

Opinnäytetyö (AMK)

Media-alan koulutus

Journalismi

2019

Sohvi Auvinen

# MITÄ LUKIJAT HALUAVAT MAAKUNTALEHDEN VERKKOPALVELULTA?

– case ESS.fi

OPINNÄYTETYÖ (AMK) | TIIVISTELMÄ

TURUN AMMATTIKORKEAKOULU

Media-alan koulutus

Journalismi

2019 | 33 sivua, 6 liitesivua

Sohvi Auvinen

# MITÄ LUKIJAT HALUAVAT MAAKUNTALEHDEN VERKKOPALVELULTA?

– case ESS.fi

Perinteisten sanomalehtien ansaintamalli on muuttunut viime vuosikymmenen aikana mainosvetoisesta tilausvetoiseksi, mikä tarkoittaa, että yhä suurempi osa lehdistön kokonaistuotoista tulee mainosten sijaan tilauksista. Tämä puolestaan johtuu internetin kasvusta, jonka seurauksena printtimainonnasta on siirrytty yhä enemmän verkkomainontaan. Internetin kasvu on myös pirstaloanut mediakenttää, mistä johtuen perinteiset joukkoviestimet joutuvat kilpailemaan lukijoiden ajasta ja huomiosta esimerkiksi sosiaalisen median kanssa.

Edellä mainitun kehityskulun seurauksena monet sanomalehdet ovatkin siirtyneet digi edellä-ajattelutapaan ja alkaneet panostaa verkkopalveluihinsa. Näin on tehty myös Etelä-Suomen Sanomissa, jonne tämä opinnäytetyö tehtiin toimeksiantona. Tarkoituksena oli kartoittaa, mitä mieltä Etelä-Suomen Sanomien ESS.fi-verkkopalvelun lukijat ovat sen sisällöistä ja millaisia kehitysideoita heillä on antaa. Kartoitus toteutettiin huhtikuussa 2018 verkossa tehdyllä lukijakyselyllä, johon vastasi reilussa viikossa 1566 henkilöä.

Lukijakyselyn vastauksista nousee esille ennen kaikkea tarve paikallisille uutisille sekä toimittajan perustyöhön kuuluvan työn tärkeys. Sen sijaan, että vastauksissa vaadittaisiin enemmän juttuja esimerkiksi tietyistä aiheista, korostetaan niissä toimittajan puolueettomuutta, faktojen paikkansapitävyyttä sekä hyvän suomen kielen käytön tärkeyttä. Viihteellisen sisällön sijaan toivotaan myös enemmän asiasisältöjä, kuten esimerkiksi uutisanalyseja.

Lukijat vaativat siis ennen kaikkea paikallisia aiheita käsitteleviä, hyvin kirjoitettuja ja taustoitettuja sisältöjä. Tulevaisuudessa Etelä-Suomen Sanomien tulisikin siis panostaa ennen kaikkea rooliinsa maakuntalehtenä, eli keskittyä paikallisten sisältöjen tekemiseen. Valtakunnalliset uutiset saa luettua muistakin medioista, mutta Päijät-Hämeen asioita käsittelee huomattavasti harvempi julkaisu.

ASIASANAT:

journalismi, verkkojournalismi, Etelä-Suomen Sanomat, maakuntalehti, ESS.fi

BACHELOR'S THESIS | ABSTRACT

TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Degree programme of Film and Media

Journalism

2019 | 33 pages, 6 pages in appendices

Sohvi Auvinen

# WHAT DO THE READERS WANT FROM A WEB PLATFORM OF A REGIONAL NEWSPAPER?

- case ESS.fi

The way traditional newspapers earn their income has changed during the last century or so. In the 1980s newspapers got most of their income from the ads placed on the papers but nowadays more than half of their income comes from subscriptions. This is due to the growth of the Internet, because of which the revenue spent on online advertisement has increased and the revenue spent on print advertisement has instead declined. The growth of the Internet has also shattered the traditional media sphere into smaller niches. As a result the traditional media, such as newspapers, now have to compete of readers' attention and time with other media outlets, such as social media.

Because of the development described above many of the newspapers in Finland have transferred into "digital first" type of business model and have started to put more time and effort into creating digital platforms of their own. This has been the direction in Etelä-Suomen Sanomat, a regional newspaper published in the Lahti region, as well. I did my thesis for the online department of the said newspaper, and my task was to map out what the readers of its web platform think about its content and what kind of ideas they have for developing it in the future. In order to do so I carried out an online survey in April 2018, which got 1566 answers in less than two weeks.

One thing was clear from the answers of the survey: the readers want to consume more local content above anything else. Also many of the answers deal with the main tasks of journalism journalists follow in their every-day work. Instead of demanding more content from specific areas of interests, such as stories of local entrepreneurs, readers highlight that they want to consume content that is un-biased, has its facts straight and is written in good and impeccable Finnish. Instead of entertainment news readers wish more actual news content, such as deep analysis.

All in all, the readers demand content that touches on local matters and is well written. In the future Etelä-Suomen Sanomat should invest in its role as a regional newspaper and stay focused on the local matters. Nationwide news can be read from other media outlets, but the regional news cannot. It is the job of Etelä-Suomen Sanomat to deliver those news to its readers.

KEYWORDS:

journalism, online journalism, Etelä-Suomen Sanomat, regional newspaper, ESS.fi

# SISÄLTÖ

<b>1 JOHDANTO</b>	<b>6</b>
<b>2 PAINETTU SANOMALEHTI JA INTERNET</b>	<b>8</b>
2.1 Lehdistön rahoituspohjan muutos	8
2.2 Suomalaisten internetin käyttö	9
2.3 Digipalveluiden kehittäminen	10
<b>3 ETELÄ-SUOMEN SANOMAT</b>	<b>12</b>
3.1 Sanomalehti	12
3.2 ESS.fi-palvelu	13
3.2.1 Oma sisällöntuotanto	13
3.2.2 Muualta tulevat sisällöt	15
<b>4 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS JA MENETELMÄT</b>	<b>16</b>
4.1 Kyselytutkimus	16
4.2 Analyysin rajaaminen	16
4.3 Analyysimenetelmä	17
<b>5 KYSELYTUTKIMUKSEN TULOKSET</b>	<b>19</b>
5.1 Kyselyyn vastaajat	19
5.2 Eri aihepiirien suosio	20
5.3 Hyvän sisällön kriteerit	24
5.4 Muut kommentit ja kehitysehdotukset	25
<b>6 LOPUKSI</b>	<b>28</b>
<b>LÄHTEET</b>	<b>32</b>

## LIITTEET

Liite 1. Etelä-Suomen Sanomien lukijakysely

## KUVIOT

Kuvio 1. Vastaajien ikä (N=1563).	19
Kuvio 2. Luetuimmat aihepiirit, kaikki vastaajat (N=1566, valittujen vastausten lukumäärä 4023).	20
Kuvio 3. Vähiten luetut aihepiirit, kaikki vastaajat (N=1566, valittujen vastausten lukumäärä 2957).	21
Kuvio 4. Luetuimmat aihepiirit, naiset ja miehet.	21
Kuvio 5. Vähiten luetut aihepiirit, naiset ja miehet.	22
Kuvio 6. Eri aihepiirien juttujen määrä (N=1566).	22
Kuvio 7. Minkä aihepiirin juttuja haluaisit ESS.fi-palveluun enemmän? (N=1566, valittujen vastausten lukumäärä 3524).	23
Kuvio 8. Jutun laadukkuuteen vaikuttavat tekijät (N=1566).	24

# 1 JOHDANTO

Mediakentällä ja etenkin sanomalehdissä on viime vuosina puhuttu paljon median murroksesta ja sen aiheuttamista ongelmista. Yksi tämän murroksen taustalla vaikuttavista ilmiöistä on tieto- ja viestintäteknologian kehittyminen, joka on johtanut siihen, että mediakenttä on pirstaloitunut perinteisistä joukkoviestimistä yhä pienempiin osiin. Tällä tarkoitetaan sitä, että lukijoille on tarjolla yhä enemmän erilaisia kanavia ja sisältöjä, mistä johtuen perinteiset joukkoviestimet ovat joutuneet luopumaan yksinvallostaan tiedon valikoimiseen ja julkaisemiseen. Nykyään sanomalehdet kilpailevatkin ihmisten ajankäytöstä internetin ja sosiaalisen median kanssa, ja valta siitä, mitä kuluttaa, missä, miten ja milloin, on siirtynyt joukkoviestimiltä yksittäisille kuluttajille. (Ramonet 2011, 13; Viljakainen & Vehmas 2014, 24.)

Kilpailun kiristymisestä johtuen sanomalehtien kannalta avainkysymyksiä ovatkin, miten erottua muista medioista hyvillä, jakelutavasta riippumattomilla sisällöillä, sekä miten huomioida lukijoiden muuttuvat tarpeet erilaisten medioiden kuluttamisen saralla (Lehtisaari 2014, 12). Koska valta sisältöjen kuluttamisesta on siirtynyt yhä enemmän lukijoiden suuntaan, julkaisujen onkin tärkeää tietää, mitkä asiat heidän kohderyhmäänsä kiinnostavat, mitkä ovat heidän tarpeensa ja millaisia sisältöjä he mielellään kuluttavat. Yksi keino saada vastauksia näihin kysymyksiin on lukijakyselyn tekeminen, kuten tässä opinnäytetyössä on tehty.

Tämä opinnäytetyö tehtiin toimeksiantona Etelä-Suomen Sanomien verkkotoimitukselle, jossa allekirjoittanut työskenteli verkkotoimittajana opinnäytetyön tekohetkellä. Opinnäytetyön perimmäisenä tarkoituksena oli selvittää, mitä mieltä Etelä-Suomen Sanomien verkkosivujen (tästä eteenpäin ESS.fi-palvelun) käyttäjät ovat palvelussa julkaistuista sisällöistä ja millaisia toiveita sekä kehitysehdotuksia heillä on koskien palvelun sisältöjä. Näitä näkemyksiä kerättiin huhtikuussa 2018 tehdyllä kyselyllä.

ESS.fi-palvelua kehitetään jatkuvasti esimerkiksi analytiikan ja erilaisista testauksista saadun datan avulla. Verkkanalytiikka kertoo kuitenkin vain jo olemassa olevien sisältöjen suosiosta, joten sen pohjalta ei voi päätellä, mitä muuta sisältöä lukijat toivoisivat verkkopalvelussa olevan tai millaisia kehitysehdotuksia heillä olisi antaa. Näiden keräämiseen lukijakysely onkin oiva työkalu. Vaikka lukijatutkimuksia tehdään Etelä-Suomen Sanomissa tasaisin väliajoin (viimeksi alkuvuodesta 2019), ovat ne kuitenkin kovin printtiorientoituneita eikä niistä näin ollen ole juurikaan ollut suurta hyötyä

verkkotoimitukselle. Verkkotoimituksen esimiehellä sekä verkkotoimittajilla on kuitenkin selkeästi kiinnostusta ja halua kehittää verkkopalvelua, joten kyselyn toteuttamiselle nähtiin selkeä tarve.

Tämän opinnäytetyön taustoittavassa osuudessa tarkastelen lähemmin median murrosta ja syitä sen taustalla, sekä murroksen vaikutuksia journalismin kenttään Suomessa. Lähteinäni käytän pääasiassa tuoretta, 2010-luvulla julkaistua kirjallisuutta sekä vuosien 2018 ja 2019 Tilastokeskuksen joukkoviestintätilastoja. Tilastoista olen saanut tietoa muun muassa suomalaisten internetin käytön kehitymisestä, erilaisten päätelaitteiden yleisyydestä kotitalouksissa, sekä sanomalehtien digipalveluiden tuottavuudesta. Suurin taustoittavan osuuden koostamiseen liittyvä ongelma oli kuitenkin löytää ajantasaista lähdekirjallisuutta tukemaan tilastoista tekemiäni havaintoja. Tämä onkin mielestäni suurin ongelma verkkojournalismia käsiteltäessä: journalismin kenttänä se on alati muutoksen kourissa ja sitä koskeva tutkimustieto muuttuu varsin nopealla syklillä.

Opinnäytetyöni selvitysosassa käsitelen ESS.fi-palvelun lukijoille tehdyn lukijakyselyn vastauksia päätutkimuskysymykseni kautta: millaisia sisältöjä Etelä-Suomen Sanomien verkkopalvelussa tulisi olla, jotta se tavoittaisi lukijansa? Tämän lisäksi analysoin, mitä aihepiirien sisältöjä vastaavat lukevat eniten ja vähiten, minkä aihepiirin sisältöjä vastaajat toivovat lisää sekä mitkä tekijät vaikuttavat lukijoiden näkökulmasta sisällön laatuun. Avokysymysten vastauksien pohjalta kokoon puolestaan määrällistä sisällönerittelyä käyttäen yhteen vastaajilta tulleita kehitysehdotuksia sekä muuta yleistä palautetta ESS.fi-palvelun sisällöistä.

Opinnäytetyön lopussa teen lukijakyselyn vastausten pohjalta havaintoja sekä tulkintoja siitä, millaiset sisällöt vastaajia kiinnostavat ja millaiset taas eivät, sekä käyn läpi kyselyn vastauksissa eniten esiin nousseita ESS.fi-palvelun kehitysehdotuksia. Tavoitteena on, että Etelä-Suomen Sanomien verkkotoimitus saa havaintojen pohjalta uusia ideoita, ehdotuksia ja työkaluja tulevaisuuden sisältöjen pohdintaan.

## 2 PAINETTU SANOMALEHTI JA INTERNET

### 2.1 Lehdistön rahoituspohjan muutos

Suomessa sanomalehdet ovat perinteisesti toimineet kaksilla markkinoilla, mikä tarkoittaa, että ne ovat toisaalta myyneet sisältöjään lukijoille, mutta myös lukijoista muodostuneet kontaktit yhä edelleen mainostajille. Lehdet ovat siis saaneet tuloja lukijoiden tilauksien, mutta myös yrityksiltä tulevien mainostulojen kautta. (Lehtisaari 2014, 8.) Kun sanomalehtien levikit olivat vielä 2000-luvun alussa suhteellisen laajoja ja lehtien kokonaistuloista yli puolet tuli mainostuloista, tällainen rahoituspohja toimi lehdistön tarpeisiin hyvin: laajat levikit toivat sille vankan taloudellisen perustan ja tarjosivat yrityksille erittäin tehokkaan markkinointikanavan (Lehtisaari 2014, 8; Tilastokeskus 2018a; Tilastokeskus 2018b). Parhaimmillaan sanomalehtien kokonaislevikki oli yli neljä miljoonaa kappaletta ja vielä vuoteen 2008 saakka yli puolet mediamainontaan käytetystä rahasta suunnattiin sanomalehtiin (Tilastokeskus 2018a; Tilastokeskus 2018b).

Sanomalehtien kokonaislevikki on kuitenkin pienentynyt tasaisesti jo vuodesta 1989 lähtien. Erityisen jyrkästi se alkoi laskea vuonna 2007. (Tilastokeskus 2018a.) Levikin lasku on yhteydessä median murrokseen, jossa sanomalehdet kilpailevat ihmisten ajankäytöstä yhdessä sosiaalisen median sekä muiden internetin palveluiden kanssa: yhtäkkiä sanomalehdet eivät olekaan ainoa media, josta lukijat voivat kuulla uudesta informaatiosta. Sanomalehtien on erityisen vaikeaa kilpailla tiedon nopeasta välittämisestä sosiaalisen median ja muiden verkkofoorumien kanssa, sillä internetin yhteisöpalvelimissä informaatio leviää lähes reaaliajassa. Internetin nousun myötä erityisesti nuoremmat sukupolvet ovat myös tottuneet maksuttomiin sisältöihin, ja juuri internetin ilmaistarjonnan kanssa kilpaileminen on yksi lehdistön suurimmista haasteista 2000-luvulla. (Herkman 2014, 18.)

Kokonaislevikin laskun lisäksi sanomalehtien ongelmaksi on muodostunut myös ilmoitustulojen lasku. Vuonna 2008 alkanut Yhdysvaltojen finanssikriisi ja siitä seurannut euroalueen taantuma vähensivät sanomalehdissä mainostamista, ja vuonna 2009, ensimmäistä kertaa valtakunnallisen mittaushistorian aikana, ilmoitus- ja mainostuottojen osuus sanomalehtien kokonaistuotosta laski alle 50 prosenttiin. (Herkman 2014, 18; Jyrkiäinen 2017, 74; Tilastokeskus 2018c.) Samaan aikaan



yriytysten verkkomainontaan ja sähköiseen mainontaan käyttämät euromääräiset summat ovat nousseet tasaisesti 1990-luvulta lähtien (Tilastokeskus 2018b).

Mainostajien vaihtaessa sanomalehdet sähköisiin viestimiin lehdistö onkin uuden haasteen edessä: miten paikata vähentyviä printtimainostuloja ja laskevaa levikkiä? Toistaiseksi esimerkiksi sanomalehtien digitaalisista palveluista ei ole ollut levikin laskun ja mainostulojen menetyksen korvaajaksi, vaikka digitaalisista palveluista saatavat tuotot ovatkin nousseet tasaisesti vuodesta 2011 lähtien. Tästä johtuen lehdistön entinen rahoituspohja ei toimi enää samalla tavalla kuin menneisyydessä on totuttu. (Jyrkiäinen 2017, 113; Tilastokeskus 2018d; Lehtisaari 2014, 8.)

## 2.2 Suomalaisen internetin käyttö

Kuten edellä todettiin, internet on noussut 2000-luvulla sanomalehtien haastajaksi, ja nykyään lehdistö kilpailee internetin kanssa lukijoiden ajankäytöstä ja huomiosta. Tässä kappaleessa tarkastelen lähemmin sitä, miten suomalaisten internetin käyttö on kehittynyt ja miten tämä heijastuu sanomalehtiin.

Suomalaisten internetin käyttö on kasvanut 2000-luvulla voimakkaasti, ja vuonna 2018 noin 90 prosenttia 16–74-vuotiaista suomalaisista käytti internetiä lähes päivittäin. Vastaavasti sellaisten henkilöiden määrä, jotka eivät ole koskaan käyttäneet internetiä, laski vuonna 2018 alle neljään prosenttiin. (Tilastokeskus 2019a.) Tämän nousun yhteydessä ymmärrettävästi myös laitteet, joilla internetiä voi käyttää, ovat yleistyneet suomalaisissa kotitalouksissa. Esimerkiksi 90 prosentista kotitalouksista löytyi vuonna 2018 tietokone ja/tai älypuhelin. (Tilastokeskus 2019b.)

Internetin käytön yleistymisen ei kuitenkaan tarkoita automaattisesti sitä, että lukijat ovat hylänneet lehdistön. Vaikka sisältöjä ei enää lueta yhtä paljon painetusta sanomalehdestä kuin ennen, sanomalehtien päivätavoittavuus ja uutisten kuluttaminen eivät välttämättä ole laskeneet kovinkaan radikaalisti – käyttäjät ovat vain siirtyneet paperilehden sivuilta verkkoon. (Herkman 2014, 20–21; Wiio & Nordenstreng 2017, 19–20.) Esimerkiksi Reuters Digital News -raportin sekä Media Audit Finlandin selvityksen mukaan suomalaiset lukevat yhä enemmän uutisia matkapuhelimella (Reuters Institute 2018, 76; Media Audit Finland 2019a). Itse asiassa vuonna 2018 verkkolehtien tai televisioyhtiöiden uutissivujen lukeminen oli neljänneksi yleisin internetin käyttötarkoitus heti sähköpostin, pankkiasioiden ja tiedonetsinnän jälkeen (Tilastokeskus 2018e). Tämä

trendi näkyy myös suomen suosituimpien verkkosivujen listalla, sillä toukokuussa 2019 20 suosituimman sivun joukkoon mahtuu neljä kotimaista uutissivustoa (Alexa 2019). Nämä tilastotiedot ja raportit siis osoittavat, että vaikka uutisia ei luettaisi enää perinteiseen tapaan paperilehdestä, niiden kuluttaminen ei silti ole välttämättä juurikaan vähentynyt, kulutustapa on vain muuttanut muotoaan. Tämä onkin asia, johon myös sanomalehtien toimituksissa on herätty.

### 2.3 Digipalveluiden kehittäminen

Sanomalehdet ovat muutoksen edessä: mainostulot ja kokonaislevikki laskevat ja sisältöjä luetaan yhä enemmän paperilehden sijaan verkosta. Tästä johtuen sanomalehdet ovatkin alkaneet sopeuttaa, ja sopeuttavat edelleen, toimintaansa internet-keskeiseen toimintaympäristöön. Toisin sanoen tämä tarkoittaa sitä, että sanomalehtien toimituksissa ja niitä kustantavissa mediataloissa on alettu kehittää digitaalisia palveluita ja verkkosivuja painetun sanomalehden rinnalle. Tästä johtuen digi edellä -periaate toistuukin monissa sanomalehdissä niiden kehityssuunnista puhuttaessa. (Jyrkiäinen 2017, 112–113.)

Yksi esimerkki tästä ajattelutavasta on tarjota digitilauksia samaan hintaan tai vain hieman kalliimmalla kuin paperilehden tilausta (Jyrkiäinen 2017, 113). Reuters Instituten Digital News Report -raportin mukaan edellä mainittu esimerkki onkin ollut onnistunut kokeilu, ainakin jos vertaa monien muiden maiden sanomalehtien digitilaaajien määrään. Raportin mukaan vuonna 2018 18 prosenttia suomalaisista maksoi digitaalisessa muodossa tuotetuista uutisista, mikä on enemmän kuin useissa muissa maissa. (Reuters Institute 2018, 75.)

Vaikka digitaalisia palveluita onkin viime vuosina kehitetty, niistä saatava tuotto ei ole lehdille vielä rahallisesti kovin suurta. Koska mainostuotot ovat vähentyneet 2010-luvulla tasaisesti, tilauksista tulevat tuotot ovat sanomalehdille entistä tärkeämpiä. Tästä johtuen lehtien onkin tehtävä entistä tehokkaammin töitä erityisesti uusien tilauksien saamisen sekä määräaikaisten tilauksien jatkamisen eteen. Jotta uusia tilauksia tulisi ja päättyviä tilauksia jatkettaisiin, on otettava huomioon erityisesti se, millaisia sisältöjä lukijat haluavat painetusta lehdestä sekä verkkosivuilta lukea. Yksi suuri osa-alue, joihin sanomalehdissä tuleekin tulevaisuudessa keskittyä ovat juuri sisällöt ja niiden kehittäminen. Miten sisällöistä pystytään kehittämään sellaisia, että lukijat ovat valmiita tilaamaan sanomalehden joko painettuna, digitaalisena tai näiden kahden

yhdistelmätilauksena? (Jyrkiäinen 2017, 114.) Tähän kysymykseen nojaa myös oma opinnäytetyöni, keskittyen kuitenkin pelkästään verkkosivujen sisältöihin. Millaisia sisältöjä lukijat haluavat todella kuluttaa, ja miten näihin toiveisiin voidaan vastata?

## 3 ETELÄ-SUOMEN SANOMAT

### 3.1 Sanomalehti

Etelä-Suomen Sanomat on vuonna 1914 perustettu Päijät-Hämeen maakuntalehti, jonka toimitus sijaitsee Lahdessa. Lehteä edelsivät vuonna 1900 perustettu Lahden Lehti ja sen seuraaja Lahden Sanomat. Etelä-Suomen Sanomat syntyi Lahden Sanomien ja Uusmaalaisen yhdistämisen seurauksena vuonna 1914. Se on ilmestynyt joulukuusta 1954 lähtien seitsemänä päivänä viikossa ja siirtyi tabloid-kokoon 15. maaliskuuta 2016. (Keskisuomalainen Oyj n.d. a.)

Vuoteen 2016 asti Etelä-Suomen Sanomat oli osa mediayhtiö Mediatalo ESAa, kunnes siirtyi mediayhtiö Keskisuomalaisen omistukseen 30.9.2016 Keskisuomalaisen ostaessa Mediatalo ESan (Keskisuomalainen Oyj n.d. b). Lehden vastaavana päätoimittajana aloitti 1. helmikuuta 2019 Markus Pirttijoki, joka siirtyi Etelä-Suomen Sanomiin Kainuun Sanomien päätoimittajan paikalta (Etelä-Suomen Sanomat 2018).

Etelä-Suomen Sanomien päälevikkialueeseen kuuluu Päijät-Hämeen maakunnassa sijaitsevat yhdeksän kuntaa: Lahti, Heinola, Hartola, Sysmä, Asikkala, Hollola, Kärkölä, Orimattila ja Padasjoki. Kansallisen mediatutkimuksen (KMT) mukaan Etelä-Suomen Sanomien painettu sanomalehti sekä digitaaliset palvelut (verkkosivu, digitaalinen näköislehti, älypuhelinsovellus) tavoittavat viikoittain keskimäärin 232 000 suomalaista. Tulos muodostui painetun lehden keskimääräisestä viikkolukijamäärästä sekä keskimäärin viikon aikana lehden eri digitaalisia versioita käyttäneiden nettomäärästä. Pelkästään painetun lehden yhdellä numerolla oli keskimäärin 78 000 lukijaa. (Media Audit Finland 2019b.)

Etelä-Suomen Sanomien kokonaislevikki oli vuonna 2017 42 851. Lukuun lasketaan kaikki vain painetun lehden, painetun lehden ja digipalveluiden sekä vain digipalveluiden tilaukset. Pelkkiä painetun lehden tilauksia oli samana vuonna yhteensä 305, painetun lehden ja digipalveluiden yhdistelmätilauksia 39 464 ja pelkkiä digipalvelutilauksia yhteensä 3 082 kappaletta. (Media Audit Finland 2018.)

## 3.2 ESS.fi-palvelu

ESS.fi-palvelu on Etelä-Suomen Sanomien verkkosivu ja suurin digitaalinen palvelu, jonka sisältöihin tässä opinnäytetyössä keskitytään. Verkkosivujen päivittämisestä ja hallinnoinnista vastaa verkkotoimitus, johon kuului helmikuussa 2019 viisi verkkotoimittajaa sekä verkkotoimituksen esimies. Verkkosivuilla julkaistaan sekä lehden omassa toimituksessa että talon ulkopuolella tuotettuja sisältöjä, jotka ovat joko ilmaisia (eli sähköitä) tai maksullisia, vain digipalveluiden tilaajille luettavissa olevia juttuja.

Olen itse työskennellyt Etelä-Suomen Sanomien verkkotoimituksessa vakituisena työntekijänä tammikuusta 2019 alkaen. Tätä ennen olen työskennellyt kesätyöntekijänä verkkotoimituksessa huhtikuusta 2018 elokuuhun 2018 sekä kesäkuusta 2017 elokuuhun 2017.

### 3.2.1 Oma sisällöntuotanto

Etelä-Suomen Sanomien omassa toimituksessa tuotetaan sisältöjä kolmessa eri kategoriassa: tekstinä, kuvana ja videona. Julkaistavat jutut sisältävät usein useampia elementtejä, kuten esimerkiksi tekstiä, jonka joukossa on kuvia. Jos aihe on visuaalisesti kiinnostava, kuvaajat kuvaavat ja editoivat siitä myös enintään muutaman minuutin pituisen videon, joka liitetään tekstijutun ohkeen tai julkaistaan omana juttunaan. Esimerkiksi tapahtumista, kuten Lahdessa tammikuussa 2019 järjestetyistä hiihdon nuorten MM-kilpailuista tai elokuussa 2018 Lahden mäkimontussa järjestetyistä Cheekin jäähyväiskonserteista, tehdään usein myös kuvagallerioita, joihin liitetään tapahtumasta Etelä-Suomen Sanomien kuvaajien ottamia kuvia. (ks. [ESS.fi 27.1.2019](#) ja [ESS.fi 25.8.2018](#).)

Omassa toimituksessa sisältöä tuotetaan sekä verkkotoimituksessa että toimituksen muilla osastoilla: kotimaassa (paikalliset uutiset, kuten kunnallispolitiikka), urheilussa, taloudessa (talousuutisille ei ole lehdessä omaa osastoa, mutta verkkosivuilla talous on yhä eritelty omaksi osastokseen), kulttuurissa, mielipiteissä (kolumnit, pääkirjoitukset, lukijoiden mielipidekirjoitukset) sekä teemoissa (terveys ja hyvinvointi, ruoka, tiede ja tekniikka). Verkkotoimituksessa tehdään pääasiassa nopeasti tehtäviä tekstijuttuja esimerkiksi sähköpostiin tulleiden tiedotteiden pohjalta, tai juttuja, joiden tiedonhankinta

onnistuu muutamalla puhelinsoitolla. Esimerkkejä tällaisten juttujen aiheista ovat lukijoilta tulleet konkreettiset juttuvinkit, kuten miksi Mukkulankadun kevyen liikenteen sillalla oli vielä helmikuussa 2019 työmaa-aidat, vaikka sillan peruskorjaus valmistui marraskuussa 2018 (ks. [ESS.fi 6.2.2019](#)), sekä ilmiöt, jotka toistuvat joka vuosi, kuten millaisena kausi-influenssa on iskenyt Päijät-Hämeeseen (ks. [ESS.fi 4.4.2019](#)). Näiden lisäksi verkkotoimitus seuraa tilannehuone.fi-verkkosivua, jossa näkyvät pelastuslaitoksien saamat hälytystehtävät valtakunnallisella tasolla. Jos Päijät-Hämeen alueella on ollut hälytystehtäviä, verkkotoimittaja soittaa alueen päivystävälle palomestarille ja kysyy tarkempia tietoja hälytyksestä. Jos tarvetta on, hälytyksestä kirjoitetaan lyhyt, muutaman kappaleen pituinen juttu verkkosivuille. Pelastuslaitoksen hälytyksien lisäksi verkkotoimitus seuraa Hämeen poliisilta joka aamu tulevaa aamutiedotetta, jossa on lista Hämeen poliisin alueella viimeisen 24 tunnin aikana olleista suurimmista tehtävistä kunnittain eroteltuna. Toimittajan oman harkinnan mukaan tiedotteen tehtävistä kirjoitetaan lyhyitä juttuja verkkosivuille. Tämän lisäksi poliisilta voi tulla tiedotteita esimerkiksi kadonneista henkilöistä, joiden pohjalta verkkosivuilla julkaistaan myös lyhyitä tekstijuttuja.

Muiden Etelä-Suomen Sanomien osastojen tekemät jutut ovat lähtökohtaisesti pidempiä, syväluotaavampia, laajempia ja vaativat usein toteutuakseen juttukeikalle lähtemistä. Urheilusta tulee esimerkiksi eri urheilulajien ottelutuloksia ja otteluita analysoivia juttuja, sekä henkilökuvia ja tapahtumaennakoita. Myös kulttuurissa kirjoitetaan tapahtuma- tai näyttelyennakoita, juttuja erilaisista jo järjestetyistä tapahtumista sekä arvioita esimerkiksi kirjoista, elokuvista ja konserteista. Teemoissa puolestaan kirjoitetaan yrityseshittelyjä, kuten juttusarja maakunnan kahviloista, sekä terveyteen ja hyvinvointiin liittyviä juttuja. Taloustoimituksessa kirjoitetaan paljolti paikalliseen yritysmaailmaan liittyviä uutisia esimerkiksi paikallisista yrityksistä sekä niiden investoinneista. Kotimaan toimituksessa puolestaan pureudutaan kunnallispolitiikkaan sekä esimerkiksi sosiaali- ja terveysalaa koskeviin aiheisiin. Urheilusta, teemoista ja kulttuurista tulee kuitenkin myös lyhyempiä, osaston omiin sähköposteihin tulleiden tiedotteiden pohjalta tehtyjä juttuja. Jos verkkotoimituksen sähköpostiin tulee jollekin muulle osastolle aiheensa puolesta sopiva tiedote, viesti joko lähetetään eteenpäin oikealle osastolle tai sitten kysytään kasvokkain tai sähköpostilla, kumpi osasto tarttuu tiedotteeseen.

### 3.2.2 Muualta tulevat sisällöt

ESS.fi-palvelussa julkaistaan myös muissa toimituksissa tuotettua sisältöä. Toimituksessa on käytössä STT, jonka tekstijutut ilmestyvät verkkopalvelussa usein automaattisesti – verkkotoimituksen toimittajien ei siis tarvitse julkaista STT:n sisältöjä erikseen. Tämän lisäksi sisältöjä tulee myös Uutissuomalaiselta, Teemasuomalaiselta ja Sunnuntaisuomalaiselta, jotka ovat useamman sanomalehden yhteinen uutistoimitus, teematoimitus ja sunnuntaisivusto (Uutissuomalainen 2019). Kaikkien kolmen toimituksen juttuja julkaisee Väli-Suomen Media, joka on useamman sanomalehden yhteistyöverkosto. Etelä-Suomen Sanomat liittyi verkostoon vuonna 2009. (Jyrkiäinen 2017, 102–103.) Uutissuomalaisen sisällöt ovat usein näkökulmia valtakunnallisiin puheenaiheisiin, Teemasuomalaisen jutut taas teemasisältöjä, kuten hyvinvointiin ja omaan rahankäyttöön liittyviä juttuja. Sunnuntaisuomalaisen sisällöt puolestaan ovat pidempiä reportaaseja, henkilöjuttuja ja syväluotaavampia artikkeleita erilaisiin sillä hetkellä pinnalla oleviin trendeihin ja lukijoita puhuttaviin asioihin. Kaikkien kolmen toimituksen tuottamien sisältöjen joukossa on myös näkökulmia ja kolumneja. Lähtökohtaisesti kaikki Uutissuomalaisen, Teemasuomalaisen ja Sunnuntaisuomalaisen jutut ovat maksumuurin takana.

Edellä mainittujen esimerkkien lisäksi ESS.fi-palvelussa julkaistaan myös jonkin verran juttuja maakuntalehti Karjalaiselta, Keskisuomalaiselta ja Savon-Sanomilta. Juttuja julkaistaan useammilla osastoilla, yleisimmin kuitenkin urheilussa, kulttuurissa ja teemoissa. Jutut ovat lähtökohtaisesti maksullisia, ja päätöksen siitä, mitä juttuja yhteistyölehdiltä julkaistaan, tekee uutispäällikkö. Taustalla on aikaisempi lehtien välillä toiminut nelikkoyhteistyö.

Uutissuomalaiselta, Teemasuomalaiselta, Sunnuntaisuomalaiselta sekä muilta maakuntalehdiltä tulevat jutut ovat lähes poikkeuksetta tekstijuttuja, joissa on mukana usein vähintään yksi kuva. Mitä tulee Etelä-Suomen Sanomien ulkopuolella tuotettuihin video- ja kuvasisältöihin, verkkotoimituksessa käytetään Lehtikuvan kuvia ja videoita sekä MTV:n vuonna 2016 perustaman Videoverkoston videoita (ks. MTV Uutiset 2017). Videoverkoston videot ovat klippejä esimerkiksi MTV:n uutisista ja tulosuudusta, mutta myös pelkästään verkkoon tehtyjä hauskoja ja mielenkiintoisia videoita esimerkiksi eläimistä.

## 4 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS JA MENETELMÄT

Opinnäytetyöni päätutkimuskysymys on seuraava: millaisia sisältöjä Etelä-Suomen Sanomien verkkopalvelussa tulisi olla, jotta se tavoittaisi lukijansa? Tämän lisäksi keskityn kyselyn vastausten analysoinnissa myös seuraaviin asioihin: Minkä aihepiirien sisältöjä verkkosivuilla on jo tarpeeksi? Minkä aihepiirien sisältöjä vastaajat toivovat lisää? Minkä aihepiirien sisältöjä taas pitäisi olla vähemmän? Mitkä tekijät vaikuttavat lukijoiden näkökulmasta sisällön laatuun?

### 4.1 Kyselytutkimus

ESS.fi-palvelun sisältöjä käsittelevä lukijakysely (liite 1.) toteutettiin huhtikuussa 2018 verkossa Webropol-alustalla, ja sen toteutuskieli oli suomi. Kysely oli avoinna reilun viikon: se avattiin maanantaina 9. huhtikuuta ja suljettiin keskiviikkona 18. huhtikuuta. Houkuttimena toimi kaikkien yhteystietonsa vastauksen yhteydessä jättäneiden kesken arvotut kaksi S-ryhmän 50 euron arvoista lahjakorttia.

Kyselyä markkinoitiin Etelä-Suomen Sanomien verkkosivuilla, Facebookissa, Twitterissä ja päivittäisessä uutiskirjeessä. Verkkosivuilla kyselystä tehtiin oma juttunsa, jossa oli linkki itse kyselyyn. Tämä juttu jaettiin sekä Twitteriin että Facebookiin. Tämän lisäksi kyseinen juttu oli julkaisupäivänään näkyvillä joka päivä lähetettävässä Etelä-Suomen Sanomien uutiskirjeessä.

Kyselyssä oli sekä monivalintakysymyksiä, avoimia kysymyksiä että asenteita mittaavia asteikollisia kysymyksiä. Kysymysten analysointimenetelmiä käsitellään tarkemmin alaluvussa 4.3.

### 4.2 Analyysin rajaaminen

Kyselyssä oli yhteensä 19 kysymystä, joissa kartoitettiin vastaajien taustatietoja, tietoja vastaajien ESS.fi-palvelussa tekemistä vierailuista sekä heidän mielipidettään palvelussa julkaistuista jutuista ja niiden aihepiireistä. Koska opinnäytetyöni keskiössä on Etelä-Suomen Sanomien verkkosivujen lukijoiden mielipide verkkosivuilla



julkaistuista sisällöistä, keskityn opinnäytetyössäni analysoimaan erityisesti sisältöihin keskittyviä kysymyksiä. Näitä ovat:

1. Minkä ESS.fi-palvelun aihepiirien juttuja luet eniten?
2. Minkä ESS.fi-palvelun aihepiirien juttuja luet vähiten?
3. Mitä mieltä olet alla mainittujen aihepiirien juttujen määrästä ESS.fi-palvelussa?
4. Minkä aihepiirien juttuja haluaisit ESS.fi-palveluun enemmän?
5. Kuinka paljon alla mainitut tekijät vaikuttavat siihen, että juttu on mielestäsi hyvä?
6. Kommentteja ja kehitysideoita ESS.fi-palvelulle?

Kysymyksissä neljä ja viisi oli monivalinnan ja asenteiden mittaamisen lisäksi tekstikenttä, johon pystyi jättämään ehdotuksia muista aihepiireistä, joista haluaisi lisää juttuja sekä muista tekijöistä, jotka tekevät jutusta hyvän. Kysymys kuusi oli puolestaan täysin avoin kysymys, eikä vastaajan ollut pakko vastata siihen, jotta hän pystyi lähettämään vastauslomakkeen. Analysoin avoimien kysymysten vastauksia käyttäen määrällistä sisällönerittelyä, johon pureudun tarkemmin alaluvussa 4.3.

Yllä mainittujen kuuden kysymyksen lisäksi analysoin lyhyesti myös vastaajien taustatietoja kartoittavia kysymyksiä. Tämän kautta sain käsityksen siitä, millaisesta vastaajajoukosta on kyse.

Taustatietoja kartoittavia kysymyksiä ovat seuraavat kysymykset:

1. Sukupuoli?
2. Ikä?
3. Asuinpaikka?
4. Elämäntilanne?
5. Oletko Etelä-Suomen Sanomien tilaaja?

Kaikki viisi kysymystä olivat tyypiltään monivalintakysymyksiä.

#### 4.3 Analyysimenetelmä

Opinnäytetyöni kyselytutkimuksen vastausten käsittelyssä analysoin sekä monivalintakysymyksien, asenteita mittaavien asteikollisten kysymyksien että avointen kysymyksien vastauksia. Kahden ensimmäisen kysymystyyppin kysymyksien vastauksia analysoin Webropol-kyselytyökalun valmiiden raporttien pohjalta, mutta avointen

kysymysten vastausten analysointiin käytin määrällistä eli kvantitatiivista sisällönerittelyä.

Valitsin tutkimusmenetelmäksi määrällisen sisällönerittelyn, koska se palvelee tarkoitustani kaikkein parhaiten. Tarkoitukseni oli analysoida tekstimuotoisia vastauksia ja etsiä niistä yhtäläisyyksiä ja eroavaisuuksia sekä tarkastella, kuinka usein mitkään teemat nousevat esiin annetuissa vastauksissa. Analyysin lopputuloksena minulla on esittää tiivistetty kuvaus aineistosta: mitä teemoja vastauksissa esimerkiksi nostettiin esiin eniten, mitä vähiten.

Määrällisessä sisällönerittelyssä on kyse juuri tästä: sen lähtökohtana on kuvata määrällisesti tekstiaineiston sisältöä ja tarkastella esimerkiksi tiettyjen, ennalta määriteltyjen teemojen esiintymistä tekstimuotoisessa aineistossa. Vastauksissa esiintyvät teemat eritellään erilaisiin luokitteluluokkiin. Luokittelusysteemi voikin hyvin suunniteltuna muistuttaa monivalintaista kyselylomaketta. Loppujen lopuksi määrällisen sisällönerittelyn pohjalta on mahdollista muodostaa tiivistetty kuvaus käsiteltävästä aineistosta. (Seitamaa-Hakkarainen 2014; Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006.)

Käytännössä kirjasin avointen kysymysten vastaukset Excel-taulukkoon tekemääni havaintomatriisiin, johon olin merkinnyt avoimissa vastauksissa esiintyviä luokitteluluokkia. Yhdessä vastauksessa voi esiintyä useisiin eri luokitteluluokkiin kuuluvia elementtejä, joten luokitteluluokkiin kertyviä elementtejä voi olla enemmän kuin kysymykseen kokonaisuudessaan jätettyjä vastauksia. Kun olin käynyt kaikki vastaukset läpi, laskin niistä saadun tiedon yhteen tarkastelemalla Excel-taulukkoa: mihin luokitteluluokkiin kertyi eniten vastauksia, mihin vähiten.

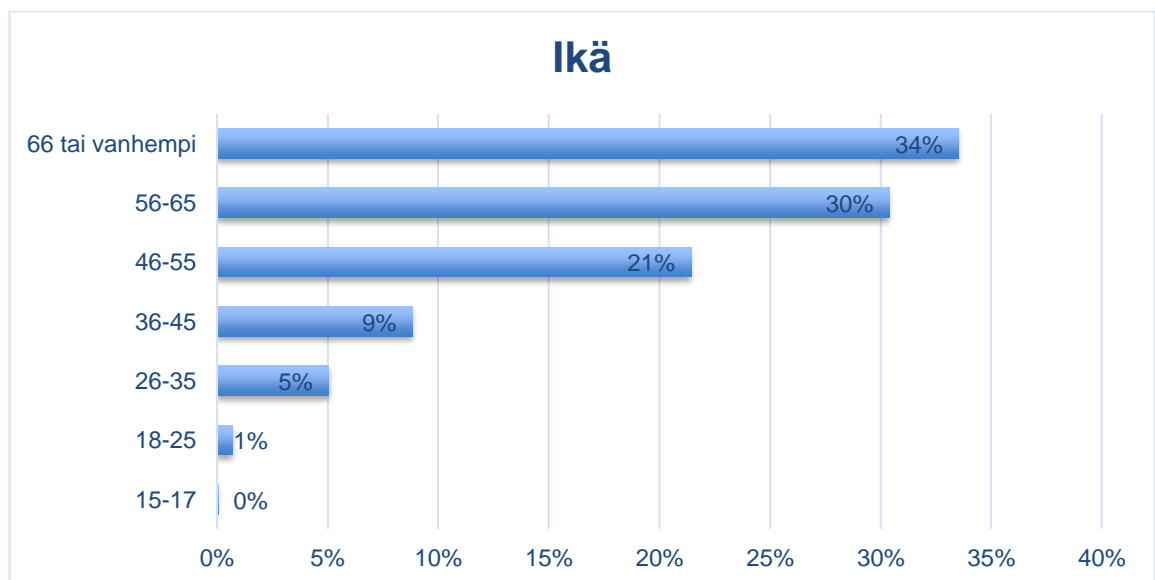
## 5 KYSELYTUTKIMUKSEN TULOKSET

### 5.1 Kyselyyn vastaajat

Kyselyyn vastasi kokonaisuudessaan 1566 henkilöä.

Sukupuolta koskevaan kysymykseen vastasi 1563 vastaajaa, joista sukupuolensa ilmoitti 1554. Heistä 53 % oli miehiä ja 46 % naisia. Yhdeksän vastaajaa, eli 1 %, ei halunnut kertoa sukupuoltaan.

Ikänsä vastaajista ilmoitti 1563 henkilöä, ja heistä selvästi suurin osa, yli 85 % oli yli 45-vuotiaita (kuvio 1). Täysi-ikäisiä, mutta alle 45-vuotiaita oli loput 15 % vastaajista. Joukkoon mahtui myös yksi 15–17-vuotias vastaaja.



Kuvio 1. Vastaajien ikä (N=1563).

Vastaajista suurin osa, 96 %, asui kyselyyn vastaamisen aikaan Päijät-Hämeessä. Näistä 72 % ilmoitti asuinpaikakseen Lahden ja 24 % muun Päijät-Hämeessä sijaitsevan kunnan. Pääkaupunkiseudulla asui 2 % ja muualla Suomessa 2 % vastaajista.

Vastaajien elämäntilanne jakautui selkeästi kahteen suureen blokkiin: 46 % vastaajista oli eläkkeellä, 42 % taas työssäkäyviä. Työttömiä vastaajista oli 7 % ja opiskelijoita 1 %.

Mitä tulee Etelä-Suomen Sanomien tilaamiseen, 69 % vastaajista ilmoitti olevansa Etelä-Suomen Sanomien yhdistelmätilaajia, eli heille tulee postiluukusta paperinen lehti, jonka

lisäksi heillä on voimassaolevat tunnukset ESS.fi-palveluun. 16 % oli pelkän digituotteen tilaajia ja 15 % vastaajista ei tilannut Etelä-Suomen Sanomia missään muodossa.

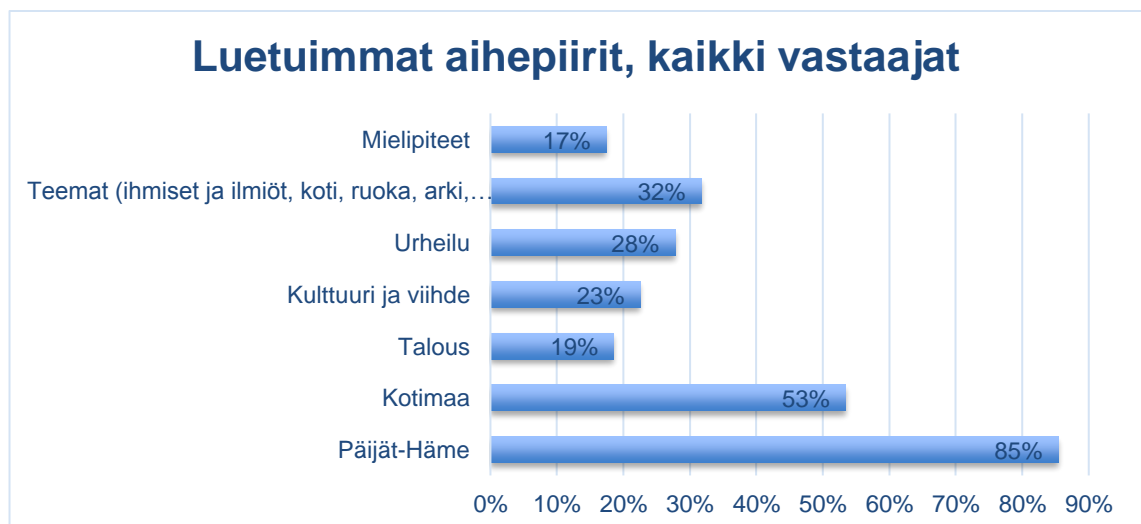
Taustamuuttujia tarkastelemalla voikin todeta, että vastaajien joukosta hahmottuu selkeästi useammanlainen tyypillinen vastaaja. Esimerkiksi vastaajien sukupuoli jakautuu lähes tasan miesten ja naisten kesken, jonka lisäksi myös eläkkeellä olevien ja työssäkäyvien osuudet ovat keskenään lähes yhtä suuret.

## 5.2 Eri aihepiirien suosio

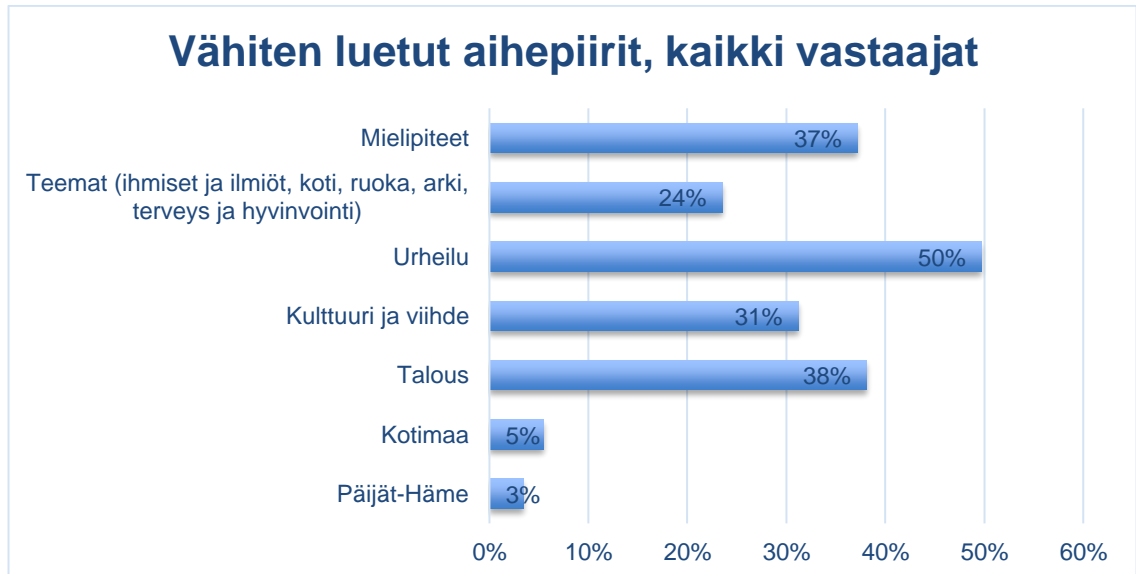
Kyselyssä tarkasteltiin myös vastaajien lukutottumuksia ESS.fi-palvelussa: minkä aihepiirien sisältöjä he lukevat eniten ja minkä vähiten. Molemmissa kysymyksissä vastaaja sai valita enintään kolme vaihtoehtoa.

Vastaajat lukivat ylivoimaisesti eniten Päijät-Hämettä käsitteleviä juttuja (kuvio 2). Aihepiiriksi, jonka juttuja luki eniten, Päijät-Hämeen oli valinnut yhteensä 85 % vastaajista. Toiseksi eniten luettiin kotimaan ja kolmanneksi eniten teemojen juttuja. Teema-jutuilla tarkoitettiin kyselyssä ihmisiä, ilmiöitä, kotia, ruokaa, arkea sekä terveyttä ja hyvinvointia käsitteleviä juttuja.

Vähiten vastaajat ilmoittivat lukevansa juttuja urheilusta, taloudesta ja mielipiteistä (yleisönosastokirjoitukset, pääkirjoitukset ja kolumnit) (kuvio 3).

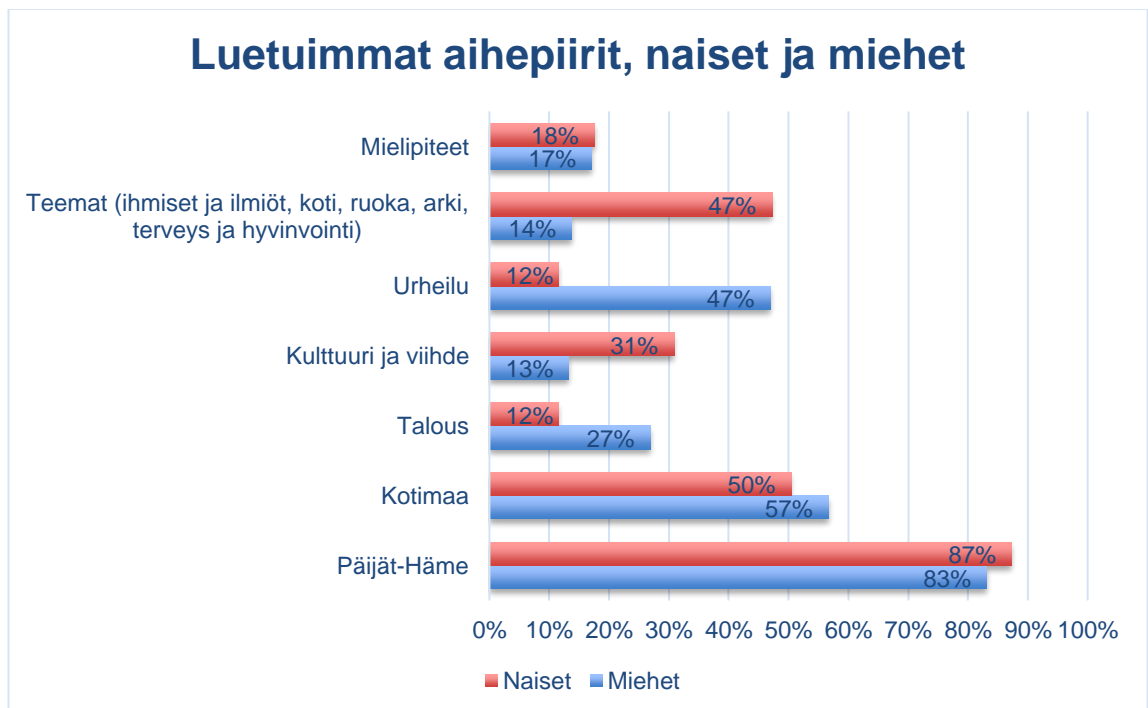


Kuvio 2. Luetuimmat aihepiirit, kaikki vastaajat (N=1566, valittujen vastausten lukumäärä 4023).

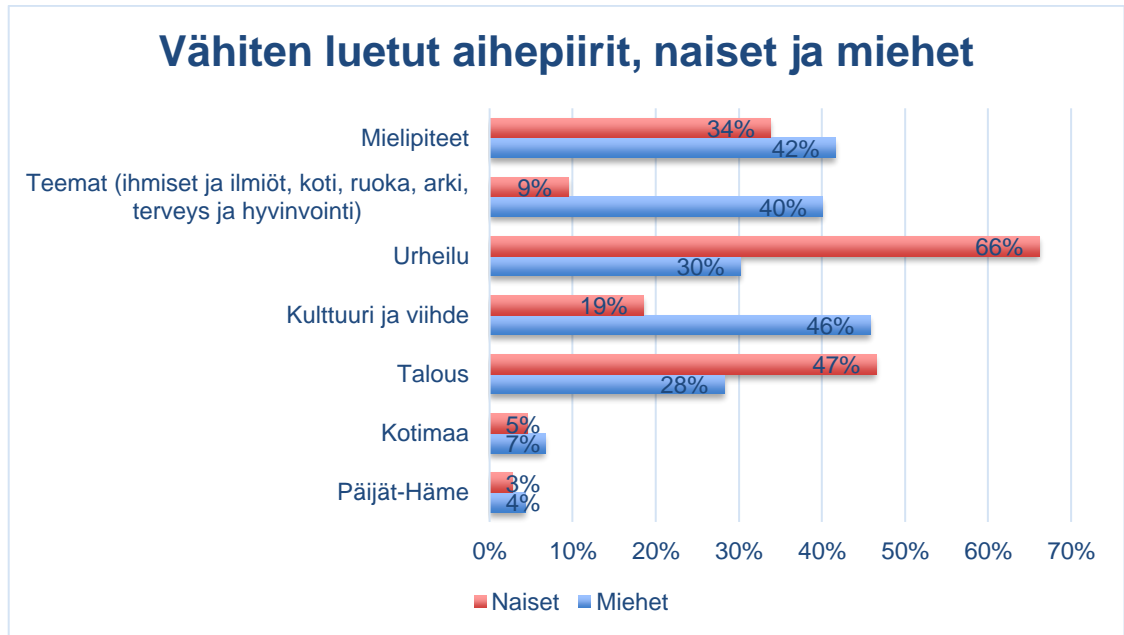


Kuvio 3. Vähiten luetut aihepiirit, kaikki vastaajat (N=1566, valittujen vastausten lukumäärä 2957).

Sekä miehet että naiset lukevat eniten Päijät-Hämeen ja kotimaan aiheita käsitteleviä juttuja (kuvio 4). Kolmanneksi eniten miehet kuitenkin lukevat urheilua ja naiset teemasisältöjä. Vähiten miehet lukevat kulttuuria, teemoja ja mielipiteitä, naiset puolestaan urheilua, taloutta ja mielipiteitä (kuvio 5). Urheilu-, kulttuuri- ja teemasisällöt jakavat siis miehiä ja naisia selkeästi eniten.

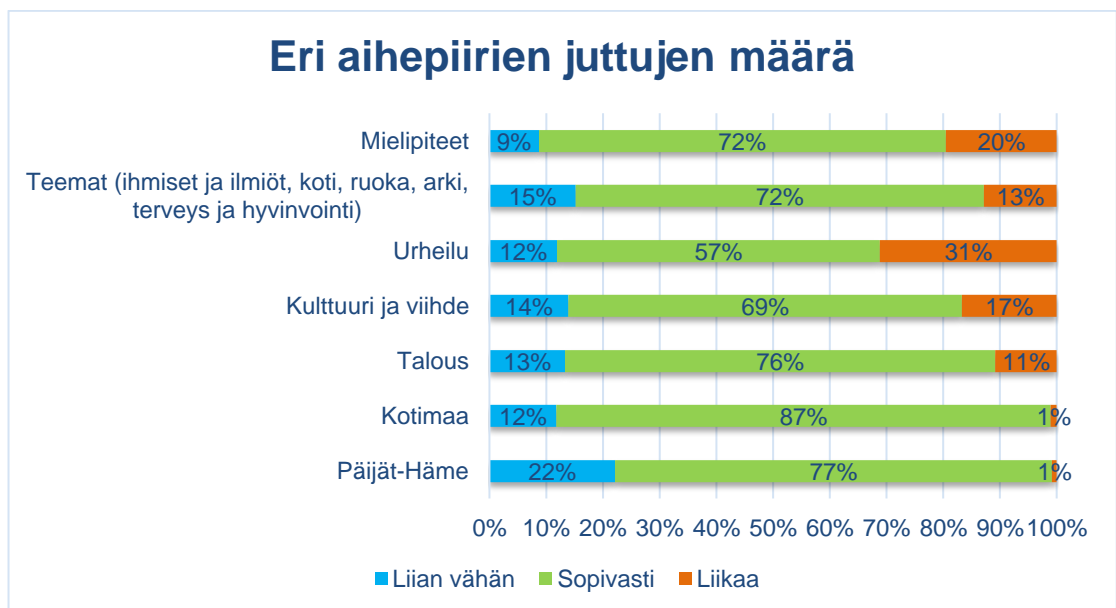


Kuvio 4. Luetuimmat aihepiirit, naiset ja miehet.

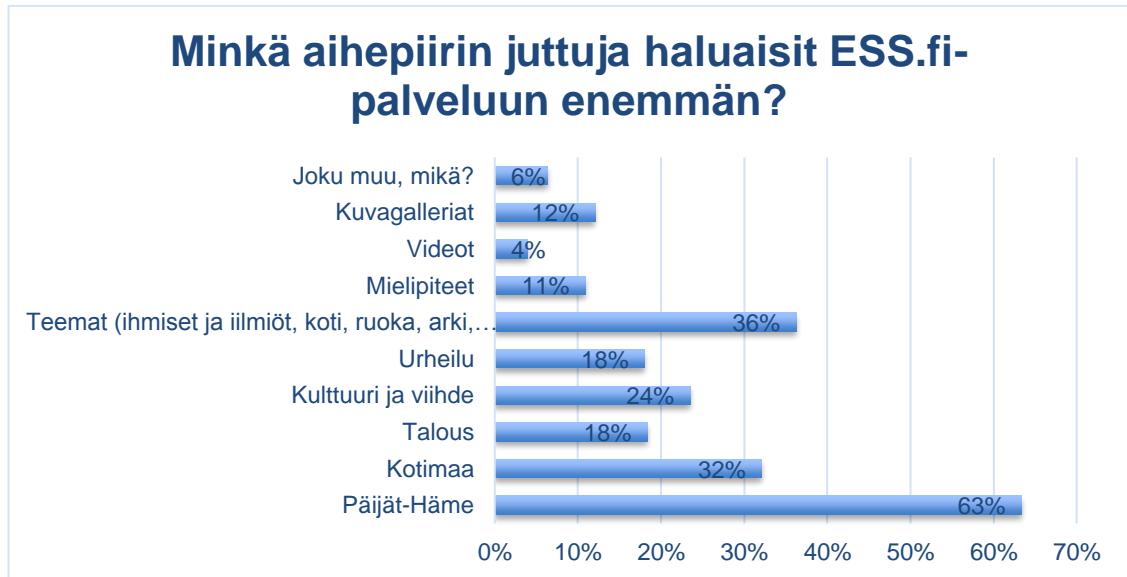


Kuvio 5. Vähiten luetut aihepiirit, naiset ja miehet.

Kokonaisuudessaan vastaajat kokivat, että kaikkien aihepiirien juttuja löytyi ESS.fi-palvelusta sopivasti (kuvio 6). Toisaalta taas kun seuraavassa kysymyksessä kysyttiin, minkä aihepiiriin juttuja vastaajat toivoivat lisää ESS.fi-palveluun, yli puolet vastaajista valitsi vaihtoehtoista Päijät-Hämeen (kuvio 7). Enemmän juttuja toivottiin myös erityisesti teemoihin ja kotimaahan. Kysymyksessä sai valita enintään kolme vastausvaihtoehtoa.



Kuvio 6. Eri aihepiirien juttujen määrä (N=1566).



Kuvio 7. Minkä aihepiirin juttuja haluaisit ESS.fi-palveluun enemmän? (N=1566, valittujen vastausten lukumäärä 3524).

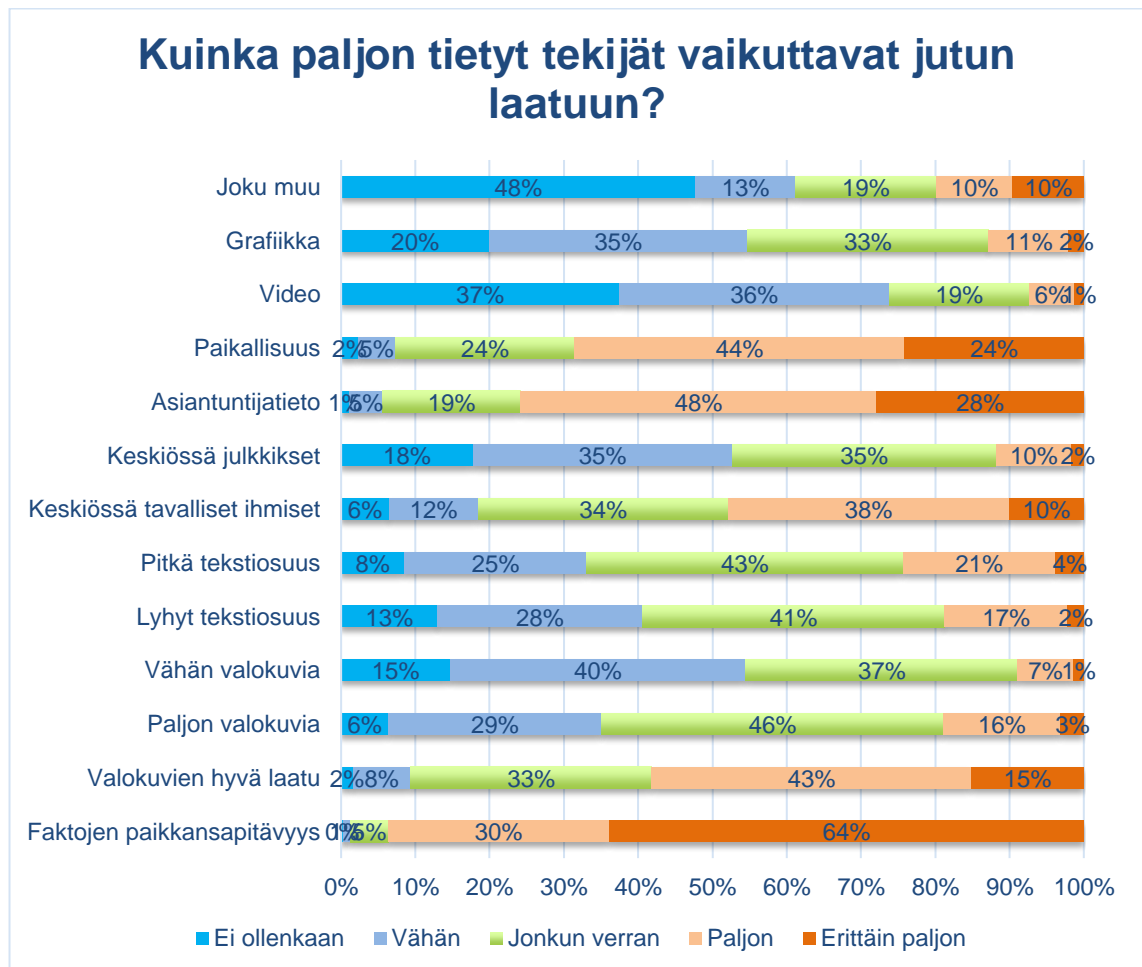
Kysymykseen jossa kysyttiin, onko tiettyjen aihepiirien juttuja liian vähän, sopivasti vai liikaa, oli liitetty myös avoin tekstikenttä, johon vastaaja sai jättää vielä vastauksen aihepiireistä, joihin liittyviä juttuja hän ESS.fi-palveluun kaipasi. Kohtaan ei ollut pakko vastata, jotta lomakkeella pääsi etenemään.

Yhteensä 98 vastaajaa vastasi kohtaan, ja selkeästi eniten toivottiin ulkomaita käsitteleviä juttuja. Tästä oli maininta yhteensä 22 vastauksessa. Toiseksi eniten toivottiin luonto- ja kolmanneksi eniten matkailuaiheisia juttuja, joista luonto esiintyi yhdeksässä ja matkailu viidessä vastauksessa.

Luonto ja matkailu sisältyvät Etelä-Suomen Sanomissa teemasisältöihin, mutta niitä ei kuitenkaan oltu eritelty kysymyslomakkeessa teemoihin kuuluviksi kokonaisuuksiksi. Tämä voi olla yksi syy sille, että juuri näitä aihepiirejä toivottiin erikseen useammassa vastauksessa, sillä vastaajat eivät olleet tietoisia niiden yhteydestä teemasisältöihin.

Myöskään ulkomaita ei oltu eritelty kyselylomakkeessa erikseen. Tämä johtuu siitä, että Etelä-Suomen Sanomien toimituksessa ei itse tuoteta ulkomaita käsitteleviä sisältöjä, vaan ne tulevat toimitukseen pääasiassa STT:n kautta. Koska toimitus ei itse voi vaikuttaa ulkomaita käsittelevien juttujen sisältöön, päätettiin kyselyä tehdessä, että se jätetään mainitsematta omana aihepiirinään.

### 5.3 Hyvän sisällön kriteerit



Kuvio 8. Jutun laadukkuuteen vaikuttavat tekijät (N=1566).

Sen lisäksi, että kyselyssä kerättiin vastaajien mielipiteitä ESS.fi-palvelun sisältöjen aihepiireistä, kysyttiin heiltä myös sitä, mitkä tekijät heidän mielestään vaikuttavat siihen, että juttu on hyvä.

Tärkeintä vastaajille oli, että jutussa esitetyt faktat pitävät paikkansa (kuvio 8). Vastaajista 94 prosenttia katsoi, että faktojen paikkansa pitävyys vaikuttaa jutun laatuun paljon tai erittäin paljon. Vaikutusta koettiin olevan myös sillä, että juttu sisältää asiantuntijatietoa ja että juttu on paikallinen: 76 % vastaajista koki sen, että jutussa esiintyy asiantuntijatietoa ja 68 % sen, että juttu on paikallinen, vaikuttava jutun laatuun paljon tai erittäin paljon. Paljon tai erittäin paljon koettiin olevan vaikutusta myös sillä, että jutun yhteydessä olevien valokuvien laatu on hyvä (58 %) ja että jutun keskiössä ovat tavalliset ihmiset (48 %).



Vähiten vaikutusta jutun laatuun vastaajat puolestaan katsoivat olevan sillä, onko jutun yhteydessä video ja grafiikkaa. 73 % vastaajista oli sitä mieltä, että videosisältö ei vaikuta ollenkaan tai vain vähän jutun laatuun. Grafiikan osalta tätä mieltä oli 55 % vastaajista. Vähän tai ei ollenkaan vaikutusta jutun laatuun koettiin olevan myös sillä, että jutussa on vähän valokuvia (53 %) tai että jutun keskiössä ovat julkkikset (53 %).

Hyvä jutun kriteerejä kartoittavassa kysymyksessä oli monivalinnan lisäksi myös avoin vastauslaatikko, johon vastaajat saivat kertoa sanallisesti, mitkä muut tekijät vaikuttavat siihen, että juttu on heidän mielestään hyvä. Avoimia vastauksia jätti yhteensä 84 henkilöä. Vastauksissa nousi selkeästi esiin kaksi teemaa: se, että juttu on kirjoitettu puolueettomasti ja se, että se on kirjoitettu hyvällä, kieliopillisesti oikealla ja asiallisella suomen kielellä. Hyvän suomen kielen perään kuulutti 14 ja puolueettomuuden 13 vastaajaa. Useampia mainintoja saivat myös jutun aiheen ajankohtaisuus (7) ja mielenkiintoisuus (6) sekä sen monipuolinen, eri näkökulmista tehty käsittely (6). Eräs vastaaja korosti myös useamman tekijän luoman kokonaisuuden tärkeyttä:

Aiheen pitää olla ajankohtainen, sitä pitää käsitellä monipuolisesti, juttu pitää olla hyvin rakennettu ja hyvällä suomen kielellä kirjoitettu.

#### 5.4 Muut kommentit ja kehitysehdotukset

Kyselyn viimeisessä kysymyksessä kysyttiin vastaajien kommentteja ja kehitysehdotuksia koskien ESS.fi-palvelua. Kyseessä oli avoin kysymys, johon tuli yhteensä 677 vastausta.

Selvästi eniten esille nousi se, että palvelussa oli vastaajien mielestä liikaa maksumuurin takana olevia juttuja. Lisää ilmaista, kaikille luettavissa olevaa sisältöä toivottiin yhteensä 29 vastauksessa. Muun muassa näin maksumuuria kommentoitiin:

Maksullisia uutisia on älyttömästi. Paikallisten uutisten ja aiheiden tulisi mielestäni olla ilmaisia.

Maksulliset uutiset pois. Täten en tarvitsis välttämättä muita uutispalveluita. Olisi kiva lukea etenkin paikallisuutiset heti kun ne julkaistaan eikä vasta muutaman päivän päästä kun ne eivät ole enää maksullisia, silloin jutut ovat jo vanhoja ja ne on luettu tai kuultu muualta.

24:ssä vastauksessa tuotiin esille toive siitä, että ESS.fi-palvelun sisältöjen tulisi olla puolueettomia ja että niissä ei tulisi näkyä toimittajan oma ideologia. Erityisesti vastauksissa nostettiin esille sitä, että useat Etelä-Suomen Sanomien toimittajat

näyttävät vastaajien mielestä olevan kallellaan vasemmalle, ja tämä näkyy myös heidän kirjoittamisensa jutuissa. Toimittajien toivottiin käsittelevän aiheita objektiivisesti omasta arvomaailmasta ja poliittisesta suuntauksestaan huolimatta.

ESS:n jutut ovat usein asenteellisia. Tietyt toimittajat kirjoittavat tietyistä aiheista uutisia hyvin kapealla katsannolla ja omien mielipiteittensä perusteella. Voisiko uutisartikkeleissa pyrkiä vähän parempaan objektiivisuuteen?

Kolmanneksi eniten vastauksissa toivottiin ESS.fi-palveluun enemmän paikallista sisältöä, esimerkiksi uutisointia erilaisista maakunnassa järjestettävistä tapahtumista. Vaatimus paikallisuudesta oli mainittu 23 vastauksessa. Huomattavaa oli se, että paikallisuudella ei tarkoitettu automaattisesti maakunnan keskuskaupunki Lahtea, vaan toivottiin, että palvelussa huomioitaisiin nimenomaan koko Päijät-Hämeen maakunta. Lisää juttuja toivottiin esimerkiksi Sysmästä ja Asikkalasta.

Suomen suuret uutiset tulee aina ensin ja laajempina jostain muusta lähteestä. Paikallisia uutisia ei julkaise kuin Seutuneluset ja niillä vielä vähemmän resursseja ja harvemmin ilmestyvä lehti kuin teillä. Etukäteen tapahtumista ja tulevista suunnitelmista. Kuka, mitä, missä ja miksi. Kunnon journalismia kaikesta paikallisesta!

Vastauksissa oli huomioitu myös ESS.fi-palvelussa julkaistujen juttujen tyyli, ja 17:ssä vastauksessa toivottiinkin enemmän asiasisältöä ja vähemmän kevyitä, viihteellisiä juttuja. Vastauksissa viitattiin erityisesti siihen, että Etelä-Suomen Sanomien verkkosivuilla on menty liikaa iltapäivälehtien suuntaiseen uutisointiin. Asiasisältöjä kaivattiin siis enemmän.

Mennyt aivan liikaa keltaisen lehdistön suuntaan. Koko media menettää merkityksensä, jos ihan samat jutut voi lukea useilta muiltakin sivustoilta.

Liikaa hömppää ja valemmedian tasoista hössötystä. Liikaa surkimusten ja rikollisten hyysäilyä. Sanomalehti on sanomalehti ja Seiska on Seiska.

Edelliseen kohtaan liittyen vastauksissa nostettiin myös esiin toive siitä, että ESS.fi-palvelussa julkaistaisiin enemmän juttuja, joissa aihetta on tarkasteltu kriittisesti ja eri näkökulmista. Erityisesti uutisanalyysejä kaivattiin enemmän. Kriittisesti aiheiden tarkastelu mainittiin 15 vastauksessa.

Avointa rehellisyyttä kehiin ja asioiden kyseenalaistamista silloin kun siihen liittyvät faktat, taustat, teot, uhrien määrät ja historia niin viittilöivät.

16:ssa vastauksessa puolestaan toivottiin erityistä panostamista oikeaoppiseen suomen kieleen, oikolukuun sekä faktojen tarkistamiseen. Vastauksissa ilmeni se, että usein

juttujen faktat eivät ole oikein ja sisältöjä joudutaan korjaamaan liikaa jälkikäteen. Myös huono suomen kieli nostettiin esiin useammassa vastauksessa. Vastaajat siis toivovat, että juttujen faktat ja kieli olisivat paremmassa kunnossa.

Kiinnittäkää tekstien oikeakielisyyteen ja oikolukuun enemmän huomiota! Ärsyttää lukea juttuja, jotka on huolimattomasti laadittu.

Toimittajien on syytä tarkistaa, että tiedot ovat oikein eikä myöhemmin tee ”oikaisuja”, koska ne eivät yleensä ”mene perille”. On liian usein myös asiavirheitä, esim. ei tiedetä mikä on kuorma-auto, rekka tai ajoneuvoyhdistelmä. – eli terminologia pitää olla oikein.

Viimeinen kommentissa ja kehitysideoissa selkeästi esille noussut teema oli toive siitä, että paikallisista asioista uutisoitaisiin nopeammin. Näin toivottiin yhdeksässä vastauksessa. Erityisesti viitattiin liikenneonnettomuuksiin ja niiden vaikutuksista liikenteeseen, joista haluttiin tietää mahdollisimman nopeasti, sillä mahdolliset häiriöt liikenteessä vaikuttavat monen arkeen ja reittivalintoihin.

Haluaisin enemmän paikallisia ja ajankohtaisia uutisia. Esim. juuri muutama päivä sitten kuulin radio Novassa uutisen, että Pekanmäessä oli auto-onnettomuus mikä vaikutti liikenteeseen. Pari tuntia myöhemmin katsoin ess-nettisivuja niin asiasta ei kerrottu mitään. Monia vastaavia juttuja on käynyt, nämä vaikuttavat omiin reittivalintoihin liikenteessä, joten toivoisin tsemppaamista siinä.

## 6 LOPUKSI

Kun aloin miettiä opinnäytetyöhöni kuuluvan kyselyn (liite 1.) kysymysrunkoa helmikuussa 2018 tavoitteeni oli, että saisin kyselyn kautta konkreettisia esimerkkejä siitä, millaisia juttutyyppejä ja aiheita vastaajat haluaisivat lukea lisää ESS.fi-palvelussa. Konkreettisilla esimerkeillä tarkoitan, että kyselyn vastauksissa esille tulleet asiat eivät olisi epämääräisiä ja monitulkintaisia, vaan selkeitä ja yksityiskohtaisia: esimerkiksi lisää paikallisia yrityksiä käsitteleviä juttuja, lisää henkilöjuttuja tai vähemmän uutisia rattijuopoista ja huumeuskeista. Käytännössä siis ehdotuksia, joiden pohjalta olisi mahdollisimman helppoa lähteä tekemään muutoksia ESS.fi-palvelussa julkaistaviin sisältöihin, jos näin haluttaisiin tehdä. Tämän tavoitteen pohjalta loin alustavan kyselyrunгон, jonka muokkasimme yhdessä Etelä-Suomen Sanomien verkkopäällikkö Krista Koiviston kanssa lopulliseen muotoonsa.

Vastausten joukossa olikin yksityiskohtaisia kehitysehdotuksia, aivan niin kuin olin toivonutkin. Vastaajat huusivat erityisesti paikallisuuden perään, mikä näkyi sekä monivalintakysymyksissä, asenteita mittaavissa kysymyksissä että avokysymyksissä. Vastaajat lukivat selvästi eniten Päijät-Häme-aihepiirin juttuja, ja toivoivat kyseisen aihepiirin sisältöjä jopa lisää: avovastauksissa toivottiin lisää juttuja esimerkiksi maakunnassa järjestettävistä tapahtumista sekä tasapuolisemmin juttuja kaikista Päijät-Hämeen kunnista. Koska kyseessä on maakuntalehti, jonka tehtävä on toimia julkaisumaakuntansa äänenä ja raportoida sellaisista levikkialueensa asioista, joihin valtakunnalliset mediat eivät tartu, ei paikallisuuden korostuminen vastauksissa juurikaan yllättänyt, päinvastoin se oli varsin odotettua.

Toinen asia, joka ei varsinaisesti yllättänyt itseäni oli toive huolellisuudesta suomen kielen ja faktojen kanssa. Vastaajat kokivat, että ESS.fi-palvelussa julkaistuissa jutuissa esiintyi liikaa huonoa suomen kieltä sekä kirjoitusvirheitä, joiden lisäksi sisältöjä korjattiin liikaa jälkikäteen niissä esiintyneiden faktavirheiden takia. Vaikka toimitusten arki on muuttunut yhä hektisemmäksi ja kilpailu uutisvoitoista on suurta, ei tämä saisi kuitenkaan vaikuttaa huolellisuuteen: aina pitäisi olla sen verran aikaa, että joku, on se sitten jutun tehnyt toimittaja itse tai sen julkaiseva verkkotoimittaja, ehtii lukea jutun ajatuksella läpi ja korjata siellä mahdollisesti esiintyvät virheet. Sillä pieni hitaus ja täydellisesti paketoitu juttu näyttää aina ammattimaisemmalta kuin puolihuolimattomasti kokoon kursittu

sisältö, jota täytyy korjata useaan otteeseen. Olen siis vastaajien kanssa täysin samaa mieltä, huolellisuuteen on ilman muuta panostettava tulevaisuudessa vielä enemmän.

Kolmas kyselyn vastauksista esiin noussut teema, joka ei yllättänyt minua vastauksia läpikäydessäni oli maksumuurin vastustus. Monet vastaajista kokivat, että ESS.fi-palvelussa tulisi olla paljon enemmän ilmaista sisältöä, ja erityisesti paikallisesti merkittävistä aiheista kirjoitettujen juttujen maksullisuus tuntui ärsyttävän. Uskon, että kyseessä ei ole pelkästään Etelä-Suomen Sanomien lukijoiden parissa kytevä ilmiö, vaan maksumuuri on kohdannut vastustusta jokaisen sen käyttöön ottaneen lehden lukijakunnissa. Etelä-Suomen Sanomissa siirtymä maksullisten juttujen suurempaan määrään on kuitenkin ollut suhteellisen nopea, sillä vielä kesällä 2017 päivän aikana julkaistiin noin kolme maksullista juttua, kun vuonna 2018 tehtiin linjaus, jonka mukaan jo noin puolet omista päivän aikana julkaistuista jutuista tulisi olla maksullisia. Tätä kehityskulkua vasten on täysin ymmärrettävää, että lukijat reagoivat asiaan näinkin voimakkaasti. Kehitystä lukijoiden asenteissa on kuitenkin nähtävissä: Reuters Digital News -raportin (2018) mukaan 18 % suomalaisista olisi valmiita maksamaan uutisista, mikä on neljä prosenttia enemmän kuin vuotta aikaisemmin. Ehkä tämä kehitys siis rantautuu myös Etelä-Suomen Sanomien lukijoiden keskuuteen.

Mikä kuitenkin yllätti itseni kyselyn vastauksia läpikäydessäni oli toimittajan työhön kohdistunut yllättävän suuri arvostelu. Vastaajat nostivat esille erityisesti sen, että Etelä-Suomen Sanomien toimittajat eivät ole olleet objektiivisia ja toivoivatkin toimittajilta puolueettomampaa uutisointia. Tämä kävi ilmi avovastauksista, joissa vastaajilla oli vapaus kirjoittaa mitä tahansa he halusivat. Yhdessäkään puolueettomuutta vaativista vastauksista ei kuitenkaan ollut annettu konkreettista esimerkkiä siitä, missä tilanteissa toimittaja olisi käsitellyt juttunsa aiheita puolueellisesti. Rivien välistä onkin mahdollista tulkita vastauksia niin, että ne ovat enemmänkin reagointia yhteiskunnassa vallitsevaan, yhä syventyvään poliittiseen vastakkainasetteluun. Viime vuosina erityisesti verkkoon on ilmestynyt niin sanottuja vaihtoehtomediaita, jotka ajavat tiettyä poliittista agendaa. Valtiotieteiden tohtori Markus Ojalan (2018) mukaan muun muassa vaihtoehtomediat saavat lukijat jakautumaan omiin kupliinsa, jotka kuvastavat heidän omaa arvomaailmaansa ja julkaisevat tähän istuvia sisältöjä. Tästä johtuen juttu, jonka sisältö ei istu lukijan arvomaailmaan, saatetaan nähdä epäilyttävänä ja poliittisesti latautuneena, samoin sen kirjoittanut toimittaja. Näin ollen reaktiona voi olla syyttää toimittajaa puolueellisuudesta tai faktojen vääristelystä. (Ojala 2018.) Tietysti jokaisen vastaajan mielipiteen takana voi olla täysin erilainen ja vastaajasta riippuvainen selitys

sille, miksi he kokevat ESS.fi-palvelun jutut puolueellisina, mutta koska kukaan ei esittänyt perusteluja väitteensä tueksi, päädyin analyysissäni edellä mainittuun tulkintaan.

Toinen minut yllättänyt asia oli vastaajien toive siitä, että ESS.fi-palvelussa julkaistaisiin enemmän asiasisältöä ja vähemmän viihteellisiä juttuja. En yllätynyt tästä siksi, että olisin aliarvioinut lukijoiden kiinnostuksen asiasisältöihin, vaan siksi, että kiinnostus ei näy verkkoanalytiikassa. Etelä-Suomen Sanomien verkkosivuilla julkaistaan jo nyt jonkin verran esimerkiksi vastaajien toivomia uutisanalyyssejä, mutta analytiikan perusteella ne eivät ole kovinkaan suosittuja. Sen sijaan viihteellisemmät jutut (esimerkiksi Miss Lahti luopuu kruunustaan, ks. [ESS.fi 30.4.2019](#)) nousevat selkeästi luetuimpien sisältöjen kärkeen ja voivat pysyä siellä useita päiviä. Viihteellisemmät sisällöt kiinnostavat siis selkeästi lukijoita ja ne ovat myös niitä juttuja, joilla houkuteltaan lukijoita ESS.fi-palveluun. Kevyemmät jutut ovat myös usein maksuttomia kun taas esimerkiksi uutisanalyysit ovat maksumuurin takana, joten jo tämäkin varmasti karkottaa potentiaalisia asiasisältöjen lukijoita.

Mutta poikkeuksiakin löytyy. Esimerkiksi kevään 2019 eduskuntavaalien aikaan tehty uutisanalyysi Hämeen vaalipiirin tuloksesta (ks. [ESS.fi 15.4.2019](#)) kiinnosti monia lukijoita siitä huolimatta, että se oli maksumuurin takana. Tämä voi johtua osittain siitä, että Suomen sähköisen poliittisen ilmapiirin takia kevään 2019 eduskuntavaalit näyttivät kiinnostavan monia sellaisiakin, jotka eivät muuten seuranneet aktiivisesti politiikkaa. Myös jutun selkeä paikallinen näkökulma herätti varmasti monen kiinnostuksen. Tämän esimerkin valossa ESS.fi-palvelussa kannattaisi kirjoittaa tulevaisuudessa enemmän asiasisältöjä valtakunnallisella tasolla tapetilla olevista isoista aiheista paikallisesta näkökulmasta. Kuten edelläkin on useaan otteeseen mainittu, paikallisuus selkeästi kiinnostaa, ja siihen pitäisi turvautua myös asiasisältöjä tehtäessä.

Viimeinen asia, mikä yllätti itseni kyselyn tuloksia läpikäydessä oli vastaajien toive siitä, että Etelä-Suomen Sanomissa reagoitaisiin paikallisiin asioihin, kuten onnettomuuksiin, nopeammin kuin nyt tehdään. Tässä toiveessa tiivistyy mielestäni myös opinnäytetyöni taustoittavan osuuden sekä median murroksen ydin: lukijat haluavat tietoa mahdollisimman nopeasti, ja usein sitä löytyy sosiaalisesta mediasta nopeammin kuin esimerkiksi sanomalehtien verkkosivuilta tai verkkomedioista. Konkreettinen omakohtainen kokemukseni tällaisesta tapauksesta on Lahden keskustassa huhtikuussa sattunut huoneistopalo (ks. [ESS.fi 10.4.2019](#)). Huomasimme verkkotoimituksessa hälytyksen keskisuuresta rakennuspalosta tilannehuone.fi-

verkkosivuilla, mutta koska meitä on ohjeistettu, että pelastuslaitoksen hälytyksistä voi soittaa Päijät-Hämeen pelastuslaitoksen päivystävälle palomestarille aikaisintaan puolen tunnin kuluttua hälytyksestä, emme tehneet hälytyksestä juttua heti. Kuitenkin ennen kun edes olimme ottaneet yhteyttä pelastuslaitokseen kyseisestä hälytystehtävästä ja sen yksityiskohdista, lukijat alkoivat lähettää kuvia palopaikalta verkkotoimituksen sähköpostiin, jonka lisäksi voisin kuvitella, että asiasta kyseltiin esimerkiksi Facebookin Lahti-ryhmässä. Sen puolen tunnin aikana, joka meidän tulee odottaa, että saamme pelastuslaitokselta infoa heidän tehtävästään, asiasta on voitu siis käydä jo pitkiäkin keskusteluja ja arvuutteluja sosiaalisessa mediassa.

Tätä median pirstaloituminen on tosielämässä: keskustelu poikkeuksellisista tapahtumista, kuten onnettomuuksista, on voinut alkaa sosiaalisessa mediassa jo ennen kuin perinteisellä medialla on mitään tietoa kyseisestä tapahtumasta. Mielestäni on kuitenkin tärkeää muistaa, että sosiaalisessa mediassa kiertävä tieto on pääasiassa vain spekulatiota ja joukkoviestimien ei tule lähteä tähän mukaan. Juttuja, onnettomuusutisiakin, on tehtävä viranomaisilta saatavan faktatiedon pohjalta, ei sosiaalisessa mediassa leviävään spekulatioon nojaten. Sosiaalisesta mediasta voi toki haravoida uutisaiheita, mutta somesta saatuja tietoja ei tule koskaan julkaista sellaisenaan, vaan niiden paikkansapitävyys tulee aina varmistaa viranomaislähteestä.

Voi siis todeta, että kyselyn tulokset sekä yllättivät että eivät. Esiin nousi teemoja, jotka ovat olleet osana valtakunnallista keskustelua, kuten toimittajien puolueellisuus, mutta myös selkeästi Päijät-Hämeen maakuntaa koskevia asioita, kuten toive paikallisen sisällön lisäämisestä. Juuri paikallisuus onkin teema, jonka haluan näin lopuksi nostaa esille kyselystä. Etelä-Suomen Sanomat on ensisijaisesti maakuntalehti, ja sen tehtävä on toimia paikallisten asioiden äänitorvena. Myös kyselyyn vastanneet ovat tätä mieltä: aihepiireistä luetaan ylivoimaisesti eniten Päijät-Hämettä käsitteleviä uutisia, ja paikallisten uutisten perään kuulutettiin sekä monivalintakysymyksissä, asennetta mittaavissa kysymyksissä että avokysymyksissä. Onkin siis tärkeää, että tulevaisuudessa tähän kiinnitetään Etelä-Suomen Sanomissa huomiota ja lukijoiden toiveita kuunnellaan. Valtakunnalliset uutiset kun saa luettua useammista medioista, mutta esimerkiksi paikallisista tietöistä tai kunnallispolitiikasta tietoa haettaessa kenttä kapenee huomattavasti. Etelä-Suomen Sanomien tehtävänä onkin pitää huolta, ettei se katoa tulevaisuudessa kokonaan.

## LÄHTEET

- Alexa 2019. Top Sites in Finland. Viitattu 10.5.2019. <https://www.alexa.com/topsites/countries/FI>.
- Etelä-Suomen Sanomat 2018. Markus Pirttijoki on Etelä-Suomen Sanomien uusi päätoimittaja. Viitattu 5.2.2019 <https://www.ess.fi/uutiset/kotimaa/art2488769>.
- Etelä-Suomen Sanomat 2018b. Vielä viimeisen kerran – katso kuvagalleria Cheekin lauantain konserttipäivästä! Viitattu 8.5.2019. <https://www.ess.fi/uutiset/paijathame/art2480330>.
- Etelä-Suomen Sanomat 2019. Parhaat palat nuorten MM-hiihdoista Lahdessa – katso laaja kuvagalleria! Viitattu 8.5.2019. <https://www.ess.fi/urheilu/hiihtolajit/art2515480>.
- Etelä-Suomen Sanomat 2019b. Miksi Mukkulan kevyen liikenteen sillalla on työmaa-aidat? Viitattu 8.5.2019. <https://www.ess.fi/uutiset/paijathame/art2518183>.
- Etelä-Suomen Sanomat 2019c. Influenssapotilaat ruuhkauttivat Päijät-Hämeen sisätautiosaston. Viitattu 8.5.2019. <https://www.ess.fi/uutiset/paijathame/art2531574>.
- Etelä-Suomen Sanomat 2019d. Miss Lahti luopuu kruunustaan. Viitattu 8.5.2019. <https://www.ess.fi/uutiset/paijathame/art2537450>.
- Etelä-Suomen Sanomat 2019e. Uutisanalyysi: Riitelevät forssalaiset pelastivat Mika Karin, Lahden kokoomus munasi taas. Viitattu 8.5.2019. <https://www.ess.fi/uutiset/paijathame/art2534188>.
- Etelä-Suomen Sanomat 2019f. Liikehuoneisto paloi Lahden Vuorikadulla – video. Viitattu 8.5.2019. <https://www.ess.fi/uutiset/paijathame/art2532846>.
- Herkman, J. 2014. Lukijakansasta some-kansaksi? Teoksessa Lehtisaari, K. (toim.) Sanomalehti uudessa mediamaisemassa. Helsinki: Taloudellinen tiedotustoimisto TAT, 16–23.
- Jyrkiäinen, J. 2017. Sanomalehdistö. Teoksessa Nordenstreng, K. ja Nieminen, H. (toim.) Suomen mediamaisema. Tampere: Vastapaino, 65–117.
- Keskisuomalainen Oyj. N.d. a. Etelä-Suomen Sanomat. Viitattu 5.2.2019 <https://www.keskisuomalainen.com/fi/konserni/lehdet-ja-sahkoiset-mediat/>.
- Keskisuomalainen Oyj. N.d. b. Historia. Viitattu 6.2.2019 <https://www.keskisuomalainen.com/fi/konserni/historia/>.
- Lehtisaari, K. 2014. Johdanto. Teoksessa Lehtisaari, K. (toim.) Sanomalehti uudessa mediamaisemassa. Helsinki: Taloudellinen tiedotustoimisto TAT, 8–13.
- Media Audit Finland 2018. Levikkitilasto LT2017. Viitattu 6.2.2019 <http://mediaauditfinland.fi/levikit/tilastot/>.
- Media Audit Finland 2019a. 75 % suomalaisista lukee painettua sanomalehteä tai aikakauslehteä joka viikko. Viitattu 10.5.2019. <http://mediaauditfinland.fi/75-suomalaisista-lukee-painettua-sanomalehteä-tai-aikakauslehteä-joka-viikko/>.
- Media Audit Finland 2019b. KMT 2018 lukijamäärät ja kokonaistavoittavuudet. Viitattu 6.3.2019. [http://mediaauditfinland.fi/wp-content/uploads/2019/03/KMT\\_2018\\_lukijamaarat.pdf](http://mediaauditfinland.fi/wp-content/uploads/2019/03/KMT_2018_lukijamaarat.pdf).
- MTV Uutiset 2017. MTV tarjoaa kotimaisille mediataloille ilmaisen videoalustan. Viitattu 7.2.2019 <https://www.mtvuutiset.fi/spotti/mainostaminen/mtv-tuotteet/netti-tv-mainonta/artikkeli/mtv-tarjoaa-kotimaisille-mediataloille-ilmaisen-videoalustan/6635136>.



- Ojala, M. 2018. Puolueettoman journalismin aika on ohi. Poliitikasta-verkkolehti. Viitattu 5.5.2019. <https://politiikasta.fi/puolueettoman-journalismin-aika-on-ohi/>.
- Ramonet, I. 2011. Mediaräjähdyks – Journalismi hajonneen viestinnän aikakaudella. Suom. H. Yli-Tepsa. Helsinki: Into Kustannus.
- Reuters Institute 2018. Reuters Institute Digital News Report 2018. Viitattu 17.5.2019. <http://media.digitalnewsreport.org/wp-content/uploads/2018/06/digital-news-report-2018.pdf>.
- Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. 2006. 7.3.2 Sisällönanalyysi. Viitattu 9.4.2019. [https://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L7\\_3\\_2.html](https://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L7_3_2.html).
- Seitamaa-Hakkarainen, P. 2014. Kvalitatiivinen sisällönanalyysi. Viitattu 3.4.2019. <https://metodix.fi/2014/05/19/seitamaa-hakkarainen-kvalitatiivinen-sisallon-analyysi/>.
- Tilastokeskus 2018a. Painettujen sanomalehtien kokonaislevikki 1985–2017. Viitattu 26.3.2019. [https://pxhopea2.stat.fi/sahkoiset\\_julkaisut/joukkoviestintatilasto/html/suom0001.htm](https://pxhopea2.stat.fi/sahkoiset_julkaisut/joukkoviestintatilasto/html/suom0001.htm).
- Tilastokeskus 2018b. Mediamainonta 1990 & 1995–2017. Viitattu 26.3.2019. [https://pxhopea2.stat.fi/sahkoiset\\_julkaisut/joukkoviestintatilasto/html/suom0000.htm](https://pxhopea2.stat.fi/sahkoiset_julkaisut/joukkoviestintatilasto/html/suom0000.htm).
- Tilastokeskus 2018c. Päivälehtien tuottojakauma 1988–2017. Viitattu 27.3.2019. [https://pxhopea2.stat.fi/sahkoiset\\_julkaisut/joukkoviestintatilasto/html/suom0001.htm](https://pxhopea2.stat.fi/sahkoiset_julkaisut/joukkoviestintatilasto/html/suom0001.htm).
- Tilastokeskus 2018d. Digin ja printin osuudet sanomalehtien nettomyynnistä 2011–2017. Viitattu 27.3.2019. [https://pxhopea2.stat.fi/sahkoiset\\_julkaisut/joukkoviestintatilasto/html/suom0001.htm](https://pxhopea2.stat.fi/sahkoiset_julkaisut/joukkoviestintatilasto/html/suom0001.htm).
- Tilastokeskus 2018e. Liitetaulukko 12. Internetin käyttötarkoitusten yleisyys 2018, %-osuus väestöstä. Viitattu 28.3.2019. [https://www.stat.fi/til/sutivi/2018/sutivi\\_2018\\_2018-12-04\\_tau\\_012\\_fi.html](https://www.stat.fi/til/sutivi/2018/sutivi_2018_2018-12-04_tau_012_fi.html).
- Tilastokeskus 2019a. Internetin käyttö 2002–2018. Viitattu 28.3.2019. [https://pxhopea2.stat.fi/sahkoiset\\_julkaisut/joukkoviestintatilasto/html/suom0000.htm](https://pxhopea2.stat.fi/sahkoiset_julkaisut/joukkoviestintatilasto/html/suom0000.htm).
- Tilastokeskus 2019b. Eräiden laitteiden yleisyys kotitalouksissa 1998–2018. Viitattu 28.3.2019. [https://pxhopea2.stat.fi/sahkoiset\\_julkaisut/joukkoviestintatilasto/html/suom0000.htm](https://pxhopea2.stat.fi/sahkoiset_julkaisut/joukkoviestintatilasto/html/suom0000.htm).
- Uutissuomalainen 2019. Yhteystiedot. Viitattu 7.2.2019 <https://www.uutissuomalainen.fi>.
- Viljakainen, A & Vehmas, K. 2014. Mediateknologioiden kehityssuunnat. Teoksessa Lehtisaari, K. (toim.) Sanomalehti uudessa mediamaisemassa. Helsinki: Taloudellinen tiedotustoimisto TAT, 24–33.
- Wii, Osmo A. & Nordenstreng, K. 2017. Viestintäjärjestelmä. Teoksessa Nordenstreng, K. ja Nieminen, H. (toim.) Suomen mediamaisema. Tampere: Vastapaino, 11–35.

# LIITE 1 ETELÄ-SUOMEN SANOMIEN LUKIJAKYSELY

## Etelä-Suomen Sanomien verkkosivujen (ESS.fi-palvelu) sisältöjä koskeva kysely

Etelä-Suomen Sanomat kehittää jatkuvasti verkkosivujaan, jotta ne palvelisivat lukijoita parhaalla mahdollisella tavalla. Tällä kyselyllä haluamme selvittää, mitä mieltä Etelä-Suomen Sanomien verkkosivujen lukijat ovat ESS.fi-jutuista, sekä kerätä mahdollisia kehitysehdotuksia ja toiveita ESS.fi:ssä tulevaisuudessa julkaistavia juttuja silmällä pitäen.

Kysely on tarkoitettu kaikille ESS.fi-lukijoille, sekä Etelä-Suomen Sanomien tilaajille että ei-tilaajille. Jutuilla tarkoitetaan sekä maksullisia että ilmaisia tekstijuttuja, ellei kysymyksessä toisin mainita. Kysely koskee Etelä-Suomen Sanomien verkossa (ESS.fi:ssä) julkaistuja juttuja.

Kysely on osa Turun ammattikorkeakoulun journalismiopiskelija Sohvi Auvisen verkkojournalismin sisältöjä käsittelevää opinnäytetyötä, jonka toimeksiantaja on Etelä-Suomen Sanomat. Kyselyn tulokset julkaistaan opinnäytetyön yhteydessä loppuvuodesta 2018.

Halutessasi voit jättää yhteystietosi kyselyn lopussa ja osallistua arvontaan. Etelä-Suomen Sanomat arpoo yhteystietonsa jättäneiden kesken kaksi (2) kappaletta 50 euron arvoisia S-ryhmän lahjakortteja. Voittajiin otetaan yhteyttä henkilökohtaisesti. Yhteystietoja ei yhdistetä vastauksiisi, eikä niitä käytetä markkinointiin. Arvontaa varten kerätyt yhteystiedot hävitetään ennen opinnäytetyön julkaisua.

Kysely sulkeutuu keskiviikkona 18.4.2018 klo 23:59.

Lisätietoja kyselystä antaa Sohvi Auvinen (sähköposti: sohvi.auvinen@ess.fi).

Tervetuloa vastaamaan kyselyyn!

### 1. Sukupuoli \*

- Mies  
 Nainen  
 Muu  
 En halua kertoa

### 2. Ikä \*

- 15-17  
 18-25  
 26-35  
 36-45  
 46-55  
 56-65  
 66 tai vanhempi

### 3. Asuinpaikka \*

- Lahti  
 Muu Päijät-Häme  
 Pääkaupunkiseutu  
 Muu Suomi

### 4. Elämäntilanne \*

- Opiskelija  
 Työssäkäyvä  
 Työtön  
 Eläkkeellä  
 Joku muu

Seuraava -->

## Etelä-Suomen Sanomien verkkosivujen (ESS.fi-palvelu) sisältöjä koskeva kysely

### 5. Oletko Etelä-Suomen Sanomien tilaaja? \*

- Kyllä, olen Etelä-Suomen Sanomien tilaaja (digi+printti)
- Kyllä, olen Etelä-Suomen Sanomien digitilaaaja
- En tilaa Etelä-Suomen Sanomia

### 6. Kuinka usein vieraillet Etelä-Suomen Sanomien verkkosivuilla (tästä eteenpäin ESS.fi-palvelu)? \*

- Useita kertoja päivässä
- Kerran päivässä
- Muutamia kertoja viikossa
- Kerran viikossa
- Harvemmin kuin kerran viikossa

### 7. Kuinka kauan yksi vierailusi ESS.fi-palvelussa keskimäärin kestää? \*

- Alle 5 minuuttia
- 5-10 minuuttia
- 10-15 minuuttia
- 15-20 minuuttia
- 20-30 minuuttia
- Yli 30 minuuttia

### 8. Mihin aikaan vuorokaudesta käytät ESS.fi-palvelua (voit valita useamman vaihtoehdon)? \*

- Aamulla (klo 6-9)
- Aamupäivällä (klo 9-11)
- Keskipäivällä (klo 11-13)
- Iltapäivällä (klo 13-18)
- Illalla (klo 18-22)
- Yöllä (22-6)

### 9. Millä välineellä käytät ESS.fi-palvelua eniten? \*

- Pöytäkone
- Tabletti
- Älypuhelin

[<-- Edellinen](#)[Seuraava -->](#)

(Sivu 2 / 6)

## 10. Minkä ESS.fi-palvelun aihepiirien juttuja luet eniten? Voit valita enintään kolme (3) vaihtoehtoa. \*

- Päijät-Häme  
 Kotimaa  
 Talous  
 Kulttuuri ja viihde  
 Urheilu  
 Teemat (ihmiset ja ilmiöt, koti, ruoka, arki, terveys ja hyvinvointi)  
 Mielipiteet

## 11. Minkä ESS.fi-palvelun aihepiirien juttuja luet vähiten? Voit valita enintään kolme (3) vaihtoehtoa. \*

- Päijät-Häme  
 Kotimaa  
 Talous  
 Kulttuuri ja viihde  
 Urheilu  
 Teemat (ihmiset ja ilmiöt, koti, ruoka, arki, terveys ja hyvinvointi)  
 Mielipiteet

## 12. Mitä mieltä olet alla mainittujen aihepiirien juttujen määrästä ESS.fi-palvelussa? \*

	Liian vähän	Sopivasti	Liikaa
Päijät-Häme	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kotimaa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Talous	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kulttuuri ja viihde	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Urheilu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Teemat (ihmiset ja ilmiöt, koti, ruoka, arki, terveys ja hyvinvointi)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mielipiteet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

## 13. Minkä aihepiirien juttuja haluaisit ESS.fi-palveluun enemmän? Voit valita enintään kolme (3) vaihtoehtoa. \*

- Päijät-Häme  
 Kotimaa  
 Talous  
 Kulttuuri ja viihde  
 Urheilu  
 Teemat (ihmiset ja ilmiöt, koti, ruoka, arki, terveys ja hyvinvointi)  
 Mielipiteet  
 Videot  
 Kuvagalleriat  
 Joku muu, mikä?

## 14. Kuinka paljon alla mainitut tekijät vaikuttavat siihen, että juttu on mielestäsi hyvä?

	Ei ollenkaan	Vähän	Jonkun verran	Paljon	Erittäin paljon
Jutun faktat pitävät paikkansa *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jutun valokuvien laatu on hyvä *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jutussa on paljon valokuvia *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jutussa on vähän valokuvia *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jutun tekstiosuus on lyhyt *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jutun tekstiosuus on pitkä *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jutun keskiössä ovat tavalliset ihmiset *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jutun keskiössä ovat julkisuuden henkilöt *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Juttu sisältää asiantuntijatietoa *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Juttu on paikallinen *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Juttuun liittyy video *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Juttuun liittyy grafiikkaa *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Joku muu tekijä, mikä? <input type="text"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

&lt;-- Edellinen

Seuraava --&gt;

## Etelä-Suomen Sanomien verkkosivujen (ESS.fi-palvelu) sisältöjä koskeva kysely

15. Kuinka usein luet ESS.fi-palvelun maksullisia juttuja? \*

- Useita kertoja päivässä
- Kerran päivässä
- Muutaman kerran viikossa
- Kerran viikossa
- Harvemmin kuin kerran viikossa

16. Kuinka kuvailisit maksullisten juttujen määrää ESS.fi-palvelussa? \*


- Liian vähän
- Sopivasti
- Liikaa

17. Minkä aihepiirin maksullisia juttuja haluaisit lukea enemmän ESS.fi-palvelussa? \*

<-- Edellinen

Seuraava -->

(Sivu 4 / 6)



## Etelä-Suomen Sanomien verkkosivujen (ESS.fi-palvelu) sisältöjä koskeva kysely

18. Kuinka tyytyväinen olet ESS.fi-palveluun? Perustele valitsemasi vaihtoehdon jälkeen. \*

- Erittäin tyytyväinen
- Tyytyväinen
- Hiukan pettynyt
- Erittäin pettynyt

19. Kommentteja ja kehitysideoita ESS.fi-palvelulle?

[<-- Edellinen](#)

[Seuraava -->](#)

(Sivu 5 / 6)



## Etelä-Suomen Sanomien verkkosivujen (ESS.fi-palvelu) sisältöjä koskeva kysely

20. Halutessasi voit jättää yhteystietosi ja osallistua arvontaan. Etelä-Suomen Sanomat arpoo kyselyyn osallistuneiden kesken kaksi (2) 50 euron arvoista S-ryhmän lahjakorttia. Yhteystietojasi ei yhdistetä vastauksiisi eikä käytetä markkinointiin. Arvontaan annetut yhteystiedot hävitetään ennen opinnäytetyön julkaisua. Voittajille ilmoitetaan henkilökohtaisesti. Mikäli et halua osallistua arvontaan, voit siirtyä suoraan kyselyn lähettämiseen.

Etunimi	<input type="text"/>
Sukunimi	<input type="text"/>
Puhelinnumero	<input type="text"/>
Sähköposti	<input type="text"/>

(Sivu 6 / 6)