoma 1996, 51). Nykyisin lehden päätoimittajana toimii Markus Pirttijoki. Hän aloitti lehden päätoimittajana vuonna 2013.

2.1 Maakuntalehden rooli

Maakuntalehtenä Kainuun Sanomat on levikiltään alueen suurin printtilehti. Sen kokonaislevikiksi vuonna 2017 ilmoitettiin Kansallisen Mediatutkimuksen toimesta 12 547 (KMT 2017). Maakuntalehtenä julkaisu eroaa paikallislehdestä siinä, että sen levikkialue

on laajempi. Maakuntalehdessä käsitellään paikallisten aiheiden lisäksi myös kansallisia ja kansainvälisiä aiheita, joita paikallisjulkaisuissa ei julkaista. Voidaankin olettaa, että maakuntalehtien kilpailuetuihin kuuluu se, etteivät ne yleensä käy levikkikilpailua omalla alueellaan.

Maakuntalehdet syntyivät maakuntiin 1900-luvun alussa maalaisliittolaisen puoluepolitiikan sanansaattajiksi. Ensimmäisiä perustettuja lehtiä, jotka sittemmin saivat maakuntalehden aseman ja ovat vieläkin toiminnassa, olivat Ilkka, Itä-Savo ja Savon Sanomat (Pesonen & Pyyluoma 1996, 4). Maakuntalehtien kehittyminen kohti nykytilaa alkoi 1970-luvulla, kun moni maakunnan suurlehti jäi nimellisesti puoluepolitiikan ympärille. (Pesonen & Pyyluoma 1996, 37) Maakuntalehtien keskeisimmäksi ajatukseksi haluttiin maakunnan omat asiat ohi puoluerajojen.

Turun Sanomien aluepäällikkönä vuonna 2006 toiminut Juhani Tala määrittelee maakuntalehden maakunnan äänitorveksi. Hän muistuttaa, että kaikkien tutkimusten mukaan ihmiset ovat kiinnostuneita oman paikkakuntansa asioista. (Turun Sanomat 2006.) Maakuntalehden kilpailuvaltti on sen oman alueen väestön etujen ajaminen. Kainuun Sanomien entisen päätoimittajan Matti Piiraisen mukaan lehden rakentamisen lähtökohtana ovat alueen asukkaiden tarpeet. Tarkastellaanpa sitten valtakunnallista sanomalehteä, maakuntalehteä, aluelehteä tai pientä paikallislehteä, lehden syntymisen edellytys tulee palvella lukijoita (Piirainen 1995, 50). Vertaillen sanomalehden, maakuntalehden, aluelehden ja paikallislehden toimituksia Piirainen toteaa, että lehden tekemisen toimintatavat eivät hirveästi muutu, vaikka lehden koko muuttuisikin. Julkaisualustalla on väliä aihevalintaa tehdessä ja juttukulmaa mietittäessä. Päivälehdessä korostuu uutinen, kun taas hitaammalla julkaisutahdilla ilmestyvän paikallislehden on keskityttävä taustoihin ja tunnelmiin. (Piirainen 1995, 48)

2.2 Kainuun Sanomien omistajat ja 2010-luvun muutokset

Kainuun Sanomien kirjapaino oli vastannut Kainuun Sanomien julkaisemisesta vuoteen 1998 saakka. Vuosien 1998 ja 1999 aikana maakuntalehden omistus vaihtui suuren mediakonserni Alma Median haltuun. Vuonna 2015 Alma Media myi Kainuun Sanomat kaajanilaiselle SLP Kustannus Oy:lle, mikä on osa Suomalainen Lehtipaino -konsernia. (Yle 2015b.)

Kainuun Sanomien koko muuttui vuonna 2011, kun lehti siirtyi broadsheet-koosta tabloid-kokoon. Tabloid-kokoon siirtyminen oli konkreettinen askel kohti nettilehteä. Vuonna 2011 Kainuun Sanomien päätoimittaja Matti Piirainen ajatteli tabloidin olevan askel nettiin pois paperista.

Lehden uusi koko vie Kainuun Sanomat kokonaan nettilehdeksi 2020-luvulla, arvioi Piirainen. (Yle 2011)

Vuonna 2011 kuitenkin arveltiin paperilehden kestävän vielä vuosia. Nettilehden kehittämistä haluttiin jatkaa, jotta vaihdos printtilehdestä verkkoon olisi luonteva. Kainuun Sanomien päätoimittaja Piirainen näki tilanteessa tuolloin olevan paineita.

Meilläkin menee tällä hetkellä yli puolet rahoista painamiseen ja jakeluun. Jossain vaiheessa 2020-lukua kustannukset ovat jo liian isot. Viimeistään silloin on totuttava lukemaan verkkolehteä. (Yle 2011)

Kainuun Sanomat ilmestyi vuoteen 2015 saakka seitsemänpäiväisenä sanomalehtenä. Kevään 2015 yhteistoimintamenettelyjen myötä lehti muuttui kuusipäiväiseksi. Sunnuntain numeron korvasi lauantaina jaettava Viikonvaihte-Kainari, joka ilmestyy edelleen lauantaillehden yhteydessä. Kevään yhteistoimintamenettelyjen myötä SLP Kustannus Oy vähensi sanomalehtiliiketoiminnasta 14 henkilötyövuotta. (Kainuun Sanomat 2015.)

Kevään 2015 isojen lehtikauppojen myötä SLP Kustannus Oy alkoi kustantaa maakuntalehti Kainuun Sanomia, kaupunkilehti Koti-Kajaania ja Koti-Lappia sekä tilattavia paikallislehtiä Ylä-Kainuuta, Kuhmolaista ja Sotkamo-lehteä (Yle 2015a). Myöhemmin vuonna 2015 SLP Kustannus Oy liittyi Lännen Media Oy:n osakkaaksi.

Vuonna 2018 Lännen Media kertoo verkkosivuillaan olevansa Alma Media Kustannus Oy:n, Turun Sanomat Oy:n, I-Mediat Oy:n, Kaleva Oy:n, Keski-Pohjanmaan Kirjapaino Oyj:n, Hämeen Sanomat Oy:n ja SLP Kustannus Oy:n maakuntalehtien yhteinen toimittuksellisen sisällön tuotantoyhtiö. Osakaslehtien valtakunnallisessa yhteistoimituksessa työskentelee 40 journalistia. Kaikkiaan Lännen Media tuottaa sisältöä 11 sanomalehteen, jotka ovat Aamulehti, Forssan Lehti, Hämeen Sanomat, Ilkka, Kainuun Sanomat, Kaleva, Keskipohjanmaa, Lapin Kansa, Pohjalainen, Satakunnan Kansa ja Turun Sanomat. Lännen Media aloitti toimintansa vuonna 2014. Lännen Median päätoimittajana on Matti Posio. (Lännen Media 2018.) Lännen Median tuottamia juttuja esiintyy Kainuun Sanomien printissä päivittäin. Lännen Median yhteistoimitus toimii osana lehtien poliittika-, talous- ja yhteiskuntaosaston toimintaa (Grönlund 2014, 40).

3 PRINTTILEHDEN MURROS 2010-LUVULLA

2010-luvulla monen printtilehden toimitus on joutunut uudelleen arvioimaan oman tuotensa kannattavuutta. Nopea sähköinen journalismi on ahdistanut perinteisen sanomalehden kohti nurkkaa. Sanomalehden lukijamäärät olivat tosin laskussa jo ennen vuotta 2010. Sanomalehtialan taloudellisten vaikeuksien alkusykäyksenä toimi vuonna 2008 Yhdysvaltain finanssikriisi. Myöhemmin finanssikriisi levisi euroalueelle ja sai aikaan taloudellisen taantuman. Tämä teki kuluttajat varovaisiksi, mikä taas vaikutti mediamainonnan tuottoihin. (Viljakainen & Vehmas 2014, 18.)

Taloudellisen taantuman aikana lehtitoimitukset luottivat kuitenkin edelleen ihmisten lukemistottumukseen. Vuonna 2009 Tilastokeskuksen teettämän tutkimuksen mukaan erityisesti nuoret lukivat sanomalehtiä säännöllisesti vähemmän kuin 1990-luvun alkupuolella. Toisaalta 83 prosenttia 15-24-vuotiasta seurasi internetissä verkkolehtiä tai uutispalveluita. Yli 45-vuotiaista yli 90 prosenttia luki yhä säännöllisesti paperille painettua sanomalehteä. Yli 45-vuotiaat myös lukivat eniten ilmaisjakelulehtiä. (Yle 2011.)

Yleisesti sanomalehtien lukijakuntaa on pidetty vanhana. Akatemiaturkija ja Helsingin yliopiston lehtori Juha Herkmanin mielestä juuri vanha väestö on 2010-luvulla ollut sanomalehden kantava voima. Herkmanin mukaan sanomalehden asemaa Suomessa pitää yllä maan ikärakenne ja koulutustaso. Painettujen lehtien uskollisimpina lukijoina pidetään 1950-luvulla ja sitä ennen syntyneitä ihmisiä, joiden osuus Suomen tämän hetken väestöstä on suhteellisen suuri. (Herkman 2014, 22.)

Sanomalehden laskevista lukijaluvuista huolimatta journalistinen sisältö kiinnostaa edelleen ihmisiä. Esimerkiksi kaikista 15–69-vuotiaista suomalaisista yli viidesosa oli vuonna 2010 lukenut sanomalehtien verkkosivuja edellisenä päivänä (Herkman 2014, 18).

Viestinnän professori Esa Väliverronen pohti ihmisten lukuhaluttomuutta uutisisältöä kohtaan vuosikymmenen vaihteessa. Hän nostaa internetin yleistymisen yhdeksi keskeisimmäksi tekijäksi. Väliverronen mielestä internetin myötä lukijoiden maksuhaluus uutisisällöstä laski. Erityisesti internetin alkuaikoina ilmaista tietoa oli runsaasti tarjolla ja tuolloin käsitys siitä, että journalismista kannattaisi maksaa, vääristyi. (Väliverronen 2009, 16.)

3.1 Sanomalehden mediamainonnan ja levikin kehitys

Kuluvan vuosikymmenen aika lukijoiden on todettu siirtyvän printin äärestä verkkoon. Tätä muuttoliikettä mainostajat ovat luonnollisesti seuranneet perässä. Tämän muuttoliikkeen ja muun median sähköistymisen myötä sanomalehden paikka mainosalustana on heikentynyt tasaisesti 2010-luvulla. Sanomalehtien osuus mediamainonnasta oli vuonna 2013 pudonnut 35 prosenttiin, kun vuonna 2000 vastaava luku oli 47 prosenttia. Sanomalehtien ahdingosta huolimatta niiden asema on säilynyt Suomen 2010-luvun mediamarkkinoilla hämmästyttävän vahvana. Suuri osa lehtitaloista teki vielä vuonna 2013 hyvän tuloksen. (Lehtisaari 2014, 9-10.)

Sanomalehti on perinteisesti toiminut niin sanotusti kaksilla markkinoilla eli myynyt toisaalta sisältöään lukijoilla ja toisaalta lukijakontaktit mainostajille. (Lehtisaari 2014, 8)

Turun yliopiston tutkimuspäällikkö Mikko Grönlundin mukaan 1-3 kertaa viikossa ilmestyvät, pääasiallisesti pienet paikalliset sanomalehdet ovat pärjänneet mediamainontamarkkinoilla 4-7-päivisiä lehtiä paremmin. Syynä tähän on pidetty pienempien sanomalehtien lukijakuntaa. Pienempi lehti luetaan läpikotaisin varmasti alueen asukkaiden toimesta, mikä houkuttaa mainostajia ostamaan ilmoitustilaa lehdestä (Ojajärvi 2014 87). Grönlundin mukaan sanomalehdet ovat edelleen suuri mediamainonnan väline. (Grönlund 2014, 38.)

Kaikkiaan printtimedian osuus oli 2010-luvun alussa edelleen kaksi kolmasosaa koko Suomen mediamarkkinoista. Sanomalehtien osuus mediamarkkinoilla on laskussa ja sähköisen median – erityisesti verkkomedian – osuus nousussa, mutta kansainvälisesti ottaen sanomalehtien asema on Suomessa maailman kärkiluokkaa. Akatemiututkija Herkman näkee myös mahdollisuuden sanomalehden mainosmarkkinoiden elpymisessä, mikäli Eurooppaa vaivaava taloudellinen taantuma hellittää. Tällöin kaikki mainostajat eivät välttämättä suuntaisi nopeille mainostusvälineille, vaan sanomalehti saisi omansa. (Herkman 2014, 22.)

Tilastokeskus ilmoitti maaliskuussa 2018 Suomen kansantalouden kasvaneen 2,7 prosenttia vuonna 2017. Taloudellisen noususuhdanteen uskotaan jatkuvan myös vuonna 2018. (Yle 2018a.) Tammikuussa 2018 Markkinointi & Mainonta -lehti uutisoi, että mediamainonnan määrä ei kääntynyt vielääkään nousuun. Mediamainonnan tulos vuonna

2017 laski 0,1 prosenttia. Vuonna 2017 mainonnan määrä sanomalehdissä laski 10,6 prosenttia. (Markkinointi & Mainonta 2018.)

Sanomalehtien levikin lasku alkoi jo ennen Eurooppaan osunutta taloudellista taantumaa. Vuosien 2006 ja 2013 välillä sanomalehtien kokonaislevikki on Suomessa laskenut 3,2 miljoonasta 2,5 miljoonaan (Herkman 2014, 22). Levikkien lasku yhdistettynä mainostulojen alenemiseen on johtanut lehtitaloissa irtisanomisiin, kun yritykset yrittävät pitää kiinni voitollisista tuloksistaan. Uhkakuvana on nähty, että irtisanomisten seurauksena toimitukset ampuvat itseään jalkaan. Pelkona on sisältöjen oheneminen, kun toimittajia irtisanotaan ja sitä kautta se, että lehtien uskollisetkin lukijat kyllästyvät. (Herkman 2014, 18.)

Isolla otannalla katsottuna sanomalehtialalla henkilöstön kokonaismäärä on ollut laskussa läpi 2000-luvun. Neljän vuoden aikana, vuosien 2008 ja 2012 välillä, Sanomalehtien Liiton jäsenlehtien kokonaishenkilömäärä on pienentynyt noin 6 400 henkilöstä noin 5 400 henkilöön eli hieman yli 15 prosenttia. (Grönlund 2014, 40.)

Mediamainontamarkkinoinnin tavoin pienemmät sanomalehdet ovat selvinneet isompia sanomalehtiä paremmin henkilöstövähennyksistä. 1-3 kertaa viikossa ilmestyvien sanomalehtien toimituksellinen henkilöstömäärä on jopa kasvanut vuosien 2008 ja 2012 välillä reilut kahdeksan prosenttia. Kun taas 4-7 kertaa viikossa ilmestyvien sanomalehtien toimituksellinen henkilöstömäärä väheni samalla aikavälillä noin 16 prosenttia. (Grönlund 2014, 40.)

Omana havaintonani pienenevien toimitusten lisäksi paperilehden tilannetta heikentää kallis jakelu. Perinteinen lehden kotiin jakelu on kannattamatonta harvaan asutuilla alueilla. Tämä lisää lehtitaloissa halua säästää kustannuksissa ja siirtyä digitaaliseen jakeluun.

3.2 Vastuu kasvaa toimituksissa

Toimituksissa toimittajien osaamisvaatimus on noussut 2010-luvulla. Yhden ihmisen on osattava enemmän ja monipuolisemmin asioita. Toimituksissa työnteon tahti on kuitenkin parin viime vuoden aikana kiihtynyt niin nopeaksi, että työntekijät alkavat toden teolla uupua. (Journalisti 2018.)

Vuonna 2017 Suurella Journalistipalkinnolla palkittu Jani Halme pitää paikallislehtien tulevaisuuden suurimpana haasteena visuaalisuutta (Kiiski 2017, 29). Paikallislehtien ulkoasun tönkköys johtuu usein toimituksen henkilöstövajeesta. Pienissä toimituksissa ei ole visuaalisuuteen erikoistuneita osaajia. Paikallisten uutistoimitusten panostaminen verkkouutisointiin on lisännyt toimittajien työtaakkaa eniten. Verkko- ja printtisisältöjä tekee sama työporukka ja tämä koetaan raskaaksi.

Toimittajien mukaan ilmiö ei liity ikään. Samanlaisia kokemuksia asiasta on nuorilla ja kokeneemmillä. Kuvaavaa on, että maakuntalehden toimittaja kertoi Journalisti-lehden artikkelissa, ettei enää edes tiedä, suoriutuuko työtehtävistään hyvin vai huonosti (Journalisti 2018). Vastaavaa epätietoisuutta olen myös itse havainnut työskennellessäni sanomalehtitoimituksissa.

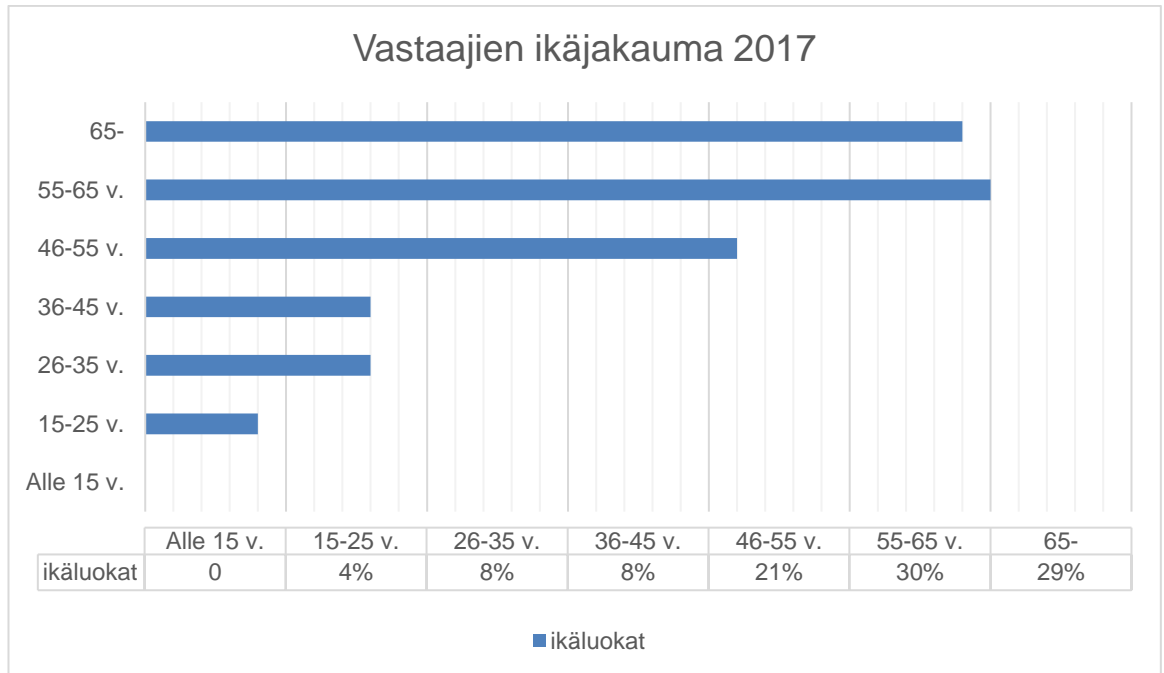
4 SYKSYN 2017 LUKIJAKYSELYN TOTEUTUS JA TULOKSET

Kainuun Sanomat suoritti syyskuussa 2017 lukijatutkimuksen, jonka tarkoitus oli selvittää lukijoiden mielipidettä ja parannusehdotuksia. Tämän lisäksi lukijakyselyssä kerättiin vastaajien kehitysideoita Kainuun Sanomien printtilehteä koskien. Tutkimus suoritettiin verkossa Webropol-alustalla. Lukijakyselyä jaettiin Kainuun Sanomien sosiaalisen median kanavissa, joista tavoitteena oli tavoittaa Kainuun Sanomista kiinnostuneet lukijat. Kainuun Sanomia seuraa sosiaalisen median kanavissa yhteensä 11 000 seuraajaa. Tutkimukseen saatiin noin 800 vastausta. Lukijatutkimuksen lisäksi Kainuun Sanomat suoritti viisi henkilöhaastattelua lehden eri lukijatyypeille. Vastausten pohjalta Kainuun Sanomat toteutti printtilehden sisältöuudistuksen tammikuussa 2018. (KS kyselytutkimus 2017.)

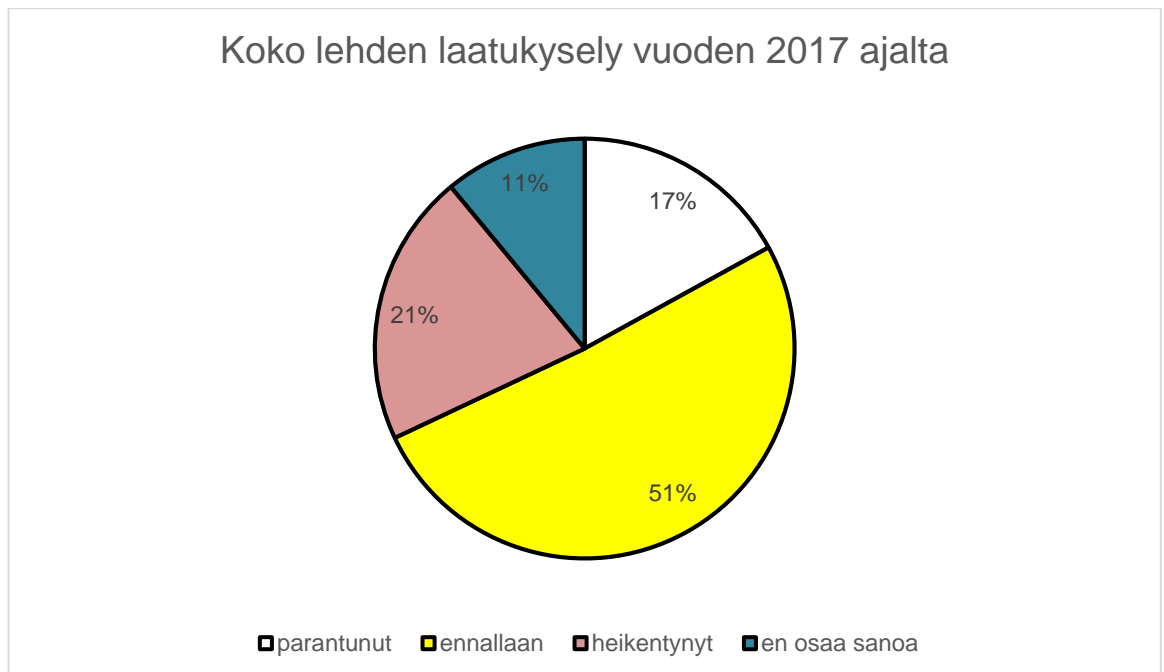
Sisältö- ja ulkoasu-uudistukset ovat olleet paikallislehdillä yleisiä 2000-luvulla. Näillä uudistuksilla on haluttu selkeyttää omaa sisältöä. Yleensä tämä on tarkoittanut sitä, että printtiin on lisätty entistä enemmän paikallista uutisointia. (Ojajärvi 2014, 93.)

4.1 Lukijatutkimusluvut

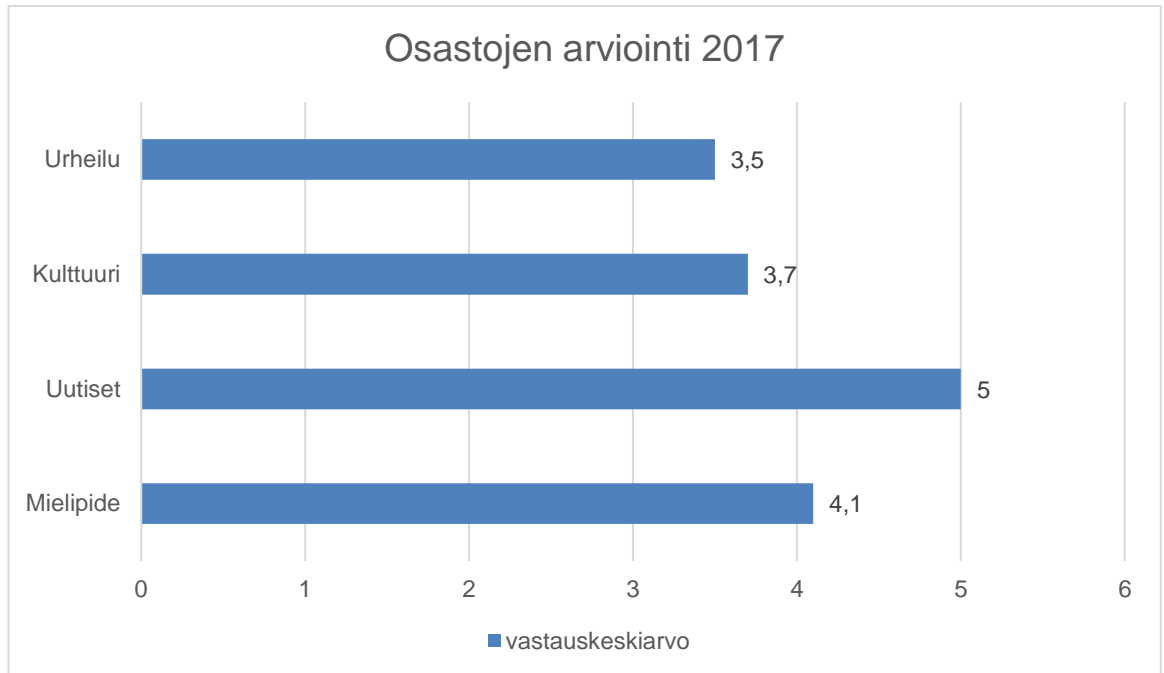
Kainuun Sanomien syksyn 2017 tutkimuksessa suurin osa vastaajista oli naisia. Iältään suurin osa vastaajista oli 56–65-vuotiaita. Yli 66-vuotiaita oli seuraavaksi eniten. Nuoria vastaajia kysely houkutteli selkeästi vähiten. Alle viisi prosenttia vastaajista oli 15–25-vuotiaita tai nuorempia (ks. Kuvio 1 sivulta 16). Noin puolet kyselyyn vastanneista oli Kainuun Sanomien täystilaaajia. Pelkkiä digitilaaajia vastaajista oli noin kuudennes. Yli puolet vastaajista oli sitä mieltä, että lehden laatu oli pysynyt ennallaan viimeisen vuoden aikana. Noin neljänneksen mielestä laatu oli huonontunut ja noin viidesosa näki, että laatu oli parantunut (ks. Kuvio 2 sivulta 16). Yli puolet vastaajista luki Kainuun Sanomien paperiversioita päivittäin. Kyselyssä vastaajat pääsivät arvioimaan lehden osastoja asteikolla 1–6 (1=heikko, 6=erinomainen). Suosituin osasto lehdessä oli uutiset, joka sai vastauskeskiarvoksi 5,0. Vähiten kannatusta tuli kulttuuri- (3,7) ja urheiluosastoille (3,5) (ks. Kuvio 3 sivulta 17). (KS Kyselytutkimus 2017.)



Kuvio 1. Vastaajien ikäjakauma vuoden 2017 lukijakyselyssä (N=785) (KS Kyselytutkimus 2017).



Kuvio 2. Vastaajien mielipide lehden laadun kehittymisestä vuoden 2017 aikana (N=783) (KS Kyselytutkimus 2017).



Kuvio 3. Vastaajien osastoarviointi syksyn 2017 lukijakyselyssä (KS Kyselytutkimus 2017).

4.2 Syksyn lukijatutkimuksen johtopäätökset

Kainuun Sanomat päätti panostaa ensimmäisen kyselytutkimuksen jälkeen kolmeen seikkaan. Ne olivat puheenaihe, persoona ja palvelu.

Päätoimittaja Markus Pirttijoki viestitti Kainuun Sanomien mielipidesivun tekstissään 30.12, että syksyllä 2017 teetetyt lukijatutkimuksen pohjalta Kainuun Sanomat oli päättänyt keskittyä kolmeen keskeiseen asiaan lehden tulevassa sisällössä. Ytimekkäästi asia ilmoitettiin kolmen P:n mallina: puheenaihe, persoona ja palvelu. Kainuun Sanomat halusi jatkossa olla vahva paikallisessa uutisoinnissa, näkökulmissa, henkilöjutuissa ja lukijoiden avustamisessa.

Uudistuksen myötä toimituksessa tiettyyn aiheeseen haluttiin perehtyä useamman päivän ajan syvemmin. Haluttiin tehdä aiheesta puheenaihe. Aihe joka on kiinnostava, läheinen ja paikallinen. Tämä näkyi erityisesti uudistuksen jälkeen etusivun, mielipideosaston ja uutisosaston suunnittelussa. Teema osastojen välillä haluttiin yhtenäisemmäksi. Puheenaiheiden valinta edellyttää toimitukselta entistä parempaa vuorovaikutusta lukijoiden kanssa. Kainuun Sanomat kannustikin päätoimittajan tekstissä lukijoita ottamaan yhteyttä rohkeasti. (Pirttijoki 2018.)

Persoonia haluttiin tuoda enemmän esille. Kyselyn vastaajat toivoivat erityisesti lisää henkilöjuttuja. Persoonalla viitataan uudistuksessa myös toimittajien tyyliin. Puheenaiheita ruokkivia kannanottoja toivottiin myös lehden tekijöiltä. Toimittajien kommentointia ja kolumnien määrää aiottiin lisätä. (Pirttijoki 2018.)

Palvelulla tarkoitetaan sitä, että lukija saisi Kainuun Sanomista muutakin hyötyä kuin vain päivittäistä uutisointia paikallisesti, valtakunnallisesti ja maailmaltakin (Pirttijoki 2018). Konkreettisempänä esimerkkinä mainitaan kainuulaisista tapahtumista parempi ennakkouutisointi.

5 KYSELYTUTKIMUS 2018

Opinnäytetyön yhtenä tutkimusmenetelmänä käytettiin kyselytutkimusta. Kysely sopii tutkimusmenetelmäksi isolle perusjoukolle, joka on hajallaan eri paikoissa (Vilkkä 2007, 28). Webropol-kysely toteutettiin strukturoituna verkkokyselynä, jonka ensisijainen kohderyhmä oli Kainuun Sanomien printtilehden lukijat. Strukturoitu kysely on aineiston keräämisen tapa, jossa kysymyksen muoto on vakioitu: kaikilta kyselyyn vastaavilta kysytään samat asiat, samassa järjestyksessä ja samalla tavalla. (Vilkkä 2007, 28)

Tutkimuksen perusjoukkona Kainuun Sanomien printtilehden lukijat on iso ryhmä, joten oli loogista toteuttaa se kvantitatiivisena tutkimuksena. Kvantitatiivisessa eli määrällisessä tutkimuksessa tutkittavaa asiaa pyritään kuvaamaan ja vertailemaan numeroiden avulla. Kvantitatiivinen tutkimus antaa tutkijalle yleensä tietoa ainoastaan olemassa olevasta tilanteesta. (Heikkilä 2014, 15.)

Pohjustin kyselytutkimustani tutustumalla Kainuun Sanomien syksyllä 2017 tekemään kyselyyn ja sen pohjalta tehtyihin johtopäätöksiin. Tiivis yhteydenpito Kainuun Sanomien kanssa helpotti kysymysten laadintaa. Tutkimusta laatiessa tutkijalla tulee olla selvillä, mitä tutkimuksessa halutaan selvittää ja tutkimuksen tulee mitata juuri niitä asioita, joita halutaan. Suunnitteluvaiheessa tutkijan tuleekin asettaa tarkat tavoitteet omalle tutkimukselleen, jotta epäolennaisten asioiden tutkimiselta vältytään. (Heikkilä 2014, 27.)

5.1 Kevään 2018 kyselyn tutkimuskohde, julkaiseminen ja markkinointi

Kyselytutkimuksen tarkoituksena on antaa vastaus tutkimusongelmaani, eli kuinka Kainuun Sanomat onnistui printtilukijoiden mielestä lehtiversion sisältöuudistuksessa vuoden 2018 alussa. Lukijoiden mielipidettä haettiin uusista printin painotusalueista, jotka olivat puheenaiheet, persoonat ja palvelut. Lisäksi lukijoilta kysyttiin yleistä mielenkiintoa Kainuun Sanomien printtilehteä kohtaan ja kehitysideoita toimitukselle (Liite 1).

Kysely julkaistiin Webropol-alustalla maanantaina 12.3.2018. Kyselyn nettilinkki oli auki verkossa kahden viikon ajan. Kysely sulkeutui 25.3.2018. Kyselyllä pyrittiin ensisijaisesti tavoittamaan Kainuun Sanomien printtilehden lukijat. Kyselyssä oli yhteensä 16 kysymystä, joista neljä oli avoimia kysymyksiä.

Kyselyn markkinoinnin hoiti Kainuun Sanomat. Maanantaina 12.3.2018 Kainuun Sanomien uutisosastolla julkaistiin lyhyt uutinen, jossa lukijoita ohjattiin verkkosivuille. Kainuun Sanomien verkkosivuilla oli banneri, jota kautta pääsi osallistumaan kyselyyn. Ensimmäisen päivän jälkeen kysely oli kerännyt 52 vastaajaa. Kyselystä mainittiin Kainuun Sanomien uutiskirjeessä, joka lähetettiin sähköpostitse torstaina 15.3.2018. Sunnuntaina 18.3.2018 kyselyyn oli vastattu 282 kertaa. Kyselyä mainostettiin keskiviikkona 21.3.2018 Kainuun Sanomien Yläkerta-kirjoituksessa. Perjantaina 23.3.2018 kyselyn linkki julkaistiin ensimmäisen kerran Kainuun Sanomien Facebook-sivuilla. Kaikkiaan kysely keräsi 377 vastausta.

5.2 Kyselyyn vastaajien ikäryhmät ja tyytyväisyys Kainuun Sanomien sisältöön

Kyselyyn vastaajista suurin osa oli syksyn kyselyn tavoin naisia. Naisia kyselyyn vastanneista oli noin 62 prosenttia. Vastanneiden miesten prosenttiosuus oli noin 32 prosenttia. Ikäryhmistä kaikista aktiivisemmin vastasi 56–65-vuotiaat (38%). Toiseksi eniten vastaajia löytyi yli 66-vuotiaiden ikäryhmästä (32%). Nuorten ikäryhmästä vastaajia tuli vähiten. 18–25-vuotiaiden ikäryhmään vastaajista kuului ainoastaan kolme prosenttia. Ikäryhmätuloksia vertailtaessa syksyn ja kevään kyselyiden kesken voidaan olettaa, että Kainuun Sanomien printtilehti kiinnostaa ensisijaisesti yli 56-vuotiaita ihmisiä.

Syksyn kyselyn tavoin kevään kysely kiinnosti eniten lehden täystilaaajia, joilla on oikeudet sekä printtilehteen että digiversioon. Kainuun Sanomien tilaajia kyselyyn vastaajista oli 60 prosenttia. Vastaajista 16 prosenttia oli digilehden tilaajia ja 24 prosenttia ei tilannut lehteä lainkaan.

Kevään kyselyssä 70 prosenttia vastaajista oli tyytyväisiä lehden sisältöön. Lukema kohteni syksyn kyselyn vastaavasta lukemasta, jolloin 60 prosenttia vastaajista oli tyytyväisiä lehden sisältöön. Tyytymättömien määrä pieneni kevään kyselyssä. Ei-tyytyväisiä lehden sisältöön kevään kyselyssä oli 14 prosenttia, kun syksyllä lukema oli 22 prosenttia. En osaa sanoa -vastaajia oli syksyllä 18 prosenttia vastaajista ja keväällä 16 prosenttia.

Mielenkiinto Kainuun Sanomia kohtaan oli kevään kyselyn tulosten mukaan kasvanut. Kyselyssä lukijat saivat asettaa vastauksensa janalle 0–10 (0= ei lainkaan mielenkiintoinen, 10=erittäin mielenkiintoinen). Kevään kyselyssä keskiarvoksi tuli 7,33, kun syksyn

kyselyssä keskiarvo oli 6,84. Kevään kyselyn mediaani oli 8, kun syksyllä mediaani kysymyksen kohdalla oli 7.

Mielipide-, uutis-, kulttuuri ja urheiluosastoista kiinnostavin kevään kyselyssä oli syksyn kyselyn tavoin uutisosasto, joka sai keskiarvoksi 4,6 (1= ei-lainkaan kiinnostava, 6=erittäin kiinnostava). Uutisosaston lukema putosi kuitenkin syksyn kyselyn tuloksesta, joka oli 5,0. Mielipideosasto sai kevään kyselyn lukemaksi 4,2 (syksyn kyselyn lukema 4,1), kulttuuri 4,0 (3,65) ja urheilu 3,7 (3,5).

5.3 Lukijoiden palaute sisältöuudistukseen

Kyselyyn vastanneista yli puolet (57%) oli sitä mieltä, että Kainuun Sanomat ei muuttunut paremmaksi eikä huonommaksi tammikuun sisältöuudistuksessa. Tulosta selittää osaltaan se, että uudistus oli kyselyä tehdessä Kainuun Sanomien lukijoille hyvin uusi. Lukijat olivat päässeet tutustumaan uudistuneeseen printin sisältöön kaksi kuukautta ennen kuin mielipidettä kysyttiin. 33 prosenttia kyselyyn vastaajista oli sitä mieltä, että Kainuun Sanomat oli muuttunut paremmaksi sisältöuudistuksen jälkeen. Kuusi prosenttia oli sitä mieltä, että sisältöuudistus oli huonontanut printtilehteä. (ks. Kuvio 4 sivulta 22.)

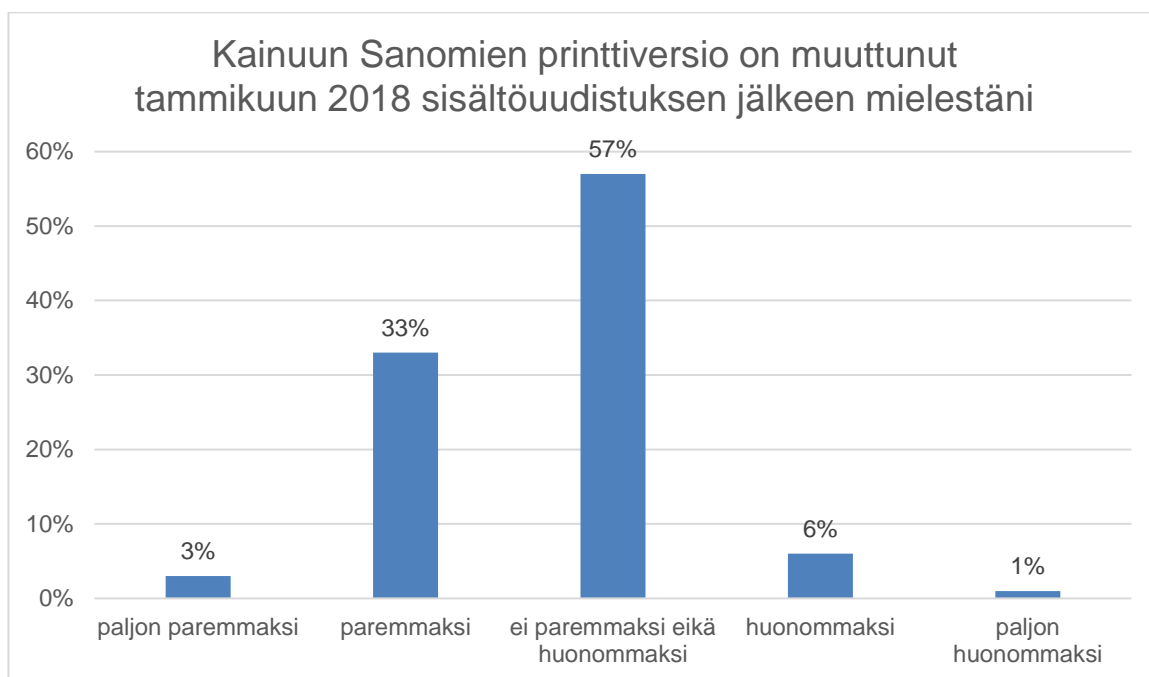
Kyselyssä oli neljä avointa kysymystä. Avoimissa kysymyksissä kysyttiin vastaajien mielipidettä siitä, mikä heitä kiinnostaa Kainuun Sanomissa eniten, mistä Kainuun Sanomat voisi nostaa puheenaiheita, mitä uutta he ovat huomanneet Kainuun Sanomissa ja palautetta toimitukselle uudistuneesta sisällöstä. Kyselyn avoimista vastauksista käy ilmi, että enemmistö vastaajista oli huomannut muutosta lehden sisällössä. Vastauksia tuli myös sen puolesta, että muutosta ei juuri oltu huomattu.

Hyvä, että paikallisuutta on paremmin kuin välillä oli. (KS Kyselytutkimus 2018 avoin vastaus, kysymys 16.)

Negatiivista palautetta uudistuksesta oli kirjoitettu avoimiin vastauksiin muuhun palautteeseen verrattain vähän. Negatiivista palautetta kirjoitettiin eniten ohi uudistuksen. Avoimissa vastauksissa kaipailtiin sunnuntain lehteä takaisin, annettiin palautetta verkkolehden käyttöliittymästä ja haikailtiin entisten sarjakuvien perään. Sisältöuudistuksen yhteydessä Kainuun Sanomat karsi sarjakuvasivuaan. Sivulta jäivät pois muun muassa Mustanaamio- ja Helge-sarjakuvat.

Sarjakuvia vähennettiin. Kouluikäisille lehdessä ei ole juuri mitään kiinnostavaa. Itsekin opin lukemaan aikoinaan Kainuun Sanomia sarjakuvilla. (KS Kyselytutkimus 2018 avoin vastaus, kysymys 8.)

Avoimista vastauksista on tulkittavissa, että paikallinen sisältö on printtilehdessä lisääntynyt vastaajien mielestä. Osastoista eniten palautetta avoimissa vastauksissa sai urheiluosasto. Vastaajien mielestä urheilusivujen määrä oli liian iso paikalliseen sisältöön nähden. Kannen visuaalisuus sai myös lukijoilta palautetta. Pölkkykirjaimin kirjoitetuista otsikoista toivottiin luovuttavan.



Kuvio 4. Vastaajien mielipide Kainuun Sanomien printtiversiosta maaliskuussa 2018 toteutetussa lukijakyselyssä (N=366).

Uudistuksen yksi kolmesta teemasta oli puheenaiheiden parempi esiin nostaminen printtilehdessä. Kyselyssä esitettiin puheenaiheita koskien kolme väitettä, joita lukijat pääsivät arvioimaan asteikolla 1-6 (1= täysin eri mieltä, 6= täysin samaa mieltä).

Vastaajat olivat jokseenkin samaa mieltä siitä, että Kainuun Sanomat nostaa paikallisia aiheita aiempaa vahvemmin esiin. Samalla tavalla otettiin vastaan väite siitä, että maanantaista alkava ja useamman päivän kestävä puheenaiheiden käsittely on tehnyt Kainuun Sanomien uutisoinnista aiempaa mielenkiintoisemman.

Avoimista vastauksista käy ilmi, että kainuulaiset uutiset kiinnostavat vastaajia ylivoimaisesti eniten. Erityisesti vastaajat pitivät kiinnostavana kunnallispolitiikkaa. Vastaajien mielestä kunnallispolitiikasta voisi nostaa enemmän puheenaiheita. Kuntapäätöksiin toivottiin aiempaa pidempää pureutumista ja tarkastelua useasta eri näkökulmasta. Lisäksi puheenaiheiksi toivottiin paikallisia talousasioita. Vastaajat olivat kiinnostuneita lukemaan enemmän Kainuun kaivosyrytyksistä ja maakunnan kehityshankkeista.

Lehti selkiintynyt ja paremmin luettavissa, lyhyet taloussivut ja pörssi laitettava.
(KS Kyselytutkimus 2018 avoin vastaus, kysymys 8.)

Puheenaiheet ja sisältö sai vastaajilta kritiikkiä Kajaani-keskeisyydestä. Kainuun syrjäkyliä ja perukoita käsitteleviä uutisia ja puheenaiheita toivottiin enemmän. Vastaajat olivat kiinnostuneita pienten paikkakuntien ihmisten elämästä ja alueiden tapahtumista. Lisäksi enemmän uutisia toivottiin eläkeläisten asioista ja tapahtumista. Kyselyn mukaan vastaajat pitivät lehdessä alkuvuodesta käsiteltyjä puheenaiheita kiinnostavina. Opin- näytetyöni sisällön erittelyn aikana lehden puheenaiheita olivat Kainuun pohjoisosan sähkökatkot ja aktiivimalli.

Vastaajat olivat jokseenkin samaa mieltä siitä, että henkilöjuttuja on aiempaa enemmän Kainuun Sanomissa. Henkilöjutut ovat kyselyn avoimissa vastauksissa suosituimpia juttutyyppejä.

Sisältöuudistuksen myötä Kainuun Sanomien sivuille ilmestyi keltaisia Tästä puhe -tarraroja, jotka ilmoittivat jutun kuuluvan viikon puheenaihesarjaan (ks. Kuva 1 sivulta 24). Keltaisella tarralla voitiin myös ilmoittaa uutisessa kerrotun tapahtuman alkamistieto tehostetusti. Näin tehtiin esimerkiksi elokuva-arvostelujen ja otteluennakkojen kanssa. Vastaajat olivat huomanneet juurikin keltaiset tarrat konkreettisimpana uudistuksena lehden sivuilla.

Turhan usein etusivulla on iltapäivälehtien tyyliin caps lock-päällä kirjoitettu, huu- tavan oloinen otsikko, mitä en pidä Kainuun Sanomien tyyliin sopivana. Uutta myös tästä puhe -tunnisteet. (KS Kyselytutkimus 2018 avoin vastaus, kysymys 8.)

- **Elokuvakerhon** kotisivut osoitteessa www.kajaaninelokuvakerho.com
- **Kajaanin elokuvakerho** on perustettu v. 1972. Se jatkaa vuonna 1960 perustetun Kajaanin ensimmäisen elokuvakerhon KaTe-Kinon ja Mélièsin perinteitä.



Kuva 1. Kainuun Sanomien lukijapalvelutarrat

6 SISÄLLÖN ERITTELY

Sisällönanalyysi on perusanalyysimenetelmä, jota voidaan käyttää kaikissa laadullisen tutkimuksen perinteissä. Sisällönanalyysi on tekstianalyysi, jossa aineistoa tarkastellaan eritellen, yhtäläisyyksiä ja eroja etsien ja tiivistäen. Sisällönanalyysin menetelmällä voidaan tutkia dokumentteja systemaattisesti ja objektiivisesti. Sisältöanalyysin ohella puhutaan myös sisällön erittelystä. (Tuomi & Sarajärvi 2018, 117.)

Tuomen ja Sarajärven mukaan sisällön erittelystä puhuttaessa tarkoitetaan kvantitatiivista dokumenttien analyysia, jossa kuvataan määrällisesti jotakin tekstin tai dokumentin sisältöä. Opinnäytetyössäni käytin sisällön erittelyä tutkiessani Kainuun Sanomien sisältöuudistuksen vaikutuksia printtilehden sisällössä ja rakenteessa. (Tuomi & Sarajärvi 2018, 119.)

6.1 Sisällön erittelyn pohjustus

Kainuun Sanomat julkaisi printtilehden sisältöuudistuksen 8. päivä tammikuuta 2018. Opinnäytetyössäni seurasin sisältöuudistuksen jälkeen lehden rakennetta ja sisältöä kahden viikon ajan. Laskin lehden numeroista paikallisten ja ei-paikallisten juttujen määrät mielipide-, uutis-, kulttuuri- ja urheiluosastoilta. Paikalliseksi juttu määriteltiin, jos artikkelissa sivuttiin kainuulaista henkilöä, tapahtumaa, paikkaa tai ilmiötä. Verrokkiviikkona käytin syyskuun 2017 viikkoa 38. Valitsin lehdestä nämä osastot, koska ne tuote-taan suurimmilta osin Kainuun Sanomien oman toimituksen voimin. Uutiset-, kulttuuri- ja urheiluosastoilla julkaistaan lisäksi STT:n ja Lännen Median materiaalia.

Lukuja tarkasteltaessa pitää huomioida se, että sisällön erittelyn otanta on ainoastaan kaksi viikkoa. Lukuja voidaan pitää ainoastaan suuntaa-antavina. Keskeisimpinä asioina sisällön erittelystä voidaan nostaa mielipideosaston kasvanut paikallisuusaste ja urheiluosaston selkeästi muita osastoja pienempi paikallisuusaste (ks. Kuvio 6 sivulta 27).

Kainuun Sanomat muokkasi sisältöään syksyllä teetetyyn kyselyn vastauksien pohjalta. Vastausten perusteella lukijat halusivat enemmän paikallisia uutisia ja henkilöjuttuja. Paikallisuutisissa vastaajat korostivat aiheen arkisuuden merkitystä. Haluttiin, että asiat kerrottaisiin yksinkertaisesti tavallisista maakunnan asioista. Henkilöjuttuja haluttiin lukea

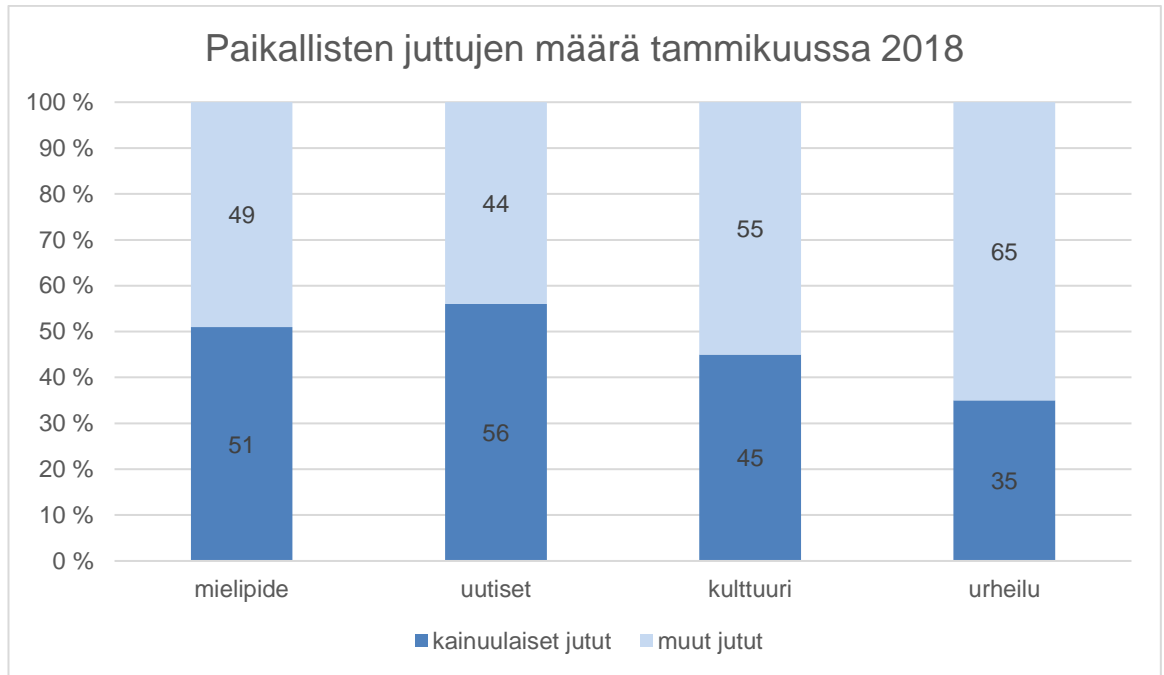
paikallisista ihmisistä. Urheilijoiden ja taiteilijoiden lisäksi vastaajia kiinnostivat paikallisten yrittäjien tarinat. (KS Kyselytutkimus 2017.)

Tilastoinnista kävi ilmi, että kaikki paikallisten, eli kainuulaisten uutisten kirjoittajat, olivat poikkeuksetta Kainuun Sanomien tai alueen muiden pienempien lehtien toimittajia. Lehtien yhteinen kustantaja-omistaja SLP Media mahdollistaa lehtiyhteistyön alueen toimistusten välillä. Huomioitavaa olivat valtakunnallisesti uutiskynnyksen ylittäneet Ylä-Kainuun sähkökatkokset tammikuussa. Asiasta uutisoivat sekä STT että Lännen Media. Tällöin Kainuun Sanomat julkaisi kainuulaisia juttuja muidenkin kuin kainuulaisten toimitusten toimesta.

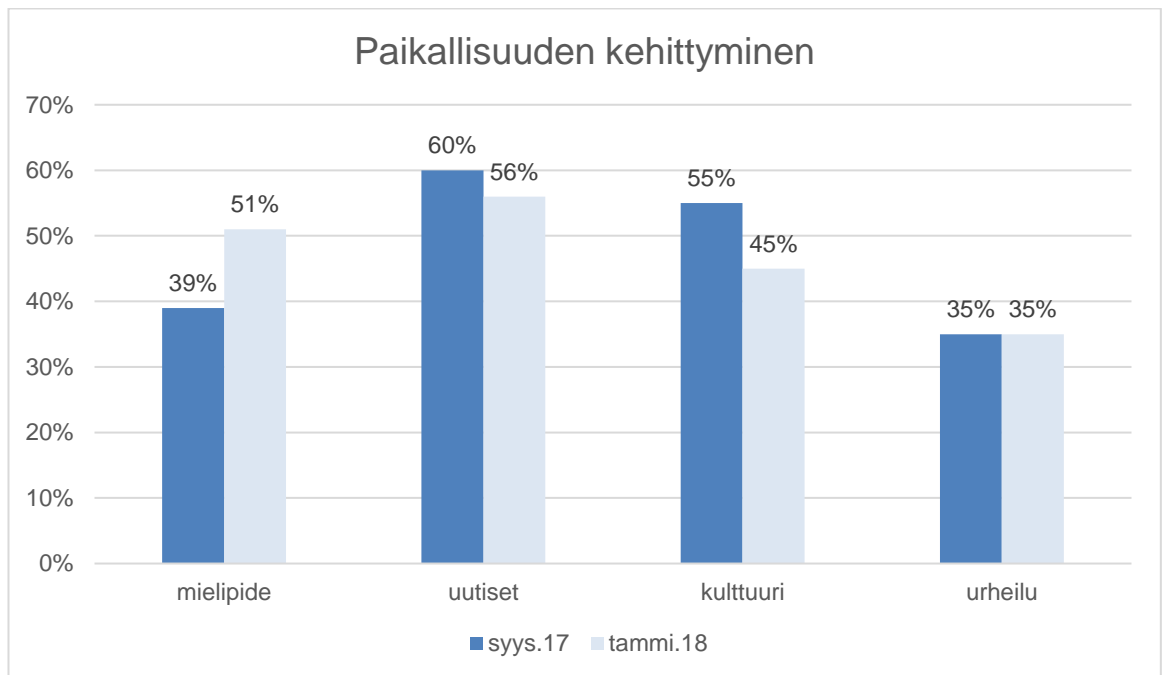
Kasvanut paikallisten juttujen määrä näkyi paikallisten kuvallisten artikkelien määrän kasvussa. Paikallisiksi kuvallisiksi artikkeleiksi määriteltiin kaikki paikalliset jutut, joiden yhteydessä julkaistiin myös kuva, poissulkien kolumnit ja kommentit.

Juttujen laskennassa kävi ilmi, että paikallisten uutisten määrä kasvoi ainoastaan mielipidesivuilla (ks. Kuvio 6 sivulta 27). Kasvu johtui suurilta osin mielipidesivun rakenteellisesta muutoksesta (ks. Kuva 2 sivulta 29). Sisältöuudistuksen yhteydessä mielipidesivuilta poistui kokonaan Muut mediat -palsta. Muilla osastoilla kainuulaisten juttujen määrä pysyi samankaltaisena niin tammikuussa kuin syyskuussakin. Juttuja julkaistiin lukumäärällisesti mielipide-, uutiset-, kulttuuri- ja urheiluosastoilla yhteensä hiukan enemmän sisältöuudistuksen jälkeen. Tammikuussa ensimmäisellä laskentaviikolla, viikolla 2, neljällä osastolla julkaistiin yhteensä 223 artikkelia. Toisella laskentaviikolla, viikolla 3, neljällä osastolla julkaistujen artikkelien määräksi tuli 228. Syyskuun viikolla 38 Kainuun Sanomissa julkaistiin neljällä osastolla yhteensä 222 artikkelia. Laskennan ulkopuolelle jäi Kainuun Sanomien lauantaillehden Viikonvaihte-Kainari -liite sillä erotuksella, että liitteessä olleet lauantaillehden kulttuurisivut otettiin mukaan erittelyyn. Lisäksi erittelystä pois jäivät uutisosaston uutistaustasivut ja maailmasivut.

Sisältöuudistuksen myötä lehden sivuille ilmestyi keltaisia lukijoita aktivoivia Tästä puhe-merkintöjä (ks. Kuva 1 sivulta 24). Keltaiset pyöreät merkinnät juttujen yhteydessä kertoivat lukijalle, että nyt on kyseessä viikon puheenaiheesta kertova artikkeli. Merkinnöillä myös korostettiin tulevan tapahtuman ajankohtaa, jolla pyrittiin tavoittamaan lukijan huomio paremmin erilaisten tapahtumien ennakkojutuissa. Kaikkiaan keltaisia Tästä puhutaan -merkintöjä esiintyi Kainuun Sanomien sivuilla kahden viikon aikana kaksitoista kertaa.



Kuvio 5. Osastojen juttujakauma tammikuussa 2018.



Kuvio 6. Paikallisuuden vertailu osastoittain. Vertailussa syyskuun verrokkiviikko 38 ja tammikuun viikkojen 2 ja 3 keskiarvo.

6.2 Mieli-pide – osastoista eniten muutoksia

Sisältöuudistuksessa eniten muutoksia koki Kainuun Sanomien mieli-pideosasto. Sijainti lehdessä pysyi ennallaan sivuilla 2-3. Rakenteellisina uudistuksina kaikki sivun elementit vaihtoivat paikkaa. Kiitos- ja gallup-elementit vaihtuivat aukeaman ylälaidasta alas. Muut mediat -palsta poistui aukeamalta kokonaan (ks. Kuva 2 sivulta 29).

Pääkirjoitus sai pienemmän tilan aukeamalta, kun se aseteltiin puolitoistapalstaiseksi entisen kolmepalstaisen sijasta. Pääkirjoitusten yhteydessä julkaistiin uudistuksen jälkeen myös artikkelikuva, jota ei aikaisemmin artikkelin yhteydessä säännöllisesti julkaistu. Tämä elävöitti pääkirjoitusta ja koko aukeamaa. Yläkertapalsta sai enemmän tilaa, kun se muuttui puolitoistapalstaisesta 2,5-palstaiseksi. Aukeaman yläpalkkiin tuli uutena lyhyt hyllyjuttu, joka oli yleisimmin julkisuuden henkilön sitaatti jostain ajankohtaisesta aiheesta. Nämä lyhyet hyllyjutut olivat viikolla 38 aina ei-paikallisia.

Julkaistujen artikkelien lukumäärä pysyi samana tammikuun kahdella viikolla kuin syyskuun viikolla. Paikallisten juttujen määrä kasvoi sivuilla 19 prosenttia. Paikallisuuslaskennan ulkopuolelle jätettiin gallup- ja kiitospalstat.

MIELIPIIDE

● Helsingin Sanomat, Puhelin 010 441 7220
● Ankkurivierailija Marjo Vuori 010 441 7227
● Keskustelu sivustalla www.kainuusanomien.fi

KIITOS

■ Niikkinen koulutuskeskus keräsi Kajaanin Sijaintilasta noin 10000 euroa. Täällä on ollut koulutuskeskus, jossa on ollut koulutuskeskus, jossa on ollut koulutuskeskus, jossa on ollut koulutuskeskus.

Kainuun Sanomien kyselytiedustelu
Ovatko julkiset rakennukset ja palvelut kaikkien saatavilla?
Kyselyyn vastasi 91 ihmistä.



Tämä päivä kysyttiin
Julkisten rakennusten ja palveluiden saavutettavuudesta.
91% vastasi kyllä, 9% ei.

30-v. SYNTÄRT
Kokki- ja leiväntekijä
Terveystuotteita kaikkialla!
Osta vain 10 €

30-v. SYNTÄRT
Kokki- ja leiväntekijä
Terveystuotteita kaikkialla!
Osta vain 10 €

30-v. SYNTÄRT
Kokki- ja leiväntekijä
Terveystuotteita kaikkialla!
Osta vain 10 €

Irja ja Huuhapuron tulva



Irja Laakso (vasenpuolella)

Suomen aikaa kun Irja puhui... Irja Laakso on Kainuun ja Huuhapuron tulvan... Irja Laakso on Kainuun ja Huuhapuron tulvan...

PÄÄKIRJOITUS 7. 18.9.2017



VOIKKAJA alustettiin tulvan alueella Suomusjärvi-alueella Suomessa. Vuorokauden kuluessa on ollut tulvia välttämättä joutuneita. Saman on todennäköisesti myös Nurmijärvi ja Vihti.

Herätys, Suomi!

Kainuun Sanomien... Herätys, Suomi! Herätys, Suomi! Herätys, Suomi! Herätys, Suomi!

Herätys, Suomi!

Vain on... Herätys, Suomi! Herätys, Suomi! Herätys, Suomi! Herätys, Suomi!

MUUT MEDIAT

Nuikka nyrkki teedustus seippauksissa

Savo-Saimaan... Nuikka nyrkki teedustus seippauksissa. Nuikka nyrkki teedustus seippauksissa.

Nuikka nyrkki teedustus seippauksissa

Savo-Saimaan... Nuikka nyrkki teedustus seippauksissa. Nuikka nyrkki teedustus seippauksissa.

Trumpin murissa on järkäleä

Yhdysvaltojen... Trumpin murissa on järkäleä. Trumpin murissa on järkäleä.

PHIENNAHE



Katriina Laakso

PHIENNAHE

Yhteistyö... PHIENNAHE. Yhteistyö. PHIENNAHE.

Yhteistyö

Yhteistyö... Yhteistyö. Yhteistyö. Yhteistyö.

Yhteistyö

Yhteistyö... Yhteistyö. Yhteistyö. Yhteistyö.

TESTAATTI

Testaatti... Testaatti. Testaatti. Testaatti.

TESTAATTI

Testaatti... Testaatti. Testaatti. Testaatti.

TESTAATTI

Testaatti... Testaatti. Testaatti. Testaatti.

MIELIPIIDE

● Helsingin Sanomat, Puhelin 010 441 7220
● Ankkurivierailija Marjo Vuori 010 441 7227
● Keskustelu sivustalla www.kainuusanomien.fi

KIITOS

■ Niikkinen koulutuskeskus keräsi Kajaanin Sijaintilasta noin 10000 euroa. Täällä on ollut koulutuskeskus, jossa on ollut koulutuskeskus, jossa on ollut koulutuskeskus.

Kainuun Sanomien kyselytiedustelu
Ovatko julkiset rakennukset ja palvelut kaikkien saatavilla?
Kyselyyn vastasi 91 ihmistä.



Tämä päivä kysyttiin
Julkisten rakennusten ja palveluiden saavutettavuudesta.
91% vastasi kyllä, 9% ei.

30-v. SYNTÄRT
Kokki- ja leiväntekijä
Terveystuotteita kaikkialla!
Osta vain 10 €

30-v. SYNTÄRT
Kokki- ja leiväntekijä
Terveystuotteita kaikkialla!
Osta vain 10 €

30-v. SYNTÄRT
Kokki- ja leiväntekijä
Terveystuotteita kaikkialla!
Osta vain 10 €

PÄÄKIRJOITUS 7. 17.2018



Raimo Virent

Sipilä pani kaikki peliin... Sipilä pani kaikki peliin. Sipilä pani kaikki peliin.

Epärehellisyyttä kansa ei anna helposti anteeksi

Epärehellisyyttä... Epärehellisyyttä kansa ei anna helposti anteeksi. Epärehellisyyttä.

Epärehellisyyttä kansa ei anna helposti anteeksi

Epärehellisyyttä... Epärehellisyyttä kansa ei anna helposti anteeksi. Epärehellisyyttä.

Kainuun jo valmis upeus on turistille arvokasta

Kainuun jo valmis... Kainuun jo valmis upeus on turistille arvokasta. Kainuun jo valmis.

TESTAATTI

Testaatti... Testaatti. Testaatti. Testaatti.

TESTAATTI

Testaatti... Testaatti. Testaatti. Testaatti.

TESTAATTI

Testaatti... Testaatti. Testaatti. Testaatti.

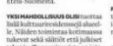
Sipilä pani kaikki peliin

Sipilä pani kaikki peliin... Sipilä pani kaikki peliin. Sipilä pani kaikki peliin.

Sipilä pani kaikki peliin

Sipilä pani kaikki peliin... Sipilä pani kaikki peliin. Sipilä pani kaikki peliin.

PHIENNAHE



Katriina Laakso

PHIENNAHE

Yhteistyö... PHIENNAHE. Yhteistyö. PHIENNAHE.

Yhteistyö

Yhteistyö... Yhteistyö. Yhteistyö. Yhteistyö.

Yhteistyö

Yhteistyö... Yhteistyö. Yhteistyö. Yhteistyö.

TESTAATTI

Testaatti... Testaatti. Testaatti. Testaatti.

TESTAATTI

Testaatti... Testaatti. Testaatti. Testaatti.

TESTAATTI

Testaatti... Testaatti. Testaatti. Testaatti.

Kuva 2. Mallikuva mielipideoston muuttuneesta rakenteesta. Ylhäällä vanha pääaukeama 18.9. ja alhaalla uusi pääaukeama 17.1

6.3 Uutiset – paikallisuus näkyi enemmän

Uutisosastolla paikallisten juttujen numeraalinen määrä laski. Sisältöuudistuksen jälkeen tammikuussa paikallisuutisten määrä putosi uutisissa neljä prosenttia. Lukemaa selittää tammikuun kahdella viikolla vähäinen paikallisten lyhyiden uutisten määrä. Lyhyiksi uutisiksi määriteltiin yksipalstaiset uutiset, jotka sijaitsivat yleensä aukeaman laidassa.

Lyhyiden paikallisten uutisten sijaan yli tuhannen merkin paikalliset kuvalliset artikkelit lisääntyivät Kainuun Sanomien uutissivuilla 5,4 prosenttia. Suuremman palstatilan vaativat kuvalliset jutut söivät lyhyiden uutisten palstatilaa lehdessä.

Sisältöuudistuksen jälkeen paikallisuutisten yhteydessä kuvien määrä lisääntyi. Yli tuhannen merkin kuvattomia paikallisia uutisjuttuja julkaistiin tammikuussa vähemmän kuin syyskuussa.

Uutiset oli osastona sivumäärällisesti Kainuun Sanomien suurin osasto, jonka pääaukeama oli säilyttänyt uudistuksen jälkeen vakiopaikkansa sivuilla 3-4. Uutisosastolla Kainuun Sanomat julkaisee kaikista eniten ei-paikallisia uutisia.

Sisältöuudistus ei muokannut pääuutisaukeamien rakennetta. Pääaukeaman yleisin taittopohja oli edelleen yksi pääjuttu ja 1-2 pienempää artikkelia ja sitten usein yhdellä palstalla lyhyitä uutisartikkeleita.

6.4 Kulttuuri – lehden osastoista pienin

Kulttuuriosasto on Kainuun Sanomien osastoista pienin, siksi lyhyt aikaisen sisällön erittelyn aiheuttama vääristymä on osastolla suurinta. Tammikuun sisältöuudistuksen jälkeen kulttuurisivuilla numeraalinen juttujen lukumäärä pieneni hiukan. Tämä selittyy isompien juttujen useampia kuvia sisältävillä taittoratkaisuilla. Vähäisempään juttujen määrään osastolla vaikutti myös se, että kulttuuritoimitus osallistui myös uutisosaston juttujen kirjoittamiseen. Sisältöuudistuksen myötä sama käytäntö koski myös urheiluosaston toimittajia. Kulttuuriosastolla oli vakioelementtinä lauantailehdessä kolumnipaikka.

Paikallisia uutisia oli keskiarvolta vähemmän tammikuussa kuin syyskuussa. Kulttuuriosaston tuloksissa on otettava huomioon, että sisällön erittelyssä elokuva- ja kirja-arvostelut luokiteltiin ei-paikallisiksi uutisiksi, jos arvosteluissa ei ollut yhtään Kainuu-viittausta.

Kulttuurisivujen rakenne pysyi samana tammikuussa kuin syyskuussa. Paikallisten juttujen määrään vaikuttavat muun muassa maanantailehden kulttuurisivut, jotka olivat sisälön erittelyn aikana täysin ei-paikalliset, koska viikonloppuna lehden kulttuurituottaja ei ole normaalisti töissä. Maanantain numeroissa oli kuitenkin ennakkoon kirjoitettuja juttuja, esimerkiksi kirja-arvosteluja.

6.5 Urheilu – toiseksi suurin osasto

Urheiluosasto on Kainuun Sanomien toiseksi suurin osasto sivumäärällisesti uutisosaston jälkeen. Urheilussa paikallisuusaste osaston tilaan nähden jäi kaikista pienimmäksi (ks. Kuvio 5 sivulta 27).

Urheilusivuilla julkaistujen juttujen määrä viikossa kasvoi tammikuussa syyskuuhun verrattuna. Tämä johtui tammikuun alussa lisääntyneestä lyhyiden ei-paikallisten juttujen määrästä. Lyhyiksi jutuiksi määriteltiin alle tuhat merkkiä pitkä artikkeli, joka oli taitettu yhdelle palstalle. Paikallisuusaste osastolla oli samalla tasolla tammikuussa kuin syksyläkin.

Huomiona myös havaitsin, että urheilusivut kärsivät tilan määrästä. Sivuja on käytössä yli paikallisen tarpeen. Tilan määrän vuoksi julkaistavaksi päätyy myös paljon ei-paikallista uutista. Osaston sivumäärä ei ole vakio samalla tavalla kuin mielipide- ja kulttuuri-osastoilla.

Urheiluosastolla on tammikuun jälkeen osallistuttu myös uutispuolen juttujen kirjoittamiseen. Käytäntö on samalainen kuin kulttuuriosastolla. Urheilupuolella pääaukeaman taitto vaihtelee osastoista eniten, mikä tuo ilmeeseen raikkautta.

7 POHDINTA JA OPINNÄYTETYÖN JOHTOPÄÄTÖKSET

Keväällä 2018 teetetyin kyselyn pohjalta voidaan päätellä, että maakunnan uutisoinnille on Kainuun alueella kysyntää. Kainuussa asuvat ihmiset ovat kiinnostuneita seuraamaan mediasta oman alueensa asioita. Kyselyssä suurin osa vastaajista kertoi avoimissa vastauksissa haluavansa lukea printtilehdestä ensisijaisesti kainuulaisia uutisia.

Toimittaja Johanna Vehkoo soimaa mediataloja horroksessa eläviksi digiloikan lykkääjiksi. Vehkoo on mielestäni oikeassa siinä, että sanomalehdet eivät pelastu irtisanomilla, toimitusten kutistamisilla eivätkä sillä, että loppujen talossa olevien toimittajien niskaan kaadetaan yhä lisää työtä. Lukijaa ei kiinnosta mediakentällä tapahtuva myllerrys, eikä toimitusten talous. Ainoastaan tarjotulla sisällöllä on merkitystä. Vehkoon mielestä uutinen on kuollut sanomalehdestä, mutta journalismia tarvitaan edelleen. (Vehkoo 2011, 202-203.)

Laatua pidän Vehkoon tavoin sanomalehtitoimituksen kilpailuvalttina. Toimituksissa on tällä hetkellä työvuosikaupalla korvaamatonta asiaosaamista. Olisi vaikeaa kuvitella maakunnan asioista enemmän tietävää ihmistä kuin vuosia maakuntalehden toimittajana työskennellyt journalisti. Sulava kerronnantaito, aluetuntemus ja journalistinen kriittinen ajattelu eivät ole toimituksissa kadonneet mihinkään.

Nyt voisi pohtia osaamista uudella tavalla. Lehdet voisivat tarkastella omaa tuotettaan ja karsia turhaa sisältöä. Perinteinen tiedonvälitys, joka vastaa kysymyksiin mitä, kenelle ja missä voitaisiin muokata enemmän taustoittavampaan ja analysoivampaan otteeseen. Sanomalehtien tulevaisuutta pohtivan Vehkoon ajatuksista voi vetää yhtenäisenä linjana toimitusten kokojen säilyttämisen ja uskon journalismin vetävyyteen markkinoilla. Muutoksia tehdessä pitää muistaa ottaa huomioon toimittajan jo tämänhetkinen työtaakka. Muutoksia ei tule murjota läpi työhyvinvoinnin kustannuksella. Hyviä merkkejä printtijournalismin vetävyyteen markkinoilla on olemassa.

Sanomalehti on säilyttänyt uskottavuutensa nopeutuneessa mediaympäristössä. STT:n keväällä 2018 julkaisemassa kyselyssä painettua sanomalehteä pidettiin yhä luotettavimpana medianana. Se löi laudalta muun muassa Ylen televisio- ja radiosisällöt (Yle 2018b).

Opinnäytetyössäni tarkastelin Kainuun Sanomien viimeisintä liikettä – sisältöuudistusta. Tutkimuskysymykseni oli, kuinka Kainuun Sanomat onnistui printtilehden sisältöuudistuksessa lukijoidensa mielestä. Opinnäytetyössäni tehdystä kyselystä ilmenee, että mielenkiinto Kainuun Sanomia kohtaan on kasvanut vuoden 2017 syyskuusta. Sisältöstrategisia muutoksia voidaan pitää kannattavina. Tosin lukijoiden vähäinen tutustumisaika muokattuun sisältöön näkyi. 57 prosenttia vastaajista kertoi, että lehti ei ollut muuttunut paremmaksi, eikä huonommaksi. 33 prosenttia vastaajista näki, että lehti oli muuttunut parempaan suuntaan.

Sisällön erittelyssä kävi ilmi, että juttuja julkaistiin printtilehdessä mielipide-, uutis-, kulttuuri- ja urheiluosastolla hieman enemmän uudistuksen jälkeen. Tosin kainuulaisten juttujen määrä lisääntyi ainoastaan mielipideosastolla. Tässä suhteessa osastolla tehtyjä rakennemuutoksia voidaan pitää kannattavina. Kyselyn pohjalta vastaajien mielestä kiinnostavimpana osastona säilyi uutisosasto, jonka kiinnostavuus oli kuitenkin kyselyn mukaan laskenut hieman verrattuna syksyn 2017 tulokseen. Tämä on mielenkiintoinen seikka, sillä uudistuksen myötä puheenaiheet näkyivät ainoastaan uutissivuilla. Vastajat kuitenkin olivat sitä mieltä, että uutissivut olivat muuttuneet mielenkiintoisemmiksi puheenaiheiden myötä.

Vastaajia kiinnosti kaikista vähiten urheiluosasto. Urheiluosaston paikallisuusaste oli myös osastoista pienin, tämä johtuu osaston liian isosta koosta. Kainuun Sanomien arkinumerot ovat yleensä kooltaan 28 tai 32 sivua. Minusta oikeampi koko olisi 28 sivua. Lehden koon sanelee todennäköisesti yleisimmin tulevien ilmoitusten määrä ja Lännen Medialta saatava käyttökelpoinen sisältö.

Ilahduttavaa oli huomata, kuinka lehti halusi luoda puheenaiheissaan pidemmän ja syventyvemmän silmäyksen alueen asioihin. Useamman päivän puheenaiheita ovat lehden sivuilla olleet muun muassa aktiivimallin vaikutukset Kainuussa, kierrättäminen ja alueen matkailu. Kyselyssä vastaajat pääsivät avoimissa vastauksissa kertomaan, mikä heitä Kainuun Sanomissa eniten kiinnostaa ja mistä he haluaisivat tehtävän puheenaiheita. Ylivoimaisesti eniten toivottiin kainuulaisia, paikallisia uutisia. Sisällön erittelyssä kävi ilmi, että mielipidesivuilla käsiteltävien aiheiden paikallisuusaste kasvoi osastoista ainoana. Sivuilta jäi pois valtakunnallisia artikkeleita, jotka korvattiin kainuulaisten kirjoittajien Kainuuta koskevilla teksteillä. Uutisosastolla Kainuuta koskevat uutiset taitettiin uudistuksen jälkeen näyttävämmiin – kuvallisten paikallisten juttujen määrä kasvoi uutisosastolla. Puheenaiheissa toivottiin jatkossa pureutumista maakunta- ja kunnallispolitiisiin päätöksiin. Poliittikkaa toivottiin tarkasteltavan enemmän myös valtakunnallisesti.

Vastaajia kiinnostivat myös syrjäkylien asiat. Uutisia toivottiin pienien paikkakuntien tapahtumista ja arjesta yleensä. Puheenaiheita kritisoitiinkin Kajaani-keskeisiksi.

Sisältöuudistuksessa lukijapalveluita haluttiin lisätä. Lukijapalveluilla tarkoitettiin esimerkiksi artikkeleita, joissa kerrottiin alueen tapahtumista. Konkreettisimpana esimerkkinä sivuilla nähtiin uudistuksen jälkeen keltaisia Tästä puhe -tarroja. Tarrat ilmoittivat lukijalle, milloin sivulla käsiteltiin viikon puheenaihetta ja tapahtumauutisten yhteydessä keltaisella tarralla korostettiin tekstiä, joka vastasi kysymyksiin mitä, missä, milloin. Parhaiten tarroja hyödynsi osastoista kulttuuri.

Persoonaa haluttiin tuoda enemmän lehden sivuilla esiin. Tämän myötä sisältöuudistuksen yhteydessä haluttiin lisätä lukijoiden toivomien henkilöjuttujen määrää ja toimittajien kolumni- ja kommenttikirjoituksia. Henkilöjuttujen määrä pysyi viikkotasolla tammikuussa samankaltaisena kuin syksylläkin. Kainuun Sanomien jutuissa uutisiin mentiin usein hyvin henkilövetoisesti, mutta sisällön erittelyssä käytin Maarit Jaakkolan Hyvä Journalismi -kirjan määritelmää henkilökuvasta (Jaakkola 2013, 211). Henkilöjuttuja on mielestäni edelleen lehden sivuilla liian vähän niiden suosioon nähden. Mielestäni parhaimmat henkilöjutut Kainuun Sanomissa julkaistaan viikonlopun Viikonvaihe-Kainarissa. Toimittajien kolumni- ja kommenttitekstit lisääntyivät uutis- kulttuuri- ja urheiluosastoilla. Tosin suurin osa kolumneista oli Lännen Median toimittajien tekstejä.

Henkilöjuttujen ja kolumnien kohdalla käytettävissä oleva aika on ratkaisevassa roolissa. Nollasisällön kommentteja tai kolumneja ei kannata julkaista. Tällöin säilytetään Vehkoonkin peräänkuuluttama laatusisältö. Mielestäni tässä suunnittelu voisi olla avain ongelmaan. Entäpä jos lehdessä alettaisiinkin julkaista viikoittaisia juttusarjoja. Juttusarjat voisivat keskittyä kiinnostaviin henkilöihin tai sitten toimittajien omiin havaintoihin perustuviin analyysihin – mielipideteksteihin.

Toimituksen itse tuottamalla juttusarjalla paikallista sisältöä saataisiin nostettua lehden sivuilla. Kirjoitustaito ja paikallisosaaaminen ovat jo talossa. Juttusarjojen harvalla, mutta säännöllisellä, ilmestymistahdilla säilytettäisiin Vehkoon alleviivaama hyvin taustoitettujen paikallisten aiheiden tarjonta lukijalle. Juttusarjoista puhuttaessa pitää muistaa, että Kainuun Sanomat toteuttaa jo juttusarjan kaltaista maanantaisin alkavaa ja useamman päivän kestäväää puheenaihekokonaisuutta uutissivuillaan.

LÄHTEET

Grönlund, M 2014. Sanomalehtien liiketoiminta ja toimintaympäristö 2000-luvulla. Teoksessa Lehtisaari K (toim). Sanomalehti uudessa mediamaisemassa: mediafoorumi 2014. Helsinki: Taloudellinen tiedotustoimisto TAT, 38.

Heikkilä, T. 2014. Tilastollinen tutkimus. Porvoo: Edita Publishing Oy.

Herkman, J. 2014. Lukijakansasta some-kansaksi? Teoksessa Lehtisaari K (toim). Sanomalehti uudessa mediamaisemassa: mediafoorumi 2014. Helsinki: Taloudellinen tiedotustoimisto TAT, 18.

Jaakkola M. 2013. Hyvä Journalismi: käytännön opas kirjoittajalle. Vantaa: Kansanvalistusseura.

Journalisti 2017. Kuudet YT-neuvottelut käynnissä. Viitattu 7.2. Saatavilla.

<https://www.journalisti.fi/artikkelit/2017/13/0.21919400-151004390694/>

Journalisti 2018. Nopeammin, sirpaleisemmin, sekavammin. Viitattu 13.2. Saatavilla.

<https://www.journalisti.fi/artikkelit/2017/12/nopeammin-sirpaleisemmin-sekavammin/>

Kainuun Sanomat 2015: Kainuun Sanomat 6-päiväiseksi, lauantaisin tuplanumero. Viitattu 9.2.2018. Saatavilla. <https://www.kainuunsanomat.fi/kainuun-sanomat/kainuu/kainuun-sanomat-6-paivaiseksi-sunnuntaisin-tuplanumero/>

Kainuun Sanomat 2018. Kainarin kasvattaja Kukkonen. Kainuun Sanomat 13.2.2018. viitattu 15.2. <http://www.epress.fi/reader/issue/1884/172321/34>

Kainuun Sanomien kyselytutkimus 2017. Kainuun Sanomat. Kajaani. Ei-julkinen dokumentti.

KMT 2017. Kansallinen mediatutkimus 2017 tilasto. Viitattu 16.4. Saatavilla. <http://mediauditfinland.fi/wp-content/uploads/2018/04/LTtilasto2017.pdf>

Kärki, H 2017. Unohtakaa Donald Trump! Teoksessa Blåfield V (toim). Mediakirja 2017. Helsinki: Viestinnän Keskusliitto ry.

Lehtisaari K 2014 (toim). Sanomalehti uudessa mediamaisemassa: mediafoorumi 2014. Helsinki: Taloudellinen tiedotustoimisto TAT, 8.

Lännen Media 2018. Tietoa meistä. Viitattu 16.4. Saatavilla. http://www.lannenmedia.fi/?page_id=2

Mainonta & Markkinointi 2018. Mediamainonnan määrä ei kääntynyt vieläkään nousuun – sähköisen median puolella lupaavaa kasvua. 16.5.2018. Saatavilla. <https://www.marmai.fi/uutiset/mediamainonnan-maara-ei-kaantynyt-vielakaan-nousuun-sahkoisen-median-puolella-lupaavaa-kasvua-6698919>

Ojajärvi, S 2014. Keskitetysti paikallista? Paikallislehdistön asema median murroksessa. Teoksessa Lehtisaari K (toim). Sanomalehti uudessa mediamaisemassa: mediafoorumi 2014. Helsinki: Taloudellinen tiedotustoimisto TAT, 87.

Pesonen, M.; Pyyluoma S. 1996. Maakuntalehtien ääni: Maakuntalehtien liitto 50 vuotta. Helsinki: Maakuntalehtien liitto ry.

Piirainen, M. 1995. Vain koko kangistaa – Paikallis-, alue ja maakuntalehden kantovoima sama, vain konstit eroavat. Teoksessa Kangaspunta, S. (toim). Lähemmäs vielä: paikallisjournalismin täyspakkaus. Tampere: Moniviestintä Oy, 48.

Pirttijoki, M. 2018. Uusi vuosi, Uudet kuteet. Kainuun Sanomat 30.12.2018. Viitattu 27.3. <http://www.epress.fi/reader/issue/1884/168479/2>

Print&Media 2014. Sanomalehdet siirtyvät joukolla tabloidiin. Viitattu 26.4.2018. Saatavilla. <https://pmllehti.fi/uutiset/toimiala/sanomalehdet-siirtyv%C3%A4t-joukolla-tabloidiin/>

Tuomi, J.; Sarajärvi, A. 2018. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.

Turun Sanomat 2006. Maakuntalehti puhuu maakunnan puolesta. Viitattu 7.2.2018. Saatavilla. <http://www.ts.fi/viihde/1074150912/Maakuntalehti+puhuu+maakunnan+puolesta>

Vehkoo, J 2011. Painokoneet seis! : kertomuksia uuden journalismin ajasta. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Teos.

Viljakainen, A.; Vehmas K. 2014. Mediateknologioiden kehityssuunnat. Teoksessa Lehtisaari K (toim). Sanomalehti uudessa mediamaisemassa: mediafoorumi 2014. Helsinki: Taloudellinen tiedotustoimisto TAT, 18.

Vilka, H 2007. Tutki ja mittaa: määrällisen tutkimuksen perusteet. Helsinki: Kustannusyhtiö Tammi.

Väliverronen, E 2009. Journalismi murroksessa. Helsinki. Gaudeamus.

Yle 2018a. Talous kasvoikin viime vuonna arvioitua vähemmän – Suomen Pankki: Ei syytä huoleen, noususuhdanne jatkuu. 16.5.2018. Saatavilla. <https://yle.fi/uutiset/3-10120868>

Yle 2018b. Enemmistö luottaa painettuun sanomalehteen – Medioiden verkkopalveluja pitää luotettavina alle puolet. 24.4.2018. Saatavilla. <https://yle.fi/uutiset/3-10169694>

Yle 2015a. Kainuun lehtiperheestä vähennetään 14 henkilötyövuotta – Kainuun Sanomat 6-päiväiseksi. Viitattu 9.2.2018. Saatavilla. <https://yle.fi/uutiset/3-7956438>

Yle 2015b. Kainuun Sanomien päätoimittaja: ”Omistajanvaihdos ehdottoman hyvä uutinen”. Viitattu 16.4.2018. Saatavilla. <https://yle.fi/uutiset/3-7781198>

Yle 2011. Kainuun Sanomat uusiutui kohti internetiä. Viitattu 9.2.2018. Saatavilla. <https://yle.fi/uutiset/3-5307060>

Kainuun Sanomien lukijakysely 2018

Kainuun Sanomien lukijakysely

Olet osallistumassa Kainuun Sanomien lukijakyselyyn. Kyselyssä selvitetään lukijoiden mielipidettä Kainuun Sanomien lehtiversion sisältöuudistuksesta, joka otettiin käyttöön 8.1.2018. Sisältöuudistuksessa Kainuun Sanomat painotti mm. paikallisten puheenaiheiden esiin nostamista ja lukijapalvelun kehittämistä.

Kyselyyn vastaaminen on maksutonta ja vastaaja voi halutessaan osallistua Kainuun Sanomien järjestämään arvontaan, joka järjestetään kyselyn yhteydessä. Kyselyn kesto on noin 15 minuuttia.

Arvonnasta on mahdollisuus voittaa 100 euron lahjakortti. Arvontaa varten kysytään vastaajan yhteystiedot tämän kyselyn lopussa. Yhteystietoja käytetään vain arvonnän yhteydessä eikä niitä julkaista eikä luovuteta eteenpäin. Voit lähettää kyselyn vastaukset myös ilman yhteystietojen antamista. Vastaajan tulee olla täysi-ikäinen.

Kysely on osa Turun ammattikorkeakoulussa medianomin opintoja suorittavan Antti-Jussi Korhosen opinnäytetyötä, joka julkaistaan vuonna 2018 Theseus-opinnäytetyötietokannassa <http://www.theseus.fi>.

Lisätietoja:

Markus Pirttijoki, päätoimittaja, Kainuun Sanomat
markus.pirttijoki@kainuunsanomat.fi

Antti-Jussi Korhonen
anttijussi.korhonen1@edu.turkuamk.fi

Sukupuoli

- Nainen
 Mies
 Muu

Minkä ikäinen olet?

- 18-25 v.
 26-35 v.
 36-45 v.
 46-55 v.
 56-65 v.
 66-

Olen tilaaja/ En ole tilaaja

Täystilaajalla kysymyksessä tarkoitetaan, että sinulle tulee lehtiversio ja sinulla on lukuoikeudet nettiversioon.

- Olen painetun sanomalehden tilaaja (täystilaaja)
- Olen digilehden tilaaja
- En ole tilaaja

Olen tyytyväinen lehden sisältöön

- Kyllä
- En
- En osaa sanoa

Kuinka mielenkiintoisena pidät Kainuun Sanomia? (0=en pidä lainkaan mielenkiintoisena, 10=pidän erittäin mielenkiintoisena)

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Kainuun Sanomissa minua kiinnostaa eniten

Kainuun Sanomien printtiversio on muuttunut tammikuun 2018 sisältöuudistuksen jälkeen mielestäni

- Paljon huonommaksi
- Huonommaksi
- Ei huonommaksi eikä paremmaksi
- Paremmaksi
- Paljon paremmaksi

Mitä uutta olet huomannut Kainuun Sanomissa?

Kainuun Sanomat nostaa paikallisia puheenaiheita aiempaa vahvemmin esiin (1=täysin eri mieltä, 6=täysin samaa mieltä)

	1	2	3	4	5	6
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Mistä aiheista Kainuun Sanomat voisi nostaa puheenaiheita?

Maanantaisin alkava ja useamman päivän kestävä puheenaiheiden käsittely on tehnyt Kainuun Sanomien uutisosastosta aiempaa mielenkiintoisemman (1=täysin eri mieltä, 6=täysin samaa mieltä)

	1	2	3	4	5	6
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Tähän mennessä lehdessä olleet paikalliset puheenaiheet (mm. vuodenvaihteen sähkökatkot, aktiivimalli, seurakuntien talous, teiden talvikunnossapito, Kainuun kasvunäkymät, matkailun markkinointi Vuokatti vs. muut) ovat olleet mielenkiintoisia (1=täysin eri mieltä, 6=täysin samaa mieltä)

1	2	3	4	5	6
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Henkilöjuttuja on aiempaa enemmän (1=täysin eri mieltä, 6=täysin samaa mieltä)

1	2	3	4	5	6
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



Pyöreät keltaiset tarrat artikkelien yhteydessä, joissa kerrotaan tapahtumien ajankohdista, ovat tarpeellista palvelua Kainuun Sanomilta (1=täysin eri mieltä, 6=täysin samaa mieltä)

1	2	3	4	5	6
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Kuinka mielenkiintoisena pidät uudistuksen jälkeisiä mielipide-, uutis-, kulttuuri- ja urheilusivuja (1=ei lainkaan kiinnostavana, 6=erittäin kiinnostavana)

	1	2	3	4	5	6
Mielipide	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Uutiset	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kulttuuri	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Urheilu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Palautetta Kainuun Sanomille uudistuneesta sisällöstä

Kiitos vastauksistasi. Lukijakyselyllä on tarkoitus selvittää, kuinka Kainuun Sanomat on onnistunut tammikuussa 2018 julkaistussa lehtiversion sisältöuudistuksessa ja miten sisältöä kannattaa jatkossa kehittää.

Kysely on osa Turun ammattikorkeakoulussa medianomin opintoja suorittavan Antti-Jussi Korhosen opinnäytetyötä, joka julkaistaan vuonna 2018 Theseus-opinnäytetyötietokannassa <http://www.theseus.fi>.

Tällä sivulla voit osallistua Kainuun Sanomien järjestämään arvontaan antamalla yhteystietosi annettuihin kohtiin. Yhteystietoja käytetään vain arvonnän yhteydessä eikä niitä julkaista eikä luovuteta eteenpäin. Kainuun Sanomat arpoo voittajan ja ilmoittaa voittajalle voitosta henkilökohtaisesti. Yhteystietojen jättäminen on vapaaehtoista. Voit lähettää kyselyn vastaukset myös ilman yhteystietojen antamista. Viimeistele vastauksesi klikkaamalla Lähetä-painiketta.

Etinimi	<input type="text"/>
Sukunimi	<input type="text"/>
Matkapuhelin	<input type="text"/>
Sähköposti	<input type="text"/>