

Mari Aho

## **MUUTOS MAASELÄSSÄ**

Miten kotiseutulehti Maaselän toimittajien työkäytännöt ovat muuttuneet?

## **MUUTOS MAASELÄSSÄ**

Miten kotiseutulehti Maaselän toimittajien työkäytännöt ovat muuttuneet?

Mari Aho  
Opinnäytetyö  
Kevät 2015  
Viestinnän koulutusohjelma  
Oulun ammattikorkeakoulu

## TIIVISTELMÄ

Oulun ammattikorkeakoulu  
Viestinnän koulutusohjelma, journalismin suuntautumisvaihtoehto

---

Tekijä: Mari Aho

Opinnäytetyön nimi: Muutos Maaselässä. Miten kotiseutulehti Maaselän toimittajien työkäytännöt ovat muuttuneet?

Työn ohjaaja: Pertti Sillanpää

Työn valmistumislukukausi- ja vuosi: Kevät 2015

Sivumäärä: 53 + 2

---

Tutkielmani tavoitteena on selvittää, miten kotiseutulehti Maaselän toimittajien työkäytännöt ovat muuttuneet. Maaselässä 2010-luvun ensimmäinen puolisko on ollut suurten muutosten aikaa. Lehden uudistetuilla verkkosivuilla otettiin käyttöön maksumuuri ja toimitus liittyi sosiaaliseen mediaan. Paperilehden toinen viikoittainen numero lakkautettiin, mutta sen tilalle lanseerattiin ilmaisjakelulehti Maaselän Extra. Lisäksi yksi lehden kolmesta toimittajasta on osa-aikaisella eläkkeellä.

Tietoperustana käytän pääasiassa paikallislehtien ja journalismin muutoksista kertovia teoksia. Tutkielman alussa kerron, millaisia haasteita paikallislehdet tällä hetkellä kohtaavat ja miten haasteet vaikuttavat paikallislehden toimittajan työhön. Menetelminä käytän teemahaastattelua ja teorialähtöistä sisällönanalyysia.

Tutkielmani tulokset osoittavat, että Maaselän toimittajat ovat kiireisempiä kuin ennen. Uutisia pitäisi tuottaa aiempaa enemmän aiempaa lyhyemmässä ajassa. Työ on myös muuttunut teknisemmäksi. Tutkielmani tulokset ovat samankaltaisia kuin aiemmin tehdyissä toimittajan työn muutoksia tarkastelevissa tutkimuksissa. Tämä osoittaa sen, että lehtien toimitukset käyvät läpi samanlaisia muutoksia, oli kyseessä sitten iso tai pieni toimitus. Uutta tietoa tutkielmassani on maksumuurin käyttöönoton vaikutukset toimittajan työhön. Maksumuurin taloudellinen kannattavuus sekä julkaistavan materiaalin riittävyys aiheuttivat toimittajissa huolta. Haastattelut on toteutettu kahta viikkoa ennen maksumuurin käyttöönottoa.

Tutkielmani pohdintaosioon laadin Maaselälle muutamia kehittämisideoita asioihin, joihin toimittajat itse toivoivat kehitystä ja joita itse koen olevan mahdollista kehittää. Maaselän lisäksi tutkielmastani voi olla hyötyä muille paikallislehdille, joissa tutkielmassani kuvaamat muutokset ovat vasta edessäpäin. Lisäksi tutkielma on hyödyksi kaikille paikallisjournalismista ja sen muutoksista kiinnostuneille.

---

Asiasanat: paikallislehdet, paikallisjournalismi, toimittajat, toimitustyö, internet

## ABSTRACT

Oulu University of Applied Sciences  
Degree Programme in Communication, Option of Journalism

---

Author: Mari Aho

Title of thesis: Change in Maaselkä. How have the work practices of journalists changed in the local newspaper Maaselkä?

Supervisor: Pertti Sillanpää

Term and year when the thesis was submitted: Spring 2015      Number of pages: 53 + 2

---

The aim of this thesis was to find out how the work practices of journalists have changed in the local newspaper Maaselkä. During the first half of 2010 Maaselkä has went through many changes. A paywall has been launched on Maaselkä's new websites as well as the newspaper and the journalists have also joined social media. The second weekly issue of the paper version of Maaselkä was suppressed, and a free newspaper, Maaselkä's Extra, was launched. Additionally one of the three journalists is a part-time retiree.

The literature used in the study consisted of literature related to changes in local newspapers and journalism. At the beginning of the thesis the challenges of local newspapers facing today as well as how these changes affect the work of journalists of the local media are discussed. The study was carried out by semi-structured interviews with the journalists of Maaselkä.

The interviews revealed that the journalists of Maaselkä are busier than before. News should be produced more in less time than before. The work is also more technical than it used to be. The results of this study resemble the other studies made about changes in journalistic work. This proves that editorial offices go through the same kind of changes, apart from whether the editorial office is large or small. New data in this study is the effects of a paywall to the work of the journalists in local media. The journalists of Maaselkä were concerned about the economical viability of the paywall and the sufficiency of the news. Journalists were interviewed two weeks before the introduction of the paywall.

The study includes developing ideas for the newspaper Maaselkä. This study may be helpful to other editorial offices of local newspapers which are undergoing the same changes as Maaselkä. In addition, this thesis is useful for those interested in local journalism and changes in it.

---

Keywords: newspapers, journalism, journalists, internet

# SISÄLLYS

1	JOHDANTO .....	6
2	PAIKALLISLEHDEN HAASTEET .....	8
2.1	Paikallislehti tänään.....	8
2.2	Digiajan ongelmat.....	9
2.3	Vaihtoehtona portaali .....	12
3	TOIMITTAJA MUUTOKSEN KESKELLÄ.....	15
3.1	Mitä toimittajalle kuuluu? .....	15
3.2	Toimittaja sosiaalisessa mediassa .....	17
3.3	Jyrkäisen tutkimus .....	20
3.4	Nikusen tutkimus .....	22
4	AINEISTOT JA MENETELMÄT .....	24
4.1	Tutkimuskysymys ja menetelmät.....	24
4.2	Tutkimuksen kohde: kotiseutulehti Maaselkä .....	25
4.3	Tutkimuksen eteneminen .....	26
5	TULOKSET.....	27
5.1	Viiden vuoden muutokset .....	27
5.2	Verkkosivu-uudistus .....	28
5.2.1	Verkkosivujen muutokset työhön .....	29
5.2.2	Uutisia myös videomuodossa .....	31
5.2.3	Maksumuuri .....	32
5.3	Sosiaalinen media .....	34
5.4	Muutoksia myös printin puolella .....	37
5.5	Osa-aikaeläke vaikuttaa koko toimitukseen.....	39
5.6	Kokemukset työstä nyt ja tulevaisuudessa .....	40
6	JOHTOPÄÄTÖKSIÄ JA POHDINTAA .....	44
6.1	Kehittämisideoita .....	45
6.2	Lopuksi.....	47
	LÄHTEET .....	49
	LIITTEET .....	54

# 1 JOHDANTO

Ollessani kesätöissä kotiseutulehti Maaselässä kesällä 2012 toimituksessa odotettiin jo innolla tulevaa verkkosivu-uudistusta. Tulevia sivuja kutsuttiin portaaliksi, joka käsittäisi muun muassa blogeja, mainoksia, lukijoiden keskustelupalstan sekä tietysti uutisia. Uudet verkkosivut julkaistiin lokakuussa 2013, ja samoihin aikoihin Maaselkä ja sen toimittajat liittyivät sosiaaliseen mediaan. Verkkosivuilla alettiin julkaista uutisia päivittäin, ei enää pelkästään lapioituja uutisia paperilehden julkaisupäivänä.

Syyskuussa 2014 paperilehden ilmestymiskerrat vähenivät kahdesta numerosta yhteen lehteen viikossa. Samalla yksi lehden kolmesta toimittajasta siirtyi osa-aikaiselle eläkkeelle. Vuoden 2015 alussa paperilehden rinnalle ilmestyi ilmaisjakelulehti Maaselän Extra, jota jaetaan viisitoista kertaa vuodessa Haapajärven ja Reisjärven lisäksi neljään muuhun kuntaan. Huhtikuussa 2015 Maaselän verkkosivuilla otettiin käyttöön maksumuuri, eli este, joka sallii uutisten lukemisen vain maksua vastaan.

2010-luvulla perinteisessä Maaselässä on tapahtunut useita suuria muutoksia. Nämä muutokset ovat varmasti vaikuttaneet koko toimituksen arkeen.

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on tarkastella, miten Maaselän toimittajien työkäytännöt ovat muuttuneet lehdessä tehtyjen uudistusten myötä. Tahdoin muuan muassa selvittää, millaisia vaikutuksia internetin arkipäiväistymisellä on ollut toimittajien työhön ja millaisia ajatuksia toimittajilla on maksumuurin käyttöönotosta.

Ennako-olettamukseni oli, että Maaselän toimittajat olisivat aiempaa kiireisempiä. Lehden verkkosivuja päivitetään useita kertoja viikossa, joten deadlinet ovat todennäköisesti kiristyneet. Internetin kautta toimittajat luultavasti saavat aiempaa tehokkaammin kontaktia lukijoihin, toisaalta sosiaalinen media saattaa olla toimittajille vielä osittain vieras alue. Muutenkin uuden tekniikan haltuunottaakseen toimittajat ovat saattaneet joutua hankkimaan lisää koulutusta. Ilmaisjakelulehden tultua mukaan kuvioihin toimittajat ovat todennäköisesti joutuneet vetämään tarkan rajan maksullisen lehden ja ilmaisjakelulehden sisältöjen välille. Maksumuuri taas saattaa lisätä toimittajien paineita tehdä laatujournalismia, josta lukijat tahtovat maksaa.

Menetelminä opinnäytetyössäni käytin teemahaastattelua ja teorialähtöistä sisällönanalyysia. Teoriarunkona käytin Jyrki Jyrkiäisen vuonna 2007 tekemää *Journalistit muuttuvassa mediassa* -tutkimusta sekä Kaarina Nikusen Journalismikritiikin vuosikirja 2011 -teoksessa julkaistua *Ikään katsoen: Talouslaman vaikutuksia suomalaisissa toimituksissa* -tutkimusta.

Opinnäytetyöni tietopohjana käytän alan kirjallisuutta ja nettilähteitä. Yksi tärkeimmistä lähteistäni on Ulla Alakankaan ja Pertti Sillanpään toimittama *LoCaali 2.0. Ajatuksia paikallislehtien tulevaisuudesta* -teos. Hyödynsin myös paljon Minna Karukan, Senni Laineen ja Heidi Ålanderin toimittamaa *Digijournalismin uudet aatteet. Digisilta-hankkeen loppujulkaisu* -teosta sekä Eliisa Vainikan, Elina Nopparin, Ari Heinosen ja Jukka Huhtamäen toimittamaa *Twitteryhmiä ja uutispäivittelyä – Toimittajana sosiaalisessa mediassa* -teosta.

## 2 PAIKALLISLEHDEN HAASTEET

Tässä luvussa kuvailen paikallislehtien tämänhetkistä tilannetta ja kerron, miksi paikallislehdet pyrkivät nykyään panostamaan verkkoon. Kerron myös, millaisia ongelmia digiaika on aiheuttanut paikallislehdille. Luvun loppuosassa pohdin, voisiko verkkoportaa olla ratkaisu paikallislehtien ongelmiin.

### 2.1 Paikallislehti tänään

Paikallislehti on sanomalehtimäinen, liikeyritysluonteinen, epäpoliittinen ja tilauspohjainen julkaisu, joka ilmestyy 1–4 kertaa viikossa ja leviää yhteen tai muutama kuntaan tai kaupunginosaan. Paikallislehden pääasiallinen sisältö muodostuu suppean levikkialueen asioista. (Kuutti 2012, 143.) Sisältö painottuu paikallisiin uutisiin, paikalliseen sisältöön ja ilmoituksiin painetussa sekä sähköisessä muodossa (Sanomalehtien liitto, viitattu 28.2.2015).

Itellan (nyk. Posti) teettämän tutkimuksen mukaan sanomalehtien kysyntää määrittävät lehtien tilaushinnat, paperilehtiä korvaavan teknologian kehittyminen ja sen hyödyntäminen, arvonlisäveron taso sekä jakelukustannukset. Tutkimuksen mukaan lehden hinta vaikuttaa suoraan sen kysyntään. Kun otetaan huomioon yleinen kustannuskehitys, sanomalehtien hinnan reaalkorotus vuodesta 1990 vuoteen 2013 on ollut 75 prosenttia. Arvonlisäveron nousu yhdeksään prosenttiin vuonna 2012 ja siitä eteenpäin kymmeneen prosenttiin vähensi sanomalehtien kysyntää noin viisi prosenttia vuoteen 2014 mennessä. (Posti, viitattu 2.3.2015.)

Monen paikallislehden julkaisuja toimitetaan haja-asutusalueille, joiden jakelukustannukset ovat nousseet viime aikoina jyrkästi. Vuonna 2011 voimaan tullut postijakelulaki vapautti postinjakelun, eli myös paikallislehtien jakelun, kilpailulle. Kilpailun arvioidaan laskevan jakelukustannuksia suurten kaupunkien keskusta-alueilla, mutta sen sijaan haja-asutusalueiden postinjakelu tuskin kiinnostaa Postin kilpailijoita. (Henriksson 2011, 18.)

Myös lukijakunnan vanheneminen on haaste paikallislehdille. Ikääntyneiden lukijoiden luonnollinen poistuma on yksi syy levikkien laskuun. Ikäihmiset ovat saattaneet tilata lehden myös lapsilleen ja lapsenlapsilleen, joten lehti menettää kerralla monta tilausta. Lisäksi ilmoittajia kiinnosta-



vat ikääntyneitä enemmän ruuhkavuosia elävät aikuiset, jotka kuluttavat enemmän kuin muut ikäluokat. Paikallislehtien haasteena onkin houkutella kyseistä ikäluokkaa tilaajiksi. (Pentikäinen 2014, 7.)

Vaikka paikallislehti on ongelmassa, sille on kuitenkin tarvetta. Paikalliset uutiset toimivat kontrastina globaalille uutisoinnille, eikä mikään muu media tarjoa tietoa pienestä paikkakunnasta yhtä hyvin kuin siellä julkaistava paikallislehti. Oman kaupungin, kunnan, kylän ja naapuruston tapahtumat ja puheenaiheet sekä alueen asukkaiden harrastukset ja kiinnostuksen kohteet muodostavat jatkuvasti laajentuvan kysynnän paikallisuutisille. Paikallislehden vahvuus on sen läheisyys. Vanhemman ikäpolven lukijat ovat kasvaneet ja sitoutuneet paikallislehden läheisyyteen. Haasteena onkin, miten houkutella myös verkkomaailmassa kasvaneet nuoret paikallislehden pariin. (Tiitinen 2011, 26.) Laadukas, paikallinen sisältö voi olla paikallislehden keino menestykseen, kunhan se on helposti löydettävissä sekä tarjolla kuluttajille oikeassa muodossa oikeaan aikaan (Ålander 2014, 28).

Kuluttajan motiivit lukea ja tilata paikallislehteä voivat liittyä tiedon ja tarjousten saamiseen, ajanvieteeseen tai totuttuun tapaan. Muita, paikallislehtien kannalta oleellisia motiiveja ovat yhteisöllisyyden tunne, luottamus lehden brändiin ja valmiiksi toimitetun lukupaketin vaivattomuus. (Argilander 2014, 22.)

1990- ja 2000-luvulla paikallislehdet ovat lähinnä turvanneet vanhoihin taloudellisiin kulta-aikoihin uusien innovaatioiden etsimisen sijaan. Tähän asti paikallislehdet ovat selvinneet vahvojen lukija- ja ilmoittajasuhteiden avulla. Uuteen teknologiaan ja internetiin ne ovat suhtautuneet torjuvasti. Suurimmalle osalle paikallislehdistä verkko on kuin välttämätön paha: on siellä jollakin tavalla oltava mukana ja kehitystä on seurattava, mutta mieluummin etäältä. Verkon pelätään vievän rahat ja paperilehden tilaajat. (Tiitinen 2011, 27–28.)

## **2.2 Digiajan ongelmat**

Paikallislehtien tämän hetken suurin huoli on taloudellinen selviytyminen digiajassa. Vaikka paperilehti on edelleen suosituin julkaisumuoto, lukijoiden mediankäyttörutiinit ovat uudistuneet nopeasti. Esimerkiksi sanomalehtien lukeminen matkapuhelimella on nelinkertaistunut neljässä vuodessa 8 prosentista 35 prosenttiin. Vuonna 2014 tabletilla sanomalehteä luki jo viidesosa suoma-

laisista. (Sanomalehtien liitto 2013, viitattu 2.3.2015.) Paperilehden lisäksi paikallislehden lukija odottaa saavansa käyttöönsä sähköisen median palveluja, kuten näköislehden, verkkolehden tai älypuhelimelle tai tabletille räätälöidyn version lehdestä. Mitä nuorempi lukija, sitä vähemmän hänellä on päivittäistä kosketusta perinteiseen paperiseen sanomalehteen. (Karukka 2014, 6.)

Näyttää siltä, että digitaalinen julkaiseminen jatkaa kasvuaan paperilehtien sijaan. Tämän vuoksi paikallislehtien täytyy tietää, mitä asioita digitaalista julkaisua tehdessä tulee huomioida, jotta käyttökokemuksesta tulee mahdollisimman hyvä. Jotta paikallislehdet pärjäävät tulevaisuudessa, ne tarvitsevat tekijätiimiinsä uudenlaista osaamista. Tietoyhteiskunnan ympäristön muutokselle ominaisinta on nopeus ja arvaamattomuus. Yritysten on oltava valmiita reagoimaan jatkuvasti ja välittömästi vaatimuksiin, jotka ovat uusia ja ennenkokemattomia. (Kautto-Koivula 2000, 131.)

Internet on monella tapaa ylivoimainen julkaisualusta. Julkaisemisen ja levittämisen kustannukset ovat murto-osan sanomalehteen verrattuna. Sanomalehden tekninen valmistaminen, lähinnä painamisen osuus, muodostaa 29 prosentin osuuden sen kustannuksista. Jakelun osuus kustannuksista on paikallislehtien tapauksessa jopa 30 prosenttia. Kun lisäksi paperilehden jakeluhinta nousee jyrkästi, on sen tilaushintaa pakko korottaa. Digilehden myyntikate on selvästi parempi kuin paperilehden. Suunta on seuraavat muutamat vuodet selkeä: paperilehden hinta yhä vain nousee ja digilehden hinta laskee. On odotettavissa, että jossain vaiheessa myös digilehden ja paperilehden verokohtelu yhdenmukaistuu. (Henriksson 2011, 19–20.)

Lisäksi internetissä julkaiseminen on nopeaa ja julkaistu aineisto on saatavilla maailmanlaajuisesti. Digilehti myös mahdollistaa erilaisten lisäpalveluiden liittämisen paikallislehden palveluun. Digitaaliseen lehteen voi liittää videoita, lisäkuvia, ääntä, interaktiivisuutta, reaaliaikaisuutta, linkityksiä ja muita lisäpalveluita, joihin paperilehti ei pysty. (Henriksson 2011, 19.) Digitalisoituminen antaa lähes rajattomat mahdollisuudet sisällön käsittelylle, muokkaamiselle, monistamiselle, yhdistelemiselle ja paketoinnille. Sisältöjä voidaan jakaa nopeasti ja helposti eri kanavien kesken. Muuttuvat olosuhteet edellyttävät uudenlaista luovuutta, uusia tuotantorakenteita, sisällönhallintaa, journalistisen tekemisen tapoja ja mediajohtajuutta. (Pietilä 2007, 228.)

Internetissä uutisointi ei välttämättä tuo lainkaan roposia paikallislehtien kirstuihin, sillä lukijat ovat tottuneet saamaan uutiset internetissä ilmaiseksi. Taloudellisesti tilanne on paradoksaalinen. Sanomalehdet tarjoavat yhä suuremman osan journalistisesta sisällöstään ilmaiseksi netissä, mikä taas vähentää lehtien ostamista ja tilaamista. Pärjätäkseen uutiskilpailussa, vaaliakseen

brändiään ja pitääkseen yllä yleisösuhdettaan niiden on kuitenkin pakko tehdä näin. (Väliverronen 2009, 21.) Kun internet on täynnä ilmaisesti luettavaa ja ladattavaa aineistoa, kuka on enää valmis maksamaan alan ammattilaisten tekemästä journalismista?

Lehden verkkosivujen suosio kuitenkin hyödyttää lehteä, maksoivat lukijat lukemistaan uutisista tai eivät. Kun verkkosivut ovat saaneet yleisön huomion, niitä voidaan ryhtyä markkinoimaan mainostajille. (Kunelius 2003, 80–82.) Paikallislehti on jo valmiiksi erikoistunut paikallisuuteen, joten paikallisuutisiin ja lähialueen asioihin keskittyminen nousee tärkeäksi myös paikallisten mainostajien kannalta. Paikallislehti myös tuntee hyvin paikalliset asukkaat eli kuluttajat. (Ålander 2014, 28.) Mainostajia taas kiinnostaa esimerkiksi lehden yleisön koostumus, kulutustottumukset, ajankäyttö ja arvostukset (Kunelius 2003, 81). Verkon avulla yritys voi olla suoraan yhteydessä asiakkaisiin ilman median välikäsiä, mutta toisaalta paikallislehdessä mainostamalla yritys tavoittaa helposti laajan joukon paikallisista asioista kiinnostuneita ihmisiä (Nurmi 2014, 32). Ennusteiden mukaan paikallisen mainonnan markkinat kasvavat, kun pienet yritykset alkavat mainostaa verkossa yhä enemmän (Aitamurto 2011, 42).

Kompensoidakseen laskevia levikki- ja mainostuloja kaupallinen media on pyrkinyt kehittämään verkkoon uusia ratkaisumalleja, kuten maksullisia nettijuttuja ja erityissisältöjä, oheistuotekauppaa, maksumuureja tai erilaisille luku- ja katselulaitteille räätälöityjä maksullisia digitaalisia mediatuotteita. Monet tahot ovat pitäneet mediatalojen pahimpana virheenä sitä, että ne alkoivat aikoinaan jakaa ilmaiseksi uutisia verkossa, mikä sai kuluttajat tottumaan ilmaiseen uutistarjontaan. (Karvala 2014, 41.)

Verkko on yhä tappiollista toimintaa monelle mediayhtiölle, jos huomioidaan kaikki sisällöntuotantoon ja tuotekehitykseen tehdyt panostukset. Vaikka nuoret kuluttajat suosivat verkkoa ja se tarjoaa kasvavia asiakasmääriä sekä lisääntyviä mainostuloja, liiketaloudellisessa mielessä verkko-uutisointi on ilmaisjakelua eli sen rahoitus pohjautuu mainostuloihin. (Pietilä 2007, 210.)

Jatkossa pelkästään sähköisen julkaisun tarjoaminen ei riitä, vaan tarjottavan sisällön on annettava lisäarvoa lukijalle. Yleisö ei myöskään halua lukea tai katsoa samaa sisältöä useasta eri välineestä (Olkinuora 2006, 37). Hyvillä sisällöillä lehdet löytävät jatkossa paikkaansa myös nuorten median käytössä (Karukka 2014, 6).

## 2.3 Vaihtoehtona portaali

Yksi ratkaisu paikallislehtien ahdinkoon voisi olla portaali, verkkopalvelu, joka tarjoaa käyttäjälle pääsyn sen omiin palveluihin ja lisäksi linkkejä muihin palveluihin (Kielitoimiston sanakirja 2014, s. v. *portaali*).

Paikallislehdet voivat nettiportaaliensa kautta tavoittaa uusia lukijoita ja asiakkaita, joita ne eivät koskaan pystyisi tavoittamaan paperilehtensä kautta. Esimerkiksi yksittäiset onnettomuus uutiset voivat kerätä paikallislehden sivuille tuhansittain vierailijoita. Menestyvistä paikallislehdistä muodostuu seutukuntansa digitaalisia kokoontumispaikkoja, jotka kokoavat yhteen alueen ihmisiä. Ilmoittajat ostavat näkyvyyttä tuotteilleen ja palveluilleen paikallisportaalista sekä pyrkivät ohjaamaan kuluttajia omille sivuilleen portaalin kautta. Ongelmana on, etteivät paikallislehdet vielä tällä hetkellä osaa myydä eivätkä paikalliset asiakkaat ostaa paikallisportaalin palveluita. Myös palveluiden ja tuotteiden hinnoittelu on haaste. (Henriksson 2011, 21–22.)

Paikallislehden täytyy kehittää maksumuurin taakse lukijoita houkuttelevia sisältöjä, joista nämä olisivat valmiita maksamaan. Mediatuotteen on oltava yleisölle niin merkityksellinen, kiinnostava ja ainutlaatuinen, että ihmiset haluavat ostaa tai tilata sen. Netissä paikallislehti voi pyrkiä selvittämään, millaisten yksittäisten juttujen tai juttusarjojen julkaiseminen olisi taloudellisesti kannattavaa. (Karvala 2014, 44.) Tällaisia kiinnostavia julkaisuja voisivat olla esimerkiksi videot ja kuvagalleriat (Sillanpää 2014, 13).

Paikallislehden verkkosivuston tulisi olla helppokäyttöinen, tyylikäs, luettava, informatiivinen, selkeä ja lehden itsensä näköinen (Blomster 2014, 25–26). Lehden verkkosivuilla on erittäin suuri painoarvo, sillä ne sisältävät lehden tarjolla olevan myytävän tuotteen. Mikäli tuote ei houkuttele asiakkaita eli lukijoita ensisilmäyksellä, voi asiakkuus päättyä ilman ostotapahtumaa. Asiakkuuden elinkaari kuitenkin alkaa jo ennen kuin tuote ja eurot vaihtavat omistajaa. Todellinen haaste on se, kuinka kaikki asiakkuudet saadaan käännettyä ostotapahtumiksi. (Karukka, Laine & Ålander 2014, 22.) Monessa lehdessä tunnutaan ajattelevan, että riittää, kun paperilehden jutut ovat sellaisenaan luettavissa digitaalisessa muodossa. Lopputulos on todennäköisesti tylsän näköinen eikä vastaa nuorten lukijoiden toiveeseen modernista ulkoasusta. Verkon mahdollisuudet kannattaa ottaa sivujen suunnittelussa huomioon, koska silloin lukija viihtyy sisällön parissa paremmin ja kauemmin. (Pentikäinen 2014, 7.)

Paikallislehden nettiversion tulee olla oma tuotteensa, joka edustaa tuttua brändiä mutta jolla on omat, netille tyypilliset toimintatapansa. Nettilehteen päivitetään uutta materiaalia useamman kerran päivässä, ei vain lehden parhaita juttuja kerran tai pari viikossa. Netti on nopea, joten myös paikallislehden verkkoversion on oltava nopea. Ajankohtaiset uutiset kannattaa julkaista saman tien tuoreeltaan pelkästään lehden nettiversiossa. (Tiitinen 2011, 31.) Termi uutiskynnys on syytä unohtaa paikallislehden verkkosivuilla kokonaan. Pienikin artikkeli voi olla lukijalle viikon tärkein uutinen. Lehdessä tilaa on aina rajoitetusti, mutta verkossa siitä ei tarvitse murehtia. (Parkkonen 2014, 19.)

Mikäli paikallislehti pystyy laajentamaan uusille markkinoille, se voi ansaita lisätuloja, kattaa kasvaneet menonsa ja säilyttää tuloskuntonsa. Tämä kuitenkin edellyttää toimituksellista innovatiivisuutta olosuhteissa, joissa lehdet eivät voi enää kilpailla tuoreella uutisisällöllä, vaan niiden tulee muuttua päivittäisen aikakauslehden ja verkkoportaalien risteytykseksi. Verkkoversiossa tyydytetään kuluttajan jatkuvasti muuttuvat ja kehittyvät tiedon tarpeet, painetussa versiossa taas keskitytään laajaan taustoittamiseen ja kohderyhmäviestintään. Sanomalehtien sisältö muuttuu aikakauslehtimäisemmäksi ja ajattomampi ote, taustoittaminen, tarinoiden kertominen ja lukuelämykset ovat paikallislehtienkin yhä tavallisempaa sisältöä. (Pietilä 2007, 202.)

Paperilehden tehtävä on syventää ja taustoittaa, joten pikauutisiin on turha käyttää palstatilaa. Sen sijaan paperia kannattaa käyttää laadukkaaseen journalismiin, tapahtumien analysointiin, perinne- ja henkilöjuttuihin ja teemapaketteihin, joilla pystytään jakamaan mielenkiintoista informaatiota, keräämään lisätuloja ja rakentamaan paikallista identiteettiä entistäkin vahvemaksi. Paperilehden sisältö on luonnollisesti sellaista laatujournalismia, jota ei netissä kannata jakaa ilmaiseksi. Ihmiset haluavat sitä ja ovat siitä valmiita jopa maksamaan. Samalla pienellekin paikallislehdelle avautuu kokonaan uusi globaali portti. Kaikki, jotka haluavat lukea ilmestymispaikkakunnan tapahtumat mahdollisimman nopeasti, kerääntyvät paikallislehden verkkosivuille. (Tiitinen 2011, 31–32.)

Paikallislehden muuttuminen paikallisportaaliksi muuttaa myös lehdenteon rytmiä ja toimitusprosessia. Kaksi kertaa viikossa ilmestyvässä lehdessä on kaksi deadlinea, joihin mennessä aiemmin kerätty ja toimitettu sisältö viimeistellään painokuntoon, painatetaan sekä jaetaan lukijoille. Paikallisportaalissa sen sijaan uutisia tehdään ja julkaistaan sitä mukaa, kun niitä saadaan valmiiksi päivittäin, erikoistilanteessa vaikka kellon ympäri. Paperilehden haluaville ja sen kohoavan hinnan maksaville tehdään kerran tai kahdesti viikossa paperilehti, niin kauan kuin maksavia asi-

akkaita riittää. Kahdesti viikossa ilmestyvälle paikallislehdelle paikallisportaaliksi muuttuminen on antanut ja antaa jatkossa yhä paremmat mahdollisuudet kilpailla ja menestyä uutiskilpailussa 7-päiväisten lehtien sekä radion ja tv:n kanssa. Portaalin kautta lehti myös pystyy julkaisemaan uutisiaan lukijoille uunituoreina. (Henriksson 2011, 22–23.)

Laadukkaan sisällön lisäksi verkkolehdestä kannattaa panostaa vuorovaikutukseen. Näin lehti voi sitouttaa vanhoja lukijoitaan ja löytää uusia. Jos verkkolehteä lukemalla lukija kokee olevansa osa yhteisöä, jonka toimintaan hän voi vaikuttaa, jonka jäsenten välillä on mutkaton ilmapiiri ja josta on hänelle hyötyä ja iloa, hänen voisi kuvitella haluavan olla lehden kanssa tiiviisti tekemisissä. Lukijoiden keskinäinen vuorovaikutus taas voi levittää paikallisportaalin uutisia yllättävän laajalle alueelle. Kavereiden nettisuositusten myötä paikallislehdestä voivat kiinnostua myös sellaiset lukijat, jotka eivät muuten olisi löytäneet lehden pariin. (Pentikäinen 2014, 8.)

Paikallisportaalin toteuttaminen ei välttämättä vaadi paikallislehdeltä suuria uhrauksia, sillä nykyaikaiset internetsivut päivitetään editoreihin perustuvien julkaisu- ja toimitusjärjestelmien avulla ilman vaatimusta minkäänlaisesta koodausosaamisesta. Sen sijaan aikaa ja rahaa kannattaa satsata sisällön suunnitteluun, sillä ei ole järkeä satsata nettipalveluihin, jonka visiota ja missiota ei ole mietitty loppuun. Hyvää sisältöä lehden verkkosivuille ovat esimerkiksi lukijoiden blogit ja kuvagalleriat, uutisvideopalvelu, keskustelualueet ja nettikyselyt. (Alakangas 2011, 13–14.)

Paikallislehtien ongelmana on murroskausi, jolloin paperilehden kannattavuus hiipuu, mutta digilehden ansainta kasvaa hitaasti. Paikallislehden muuttuminen paikallisportaaliksi kestää useita vuosia ja tämä ”kuolemanlaakso” voi koitua monen paikallislehden kuolemaksi. (Henriksson 2011, 21.) Sähköisestä liiketoiminnasta ei välttämättä kasva paikallislehden kylkeen uutta perinteiseen printtiin verrattavaa liiketoimintahaaraa, mutta onnistuneella printin ja netin yhdistelmällä pienikin lehti voi kerätä lisätuottoja, jotka oleellisesti parantavat sen tulevaisuudennäkymiä. (Tiitinen 2011, 32.)

### 3 TOIMITTAJA MUUTOKSEN KESKELLÄ

Tässä luvussa tarkastelen, miten internet-aikakausi on vaikuttanut toimittajien työhön. Kerron, millaisia muutoksia internetin arkipäiväistyminen on tuonut toimittajien arkeen. Kerron myös, millainen toimintaympäristö sosiaalinen media on toimittajan näkökulmasta. Luvun lopussa kerron Jyrki Jyrkiäisen sekä Kaarina Nikusen tekemistä tutkimuksista, joissa on pyritty selvittämään journalistien kokemuksista omasta työstään.

#### 3.1 Mitä toimittajalle kuuluu?

Kaiken muutos- ja kriisipuheen keskellä on hyvä muistaa, että itse journalismi on käytäntönä muuttunut historiansa aikana varsin vähän. Sen raaka-aine, uutisaiheet, on osoittautunut alati uusiutuvaksi luonnonvaraksi. (Väliverronen 2009, 31.) Myös toimittajan työ on perusteiltaan samaa riippumatta siitä, millä tavalla toimittajan jakamaa tietoa välitetään. Tiedon hankinta, sen muokkaaminen ja kirjoittaminen ovat peruselementtejä, jotka ovat olleet tiedonvälityksen perusteita jo ennen kirjapainojen keksimistä. (Olkinuora 2000, 119.)

Painettua sanaa ovat uhanneet vuorollaan sähkösanoma, radio, televisio ja viimeksi internet. Mikään uhka ei kuitenkaan ole toteutunut niin, että paperille painettu sana olisi hävinnyt olemasta. (Olkinuora 2000, 119.) Esimerkiksi 1920-luvulla radion piti tappaa lehdistö. Näin ei kuitenkaan käynyt, vaikka lehdistö ei pystynytkään kilpailemaan nopeudessa radion kanssa. Sen sijaan lehdistö sopeutui radion olemassaoloon. Sisällöntuotantoon syntyivät uutispyramidi ja elementtikirjoittaminen, ja sanomalehti löysi roolinsa taustoittavana ja entistäkin luotettavampana mediana. (Tiitinen 2011, 25.)

Vaikka toimittajan työn perusidea on pysynyt samana, työnkuvassa on tapahtunut paljon muutoksia digiaikaan siirtymisen myötä. Alana journalismi on professionalisoitunut ja yhä useammalla toimittajalla on alan tutkinto. (Helle 2009, 99.) Toimitustyöstä on tullut suunnitelmallisempaa ja pitkäjänteisempää. Kun panostetaan harvempiin asioihin ja kilpailussa menestyvään ainutlaatuisuuteen, on pakko oppia ennakkosuunnittelu ja ryhmätyö. (Olkinuora 2012, 37.)

Toimittajien käytettävissä olevan tiedon määrä on lisääntynyt ja heidän kykynsä esittää monimutkaisia kokonaisuuksia sekä teksteissä että visuaalisesti on parantunut (Olkinuora 2012, 33). Runsa tiedon määrä kuitenkin myös hankaloittaa toimittajan työtä. Käytännön seulonta ja arvottaminen on vaikeampaa, erityisesti kun toimittajille välitetään myös eri etupiirien julkisuuteen toivomaa materiaalia. Lähdekriittisyyttä tarvitaan entistä enemmän. Kokonaisuuksien hahmottamiskyvyn lisäksi journalistien tulee osata asettaa tieto asiayhteyteen ja kyetä asemoimaan se aikaperspektiivin ja/tai historialliseen tapahtumien kulkuun. (Olkinuora 2012, 38.)

Nykyajan toimittajalta vaaditaan useiden julkaisualustojen hallintaa, sillä juttujen tekeminen reaaliaikaiseen verkkoon on erilaista kuin painettavaan lehteen kirjoittaminen. Julkaisujen ulkoasun merkitys on yhä suurempi ja siihen panostaminen on osa uutta, lukijoiden kiinnostuksen herättämiseen pyrkivää sisältöä, jossa myös tekstin puhuttelevuuteen ja näkökulmiin kiinnitetään aiempaa suurempaa huomiota. (Helle 2009, 99.) Kiinnostavuus, otsikointi, kuvat ja asian henkilökohtainen merkitys lukijalle ovat yhä tärkeämpiä keinoja verkossa (Helle 2009, 110).

Taloudelliset paineet vaativat toiminnan tehostamista. Toimituksen on tuotettava enemmän uutisia vähemmällä väellä. (Väliverronen 2009, 13.) Aikaisemmin riitti, että toimittajalla on päivän päätteeksi koossa päivän uutinen, mutta nyt materiaalia on tuotettava internetiin jatkuvana virtana (Pietilä 2007, 338). Ennen jutuille oli selkeä deadline, johon mennessä jutun oli oltava valmis. Nyt internetin aikakautena kaikki aineistot saatetaan julkisuuteen ja yleisön tietoisuuteen ilman viivytystä. Painettu sana edustaa vanhaa ja kertaalleen käytettyä tietoa. (Pietilä 2007, 273.) Aluksi internetuutisoinnissa painotettiin lähes reaaliaikaista reagointia ja lyhyitä tietoisuuksia. Kokemus on osoittanut, että verkossa tarvitaan myös tulevaisuuden ennakointia ja pitkien tapahtuma- ja päätöksentekoprosessien selventämistä. (Helle 2009, 110.)

Toimituksissa tuttu ilmiö on myös monimediaalisuus eli se, että toimittajat muokkaavat juttunsa useaan eri välineeseen. Lehteen painetusta jutusta muokataan versio ainakin internetiin, mahdollisesti myös omat versiot esimerkiksi sosiaaliseen mediaan ja lukulaitteille. (Jyrkiäinen 2008, 9.) Toimittajista on tullut moniosaajia, jotka eivät enää identifioitu yhteen välineeseen tai edes yhteen työpaikkaan (Seppänen & Väliverronen 2013, 160–161). Muutosten takia toimittajan päivään on tullut entistä enemmän deadlineja entistä useammassa välineessä, mutta tämä ei kuitenkaan näy toimittajan palkassa (Nikunen 2011, 14).



### 3.2 Toimittaja sosiaalisessa mediassa

Nykyiselle nettiajalle on tunnusomaista, että ensimmäiset tiedot uutistapahtumista välittyvät usein kaikkein nopeimmin sosiaalisen median kautta (Karvala 2014, 30). Tänä päivänä yleisö yhä vilkkaammin keskustelee, välittää tietoja, ottaa kantaa ja ylipäänsä on läsnä verkon erilaisissa yhteisöpalveluissa. Journalistien olisi luontevaa olla siellä, missä yleisökin on. (Heinonen ym. 2013, 7.)

Sosiaaliseen mediaan liittyy runsaasti alan erikoissanastoa. Tässä kappaleessa selitän tutkielmassani käyttämiä termejä. *Twiiitti* on Twitter-palvelussa julkaistu viesti, joka sisältää maksimissaan 140 merkkiä, *twiittaaminen* taas tarkoittaa twiittien kirjoittamista omalle sivulleen. *Tykkääminen* (myös *peukuttaminen*) on Facebookista lähtöisin oleva ilmaisu, joka kertoo henkilön pitävän tietystä sisällöstä. Tykkäyksen voi osoittaa painamalla sisällön ohessa olevaa "tykkää"-painiketta. *Jakaminen* tarkoittaa oman tai muiden tuottaman sisällön levittämistä sosiaalisessa mediassa. *Profiili* on käyttäjän luoma personoitu näkymä tai tunnus verkkopalvelun käyttöä varten. Usein profiili kokoaa käyttäjän verkkopalveluun tuottaman sisällön ja muut tiedot yhdelle sivulle. Profiili voi olla käytössä niin yksityisellä henkilöllä kuin yritykselläkin. *Statuspäivitys* (myös *tilapäivitys*) on yhteisöpalveluun kirjoitettu viesti, joka näkyy seuraajille tai ystäville. *Kommentti* tarkoittaa käyttäjän osallistumista viestiketjuun kirjoittamalla oma mielipiteensä näkyviin. *Linkittäminen* tarkoittaa eri sisältöjen ja henkilöiden yhdistämistä toisiinsa esimerkiksi tekstin tai kuvan avulla käyttäen hyperlinkkiä. *Blogi* on sivusto, jonka sisältö koostuu artikkeleista tai kirjoitelmista, jotka ovat usein luonteeltaan vapaamuotoisia tai henkilökohtaisia. *Moderointi* tarkoittaa yhteisöpalvelujen sisältöjen valvomista esimerkiksi hyväksymällä kirjoitukset ennen julkaisua tai poistamalla ne julkaisun jälkeen. (IAB Finland, viitattu 16.4.2015.)

Sosiaalisen median nousu kansan suosikiksi on muuttanut uutistoimitusten ja toimittajien työruutiineja. Facebook rantautui Suomeen vuonna 2007. Aluksi toimituksissa suhtauduttiin uuteen välineeseen varauksella ja katsottiin pahalla toimittajia, jotka viettivät aikaa Facebookissa työajalla. Vasta vuonna 2010 uutismediat niin Suomessa kuin maailmalla alkoivat herätä sosiaalisen median kasvavaan merkitykseen uutisvälityksessä. Vuonna 2012 sosiaalisesta mediasta oli jo tullut osa uutisprosessia. Isot uutistapahtumat synnyttivät viestien ja kansalaismateriaalin tulvan erilaisiin sosiaalisen median yhteisöpalveluihin. Monissa mediataloissa sosiaalista mediaa käytettiin aktiivisesti kaksisuuntaisena uutiskanavana uutisten etsimiseen ja niiden välittämiseen. Uutistoimituksissa johtoporrasta myöten pidettiin suotavana sitä, että toimittajat viettävät yhä enemmän aikaa työpäivästään sosiaalisessa mediassa. (Karvala 2014, 30.) Verkon vuorovaikutteisuu-

den hyödyntäminen edellyttääkin, että toimittajilla on työssään aikaa sosiaalisen median profiilinsa luomiseen ja ylläpitämiseen (Heinonen ym. 2013, 4).

Toimittajan perustyöhön sosiaalinen media ei ole vaikuttanut, vaan se on edelleenkin uutisten metsästämistä, haastattelujen tekemistä ja tarinoiden kertomista eri välineisiin näille välineille ominaisilla keinoilla. Työtapoihin sosiaalinen media on kuitenkin jättänyt jälkensä. Toimittajat seuraavat entisten töidensä ohella kiinnostavien henkilöiden viestejä ja puheenaiheeksi nousevia teemoja sosiaalisessa mediassa. Sosiaalisesta mediasta etsitään uutisia, haastateltavia ja kiinnostavia puheenaiheita. (Karvala 2014, 37.)

Työnantajan valitsema linja ja rohkaisu vaikuttavat toimittajien aktiivisuuteen. Jos sosiaalisen median hyödyntämiseen rohkaistaan, sitä todennäköisesti tekevät toimituksessa muutkin kuin jo sosiaalisessa mediassa valmiiksi aktiiviset. Myös panostus toimittajien kouluttamiseen tuottaa tulosta. (Vainikka 2013a, 20.)

Toimiessaan sosiaalisessa mediassa toimittaja ikään kuin edustaa ammatillista organisaatiota sen sijaan että hän olisi yksittäinen toimittaja. Vaikka sosiaaliseen mediaan lähetetyn viestin takana on aina joku henkilö, hänen toimintansa ilmentää tietyn median asennetta. (Heinonen & Huhtamäki 2013, 30.) Twitterin ja Facebookin luonne yksityisen ja julkisen viestinnän rajalla häilyvänä välineenä muodostuu usein ongelmaksi. Toimittajien rooli on puolijulkinen myös sosiaalisessa mediassa. Ammatillisessa käytössä toimittajat voivat käyttää yksityisestä profiilista erillistä ammatillista profiilia, jonka kautta he keskustelevat yleisön kanssa. Se on eräänlainen toimittajarooli, samaan tapaan kuin radiojuontajien radiopersoonaa. Toimittajan uskottavuus sosiaalisessa mediassa syntyy siitä, että ammatillisen sisällön sekaan ripotellaan sopivasti henkilökohtaista sisältöä. Aktiivisen sosiaalisen median toimijan on nykypäivänä erittäin vaikea toimia verkossa niin, että hän erottaisi täysin ammatillisen ja henkilökohtaisen sisällön toisistaan. (Vainikka 2013a, 17.)

Lukijat kaipaavat henkilökohtaisuutta, ja sen vuoksi Facebookissa toimittajien tulisi tehdä statuspäivityksiä omilla kasvoillaan sen sijaan että kätkeytyisivät lehden logon taakse. Myös tämän vuoksi toimittajan on hyvä luoda erillinen työprofiili, jotta henkilökohtainen sosiaalisen median käyttö ei häiriinny työn vuoksi. (Sillanpää 2014, 13.)

Sosiaalisessa mediassa toimiminen vaatii toimittajalta uudenlaista medialukutaitoa. Ironia, sarkasmi, parodia ja ristiriitoja esiin nostava komiikka ovat tyypillisiä ilmaisukeinoja verkkokulttuurissa. Koska verkossa ei ole mahdollisuutta kasvokkaiselle viestinnälle, viihdyttävät ja näppärät sanataiturit nousevat esiin. Ennen reagoimista on hyvä pohtia, onko luettu teksti sananmukaisesti totta tai tarkoitettu kirjaimellisesti tulkittavaksi. Toimittajan tulee olla tarkkana myös tuottaessaan itse materiaalia sosiaaliseen mediaan. Tarkkaa harkintaa kannattaa käyttää kirjoittamiensa tekstien tyyllilajin valinnassa ja ilmaisunsa tarkkuudessa. (Vainikka 2013c, 94–96.)

Tarkkuutta toimittajalta vaaditaan myös nostettaessa uutisaiheita esiin sosiaalisesta mediasta. Sosiaalisen median palveluita hyödyntävien toimittajien pitää ottaa huomioon tiedonhankinnan ja sen hyödyntämisen eettiset kysymykset. Vaikka Julkisen sanan neuvosto on linjannut, että yhteiskunnallisesti merkittävien asioiden ollessa kyseessä julkiset Facebook-viestit ovat lähteitä, joita voidaan hyödyntää uutisina, ei se välttämättä tee toimintatavasta eettisesti oikeudenmukaista. (Vainikka 2013b, 44.) Mitä yksityisempi henkilö viestin julkaisija on, sitä enemmän on mietittävä Journalistin ohjeiden numero 30:n sisältöä (Huovinen 2013, viitattu 28.3.2015).

§30. Julkistakin aineistoa julkaistaessa pitää ottaa huomioon yksityiselämän suoja. Kaikki julkinen ei välttämättä ole julkaistavissa. Erittäin varovaisuutta on noudatettava, kun käsitellään alaikäisiä koskevia asioita. (Julkisen sanan neuvosto 2011, viitattu 28.3.2015.)

Myös Journalistin ohjeiden numero 10 pätee hyvin sosiaalisesta mediasta löydettyihin uutisaiheisiin.

§10. Tiedot on tarkistettava mahdollisimman hyvin – myös silloin kun ne on aikaisemmin julkaistu. (Julkisen sanan neuvosto 2011, viitattu 28.3.2015.)

Facebook-lähteiden varomaton ja piittaamaton käyttö voi johtaa luottamuksen murenemiseen toimittajien ja Facebookin käyttäjien välillä. Koska Facebook on julkaisualustan lisäksi myös yksityinen yhteydenpitoväline, tulisi erittäin suurta harkintaa käyttää silloin, kun sisältöä päätetään nostaa Facebookista uutisaiheeksi mediaan. (Vainikka 2013b, 44.)

Se, miten perinteisen median uutiset alkavat elää ja kerätä suosiota sosiaalisessa mediassa, vaikuttaa myös suoraan perinteisen median omien verkkosivujen kävijämääriin sekä mainostajiin ja voi heijastua lopulta myös kaupallisten medioiden elinvoimaan. Julkisen palvelun puolella verkkoosuus voi vaikuttaa yleisösuhteeseen ja sitä kautta koko julkisen palvelun toiminnan oikeutuk-

seen. Sosiaalinen media voi myös tasa-arvoistaa uutismedioita. Hyvin tehtyä juttua jaetaan eteenpäin, oli sen sitten tehnyt iso tai pieni toimitus. Ainoastaan sisällön laatu ratkaisee. Tasa-arvo voi toteutua sosiaalisessa mediassa myös asiantuntijakansalaisen ja ammattijournalistin välillä. Kun molemmat kirjoittavat kommentin tai analyysin tietystä uutisaiheesta, sosiaalisen median käyttäjien suositukset ratkaisevat sen, kumman juttu lähtee kiertoon ja saa suosituksia. (Karvala 2014, 35.)

Sosiaalisen median kautta toimiminen voi muuttaa toimittajan työtä avoimemmaksi ja toimittajan mahdollisesti helpommin lähestyttäväksi (Vainikka 2013c, 63). Kun toimittajaan luotetaan ja häntä arvostetaan, hän saa myös helpommin apua verkkokansalta. Nopeus, välitön palaute ja osallistuminen ovat tärkeimpiä sosiaalisen median mukanaan tuomia muutoksia toimittajan työhön (Vainikka 2013b, 42–43).

Jotkut toimittajat haluavat pitää kiinni vakiintuneista toimintatavoistaan ja kommunikoida ihmisten kanssa mieluummin torilla kuin sosiaalisessa mediassa. Monissa perinteisissä tiedonhankintatavoissa on etunsa verrattuna tiedon hankkimiseen sosiaalisesta mediasta. Haastateltaviin voi esimerkiksi saada kasvotusten syvällisemmän kontaktin kuin internetin välityksellä. Kaikki tieto ei ole internetin syövereissä. Facebookin ja Twitterin ulkopuolelle jää paljon mielenkiintoisia aiheita ja keskusteluja. (Vainikka 2013b, 43.)

### **3.3 Jyrkiäisen tutkimus**

Toimittajien kokemuksia omasta työstään ja sen muuttumisesta on tutkittu melko vähän. Yksi tutkielma aiheesta on Jyrki Jyrkiäisen toteuttama. Jyrkiäinen tutki suomalaisten journalistien käsitksistä työstään ja sen muutoksista vuonna 2007 lähettämällä kyselylomakkeen 1500:lle satunnaisesti valitulle Journalistiliiton jäsenille. Näistä 614 vastasi, ja kyselyn vastausprosentti oli 41.

Vastaajat kokivat, että selvästi eniten ammattitaitovaatimukset olivat nousseet uuden teknologian osaamisessa. Toimittajan tuli nyt tuntea erilaisia teknisiä sovelluksia, tehdä materiaalia moneen eri välineeseen sekä taitaa internetin käyttö ja verkkojulkaiseminen. Yli neljännes taitovaatimuksia koskevista vastauksista koski tekniikan hallintaa, tietotekniikkaa, käyttöä, laitehallintaa, atk:n hallintaa ja informaatioteknologian tietotaitoa. Tekniikan osaaminen ei vaatinut ainoastaan nykyisen

laitteiston hallintaa, vaan myös nopeasti uusiutuvan tekniikan mukana pysyttelemistä. (Jyrkiäinen 2008, 54.)

Verkkojulkaiseminen ja aineistojen tuottaminen verkkoon edellyttivät toimittajilta lisäkoulutusta. Moniosaamiseen sekä tekniikan ja verkkojulkaisemisen osaamiseen liittyi vastausten perusteella muutakin kuin nyt käytössä olevan teknologian osaamista. Ne vaativat myös uusien sovellusten opettelua, uudenlaista kirjoittamisen tapaa, online-liiketoimintamallin ymmärtämistä ja aikataulupaineiden kasvua. Toimittajat myös kokivat, että heidän tuli asennoitua uudella tavalla toimitustyöhön. (Jyrkiäinen 2008, 55.)

Journalistien kokemia suurimpia ongelmia olivat kaikissa ikäryhmissä aikataulupaineet, kiire, kova työtahti ja liiallinen työmäärä. Erityisesti tutkimuksen vanhin ikäryhmä, yli 55-vuotiaat, koki kiireen ongelmaksi. Ratkaisuksi ehdotettiin lisää työntekijöitä, työnkuvan selkeyttämistä, töiden parempaa organisointia ja suunnittelua. (Jyrkiäinen 2008, 89.)

Kun kysyttiin viimeksi kuluneiden kahden vuoden (2005–2007) aikana tapahtuneita muutoksia työssä, vastaajien mielestä eniten oli lisääntynyt juttujen tekeminen useampaan kuin yhteen väliineseen, juttujen määrä viikossa toimitushenkilöä kohden ja juttujen suuntaaminen erityisille kohderyhmille. Juttujen pituus oli lyhentynyt aiemmasta ja niitä toteutettiin aiempaa vähemmällä henkilömäärällä. (Jyrkiäinen 2008, 89.)

Merkittävin muutos ajankäytössä oli yhden jutun tekemiseen käytettävissä olevan ajan vähentyminen. Yhden jutun tekemiseen käytettävissä oleva aika oli vähentynyt enemmän sähköisessä kuin painetussa viestinnässä. Työmäärä ei ole toimittajille erityinen huolenaihe, vaan tärkeää heille on sen ajan määrä, jonka he voivat omistaa kuhunkin juttuun tai tuotokseen. Ajan vähentymistä yhden jutun tekemiseen voidaan pitää merkittävänä median muutoksen seurauksena. (Jyrkiäinen 2008, 89.)

Kotiseutulehti Maaselässä teknologiset uudistukset ovat tapahtuneet verrattain myöhään, joten oletan, että lehden toimittajien kokemukset työhönsä liittyvistä muutoksista ovat ainakin osittain samankaltaisia kuin Jyrkiäisen tutkimukseen vastanneilla.

### 3.4 Nikusen tutkimus

Myös Kaarina Nikunen on tutkinut journalistien kokemuksia työstään. Journalismikritiikin vuosikirjassa 2011 hän kirjoittaa, miten journalismissa tapahtuneet muutokset ovat vaikuttaneet suomalaisten journalistien identiteettiin, taitoihin ja arvoihin, etenkin ikänäkökulmasta tarkasteltuna. Näkökulma on mielenkiintoinen myös Maaselän kannalta, jossa toimittajien keski-ikä on 59 vuotta.

Vuoden 2009 yt-neuvottelujen jälkeen suomalaisissa toimituksissa irtisanottiin kaikkiaan 189 Suomen Journalistiliiton (SJL) jäsentä. Irtisanomisten jälkeen työpaikkansa säilyttäneet toimittajat kuvailivat toimitusilmapiiriä painostavaksi tai lamaantuneeksi. Aiemmin turvatulta ja vakaalta tuntunut työpaikka muuttui epävarmaksi ja ammatin tulevaisuus alkoi näyttää epävakaa. Toimitukset pienenivät, mutta toimittajien työmäärä lisääntyi. Muutos näkyi jatkuvana paineen ja kiireen tunteena. Riippumatta töiden todellisesta määrästä toimituskunnan vähentäminen johti kokemuksen kasvavasta työmäärästä ja omasta riittämättömyyden tunteesta. (Nikunen 2011, 9–10.)

Se, että toimituksista poistuu joukko vanhempia toimittajia, muuttaa väistämättä työyhteisöä ja toiminnan muotoja. Vanhempien toimittajien poistuessa toimitukset menettävät myös vuosien saatossa kerätyt mittavat määrät hiljaista tietoa. Vain harvassa tapauksessa toimittajien kontakteja ja henkilökohtaista tietoa on siirretty toimituksessa eteenpäin. (Nikunen 2011, 11)

Joidenkin Nikusen tutkimuksessa haastateltujen mukaan osa vanhemmasta väestä ei yksinkertaisesti enää selviä kiristyneestä työtahdistista ja hiljainen tietokin olisi paikattavissa. Ikä nousee esiin puhuttaessa nopeudesta ja muutoksesta. Nuori toimittaja mielletään muuntautumiskykyiseksi ja nopeaksi, kun taas ikääntyvä työntekijä hitaaksi ja joustamattomaksi. Uuden teknologian omaksumisen ajateltiin olevan työlästä ikääntyville toimittajille, kun taas nuorten oletettiin olevan perillä uudesta teknologiasta ja omaksuvan verkkomaailman ikään kuin luonnostaan. Lisäksi nuoret miellettiin kokemattomiksi ja kevyen journalismin tuottajiksi. Toimituksen monimuotoisuus uhkaa latistua silloin, kun työntekijöiden tiettyä ominaisuutta, kuten ikää, korostetaan liikaa. Tällöin vanhempien ja nuorempien toimittajien keskinäiset muut erot jäivät helposti näkemättä. (Nikunen 2011, 11.)

Suomalaisten, eri-ikäisten toimittajien erot työtyytyväisyydessä olivat Jyrki Jyrkiäisen tutkimuksen mukaan (2008) varsin pieniä. Jyrkiäisen tutkimus toteutettiin keväällä 2007 ennen taantuman tuomia kiristystoimia, joten tässä suhteessa tilanne on voinut muuttua, mistä Nikusen vuonna

2011 tekemä tutkimus antaa viitteitä. Jyrkiäisen tutkimuksen mukaan toimittajat olivat työhönsä hyvinkin tyytyväisiä, mutta vuonna 2010 toteutettu SJL:n kysely osoitti, että hälyttävän suuri osa nuorista toimittajista kärsii uupumuksesta. Uupumuksen taustalla ovat jatkuvat määräaikaiset suhteet, suuri työmäärä ja epävarma tulevaisuus. (Nikunen 2011, 12.)

Nikusen tutkimukseen osallistuneet toimittajat kokivat kiireen ja monitekemisen lisääntyneen työssään. Internetin rooli yhtenä uutena alustana koettiin ristiriitaisesti. Internetin nähtiin tuovan lukuisia mahdollisuuksia: se mahdollistaa uutisten moninaistumisen, se voi parantaa uutiskuvastojen laatua ja laajuutta sekä tiivistää vuorovaikutusta journalistien ja heidän yleisönsä välillä. Käytännössä kuitenkin monille internet-tuotanto oli ylimääräinen tehtävä, joka tehtiin vasta, kun muista töistä oli selvitty. Internet-sisällöt eivät myöskään merkittävästi eronneet muusta sisällöstä, mikä vastaa kansainvälisten tutkimusten tuloksia. Niiden mukaan online-tuotanto on johtanut uutismäärän kasvuun, mutta ei välttämättä sen monipuolistumiseen. (Nikunen 2011, 19–20.)

Nikusen tutkimuksen mukaan toimituksissa tapahtuneet muutokset korostavat moniosaamista, yleistoimittajuutta ja nopeutta toimittajan työssä. Nämä ominaisuudet kytketään helpommin nuoriin kuin vanhempiin toimittajiin. Nuoret eivät kuitenkaan ongelmitta omaksu näitä vaatimuksia. Moni nuori toimittaja myös kantaa huolta tulevaisuudestaan: onko heillekään enää käyttöä kun ikää karttuu lisää? (Nikunen 2011, 19.)

## 4 AINEISTOT JA MENETELMÄT

Tässä luvussa kerron tutkielmani vaiheista. Perustelen valitsemaani tutkimusmenetelmää, kuvailen aineistoni analysointia ja kerron, miten tutkielmani eteni vaihe vaiheelta. Kerron myös tarkemmin tutkielmani kohteesta, kotiseutulehti Maaselästä.

### 4.1 Tutkimuskysymys ja menetelmät

Tutkimuskysymykseni on, miten kotiseutulehti Maaselässä tapahtuneet muutokset ovat vaikuttaneet toimittajien työkäytäntöihin. Oletukseni ennen tutkimuksen aloittamista oli, että Maaselän toimittajat ovat aiempaa kiireisempiä ja että deadlinet ovat aiempaa kireämpiä. Toimittajat ovat saattaneet joutua hankkimaan lisäkoulutusta haltuunottaakseen uusia teknisiä välineitä ja sovelluksia. Sosiaalisen median kautta toimittajat voivat saada helposti kontaktia lukijoihin, mutta toisaalta sosiaalinen media ja sen käytännöt voivat olla Maaselässä vielä osittain vieraita. Ilmaisjakelulehden tultua mukaan kuvioihin toimittajat ovat todennäköisesti joutuneet vetämään tarkan rajan maksullisen lehden ja ilmaisjakelulehden sisältöjen välille. Maksumuuri on taas saattanut lisätä toimittajien paineita tuottaa laatujournalismia, josta lukijat tahtovat maksaa.

Tutkielmani aineisto koostuu kotiseutulehti Maaselän toimittajien haastatteluista, sillä tutkiakseni toimittajien työkäytäntöjen muuttumista minun oli luonnollisesti haastateltava kaikkia lehden kolmea toimittajaa. Koska tutkittava ryhmä on pieni, haastattelujen toteuttaminen onnistui kohtalaisen pienellä vaivannäöllä. Haastattelemalla toimittajia kasvotusten minulla myös oli mahdollisuus saada syvällisempiä ja monipuolisempia vastauksia kuin esimerkiksi kyselylomaketta käyttämällä.

Työkäytäntöjen muuttumista selvittääkseni valitsin haastattelumenetelmäkseni teemahaastattelun eli puolistrukturoidun haastattelumenetelmän. Menetelmä on lomakehaastattelun ja avoimen haastattelun välimuoto, joka kuitenkin muistuttaa enemmän strukturoimatonta eli avointa haastattelua. Teemahaastattelun lähtökohta on, että kaikki haastateltavat ovat kokeneet saman tilanteen. Haastattelutilanne muistuttaa keskustelua, mutta kaikissa haastatteluissa kuitenkin käsitellään samoja teemoja. Haastattelutilanne on suunniteltu etukäteen, mutta se voi elää tilanteen mukaan. Haastattelija voi esimerkiksi vaihdella kysymysten järjestystä tai kysymysten sanamuotoa. (Hirsjärvi & Hurme 2010, 47.)



Teemahaastattelun menetelmä ei sido haastattelua pelkästään kvalitatiivisiin tai kvantitatiivisiin metodeihin. Teemahaastattelussa oleellisinta on se, että yksityiskohtaisten kysymysten sijaan haastattelu etenee keskeisten teemojen varassa. Tämä vapauttaa haastattelun tutkijan näkökulmasta ja tuo tutkittavien äänen kuuluviin. (Hirsjärvi & Hurme 2010, 48.) Haastattelun etu on ennen kaikkea joustavuus. Haastattelijä voi tarvittaessa esimerkiksi toistaa kysymyksen, oikaista väärinkäsityksiä tai selventää ilmausten sanamuotoa (Tuomi & Sarajärvi 2009, 73). Haastattelun heikkouksia kyselytutkimukseen verrattuna ovat aika ja raha. Haastattelu on kallis ja aikaa vievä haastattelumuoto. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 74.) Tässä tapauksessa kumpikaan ei koitunut ongelmaksi, sillä tutkimuksessani on vain kolme haastateltavaa.

#### **4.2 Tutkimuksen kohde: kotiseutulehti Maaselkä**

Kotiseutulehti Maaselkä on Haapajärvellä ja Reisjärvellä kerran viikossa ilmestyvä paikallislehti. Lehti on Haapajärvi-Seura Ry:n julkaisema. Lehden toimitukseen kuuluu päätoimittajan lisäksi kaksi toimittajaa, ilmoitusmyyjä, toimistotyöntekijä sekä kaksi painopinnanvalmistajaa. (Maaselka-lehti.fi, viitattu 21.1.2015.) Vuonna 2013 Maaselän levikki oli 3 823 kappaletta (Media Audit Finland, viitattu 8.4.2015).

2010-luvun ensimmäinen puolisko on ollut Maaselässä tapahtumarikasta aikaa. Lehden uudet verkkosivut julkaistiin lokakuussa 2013, ja samalla Maaselkä siirtyi päivittäiseen verkkouutisointiin. Syksyllä Maaselkä ja sen toimittajat myös liittyivät sosiaaliseen mediaan eli Facebookiin ja Twitteriin. Syyskuussa 2014 Maaselän paperiversion ilmestymiskerrat vähenivät kahdesta numerosta yhteen lehteen viikossa. Samoihin aikoihin yksi lehden kolmesta toimittajasta jäi osaaikaiselle eläkkeelle. Vuoden 2015 alussa paperilehden rinnalle ilmestyi ilmaisjakelulehti Maaselän Extra, joka jaetaan viisitoista kertaa vuodessa Haapajärven ja Reisjärven lisäksi myös Nivalaan, Kärämäelle, Pyhäjärvelle ja Pihtiputaalle. Tutkielman haastatteluosuuden toteuttamisen jälkeen, 14. huhtikuuta 2015, Maaselkä otti verkkosivuillaan käyttöön maksumuurin.

Olen itse työskennellyt Maaselässä avustajana maaliskuusta 2010 heinäkuuhun 2011 sekä kesätoimittajana kesällä 2012 toukokuusta elokuuhun. Lisäksi olen tehnyt lehteen satunnaisesti yksittäisiä juttuja.

### 4.3 Tutkimuksen eteneminen

Haastattelin Maaselän päätoimittajaa sekä kahta toimittajaa 26.–30. maaliskuuta 2015. Haastattelut toteutettiin lehden toimituksen tiloissa. Haastattelun runkona minulla oli noin 50 kohdan kysymyslistaa. Loin haastattelukysymyksiä sellaisten teemojen ympärille, joiden odotin vaikuttaneen Maaselän toimittajien työtapojen muuttumiseen. Teemat kehittelin Jyrkiäisen ja Nikusen tutkimusten (katso luku 3) sekä Maaselässä saamieni kokemusten pohjalta. Haastatteluni teemoja olivat muun muassa lehden uudistuneet verkkosivut, sosiaalinen media, tuleva maksumuuri sekä muutokset printtijulkaisuissa. Haastatteluissa nousi vahvasti esiin myös yhden toimittajan osaaikaeläkkeelle jääminen, joten tein haastattelutilanteessa toimittajille tarkentavia kysymyksiä aiheeseen liittyen. Kysymyslista on kokonaisuudessaan tutkielman liitteessä 1. Kysymykset sisälsivät sekä tarkkoja että yleisempiä kysymyksiä. Kysymyksissä oli jonkin verran päällekkäisyyttä, mikä oli toisaalta hyvä asia, sillä sain tarkempia vastauksia kysyessäni samantyyppisiä asioita eri tavoilla. En näyttänyt kysymyslistaa haastateltaville etukäteen, mutta he olivat jo ennen haastattelua tietoisia haastattelun aiheesta.

Äänitin haastattelut ja litteroin materiaalin pian haastattelujen tekemisen jälkeen. Tutkielmassa haastateltavien vastaukset on muutettu yleiskielelle puuttumatta kuitenkaan vastausten sisältöön.

Hyödynsin tutkielmassani teorialähtöistä sisällönanalyysia. Menetelmässä aineiston analyysin luokittelu perustuu aikaisempaan viitekehykseen (Tuomi & Sarajärvi 2009, 113). Tässä tapauksessa viitekehyksenä toimivat Jyrkiäisen ja Nikusen tutkimukset ja niiden tulokset. Haastattelukysymyksiä varten luomani teemat osoittautuivat toimiviksi, joten rakensin analyysini niiden ympärille. Jaoin toimittajien vastaukset lopulta kuuteen teemaan, jotka toistuivat vastauksissa pitkin haastatteluja. Näitä teemoja ovat viiden vuoden aikana tapahtuneet yleiset muutokset, verkkosivu-uudistus, sosiaalinen media, printtijulkaisuissa tapahtuneet muutokset, osaaikaeläkkeen vaikutus toimitukseen sekä kokemukset työstä nyt ja tulevaisuudessa. Verkkosivu-uudistukseen sisältyi niin paljon asioita, että jaoin osion kolmeen alalukuun.

Analysoituani haastattelumateriaalit ja kirjoitettuani ne puhtaaksi, tein tuloksista omia johtopäätöksiä ja tein tutkimuskohteelleni kehittämisehdotuksia. Nämä ajatukset on kirjattu lukuun kuusi.

## 5 TULOKSET

Tässä luvussa käyn läpi, millaisia asioita toimittajien haastatteluissa nousi esille.

Koin parhaaksi vaihtoehdoksi olla käyttämättä haastateltavien oikeita nimiä, vaikka heidän henkilöisyytensä onkin helposti selvitettävissä. Oikeiden nimien sijaan kutsun haastateltavia nimillä toimittaja 1, 2 ja 3. Uskon, että tämä menetelmä myös parantaa tutkielmani luettavuutta.

Toimittaja 1 on kotiseutulehti Maaselän päätoimittaja. Hän on 61-vuotias ja työskentelee lehdessä nyt viidettätoista vuotta. Päätoimittajuuden lisäksi toimittaja 1 on myös Maaselkää kustantavan Haapajärvi-seuran sihteeri. Toimittaja 2 on 56-vuotias, ja hän työskentelee Maaselässä toimittajana nyt 34. vuotta. Toimittaja 3 on 61 vuoden ikäinen, ja hänellä on meneillään 29. työvuosi Maaselän toimittajana. Hän on ollut työstään osa-aikaeläkkeellä syksystä 2014 lähtien.

### 5.1 Viiden vuoden muutokset

Kaikki Maaselän kolme toimittajaa kokevat työnsä olevan erilaista kuin viisi vuotta sitten. Työn sisältöä on muuttanut erityisesti internet, joka on tuonut mukanaan uudenlaisia työtehtäviä ja edellyttänyt toimittajilta uusien asioiden oppimista. Internet-työskentely vie toimittajien työaikaa ja vaatii näiltä aiempaa suurempaa työpanosta. Paperilehden muututtua yksipäiväiseksi verkkouutisointiin on panostettu entistä enemmän ja toimittajien on täytynyt alkaa versioida kirjoittamiaan uutisia kahdelle eri julkaisualustalle. Verkkouutisoinnin lisääminen on tiivistänyt deadlineja tai poistanut ne kokonaan, sillä verkkosivuille on saatava päivittäin uutta sisältöä. Toimittajat ovat myös opetelleet sosiaalisen median, pääasiassa Facebookin, käytön alusta alkaen. Myös lehden taloudellisella puolella on tapahtunut viidessä vuodessa muutoksia, sillä vuonna 2009 Maaselkä sai uuden kilpailijan: Selänne-ilmaisjakelulehden.

Maaselän toimittajat ovat huomanneet muutoksia myös journalismissa ylipäätään. Moni muukin paikallislehti on muuttunut yksipäiväiseksi, mikä hankaloittaa uutisoinnin ajankohtaisuutta. Koska lehdet eivät voi tarjota viikon vanhoja uutisia, niiden täytyy saada uutisia, etenkin kilpailtuja sellaisia, tuoreina eteenpäin verkossa. Paperilehtien tilaajamäärät ja levikit ovat pienentyneet, samalla kun verkko kasvattaa suosiotaan. Nykyään uutisoinnissa suositaan tiivistä ilmaisua. Toimittaja 3

kokee tiiviyden suosimisen vaikuttaneen myös laajojen juttujen määrään: ”Ennen tehtiin enemmän reportaaseja ja niihin pystyi käyttämään enemmän aikaa, vaikka tekniikkaa ei ollutkaan.”

## 5.2 Verkkosivu-uudistus

Maaselän uudet verkkosivut julkistettiin lokakuussa 2013. Wordpress-alustalle rakennetuilla sivuilla alettiin julkaista uutisia päivittäin. Uutisten lisäksi sivuilla on myös muun muassa blogeja, kuvagallerioita ja videoita. Uudet verkkosivut olivat alkusysäys niille muutoksille, joita Maaselässä on 2010-luvulla tapahtunut.

Maaselän verkkosivut toteutettiin yhteistyössä Mainosanttila-yrityksen yritysmuotoilija-art designerin Mikko Anttilan kanssa. Kaikki toimittajat saivat kertoa ideoistaan uusien verkkosivujen suhteen, mutta erityisesti toimittajalla 1 oli selvä visio siitä, millaiset uusista verkkosivuista pitäisi tehdä:

Olen vierailut eri lehtien verkkosivuilla, ja niissä joutuu rullaamaan paljon. Meidän verkkosivujemme pitää olla sellaiset, että kaikki on heti näkyvillä, ja etusivulta pääsee sinne minne haluaa. Sillä tavalla syntyi idea, että sivut muistuttaisivat Windows Phonea. Etusivu jäsentyisi laatikoiksi, eikä joutuisi paljon rullaamaan.

Sivut tehnyt Anttila myös piti toimitukselle viikonloppukoulutuksen uusien sivujen käytöstä ja yleensäkin verkossa toimimisesta. Toimittaja 3 ei päässyt koulutukseen päällekkäin sattuneen loman takia. Osittain siitä johtuen hän kokee, ettei verkkotyöskentely suju häneltä vieläkään erityisen hyvin. Verkkosivujen käyttö on täytynyt opetella kantapään kautta. Toimittaja 1 toteaa, ettei verkkosivujen käyttäminen ole hankalaa, kunhan ei uppoudu niihin liian syvälle. Toimittaja 2 taas on yllätynyt, miten hyvin uuden tekniikan haltuunotto on häneltä sujunut. Hän on jopa innostunut verkkotyöskentelystä ja haluaa mielellään tehdä kaiken itse oppiakseen asiat käytännön kautta. Kaikki toimittajat kokevat, että toimituksessa saa helposti apua ja vertaistukea teknisissä asioissa, kunhan vain pyytää.

Muissa koulutuksissa toimitus ei ole ollut. Toimittaja 1 kokee, ettei esimerkiksi erilliselle Wordpress-koulutukselle ole ollut tarvetta, sillä toimittajat eivät itse muokkaa verkkosivuja. Silti koulutusta olisi toimittajan 1 mielestä voinut olla enemmän, esimerkiksi sosiaalisen median suhteen: ”Olisi ollut hyvä, että koko jengi olisi ollut siinä ja meille olisi vakuutettu, miten tärkeä Facebook on ja miten sitä käytetään.” Toimittaja 1 kuitenkin kokee, että toimitus hallitsee tekniset asiat tar-

peeksi hyvin: ”Hallitsemme ehkä 80 prosenttia siitä, mitä meidän pitäisi osata käyttää. Minun mielestäni se on riittävästi.”

Kaikki kolme toimittajaa ovat yhtä mieltä siitä, että uudesta tekniikasta on ollut hyötyä heidän työssään. Tekniikka nopeuttaa työntekoa ja uutiset saa tuoreempina ulos. Uutisia voi nyt tuottaa monikanavaisesti. Uusi tekniikka on tuonut työhön paljon uutta sisältöä sekä rikastanut ja monipuolistanut sitä. Toimittaja 2 kertoo, että jos aikataulu ja resurssit antaisivat myöten, hän tekisi uutisia mielellään pelkästään verkkoon, koska se on nopeaa ja näppärää. Uuteen tekniikkaan liittyy myös taloudellisia ongelmia. Toimittaja 3 on pohtinut sitä, miten välineet saataisiin hyödynnettyä euroiksi. Verkkomainosten euromäärät ovat toistaiseksi vielä paljon pienempiä kuin paperilehdessä, mutta toimituksessa luotetaan siihen, että verkkomainonnasta saatavat summat pikkuhiljaa kasvavat. Facebook taas on väline, joka kerää yleisön yhteen ja sitä kautta houkuttelee kävijöitä maksulliselle kanavalle.

Toimittajat eivät aikaisemmin työskennelleet välttämättä lainkaan lehden verkkosivujen parissa. Maaselän aikaisemmat verkkosivut olivat staattinen sivusto, jonne lapiointiin eli siirrettiin sellaiseenaan pääkirjoitus, yksi uutinen ja yksi yleisönosaston kirjoitus. Sivujen päivittäminen oli lehden painopinnanvalmistajien vastuulla, eikä päivittämisellä ollut kiire, kunhan uutiset saatiin verkkoon ennen seuraavan lehden ilmestymistä. Nyt jokainen toimittaja käy itse lisäämässä kirjoittamansa uutiset verkkoon. Toimittajat myös muokkaavat ja lisäävät verkkoon juttuihin tulevat valokuvat, sekä määrittelevät jutun julkaisuajan ja -paikan. Toimittajat kehuvat sivujen olevan helppokäyttöiset. Käytön tuomien kokemusten perusteella sivuja on päivitetty toimivammiksi.

### **5.2.1 Verkkosivujen muutokset työhön**

Uudet, päivittäin päivittyvät verkkosivut toivat mukanaan tarpeen aiempaa suuremmasta uutismäärästä. Kysyntää on erityisesti tuoreille ja ajankohtaisille uutisille, sekä pienille ”täyteuutisille”. Lukija saisi itse päättää, mitkä uutiset ovat lukemisen arvoisia. Vastuu uutismäärän kasvattamisesta on kasaantunut kaikkien toimittajien niskaan. Toimitusta kuitenkin kiusaa jatkuva juttupula. Avustajina työskentelevät viikonlopputoimittajat auttavat toimittajia keskittymään omiin töihinsä.

Verkkosivujen myötä deadlineet kiristyivät. Enää ei ole kahta deadlinepäivää per viikko, vaan deadline on muuttunut ikään kuin jokapäiväiseksi. Verkkoon on saatava joka päivä jotain uutta, ja

jos uutisia ei ole laitettavaksi sivuille, sinne yritetään saada jotain muuta, kuten blogeja, kuvagallerioita ja urheilua. Tiivis julkaisutahti on myös vaatinut verkon uutiskynnyksen keventämistä. Toimittaja 1 kertoo, että verkkouutisten julkaisutahtia pitäisi saada tasaisemmaksi:

Ajastettua verkkokäyttöä pitäisi jalostaa niin, että myös viikonloppuisin julkaistaisiin uutisia. Maksumuuriin mentäessä ei saisi olla niin, että sivuille tulisi tiistaisin kasapäin uutisia, kun paperilehti ilmestyy keskiviikkona. Tiistaina siellä pursuaa uutisia, sitten keskiviikkona, torstaina ja perjantaina sivuille ei saada mitään uutista. Sunnuntaina saamme jotain urheilupuolelta, ja tiistaina tulee taas paljon uutisia. Uutismäärää pitäisi tasoittaa, ja siinä meillä on ollut tekemistä.

Toimittajan 3 mielestä tiukka aikataulu toisaalta myös helpottaa juttujen valmiiksi saamista. Jokapäiväisen deadline takia uutisia on pakko saada valmiiksi, eikä niiden tekemistä voi venyttää.

Verkkouudistuksen myötä verkkosivuille lisättävistä uutisista ryhdyttiin kirjoittamaan omat versionsa lapiointiuutisoinnin sijaan. Versiointi on kuitenkin ollut jopa helppoa, sillä verkkoon laitettaessa uutisesta on saatettu ottaa ensimmäinen kappale jättäen siitä jotain pois. Versiointi on hieman lisännyt toimittajien työmäärää. Toimittaja 2 kertoo, että hänellä verkkoversion valmistamisesta alusta julkaisemiseen asti vierähtää kymmenisen minuuttia. Hän kirjoittaa usein ensin paperilehteen menevän version, ellei uutista tarvitse kilpailun takia saada nopeasti verkkoon. Verkkoversiosta hän tekee tiiviin lyhennelmän sen sijaan, että hyödyntäisi pelkkää printtiversion ensimmäistä kappaletta. Toimittaja 3 taas kirjoittaa monesti ensin verkossa julkaistavan uutisen. Hän toteaa, että verkkoversion kirjoittaminen saattaa jopa nopeuttaa lehteen kirjoitettavan version syntyprosessia: ”Varsinaisen jutun kirjoittaminen helpottuu, kun joutuu pikapikaa etsimään jutun ytimen.” Versiointi myös rikastuttaa kirjoittamisprosessia, sillä verkko- ja printtiversion voi halutessaan kirjoittaa eri näkökulmista.

Toimittaja 3 on myös huomannut, että valokuviiin ja niiden käyttöön panostetaan Maaselässä aiempaa enemmän.

Toistaiseksi verkkolehdeillä on pääasiassa mainostettu printtilehteä. Jutuista julkaistaan lyhennetyt versiot, sillä paperilehden materiaaleja ei haluta jakaa verkossa ilmaiseksi. Monen verkkouutisen perässä lukee teksti ”Lue lisää seuraavasta Maaselästä”. Toimittaja 1 kertoo, että sosiaalisen median käyttöönoton myötä Maaselässä on alettu tekemään kolmikanavatyötä: ”Vinkkaamme somessa ja verkossa, ja lehdessä sitten kerromme, että käy katsomassa kuvagalleria tästä tapahtumassa. Niin lukijat palaavat takaisin verkkosivuille.” Toimittajan 1 mielestä kaikki uutiset

voisi kierrättää ensin verkon kautta: ”Optimaalinen tilanne olisi se, että kaikki uutiset olisivat ensin verkossa. Mutta mikä on paperilehden arvo, jos sen voi lukea jo etukäteen?”

Toimittajat 2 ja 3 kertovat, että internet-työskentely on lisännyt heidän työmääräänsä. Toimittaja 1 taas kokee, että hänen pitäisi tehdä enemmän verkkotyötä, kuten sosiaalisen median hoitamista. Aikaa kuitenkin kuluu muun muassa juttujen miettimiseen ja kirjoittamiseen sekä Haapajärvi-seuran sihteerin tehtäviin. Toimittajalla 2 on suurin vastuu internet-julkaisusta. Omien juttujensa lisäksi hän muun muassa lisää verkkoon blogistien kirjoitukset sekä lukijoiden kuvia. Kun toimittaja 2 ei ole paikalla toimituksessa, työt siirtyvät toimittajalle 3. Häneltä verkkotyöskentely kestää kauemmin, sillä rutiinia työtehtäviin ei ole.

### **5.2.2 Uutisia myös videomuodossa**

Uudistuneille verkkosivuille haluttiin uutisia myös videomuodossa. Tällä hetkellä videoita julkaistaan Maaselän sivuilla yhdestä muutamaan videoon kuukaudessa. Videot lisätään myös Maaselän YouTube-tilille. Toimittaja 1 kertoo, että videoita pitäisi tuottaa enemmän ja saada niitä sivuille julkaistavaksi. Hänen mukaansa ideoita videoille kyllä olisi, mutta aikaa ja työvoimaa ei: ”Anna minulle kaksi työntekijää, niin rupeamme heti tuottamaan verkkouutisia, siis elävää kuvaa.” Toimittaja 1 kokee, että videot ovat kaikista eniten aikaa vievä uutisten julkaisutapa. Myös toimittaja 2 puhuu videoiden tuottamisen hitaudesta: ”Monesti käy niin, että ensin saamme verkkoon uutisen ja sitten seuraavalla viikolla videon. Sitten seuraavassa lehdessä lukee, että käy katsomassa video verkkosivuiltamme. Prosessi käy hitaammin.”

Toimittajan 3 mielestä videoiden teko on ollut mukavaa vaihtelua työtehtäviin. Toimittaja 2 kertoo, että hänelle videot ovat olleet heikoin lenkki, sillä hänellä ei ole aikaisempaa kokemusta niiden tekemisestä. Videoiden kuvaaminen tekee hänen mielestään juttukeikasta monimutkaisemman:

Monesti tuntuu, ettei juttukeikalla ennäätä tehdä yksin kaikkea, varsinkin jos teet videon jostain tilanteesta. Siinä täytyy miettiä minkä pätkän otan videolle ja missä vaiheessa otan still-kuvat. Täytyy myös miettiä, teenkö tästä lisäksi kuvagallerian ja paljonko niitä kuvia täytyy olla, vai riittääkö pelkkä video. Ja sitten kun miettii, että aiheesta pitäisi kirjoittaa vielä juttukin. – – Etukäteen täytyy miettiä, että jos teen aiheesta videon, en voi kirjoittaa siitä kovin laajaa reportaasia. Aika ei riitä kaikkeen, vaan täytyy valikoida.

Toimittajan 2 mielestä ideaalitalanne olisi se, että juttukeikalle lähtisi kaksi toimittajaa, joista toinen keskittyisi pelkästään videokuvaamiseen. Kuvaamisen päätyttyä toimittaja voisi jo lähteä viemään videomateriaalin toimitukseen muokattavaksi. Siihen ei kuitenkaan riitä resurssit.

Maaselällä ei ole käytössään varsinaisia videokameroita, vaan videot kuvataan järjestelmäkameeroilla. Videoiden muokkauksesta vastaa lehden taittaja, toimittajat eivät editoi. Videot ovat toivottua ja odotettua materiaalia. Niitä odotetaan varsinkin isoista tapahtumista, kuten yrittäjien järjestämistä tempauksista. Myös esimerkiksi vanhojentansseista kuvattu video oli suosittu, sillä kaikki sukulaiset eivät pääse katsomaan tapahtumaa paikan päältä. Toimittaja 2 kertoo, että videot keräävät katsojia myös muilta paikkakunnilta: ”Muualta asuvilta on tullut palautetta, että videoita on hieno katsoa. Sillä tavalla niitä odotetaan.”

### **5.2.3 Maksumuuri**

Huhtikuun 14. päivä 2015 Maaselän verkkosivuilla otettiin käyttöön maksumuuri. Tutkielmani haastattelut on tehty noin kahta viikkoa ennen maksumuurin käyttöönottoa, joten tuloksissa kuullaan toimittajien ennako-odotuksia ja -oletuksia tulevasta maksumuurista. Toimittajan 1 mukaan Maaselkä on ensimmäinen konsernien ulkopuolinen paikallislehti, joka ottaa maksumuurin käyttöön.

Maaliskuussa 2015 maksumuuri aiheutti Maaselän toimittajissa huolta. Toimittaja 1 kertoo, että isoissa lehdissä, kuten Helsingin Sanomissa ja Kauppalehdessä, maksumuurin kanssa on työskennelty pitkään ennen kuin se on alkanut tuottaa euroja. Hän myös toteaa, että isomman volyymin lisäksi lehtien verkkoyhteisöt ovat erilaisia kuin Maaselällä: ”Siellä pyörii yrittäjiä ja firmoja, joilla ei ole rahasta kiinni.” Toimittaja 1 epäilee, että koska Maaselkä lähtee kokeilemaan maksumuuria pienenä lehtenä, verkkosivujen kävijäluvut tulevat todennäköisesti laskemaan. Talouspuoli huolettaa myös toimittajaa 2. Hän epäilee, ovatko ihmiset valmiita maksamaan verkkouutisista. ”Epäilen ostaako ihminen netistä esimerkiksi jonkun tietyn jutun tai numeron. Epäilen, koska verkossa on edelleen niin paljon ilmaista materiaalia.”

Toinen maksumuuriin liittyvä huolenaihe on materiaalin riittävyys. Toimittajan 1 mukaan maksumuurin taakse tarvitaan runsaasti enemmän materiaalia kuin toimituksella on mietittynä. Materi-



aalia tarvitaan lisää myös verkkosivujen ilmaiselle puolelle, jotta sivujen kävijämäärät eivät laske liian alhaisiksi.

Toimittaja 2 arvelee, että maksumuuri tulee vaikuttamaan työpäivän rytmittämiseen. Hän myös odottaa, että maksumuurin taakse pitää lisätä materiaalia runsaasti ja tasaiseen tahtiin: ”Sinne pitäisi saada joka päivä vielä enemmän materiaalia ja valmiimpia juttuja isompina kokonaisuuksina. Kyllä sillä on vaikutusta aikataulutukseen.” Toimittaja 3 arvelee, että jatkossa juttujen markkinointiin tulee panostaa entistä enemmän. Toimittajien täytyy myös miettiä, miten saada houkutelua lukija otsikon ja jutun ensimmäisen lauseen avulla. Toimittaja 1 arvelee, että uutisten versiointiin kuluu maksumuurin tultua todennäköisesti enemmän aikaa, sillä uutisen aloitustapa on mietittävä huolella:

Meidän täytyy tarkkaan miettiä verkkouutisen otsikko ja aloitus. Kun uutinen lisätään maksumuurin taakse, siitä jää ilmaiselle puolelle näkyviin otsikko ja kaksi ensimmäistä lausetta. Alun täytyy olla hyvin mietitty: kärjessä täytyy olla otsikko, joka ei kerro kaikkea ja jutun alun täytyy herättää kysymyksiä. Jutun arvoitus ratkeaa ostamisen jälkeen, se saattaa ratketa jopa heti toisessa kappaleessa.

Toimittajan 1 mukaan sivuille pyritään lisäämään uutisten lisäksi myös muuta houkuttelevaa materiaalia, joiden takia ihmiset haluavat vieraila maksumuurin takana. ”Sinne tulee vanhojen Maa-selkä-lehtien valokuvia ja Haapajärvi-seuran arkistokuvia. Lisäksi sinne mahdollisesti tulee vain meidän lukijoillemme suunnattuja kilpailuja.” Toimittaja 1 kertoo aikovansa käydä toimituksen kanssa keskustelua siitä, miten maksumuurin taakse klikattavat uutiset kannattaa rakentaa. Hän toteaa, että maksumuuri lisää toimittajien työmäärää.

Eryityisesti toimittaja 2 on skeptinen tulevan maksumuurin suhteen. Hän kertoo pelkäävänsä, että maksumuurin myötä toimittajien pitää alkaa keksimään myyviä otsikoita ja uutisia. Hän myös epäilee, ettei verkkoon saada isoja artikkeleita, koska niihin ei riitä aika. Toimittaja 2 toteaa, että verkkoon tuleva materiaali on todennäköisesti pitkälti samaa kuin paperilehteen painettava: ”Me elämme koko ajan kädestä suuhun, koska meitä on niin vähän, eikä meille ei jää mitään varastoon.” Toimittaja 2 arvelee, että pelkästään maksumuurin taakse lisättävä materiaali koostuu lyhyistä, matalamman kynnyksen uutisista.

Toimittaja 1 toteaa, että epäilyksistä huolimatta maksumuuri on joka tapauksessa otettava jossain vaiheessa käyttöön: ”Meidän täytyy vain aktiivisesti kertoa sosiaalisessa mediassa ja paperileh-

dessä, mitä uutta meillä on muurin takana.” Mainontaa aiotaan harrastaa erityisesti Maaselän Extra -ilmaisjakelulehdessä. Toimittaja 2 pitää hyvänä asiana sitä, että Maaselän tilaajatunnuksilla pääsee maksumuurin taakse, eikä niistä tarvitse erikseen maksaa. Erikseen ostettuna viikon lukuoikeus maksaa neljä euroa, kuukauden lukuoikeus yhdeksän euroa.

### 5.3 Sosiaalinen media

Syyskuussa 2013, hieman ennen uusien verkkosivujen julkaisemista, Maaselkä julkaisi Facebook-sivunsa. Lokakuussa lehti sai myös oman Twitter-tilin. Facebookiin Maaselkä itse asiassa liittyi jo maaliskuussa 2013, mutta sivua alettiin päivittää vasta syksyllä. Maaselkä haluttiin Facebookiin ennen uusien verkkosivujen julkaisua, jotta sivuja voitiin aktiivisesti mainostaa sosiaalisessa mediassa.

Kukaan toimittajista ei ollut sosiaalisessa mediassa aiemmin, vaan he liittyivät mukaan hieman ennen Maaselän Facebook- ja Twitter-tilien käyttöönottoa. Toimittaja 2 kertoo, että oli alussa skeptinen Facebookin suhteen, ja joutui liittymään mukaan pakotettuna. Hetken mukana oltuaan hän kuitenkin innostui Facebookista ja sen mahdollisuuksista. Maaselän toimittajat eivät ole erityisen aktiivisia henkilökohtaisilla Facebook-sivuillaan, kuten toimittaja 2 toteaa: ”Minulla menee niin paljon aikaa Maaselän Facebook-sivujen parissa, ettei into riitä siellä omien asioiden pyörittämiseen.” Maaselän Facebook-sivuilla toimittajien sen sijaan on oltava aktiivisia ja pidettävä yllä keskustelevaa ilmapiiriä. Toimittaja 1 kertoo, että jos lehden sivuille kirjoittaa jotain, toimittajan täytyy vastata myös mahdollisiin kommentteihin ja kysymyksiin. Maaselän toimittajat viettävät sosiaalisessa mediassa aikaa työtarkoituksessa 15 minuutista reiluun puoleen tuntiin työpäivän aikana. Toimittaja 1 kokee, että hänen pitäisi viettää enemmän aikaa sosiaalisen median parissa.

Toimittaja 2 on ottanut vastuulle lehden Facebook-sivujen hoitamisen. Hän käy useamman kerran päivässä tarkistamassa, onko sivuille tullut kommentteja ja onko käyty keskustelu asiallisista. Tarvittaessa toimittaja 2 myös moderoi Facebook-sivuja. Twitteristä taas vastaa pääasiassa toimittaja 1. Twitter-tilillä kokeiltiin aluksi keskusteluvampaa otetta, mutta kesällä 2014 siirryttiin linkittämään uutisia suoraan verkkosivuilta. Facebookiin Maaselkä sen sijaan pyrkii panostamaan tosissaan. Tiliä päivitetään muutaman kerran päivässä. Toimittaja 2 kertoo, että pelkkiä linkkejä sisältävä Facebook-tili ei menesty: ”Olen seurannut joitakin lehtiä, jotka tekevät pelkkää linkitystä. Se kyllä näkyy Facebookin kävijämäärissä, ja sivu jää hyvin yksipuoliseksi. Facebook pitäisi saa-

da pidettyä keskustelevana yhteisönä.” Toimittajan 2 mukaan myös julkaisuajankohtiin täytyy kiinnittää huomiota:

Päivässä sivuille voi heittää maksimissaan kaksi linkkiä, mieluiten vain yhden linkin päivässä. Linkkejä ei saa olla liikaa, muuten sivut hyytyvät heti. Julkaiseminen täytyy rytmittää niin, että jos laitan sinne nyt yhden linkin, välissä täytyy olla jotain muuta tavaraa, kunnes iltapäivällä voin lisätä sivuille toisen linkin.

Maaselän Facebook-sivut kasvattivat nopeasti suosiotaan, ja sivuilla on nyt yli 1300 tykkääjää (Kotiseutulehti Maaselän Facebook-sivut, viitattu 12.4.2015). Toimittajat yllättyivät positiivisesti siitä, miten nopeasti sivut keräsivät tykkääjiä. Toimittaja 1 kertoo, että toimituksessa on tutkittu, millaiset julkaisut ja ”äläykset” Facebookissa keräävät suosiota. Esimerkkinä hän kertoo löytämästään videosta, joka sai moninkertaisen suosion, kun se nostettiin Maaselän Facebook-sivuille:

Eräs haapajärvinen kaveri oli tehnyt 30 minuutin videon siitä, miltä Haapajärvi näyttää nykyisin. Linkitin videon Maaselän Facebook-sivuille, ja se sai liki 5 000 peukuttajaa. Haistoin heti, että videolla voisi olla paljon katsojia, ja niinhän sillä oli. Tällaisia videoita meidän pitäisi itsekkin tuottaa ja löytää. Tavallaan meidän teemme samalla jollekin palveluksen. Silläkin videolla taisi olla 150 tykkääjää, ja video oli kuitenkin ollut internetissä jo puoli vuotta. Meidän sivuillamme video ehti olla kolmatta viikkoa ja sille tuli heti 5 000 tykkääjää lisää.

Maaselän toimittajat toimivat sosiaalisessa mediassa anonyymeina Maaselkä-tunnuksen takana. Lehdessä valittiin tietoisesti tämä tapa, vaikka lehden verkkosivut suunnitellut ja toimitusta kouluttanut Mikko Anttila suositteli toimimaan sosiaalisessa mediassa omilla kasvoillaan. Toimittaja 2 kertoo, että nykyinen menetelmä sopii hänelle hyvin. Hän saattaa satunnaisesti laittaa oman nimensä tekemiensä statuspäivitysten perään. Toimittaja 2 ihmettelee, onko toimittajan omilla kasvoilla esiintyminen jonkinlainen itseisarvo: ”Olemme ajatelleet Facebookin olevan lukijoiden yhteisö, joka kokoaa kaikki yhteen. Sitä ei tarvitse korostaa, että minä olen kehittänyt tai keksinyt tämän asian tänne.”

Sosiaalisen median myötä toimittajalle uutena asiana on tullut omien tekstien markkinointi. Toimittajat miettivät aktiivisesti, mistä asioista sosiaalisessa mediassa kannattaisi vinkata. Facebook on tärkeä markkinointiväline siinä mielessä, että se tuo lisää kävijöitä lehden verkkosivuille. Verkkosivujen kävijämäärää taas käytetään perusteena, jolla lähdetään myymään mainoksia nettiin. Toimittaja 1 arvelee, että Maaselän Facebook-sivujen tykkääjämäärästä kolmannes ei ole lehden tilaajia, mutta he tykkäävät sivuista, koska siellä julkaistaan mukavia kuvia ja käydään hyviä kes-

kustelujä. Nämä tykkääjät toimittaja 1 näkee potentiaalisena joukkona, joita verkkosivuille voisi houkutella vierailemaan ja ostamaan lukuoikeuksia.

Toimittajat pitävät Facebookia käteväenä kommunikointivälineenä. Toimittaja 1 käy keskustelujä paikallislehtien päätoimittajien ryhmässä ja saa sitä kautta hyviä vinkkejä. Toimittaja 2 taas käy keskustelujä Maaselän blogistien kanssa. Toimittajat 2 ja 3 kertovat, että Facebookin kautta saa helposti ihmisiä kiinni, sillä puhelinnumeroa ei aina ole saatavissa. Joskus toimittajat etsivät sosiaalisesta mediasta myös haastateltavia ja jättävät haastattelupyynnöjä. Toimittaja 3 kertoo keksineensä juttuideoita seuraamalla muiden Facebook-käyttäjien keskustelujä. Toimittaja 2 kertoo, ettei hae aktiivisesti Facebookista juttuaiheita: ”En ole lähtenyt kuuluttamaan sieltä juttuideoita, koska se ei ole minusta korrekta.”

Toimittaja 3 kokee, että sosiaalisen median vaikutuksesta hänen kirjoitustyyliinsä on muuttunut rennommaksi: ”Facebookissa kirjoitetaan arkikieltä ja siellä on jotenkin rennompia meininkiä ja henki. Vaikka kirjoitan edelleen kirjakielillä, minusta tuntuu, että asiat voi käsitellä vähän rennommin.”

Toimittajat kokevat, että Maaselässä ilmapiiri sosiaalisen median käytön suhteen on kannustava. Toimittajan 1 mielestä olisi hyvä, jos koko toimitus olisi aktiivinen sosiaalisessa mediassa. Sieltä saattaisi löytää ideoita esimerkiksi mainosmyyntiin. ”Jos esimerkiksi paikallinen pizzeria kertoo sosiaalisessa mediassa erikoisviikosta, niin sehän on selvä vinkki siitä, että meidän kannattaa ottaa nopeasti markkinointiyhteyttä.”

Toimittaja 1 kertoo, että sosiaalisessa mediassa toimimalla lehti voi antaa itsestään keskustelunhaluisen kuvan. Toimittaja 2 on huomannut, että sosiaalisen median myötä Maaselän lukijoiden kynnys ottaa yhteyttä toimitukseen on laskenut: ”Mielestäni lukijoilla on kova kynnys soittaa tänne tai lähettää meille sähköpostia.” Facebookissa lukijat ovat innostuneet lähettämään toimitukseen ottamiaan kuvia. Tätä kautta lehti on myös löytänyt aivan uusia tuttavuuksia. Maaselän lukijat kommentoivat uutisia mieluummin Facebookissa, vaikka lehden verkkosivuilkin on mahdollista kommentoida. Lehti saa myös jonkin verran palautetta Facebookissa yksityisviesteillä. Toimittajan 1 mielestä vuorovaikutusta lukijoihin voisi kehittää entisestään.

#### 5.4 Muutoksia myös printin puolella

Syyskuussa 2014 Maaselän paperilehden toinen viikoittainen numero päätettiin lakkauttaa. Toimittaja 2 kertoo, että maanantain numeron lopettaminen oli käytännön sanelema pakko: ”Tavalliset maanantainumerot olivat tappiollisia, oikeastaan aluenumerot olivat niitä jotka myivät.” Toisen numeron poisjättämisen takana oli myös ajatus vapauttaa toimittajien työaikaa muihin tehtäviin. Maanantainumeron lopettamisen myötä toimittajien 1 ja 3 aikataulut ovat väljentyneet. Toimittaja 1 kertoo, ettei paperilehden juttumäärä ole vähentynyt, mutta nyt uutiset on paketoitu yhteen lehteen: ”Se antaa pienen rauhan, että kun keskiviikkona on saatu lehti käsistä, niin torstaina ei ole heti painetta.” Torstaina toimittajat tekevät juttuja, mutta aikaa jää myös keskustelulle. Myös toimittajan 3 mielestä on mukavaa, ettei seuraavan lehden deadline ole heti painamassa niskaan. Toimittaja 2 ei koe toisen viikkonumeron lopettamisen helpottaneen työmääräänsä. Samaan aikaan yksipäiväistymisen kanssa toimittaja 3 jäi osa-aikaiselle eläkkeelle, mikä taas lisäsi toimittajan 2 työmäärää.

Yksipäiväistymisen myötä toimituksen aukioloaikoja muutettiin. Nyt toimituksen ovet aukeavat yleisölle aamukymmeneltä, ja keskiviikkoisin ovet pidetään koko päivän suljettuina. Tämä on antanut toimittajille rauhan viimeistellä loputkin lehteen tulevat jutut painokuntoon.

Toimittaja 3 kertoo, että yksipäiväistymisen myötä lehden sisällön suunnittelusta tuli hankalampaa: ”Kun lehti ilmestyy harvoin ja kilpailu tällä alueella on kovaa, toimittajan täytyy miettiä miten esittää asian, jos ei pääsekään uutisoimaan siitä ensimmäisenä.” Esimerkiksi ministerivierailu olisi automaattisesti lehden ykkösuutinen, mutta jos uutinen on jo lähemmäs viikon vanha, sitä ei voi nostaa pääuutiseksi. Toimittaja 1 kertoo, että samalla kun paperilehti muuttui kerran viikossa ilmestyväksi, uutisointi oli kuitenkin jokapäiväistä lehden verkkosivujen kautta. Tämä toi lehdelle uskottavuutta. Toimittaja 3 kertoo, että Maaselkä on saanut lukijoilta positiivista palautetta yksipäiväistymisestä: ”Lukijoilta on tullut palautetta, että Maaselkä on nostanut profiiliaan. Yksi paksu lehti koetaan paremmaksi ja luettavammaksi kuin kaksi ohuempaa.” Toimittaja 3 kertoo, että Maaselässä pyritään panostamaan uutisiin ja henkilöjuttuihin. Jokaiseen lehteen pyritään saamaan ainakin yksi isompi juttu, jossa on enemmän tekstiä ja tavallista suurempia kuvia. Toimittaja 2 kertoo, että juttujen riittävyden kanssa tulee silti välillä ongelmia: ”Juttuja joutuu vähän venyttämään ja kuvien määrää lisäämään. Myös lukijoiden aineistoa on enemmän, kuten kolumneja ja kuvia. Sisältöä on jouduttu väkisin keventämään.”

Toimittajat eivät ehtineet tehdä kauaa pelkästään yhtä paperilehteä, sillä vuoden 2015 alussa sen rinnalla aloitti ilmaisjakelulehti Maaselän Extra. Extraa jaetaan viisitoista kertaa vuodessa yhteensä kuuteen kuntaan: Haapajärvelle, Reisjärvelle, Nivalaan, Kärsämäelle, Pyhäjärvelle ja Pihtiputaalle.

Siinä missä Maaselän toisen viikoittaisen numeron lakkauttaminen helpotti kahden toimittajan työmäärää, on Maaselän Extran mukaan ottaminen lisännyt selvästi jokaisen toimituksen jäsenen työmäärää. Poikkeuksena on toimittaja 3, joka kokee, ettei ilmaisjakelulehti ole erityisesti lisännyt hänen työmääräänsä osa-aikaeläkkeen takia. Kolmen toimittajan lisäksi Extraan tekevät juttuja myös Maaselän ilmoitusmyyjä, toimistotyöntekijä ja avustava urheilutoimittaja. Toimittaja 2 toteaa, että toimittajat eivät pystyisi tekemään lehteä omin voimin: ”Ei täällä kahdella ja puolella ihmisellä voida tehdä Extraa, se on ihan käytännön mahdottomuus.”

Toimittaja 3 kuvailee, että Extraa on ”pirullista” tehdä silloin, kun sen ja Maaselän deadlinet osuvat päällekkäin. Hän kertoo, että esimerkiksi haastatteluja edeltävällä viikolla toimitus tuotti yhteensä 68 sivua, joista 24 meni Maaselkään ja 44 Maaselän Extraan:

Tuntuu siltä, että revitään selkänahasta, mutta nyt on näin taloudellisen tilanteen vuoksi. Extraa tekemällä yritämme katsoa, olisiko tässä sellainen sauma joka voisi tuoda meille euroja sen verran, että tällainen porukka voisi tehdä täällä töitä.

Extraan kirjoitetut jutut ovat tyyliltään kaupallisempia ja ajattomampia kuin Maaselässä julkaistavat artikkelit. Ote on kepeämpi ja uutiskynnys matalampi. Artikkelit ovat esimerkiksi yritysjuuttuja ja tuote-esittelyjä. Toimittaja 2 kertoo esimerkin Extraan kirjoittamastaan muuttumisleikkijutusta. Jos juttu olisi julkaistu Maaselässä, yrittäjistä ei olisi kerrottu yhtä laajasti ja heitä ei olisi haastateltu samalla tavalla. Toimittaja 2 kertoo, että vaikka Extran jutut ovat kaupallisia, ne eivät kuitenkaan saa olla mainoksia: ”Minun työmoraalini ei anna periksi sitä, että lähtisin tekemään mitään kaupajuttuja. Jutut pitää tehdä niin, että kehtaa panna nimensä mukaan.” Toimittajan 3 mielestä on helpottavaa, ettei Extraan kirjoitettaessa tarvitse välttää kaupallisuutta viimeiseen asti ja haastateltaville voi antaa vapauden puhua yrityksestään tai tuotteestaan. Silti hän on samoilla linjoilla kuin toimittaja 2: ”Tuolla takaraivossa on edelleen se tietty raja. Koko ajan tulee varottua, ettei mene tekstimainonnan puolelle. Ehkä sen takia olenkin pyrkinyt kirjoittamaan Extraan henkilöhaastatteluja.”

## 5.5 Osa-aikaeläke vaikuttaa koko toimitukseen

Syksyllä 2013 toimittaja 3 jäi osa-aikaiselle eläkkeelle. Lopullinen eläkkeelle siirtyminen tapahtuu alkukesästä 2016. Tällä hetkellä toimittaja 3 tekee vuorotellen viikon tai kaksi kestäviä työ- ja eläkejaksota toimituksen tarpeen mukaan. Toimittaja 3 kokee, että kaksi viikkoa kestävä työ- ja eläkejaksot hankaloittavat hänen työtään. Hän rytmittäisi työn ja eläkkeen mieluummin viikon kestäviin jaksoihin. Ollessaan kaksi viikkoa eläkkeellä toimittaja 3 kokee osittain putoavansa muun toimituksen vauhdista. Kahden viikon eläkejaksot myös hankaloittaa haastattelujen suunnittelua ja sopimista. Haastateltavat harvoin osaavat sanoa, onnistuuko haastattelu yli kahden viikon päästä ja pyytävät toimittajaa soittamaan uudelleen vielä lähempänä haastatteluajankohtaa. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että toimittaja 3 joutuu soittamaan haastateltaville eläkejaksot viimeisinä päivinä. Eläkejaksot aikana toimittaja 3 haluaisi ajatella mahdollisimman vähän työasioita, mutta aina se ei onnistu: ”Paperilehti tulee selattua ja katsottua, mistä aiheesta lehdessä on juttuja. Mutta haluaisin päästä siitä irti.”

Osa-aikaeläke on vaikuttanut toimittajan 3 lisäksi voimakkaasti myös toimittajan 2 työmäärään. Toimittaja 2 kertoo, että työpäivät tahtovat venyä silloin, kun toimittaja 3 on eläkkeellä. Etenkin syksyllä 2014 toimittaja 2 kertoo tehneensä töitä ”aivan sikana” ja haalineensa itselleen isoja juttuaihteita:

Syksyllä tein paljon isoja juttuja ja henkilöhaastatteluja, jotka täytyi tehdä iltaisin. Ilta-aihteita oli kauheasti. En ehtinyt pitää ylitöitä pois, joten niitä vain kertyi ja kertyi. Se syksy oli aika karsea suorastaan.

Valtava työmäärä ja stressi johtivat toimittajan 2 sairastumiseen loppusyksystä 2014: ”Huomasin, sairastelevani tosi paljon, varmaan enemmän kuin kymmeneen vuoteen. Stressi tekee sen, että sairastuu helposti.” Joulukuussa 2014 toimittaja 2 oli pari viikkoa sairaslomalla ja sai lääkäriltä määräyksen vähentää stressiä. Toimittaja 2 kertoo ottaneensa asian puheeksi toimituksessa: ”Sanoin täällä, etten voi enää tehdä niin paljon töitä, en vain kerta kaikkiaan enää pysty. Sitten täällä keskusteltiin asiasta.” Toimittajan 2 työmäärää ei pystytty vähentämään, mutta hän pyrkii nyt tekemään työaikansa tehokkaasti ja käymään juttukeikoilla iltaisin vain silloin, kun ilta-aihteita osuu hänen kohdalleen. Toimittaja 2 kertoo, että hänen on pitänyt asennoitua työntekoon uudella tavalla ja tajuta omat rajansa: ”Ei sitä tajua, ennen kuin kroppa pettää ja kunnes joku sanoo, että sinä et vain pysty tekemään noin paljon.”

## 5.6 Kokemukset työstä nyt ja tulevaisuudessa

Kaikki kolme toimittajaa kokevat työnsä olevan tällä hetkellä mielenkiintoista. Toimittajan 1 mielestä työ on paljon mielenkiintoisempaa kuin 15 vuotta sitten, jolloin Maaselässä tehtiin vain yhtä tuotetta: ”Nyt tehdään monikanavatuotantoa ja taloudelliset haasteet ovat pyramidin kokoiset.” Haasteita tuo toimittajan 1 mukaan myös toimituksen ikääntyminen. Toimittajien keski-ikä on 59 vuotta. Haasteita toimittajan 1 työhön tuo myös Haapajärvi-seuran sihteerin toimen laajuus: ”Sieltä on tullut uusia juttuja, esimerkiksi messut. Tilanne on sitten väkisinkin niin, että minä istun kokouksia ja teen niitä yhteyksiä. Niitä ei ole ennen ollut.” Sihteerin tehtävien lisäksi toimittajan 1 aikaa vie lehden hallinnointi ja kehittäminen. Toimittaja 1 kertoo, että hänen tekemänsä juttumäärä on pysynyt suunnilleen samana entiseen verrattuna. Hän kokee, ettei juttujen kirjoittamiselle jää riittävästi aikaa: ”Haluaisin panostaa siihen, että saisin miettiä lehden sisältöjä ja keskittyä tekemään hyviä juttuja, ettei tätä muuta olisi.”

Kaikki toimittajat kertovat työn olevan myös kiireistä, joskus liiaksi asti. Toimittaja 2 toteaa, ettei pieni kiire haittaa työntekoa. ”Jos kiire pysyy hallinnassa, niin en valita, olen tottunut tekemään nopeasti. Minusta on mukava tehdä töitä reippaalla tahdilla.” Toimittaja 2 kuitenkin lisää, että liika kiire johtaa hänellä sairastumiseen. Toimittaja 1 haluaisi kehittää ajanhallintaansa. Hän pohtii, että hänen olisi tehtävä päiväkohtainen suunnitelma ja pitäytyä siinä tiukasti, päälle ajavat asiat täytyisi merkata seuraavan päivän ohjelmaan. Toimittaja 1 kuitenkin toteaa, ettei paikallislehden toimittaja voi kuvitella työskentelevänsä pilkuntarkan aikataulun mukaan. Hänen mukaansa 7,5 tunnin työpäivät harvoin riittävät: ”Lähtökohta kuitenkin on, että työt pitää hoitaa. Jos joskus menee työajassa vähän yli, täytyy ensimmäisenä miettiä, että olisinko voinut organisoida hommani paremmin, ettei olisi mennyt yli.”

Toimittaja 3 kertoo työpäivien välillä venyvän kiireen takia, mutta häntä helpottaa tieto pian edessäpäin odottavasta eläkejaksosta. Hän kokee, ettei kiirettä niinkään aiheuta mikään ulkoinen tekijä, vaan kiire johtuu hänen omasta verkkaisesta työtahdistaan. Kiire on myös luonnollinen osa toimittajan työtä: välillä työssä sattuu olemaan kiireisempiä ajanjaksoja. Toimittaja 3 kertoo tekemänsä enemmän juttuja kuin ennen, sillä hänen ei tarvitse enää taittaa lehteä ja aikaa jää kirjoittamiselle. Toimittaja 3 kuitenkin kokee, että hänen pitäisi saada aikaan enemmän juttuja, mutta ei koe tarpeen johtuvan ulkoisesta paineesta.



Toimittajat kokevat myös, että yhden jutun kirjoittamiseen on käytettävissä vähemmän aikaa kuin ennen. Toimittaja 2 kertoo, että tahtia pitää kiihdyttää etenkin silloin, kun toimittaja 3 on eläkkeellä. Tuolloin toimittajan 2 täytyy käsitellä viikonlopputoimittajien kirjoittamat jutut, urheilujutut, lisätä blogitekstit verkkoon, tehdä taittосуunnitelma ja tietysti kirjoittaa omat jutut: ”Montaa päivää ei voi pyöritellä yhtä juttua, sitten pitää vain tehdä tosi nopeasti. Harmittaa, että joutuu päästämään käsistään sellaista materiaalia, jota ei haluaisi.” Toimittaja 2 kertoo, että 1990-luvulla Maaselällä oli enemmän resursseja käytettävissä ja juttujen suunnitteluun sekä kirjoittamiseen pystyi käyttämään enemmän aikaa.

Toimittaja 1 kokee työnsä olevan jännittävämpää, mutta myös haasteellisempaa uuden tekniikan ja videokuvaamisen myötä. Toimittaja 3 kokee, että työ on muuttunut systemaattisemmaksi. Hänen mukaansa esimerkiksi lehden eri osastojen sekä juttujen sisällöt suunnitellaan tarkemmin: ”1990-luvulla kierrettiin paljon. Minäkin tein sellaisia kyläjuttuja, että lähdin vain tuonne. Nyt on sillä lailla systemaattisempaa, että jutut sovitaan etukäteen.”

Kaikki toimittajat kokevat, että Maaselässä on reagoitu toimivalla tavalla kuolemanlaakson uhaan. Verkkoon panostaminen koetaan erittäin tärkeäksi, kuten toimittaja 2 toteaa: ”Verkossa on tulevaisuus ja sinne on pakko panostaa.” Toimittaja 2 myös ennustaa, että vaikka Maaselkä on pieni lehti, sen verkkotuotanto monipuolistuu edelleen. Toimittajan 1 mielestä paikallislehdessä on tärkeää ottaa kaikki kanavat tehokkaasti haltuun: ”Ehdottomasti täytyy saada toimivat verkkosivut, tulee olla sosiaalinen media, ja sitten niiden mahdollisimman monipuolinen hyödyntäminen ja linkittäminen.” Toimittajan 1 haave on, että Maaselkä olisi tulevaisuudessa pelkästään sähköinen verkkolehti. Niille, jotka edelleen haluaisivat paperilehden, se toimitettaisiin omakustannushintaan. Toimittajan 1 mukaan Maaselkä säästäisi tällä tavalla huomattavan määrän paino- ja jakelukustannuksia: ”Sillä hinnalla jonka säästäisimme, voisimme palkata vaikka kolme toimittajaa. Jota me emme tietenkään tekisi, mutta voisimme pitää entiset ja palkata ehkä yhden uuden toimittajan.” Tulevaisuudessa toimittajaa 2 epäilyttää maksumuurin käyttöönotto ja toimivuus. Hän toisaalta näkee maksumuurin luontevana suuntana, johon isommat lehdet ovat jo menossa: ”Meidän on oikeastaan pakko panostaa verkkoon, meillä ei ole hirveästi vaihtoehtoja. Emme me voi jäädä tänne odottamaan mitä muut tekevät ja sitä, kuolemmeko sitten pois. Jotain tässä on pakko yrittää.” Myös toimittaja 1 on sitä mieltä, ettei kuolemanlaakson yli selvitä ilman isoja ratkaisuja: ”Yksikään lehti ei mene kuolemanlaakson yli ilman, että se joutuu tekemään jotain radiakaalia, joka liittyy esimerkiksi niihin suurimpiin kustannuksiin eli henkilöstökustannuksiin.”

Seuraavien viiden vuoden kuluessa Maaselässä jää eläkkeelle kaksi toimittajaa, eli toimittajat 1 ja 3. He arvioivat, että jos jatkaisivat toimituksessa vielä seuraavat viisi vuotta, työ painottuisi entistä enemmän verkkoon. Tällä hetkellä toimituksen jutut kirjoitetaan Scoop-toimitusjärjestelmällä ja kopioidaan sieltä verkkoon. Toimittaja 1 arvelee, että viiden vuoden päästä kaikki materiaali kirjoitetaan suoraan verkkoon:

Aivan varmaa on, että kaikki materiaali, joka on tarkoitus panna luettavaksi verkkoon ja lehteen, tehdään verkon ehdoilla. Ensin tehdään verkkoon, sitten sama uutinen siirretään toimitusjärjestelmään ja siellä ruvetaan rauhassa tekemään sitä isompaa versiota.

Toimittaja 2 ei osaa ollenkaan arvioida, mitä tulee tapahtumaan kahden muun toimittajan jäädessä eläkkeelle. Hän arvelee, että niin kauan, kun toimittajat 1 ja 3 ovat vielä töissä, työ jatkuu samanlaisella sapluunalla. Mitä sen jälkeen tapahtuu, on toimittajan 2 mukaan täysi arvoitus: ”Odotan vähän jännittyneenä sitä, mitä tälle lehdelle sitten tapahtuu ja miten jatketaan eteenpäin. – – Työnkuva voi sitten muuttua, tai en tiedä yhtään, se on ihan auki.”

Viimeistään toimittajien 1 ja 3 eläkkeelle jäämisen jälkeen Maaselkään todennäköisesti palkataan uusia toimittajia. Maaselän kolme toimittajaa olettavat, että nykypäivän toimittajalla on monipuoliset internetin ja sosiaalisen median taidot. Toimittajalla saisi myös olla omaa verkostoa ja kontakteja. Hänen pitäisi osata video- ja valokuvaus. Toimittaja osaa myös tuottaa materiaalia sekä printtiin että verkkoon, ja hän osaa kirjoittaa tiiviisti, mutta kuitenkin persoonallisesti. Toimittajan tulee olla nopea ja ulospäin suuntautunut. Hän saisi myös olla positiivisesti röyhkeä. Pienten lehtien toimittajien odotetaan olevan moniosaajia, sillä jokaisen toimittajan täytyy kyetä monipuolisiin työtehtäviin. Toimittajan 1 mukaan paikallislehden toimittajan tulee ymmärtää työn luonne: ”Paikallislehdessä täytyy hyväksyä ympäristön paineen olemassaolo. Väkisin ei kannata kaivaa verta nokastaan, koska silloin lehdeltä loppuvat lukijat ja toimittajilta haastateltavat.”

Paikallislehtien tulevaisuutta arvioidessa toimittaja 1 pohtii, että paperilehti jatkaa verkkolehden rinnalla vielä hyvän aikaa. Rinnalle voi tulla vielä uusiakin kanavia, joista vielä ei tiedetä yhtään mitään. Toimittaja 2 on huolissaan alan työpaikoista. Alalle koulutetaan paljon nuoria, mutta samalla monissa lehdissä käydään yhteistoimintaneuvotteluja. Toimittaja 3 uskoo, että paikallislehdille on tulevaisuudessakin kysyntää. Maakuntalehdet siirtyvät koko ajan isompiin yksiköihin ja julkaisevat samaa alueellista materiaalia useassa eri lehdessä. Toimittajan 3 mielestä paikallislehtien pienemmät uutiset saavat tärkeän roolin:

Mielestäni on nähtävissä, että koko ajan on tullut tärkeämmäksi, että meidän pienistä piireistämme ja niin sanotuista pienistä asioista pystytään kertomaan. Esimerkiksi minusta oli todella upeaa, kun sain kirjoittaa Haapajärven kyläviestistä kertovan uutisen verkkosivuillemme. En tiedä, oliko jokin muu viestin vielä uutisoinut aiheesta, mutta luulisin, että me olimme aikalailla ensimmäisinä kertomassa siitä.

## 6 JOHTOPÄÄTÖKSIÄ JA POHDINTAA

Tutkimuskysymykseni oli, miten kotiseutulehti Maaselän toimittajien työkäytännöt ovat muuttuneet. Pyrin selvittämään kysymystä tekemällä teemahaastattelut Maaselän kolmelle toimittajalle. Tässä luvussa kerron ajatuksista, jotka heräsivät haastattelujen yhteydessä ja niitä analysoidessa. Tein Maaselälle myös muutamia kehittämisideoita asioihin, joihin toimittajat itse toivoivat kehitystä ja joita itse koen olevan mahdollista kehittää.

Maaselän toimittajien haastatteluissa nousivat hyvin esille työkäytäntöjen muutokset. Toimittajat ovat kiireisempiä kuin ennen ja joutuvat tuottamaan aiempaa enemmän uutisia aiempaa lyhyemmässä ajassa. Toimittajat ovat myös joutuneet ottamaan haltuun uutta tekniikkaa ja uusia työvälineitä. Uutisia tuotetaan aiempaa useampiin välineisiin. Tutkielmani tulokset olivat hyvin samantyyppisiä kuin Jyrki Jyrkiäisen sekä Kaarina Nikusen toimittajan työn muutoksia käsittelevissä tutkimuksissa. Tämä osoittaa sen, että toimituksissa tapahtuvat muutokset ovat samankaltaisia, oli kyseessä sitten iso tai pieni yksikkö. Pienissä paikallislehdeissä tekniset ja rakenteelliset uudistukset on tehty usein isoja toimituksia myöhemmin, joten myös työssä tapahtuneet muutokset ovat myöhemmin havaittavissa.

Jyrkiäisen ja Nikusen tutkimuksissa korostuivat toimittajien työssään kokemat negatiiviset muutokset. Maaselän toimittajien haastatteluissa kuitenkin nousivat esiin myös muutosten positiiviset vaikutukset toimittajan työhön. Kaikki kolme toimittajaa kertoivat työnsä olevan tällä hetkellä mielenkiintoista. Verkkytöskentely on mahdollistanut juttujen nopean julkaisun sekä rikastuttanut työtä ja tuonut siihen mielekkyyttä. Myös videoiden tuottaminen on ollut mukavaa vaihtelua työhön. Haastatellut toimittajat ovat innoissaan sosiaalisesta mediasta ja sen tuomista muutoksista työhönsä. Kireät deadlinet auttavat saamaan jutut ajoissa ulos ja juttujen versiointi eri välineisiin saattaa välillä helpottaa kirjoitusprosessia. Vaikka jotkin muutokset ovat aiheuttaneet toimittajissa huolta ja epätietoisuutta, he kuitenkin pitävät Maaselän kehityssuuntaa oikeana.

Uutta tietoa tutkielmassani on maksumuurin käyttöönoton vaikutukset paikallislehden toimittajan työhön. Pienelle paikallislehdelle maksumuurin kannattavaksi saaminen voi olla hyvin haastavaa. Juttuja tulee markkinoida entistä tehokkaammin paperilehdessä ja sosiaalisessa mediassa. Maksumuuri edellyttää uutisten tiivistä julkaisutahtia ja mielenkiintoista sisältöä, mikä taas tietää toi-

mittajille lisää töitä. Myös versiointi vie aiempaa enemmän aikaa maksumuurin käyttöönoton myötä.

Uskon, ettei aiemmalla työsuhteellani Maaselässä ollut vaikutusta tutkielmani sisältöön tai tuloksiin. Edellinen työsuhteeni Maaselässä päättyi lähes tarkalleen kolme vuotta sitten, joten mielestäni olen saanut sopivasti etäisyyttä toimitukseen pystyäkseen tutkimaan sitä objektiivisesti. Työsuhteeni myötä minulla kuitenkin oli sopivasti taustatietoa tutkielman aiheesta sekä itse tutkittavasta toimituksesta. Haastattelemani toimittajat olivat minulle entuudestaan tuttuja, joten haastatteluissa päästiin suoraan itse asiaan. Uskon, että toimittajat vastasivat haastattelukysymyksiini avoimesti ja totuudenmukaisesti. Toisaalta aiempi suhde toimitukseen saattoi hankaloittaa tutkielman tekoa siten, että minulta on saattanut jäädä kysymättä olennaisia kysymyksiä, joita itse pidän itsestäänselvyytenä. Haastattelutilanteessa olisin voinut tehdä enemmän tarkentavia kysymyksiä sekä jatkokysymyksiä. Haastatteluja analysoidessa huomasin, että olisi ollut mielenkiintoista kysyä esimerkiksi toimittajien ratkaisuehdotuksia kiireen helpottamiseksi.

Tutkielmani tulokset hyödyttävät luonnollisesti kotiseutulehti Maaselkää. Myös luomani kehittämissideat ovat nimenomaan Maaselän toimitusta varten ideoituja. Vaikka opinnäytetyössäni tutkitaan vain yhden toimituksen työkäytäntöjen muuttumista, uskon, että tuloksia voidaan hyödyntää myös muissa pienten lehden toimituksissa. Maaselässä läpikäytyt muutokset odottavat ainakin jossain muodossa kaikkia paikallislehtiä. Tutkielmani voi olla avuksi myös paikallisjournalismia tutkiville opiskelijoille sekä muille aiheesta kiinnostuneille.

## **6.1 Kehittämissideoita**

Maaselän toimittajien haastatteluissa nousi esille asioita, joita haastateltavat haluaisivat kehittää. Haastattelujen myötä myös minulle syntyi muutama kehitysidea toimitusta varten.

Yksi vahvimmin haastatteluissa esiin nousseista asioista oli kiireen vaikutus toimittajien työhön. Kiirettä aiheutti moni asia. Maaselässä on lanseerattu uusi ilmaisjakelulehti ja otettu käyttöön maksumuuri, joten uutisia tarvitaan aiempaa enemmän. Uudistetut verkkosivut ovat tuoneet mukanaan uusia työtehtäviä, ja toimittajien odotetaan olevan aktiivisia myös sosiaalisessa mediassa. Lisäksi yhden toimittajan osa-aikaeläke on vaikuttanut koko toimituksen työjärjestelyihin. Kiire on aina ollut osa toimittajan työtä, mutta haastatteluissa minulle syntyi mielikuva, että kiire alkaa olla

jo liian suuri tekijä työn hallitsemisen ja työssä jaksamisen kannalta. Hälyttävä esimerkki tästä on toimittajan 2 liiasta stressistä aiheutunut sairasteluputki. Pahimmillaan jatkuva stressi aiheuttaa noidankehän: toimittajan sairastaessa työtehtävät toimituksessa kertyvät ja odottavat tekijäänsä, mikä tuskin ainakaan alentaa toimittajan stressitasoa. Koska toimittajien työmäärän vähentäminen ei sairastelustakaan huolimatta ole ollut mahdollista, Maaselässä kaivattaisiin kipeästi uutta työvoimaa, edes avustajien muodossa. Uuden työvoiman tarve korostuu erityisesti keväällä 2016 toimittajan 3 jäädessä lopullisesti eläkkeelle.

Maksumuuri aiheutti toimittajissa huolta, mutta toisaalta he myös totesivat, että maksumuuri on joka tapauksessa otettava käyttöön jossain vaiheessa. Toimittajat olivat epäluuloisia myös sosiaalista mediaa käyttöönottaessa, mutta tällä hetkellä Maaselän Facebook-sivut täyttävät tehtävänsä oikein mallikkaasti. Huoli maksumuurin kannattavuudesta saattaa siis olla turha. Vaikka Maaselkä onkin pieni paikallislehti, mielestäni sen maksumuurissa on potentiaalia, sillä Maaselkä tarjoaa luettavaksi materiaalia, jota ei ole saatavilla mistään muualta. Maksumuuri voidaan saada kannattavaksi, mikäli sen sisältöön ja kehittämiseen panostetaan täysillä. Myös tekniseen toimivuuteen täytyy panostaa. Viikon sisällä maksumuurin käyttöönotosta sähköinen tilaajapalvelu oli ainakin hetken aikaa pois käytöstä. Maksavalle asiakkaalle pienetkin käytännön ongelmat sivustolla voivat aiheuttaa sen, ettei tämä enää palaa asioimaan sivustolle. Lukijoille voisi myös tarjota mahdollisuuden ostaa vain yhden jutun erikseen. Neljä euroa on paljon yhdestä jutusta, jos lukijaa eivät kiinnosta sivuston muut uutiset.

Maksumuurin käyttöönottoviikolla uutisten julkaisu tahti oli vielä kohtalaisen verkkainen: uutisia julkaistiin päivässä yksi tai kaksi kappaletta. Viikon luku-oikeuden neljän euron hintaa ajatellen tahti on kuitenkin kohtuullinen. Jos viikossa julkaistaisiin kymmenen juttua, yhdelle jutulle jäisi hintaa 40 senttiä. Osa verkkosivuilla julkaistavista uutisista kuitenkin on ilmaisia, joten yhden jutun hinta on tällöin korkeampi. Toimituksessa voitaisiin kokeilla verkkotyövuoroja, joiden aikana yksi toimittaja tuottaisi pelkästään nopeita juttuja verkkoon esimerkiksi muutaman tunnin tai yhden työpäivän ajan.

Maaselässä on alettu panostaa myös videoiden kuvaamiseen ja tuottamiseen. Videot ovatkin erinomaista materiaalia maksumuurin taakse. Videoiden tekeminen on kuitenkin työlästä ja hidasta. Videoiden editoimisprosessia voisi nopeuttaa luomalla yhtenäiset videografiikat. Nyt videoissa käytetään erilaisia fontteja ja elementtejä, joiden valitseminen vie aikaa. Jokaiseen videoon olisi hyvä lisätä kuvaajan nimi ja Maaselän logo. Jos jokainen video aloitettaisiin ja lopetettaisiin sa-

moilla grafiikoilla, niiden editointi nopeutuisi hieman. Samalla videot saisivat yhtenäisen ja tunnistettavan ilmeen: nämä ovat Maaselän videoita. Videoita voisi kuvata myös Maaselän Extran aiheista, jotta ne voisivat kerätä katsojia laajemmalta alueelta. Verkkosivuilla toisiinsa liittyvät videot, kuvagalleriat ja jutut voisi myös linkittää paremmin toisiinsa. Tällä hetkellä linkki löytyy ainoastaan itse uutisesta.

Toimittajat kokivat sosiaalisen median parantaneen vuorovaikutusta lukijoiden kanssa. Tätä vuorovaikutusta toimituksessa voitaisiin hyödyntää esimerkiksi juttuja kuratoimalla, eli kokoamalla jutun kansalaisten tuottamasta sisällöstä. Maaselän toimittajat voisivat esimerkiksi kysellä Facebookissa lukijoiden kokemuksia jostain asiasta ja hyödyntää saatuja kommentteja jutunteossa. Lukijoille on kuitenkin ilmoitettava aikomuksesta käyttää kommentteja.

Vuorovaikutusta haluttiin myös kehittää entisestään. Toimittajat voisivat mielestäni hyödyntää enemmänkin Facebookia keskusteluvälineenä esimerkiksi kysymällä lukijoiden mielipidettä tuoreesta uutisesta. Syntyneistä keskusteluista toimittajat saattavat myös löytää uusia juttuideoita ja näkökulmia. Facebookissa toimittajien olisi hyvä toimia omilla nimillään ja kasvoillaan. Päivitysten ja kommenttien perään olisi hyvä vähintään saada toimittajan nimi. Kun toimittaja esiintyy sosiaalisessa mediassa omana itsenään, keskustelusta lukijoiden kanssa tulee tasa-arvoisempaa, etenkin kärjekkäissä keskusteluissa.

Facebook on toiminut hyvin kommunikointivälineenä toimittajien ja lukijoiden välillä, mutta myös Maaselän verkkosivujen vuorovaikutusta olisi mahdollista lisätä. Tällä hetkellä sivuille kommentoiminen vaatii sivuille kirjautumisen. Sisäänkirjautumisvaatimuksen poistamalla kommentoimisen kynnys madaltuisi huomattavasti. Toisaalta tämä myös lisäisi asiattomien kommenttien mahdollisuutta, joten sivujen moderoimiseen kuluisi enemmän aikaa.

## **6.2 Lopuksi**

Kiinnostukseni tutkimukseni aihetta kohtaan heräsi kesällä 2012 ollessani Maaselässä kesätoimittajana. Tuolloin lehdessä suunniteltiin uusia verkkosivuja, jotka jo yksinään tuntuivat todella suurelta uudistukselta. Verkkosivujen uudistaminen oli kuitenkin vasta alkua, ja vuoden 2015 puoleenväliin mennessä perinteikkääksi mieltämäni Maaselkä on käynyt läpi suuria muutoksia.

Maaselässä on tehty monia ratkaisuja kuolemanlaakson yli selviämiseksi, mutta yksi tärkeimmistä tekijöistä on toimituksen rohkeus tarttua uusiin ja pelottaviltakin tuntuviin asioihin. Merkittävää tämä on erityisesti siksi, että Maaselkä on itsenäinen paikallislehti suurten tekijöiden joukossa.

Maaselän lisäksi tämän tutkielman tekeminen on hyödyttänyt myös minua itseäni. Olen oppinut tutkielmaproessin kulun ja oikean raportointityylin. Tutkimuksessani minua jäi harmittamaan se, etten ehtinyt tutkia maksumuurin vaikutuksia toimittajien työhön sen käyttöönottamisen jälkeen. Aihe on mielestäni erityisen kiinnostava, sillä Maaselällä ei ole konsernin tarjoamaa tukiverkostoa takanaan. Tämän takia Maaselkä on jatkossakin erittäin mielenkiintoinen tutkimuskohde.



## LÄHTEET

Aitamurto, T. 2011. Kehityssuuntia yhdysvalloissa: sisältötehtaat, tutkivat tukut ja yrittäjäyys. Teoksessa S. Kivimäki (toim.) Journalismikritiikin vuosikirja 2011, 37–45. Tampere: Journalismin tutkimusyksikkö.

Alakangas, U. 2011. LoCaali 2.0 – Paikallislehtien yhteisöllinen ja kehitysmuotoinen tulevaisuus. Teoksessa U. Alakangas & P. Sillanpää (toim.) LoCaali 2.0. Ajatuksia paikallislehtien tulevaisuudesta, 9–15. Oulu: Oulun seudun ammattikorkeakoulu.

Argillander, T. 2014. Paikallislehtien ansaintamallit internetin aikana. Teoksessa M. Karukka & S. Laine & H. Ålander (toim.) Digijournalismin uudet aatteet. Digisilta-hankkeen loppujulkaisu, 22–23. Oulu: Oulun ammattikorkeakoulu.

Blomster, M. 2014. Mediaympäristön muuttuminen – miten paikallislehdet selviävät? Teoksessa M. Karukka & S. Laine & H. Ålander (toim.) Digijournalismin uudet aatteet. Digisilta-hankkeen loppujulkaisu, 23–27. Oulu: Oulun ammattikorkeakoulu.

Kotiseutulehti Maaselän Facebook-sivut 2015. Viitattu 12.4.2015,  
<<https://www.facebook.com/pages/Kotiseutulehti-Maaselk%C3%A4/528697817153496?fref=nf>>.

Heinonen, A & Huhtamäki, J. 2013. Suomalaismedioiden Facebook-avaruuden kuvailua. Teoksessa A. Heinonen & J. Huhtamäki & E. Noppari & E. Vainikka (toim.) Twiiteryhmiä ja uutispäivittelyä – Toimittajana sosiaalisessa mediassa, 30–38. Tampere: Comet.

Heinonen, A & Huhtamäki, J & Noppari, E & Vainikka, E. 2013. Johdanto. Twiiteryhmiä ja uutispäivittelyä – Toimittajana sosiaalisessa mediassa. Tampere: Comet.

Helle, M. 2009. Journalistisen työn muutos. Teoksessa E. Väliaverron (toim.) Journalismi murroksessa, 91–111. Helsinki: Gaudeamus.

Henriksson, A. 2011. Paikallisportaali pelastaa paikallislehdet. Teoksessa U. Alakangas & P. Sillanpää (toim.) LoCaali 2.0. Ajatuksia paikallislehtien tulevaisuudesta, 17–23. Oulu: Oulun seudun ammattikorkeakoulu.

Hirsjärvi, S & Hurme, H. 2010. Tutkimushaastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Gaudeamus.

Huovinen, T. 2013. Twitter uutislähteenä. Julkisen sanan neuvoston blogi. Viitattu 28.3.2015, <<http://www.jsn.fi/blog/twitter-uutislahteenä>>.

IAB Finland. 2013. Hyödyllinen sosiaalisen median sanasto. Viitattu 16.4.2015, <[http://www.iab.fi/media/pdf-tiedostot/standardit-ja-oppaat/130506\\_iab\\_somesanasto.pdf](http://www.iab.fi/media/pdf-tiedostot/standardit-ja-oppaat/130506_iab_somesanasto.pdf)>.

Julkisen sanan neuvosto. Journalistin ohjeet ja liite. Viitattu 28.3.2015, <[http://www.jsn.fi/journalistin\\_ohjeet/](http://www.jsn.fi/journalistin_ohjeet/)>.

Jyrkiäinen, J. 2008. Journalistit muuttuvassa mediassa. Tampere: TamPub.

Karukka, M. 2014. Sisällön digitalisoituminen ja lukijoiden mediankäyttö. Teoksessa M. Karukka & S. Laine & H. Ålander (toim.) Digijournalismin uudet aatteet. Digisilta-hankkeen loppujulkaisu, 5–6. Oulu: Oulun ammattikorkeakoulu.

Karukka, M. & Laine, S. & Ålander, H. 2014. Digisillan loppuraportti. Sanomalehtien markkinointi ja ansaintamallit. Oulu: Oulun ammattikorkeakoulu.

Karvala, K. 2014. Kaaoksen kesyttäjät. Utismediat nettimurroksessa 2006–2012. Viitattu 13.4.2015, <[https://jyx.jyu.fi/dspace/bitstream/handle/123456789/43612/978-951-39-5723-0\\_vaitos14062014.pdf?sequence=1](https://jyx.jyu.fi/dspace/bitstream/handle/123456789/43612/978-951-39-5723-0_vaitos14062014.pdf?sequence=1)>.

Kautto-Koivula, K. 2000. Himoittu uusi tieto. Teoksessa V. Salin (toim.) Hiiriä ja ihmisiä. Kohti viestinnän uutta aikaa, 131–147. Helsinki: WSOY.

Kielitoimiston sanakirja 2014. Kotimaisten kielten keskus ja Kielikone Oy. Viitattu 28.4.2015, <<http://www.kielitoimistonsanakirja.fi/netmot.exe?motportal=80>>.

Kunelius, R. 2003. Viestinnän vallassa. Johdatus joukkoviestinnän kysymyksiin. Helsinki: WSOY.

Kuutti, H. 2012. Mediasanasto. Jyväskylä: Media Doc Oy.

Maaselkalehti.fi. Kotiseutulehti Maaselkä. Viitattu 21.1.2015, <<https://www.maaselkalehti.fi/maaselka/>>.

Media Audit Finland 2014. Levikki-ilasto 2013. Viitattu 8.4.2015, <<http://mediaauditfinland.fi/wp-content/uploads/2014/06/Levikki-ilasto2013.pdf>>.

Nikunen, K. 2011. Ikään katsoen: Talouslaman vaikutuksia suomalaisissa toimituksissa. Teoksessa S. Kivimäki (toim.) Journalismikritiikin vuosikirja 2011, 9–21. Tampere: TamPub.

Nurmi, T. 2014. Internet elää vasta aamunkoittoaan. Teoksessa M. Karukka & S. Laine & H. Ålander (toim.) Digijournalismin uudet aatteet. Digisilta-hankkeen loppujulkaisu, 30–33. Oulu: Oulun ammattikorkeakoulu.

Olkinuora, H. 2000. Sulkakynästä Internettiin, mikä muuttui? Teoksessa V. Salin (toim.) Hiiriä ja ihmisiä. Kohti Viestinnän uutta aikaa, 119–130. Helsinki: WSOY.

Olkinuora, H. 2006. Minne menet media? Helsinki: Taloustieto Oy, EVA.

Olkinuora, H. 2012. Journalismin kohtalo mediamurroksessa. Teoksessa M. Ingves & L. Markelin & H. Olkinuora (toim.) Journalismin kohtalo mediamurroksessa, 17–52. Helsinki: Magma.

Parkkonen, S. 2014. Näin viet paikallisjournalismin digiaikaan – viisi vinkkiä. Teoksessa M. Karukka & S. Laine & H. Ålander (toim.) Digijournalismin uudet aatteet. Digisilta-hankkeen loppujulkaisu, 19–20. Oulu: Oulun ammattikorkeakoulu.

Pentikäinen, E. 2014. Internet – paikallislehtien kirous vai siunaus? Teoksessa M. Karukka & S. Laine & H. Ålander (toim.) Digijournalismin uudet aatteet. Digisilta-hankkeen loppujulkaisu, 7–9. Oulu: Oulun ammattikorkeakoulu.

Pietilä, A-P. 2007. Uutisista viihdettä, viihteestä uutisia. Median muodonmuutos. Helsinki: Art House Oy.

Posti 2014. Itellan tutkimus: Unelmien media ja median tulevaisuustrendit. Viitattu 2.3.2015, <[http://www.posti.fi/tiedotteet/2014/20140505\\_tutkimus\\_unelmien\\_media.html](http://www.posti.fi/tiedotteet/2014/20140505_tutkimus_unelmien_media.html)>.

Sanomalehtien liitto. 2013. Sanasto. Viitattu 28.2.2015, <[http://www.sanomalehdet.fi/sanomalehtitieto/median\\_kaytto](http://www.sanomalehdet.fi/sanomalehtitieto/median_kaytto)>.

Seppänen, J & Väliverronen, E. 2013. Mediatyhteiskunta. Tampere: Vastapaino.

Sillanpää, P. 2014. Vuorovaikutus verkossa on mahdollisuus. Teoksessa M. Karukka & S. Laine & H. Ålander (toim.) Digijournalismin uudet aatteet. Digisilta-hankkeen loppujulkaisu, 11–14. Oulu: Oulun ammattikorkeakoulu.

Tiitinen, K. 2011. Menestyvä paikallislehti yhdistää netin ja paperin. Teoksessa U. Alakangas & P. Sillanpää (toim.) LoCaali 2.0. Ajatuksia paikallislehtien tulevaisuudesta, 25–34. Oulu: Oulun seudun ammattikorkeakoulu.

Tuomi, J & Sarajärvi, A. 2009. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.

Vainikka, E. 2013a. Toimittajien some on nyt Twitter ja Facebook. Teoksessa A. Heinonen & J. Huhtamäki & E. Noppari & E. Vainikka (toim.) Twiiteryhmiä ja uutispäivittelyä – Toimittajana sosiaalisessa mediassa, 16–28. Tampere: Comet.

Vainikka, E. 2013b. Uskottavuuden rakennuspalikoita. Teoksessa A. Heinonen & J. Huhtamäki & E. Noppari & E. Vainikka (toim.) Twiiteryhmiä ja uutispäivittelyä – Toimittajana sosiaalisessa mediassa, 40–58. Tampere: Comet.

Vainikka, E. 2013c. Onko avoimuus verkossa uusi objektiivisuus? Teoksessa A. Heinonen & J. Huhtamäki & E. Noppari & E. Vainikka (toim.) Twiteryhmiä ja uutispäivittelyä – Toimittajana sosiaalisessa mediassa, 61–67. Tampere: Comet.

Väliverronen E. 2009. Journalismi kriisissä? Teoksessa E. Väliverronen (toim.) Journalismi murroksessa, 13–31. Helsinki: Gaudeamus.

Ålander, H. 2014. Kuluttajakäyttäytyminen muuttuu, mistä rakentaa kannattavuutta? Teoksessa M. Karukka & S. Laine & H. Ålander (toim.) Digijournalismin uudet aatteet. Digisilta-hankkeen loppujulkaisu, 27–29. Oulu: Oulun ammattikorkeakoulu.

- Ikä?
- Koulutus?
- Kauanko olet ollut töissä Maaselässä?
  
- Koetko työsi olevan erilaista kuin viisi vuotta sitten? Millä tavalla?
- Mitkä ovat olleet suurimpia muutoksia työssäsi 2010-luvulla?
- Millaisia muutoksia journalismissa on mielestäsi tapahtunut 2010-luvulla?
  
- Maaselän verkkosivut uudistuivat lokakuussa 2013. Millaisia muutoksia verkkosivu-uudistus on tuonut työhösi?
- Millaista uuden tekniikan haltuunotto on ollut sinulle?
- Onko uudesta tekniikasta apua vai pikemminkin harmia? Miksi?
- Millaisia valmiuksia olet saanut uuden tekniikan käyttämiseen (koulutus, perehdytys, mentorointi, vertaistuki)?
- Miten paljon sinun on täytynyt opiskella uutta tekniikkaa itseohjautuvasti?
- Miten internet-työskentely on vaikuttanut työmäärääsi?
- Miten verkkosivu-uudistus on vaikuttanut deadlineihin?
- Millaista on tehdä uutisista versiot sekä lehteen että internetiin?
- Miten versiointi vaikuttaa ajankäyttöön?
- Miten verkkouutisointia voisi mielestäsi kehittää?
- Verkkosivuille tehdään myös videoita. Miten moniosaamisen vaatimus on vaikuttanut työhösi?
- Ovatko Maaselän verkkosivut toimittajan näkökulmasta toimivat?
- Saitko vaikuttaa verkkosivu-uudistukseen?
- Tahtoisitko sivuille joitain muutoksia?
  
- Maaselkä liittyi Facebookiin ja Twitteriin vuonna 2013. Olitko sosiaalisessa mediassa jo ennen sitä?
- Millaiseksi olet kokenut sosiaalisessa mediassa toimimisen?
- Koetko että joudut sosiaalisen median myötä olemaan enemmän julkisuudessa? Onko siitä haittaa?
- Miten sosiaalinen media on muuttanut työtapojasi?

- Millä tavoin hyödynnät sosiaalista mediaa työssäsi?
  - Paljonko vietät työpäivän aikana aikaa sosiaalisessa mediassa?
  - Miten sosiaalisen median käyttöön suhtaudutaan Maaselässä?
  - Mitä hyötyjä/haittoja koet sosiaalisesta mediasta olevan toimittajan työlle?
  - Miten sosiaalinen media on vaikuttanut kanssakäymiseen lukijoiden kanssa?
- 
- Maaselän kotisivuille on tulossa maksumuuri. Millaisia odotuksia sinulla on sen suhteen?
  - Miten luulet maksumuurin vaikuttavan työhösi?
  - Millaiselta tuntuu ideoida juttuja sekä internetiin että lehteen?
- 
- Paperilehti muuttui kerran viikossa ilmestyväksi. Miten tämä on vaikuttanut työhösi?
  - Paperilehden rinnalle on tullut ilmaisjakelulehti Maaselän Extra. Millaisia muutoksia se on tuonut työhösi?
  - Millaisen rajanvedon teet Maaselän ja Maaselän Extran sisältöjen välille?
  - Onko paperilehden tehtävien uutisten tyyli muuttunut?
  - Suunnataanko juttuja erityisesti tietyille lukijatyypeille?
- 
- Millaiseksi koet työsi tällä hetkellä?
  - Koetko työssäsi enemmän kiirettä kuin ennen?
  - Millainen tekemäsi juttumäärä on aiempaan verrattuna?
  - Hankitaanko aiempaa enemmän juttuja toimituksen ulkopuolelta?
  - Onko yhteen juttuun käytettävä aika lisääntynyt, vähentynyt vai pysynyt samana?
  - Millaista toimittajan työ on entiseen verrattuna?
  - Millaisia taitoja nykytoimittajalta vaaditaan?
  - Onko Maaselkä reagoinut mielestäsi toimivalla tavalla kuolemanlaakson uhkaan?
  - Onko Maaselän kehityssuunta mielestäsi oikea?
  - Miten luulet työsi muuttuvan seuraavan viiden vuoden aikana?
  - Millaisena näet alan tulevaisuuden?