

Pia Kaitasuo

”MIELUIMMIN LUEN PAPERILEHTÄÄ”

Digitaalisen kulttuuri- ja paikallishistoriallisen sisällön kehittäminen yli 65-vuotiaille Kalevan lukijoille.

”MIELUIMMIN LUEN PAPERILEHTEÄ”

Digitaalisen kulttuuri- ja paikallishistoriallisen sisällön kehittäminen yli 65-vuotiaille Kalevan lukijoille.

Pia Kaitasuo
Opinnäytetyö
Kevät 2020
Kulttuurituottamisen ja luovan talouden
tutkinto-ohjelma (YAMK)
Oulun ammattikorkeakoulu

TIIVISTELMÄ

Oulun ammattikorkeakoulu
Kulttuuritutkimuksen ja luovan talouden tutkinto-ohjelma (YAMK)

Tekijä: Pia Kaitasuo

Opinnäytetyön nimi: "Mieluimmin luen paperilehteä". Digitaalisen kulttuuri- ja paikallishistoriallisen sisällön kehittäminen 65+ -ikäisille Kalevan lukijoille.

Työn ohjaaja: Pekka Isomursu

Työn valmistumislukukausi ja -vuosi: Kevät 2020

Sivumäärä: 46+ 4

Tässä opinnäytteessä selvitetään, millaiset kulttuuri- ja lukemistosivujen digitaaliset sisällöt kiinnostavat 65 vuotta täyttäneitä oululaisia sanomalehti Kalevan lukijoita. Tarve kohderyhmään kuuluvien kiinnostuksen kartoittamiseen liittyy mediamurrokseen ja digitalisaatioon, joka siirtää sisällöntuotannon painopisteen verkkolehteen taloudellisista syistä. Näillä tarkoitetaan lehden painatus- ja jakelukulujen kasvua ja yhtä aikaista mainosmarkkinan vähenemistä. 65 vuotta täyttäneiden ikäryhmässä on eniten perinteisen printtimedian käyttäjiä.

Selvitys perustuu kesällä 2019 toteutettuun Webropol-kyselyyn. Aluksi kyselyssä pyrittiin saamaan käsitys vastaajien digitaidoista ja halusta oppia niitä. Tämän jälkeen kysyttiin, millaista kirjallisuutta he lukivat, millaisia konsertti- ja teatteripalveluja he käyttivät ja millaiset paikallishistorialliset aiheet heitä kiinnostivat. Kolmannessa vaiheessa vastaajille annettiin esimerkkejä Kalevan mahdollisista digitaalisista kulttuuri- ja paikallishistoriallisista sisällöistä ja kysyttiin kiinnostusta niihin.

Webropol-kyselyn vastaukset on analysoitu ja tämän perusteella on laadittu joukko toimenpide-ehdotuksia Kalevan kulttuuri- ja lukemistosivujen sisällöntuotantoa varten ajatellen nimenomaan niitä kuluttajia, joilla ei ole vielä kokemuksia digitaalisesta mediasta ja joita näin voitaisiin rohkaista ottamaan uudet palvelut käyttöönsä. Opinnäytteessä pohditaan myös Kalevan roolia digitaalisten tarjoajana yhteisössään.

Asiasanat: digitalisaatio, ikääntyneet, media, sisällöntuotanto.

ABSTRACT

Oulu University of Applied Sciences
Degree programme in Cultural Production and Creative Industries (Master)

Author: Pia Kaitasuo

Title of thesis: "I'd most preferably read the paper". Developing digital cultural and local history content for 65+ readers of Kaleva.

Supervisor: Pekka Isomursu

Term and year when the thesis was submitted: Spring 2020 Number of pages: 46+4

The purpose of this thesis is to examine what kind of digital culture and feature contents interest the over 65-year-old readers of Kaleva who live in Oulu. The need for this is based on the evolution in media and digitalization where the focus of creating content is moving from print to web services due to the huge growth of the printing and delivery costs and the withdrawal of marketing. The majority of the age group in question, over 65, have not yet embraced the digital Kaleva.

This research was made in summer 2019 by using the Webropol-survey. Firstly, the questionnaire focused on respondents' digital skills and their interest in learning them more. The second set of questions addressed literature, theatre and concerts and the respondents' use of those as well as what types of subjects on local history they found interesting. Thirdly, they were given examples on what sort of digital content Kaleva might provide and they were asked to evaluate them.

The inquiry has been analyzed and a set of suggestions for content creation in Kaleva is given based on the answers. These proposals were formed taken into account the subscribers of Kaleva who lack digital skills and might feel encouraged to learn and then put the new skills into use. Concurrently, the thesis also reflects the role of Kaleva as a provider of digital skills in its community.

Keywords: aged person, content creation, digitalization, media.

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	6
2	KYSELYN TAUSTA	13
2.1	Kyselyn laatiminen.....	13
2.2	Kyselyn toteuttaminen	14
3	KYSELYN TULOSTEN ANALYYSI.....	17
3.1	Vastaajien taustatiedot	17
3.2	Vastaajien mediaseuranta	17
3.3	Vastaajat ja kirjallisuus	20
3.4	Vastaajien kiinnostus teatteriesityksiin ja konsertteihin	24
3.5	Vastaajien kiinnostus verkossa tarjottaviin kulttuuriaiheisiin	26
3.6	Vastaajien kiinnostus verkossa tarjottaviin paikallishistoriallisiin aiheisiin	29
3.7	Vastaajien antama palaute kyselyyn	32
4	EHDOTUKSIA KALEVAN SISÄLLÖNTUOTANTOON	34
4.1	Verkkomedian seuraamisen mahdollistaminen	34
4.2	Sisällöntuotannon mahdollisuudet	36
4.2.1	Suoratoisto	36
4.2.2	Interaktiiviset sisällöt	38
4.2.3	Paikallista identiteettiä vahvistavat sisällöt.....	40
5	PÄÄTÄNTÖ.....	44
	LÄHDELUETTELO.....	46
	LIITTEET	47

1 JOHDANTO

Kun aloitin urani lehtityössä Kalevan kulttuuritoimituksen avustajana tammikuussa 1993, tulin maailmaan, jota säänteli tiukka kolmikanta. Avustajan tuli naputtaa juttunsa valmiiksi painetulle kaavakkeelle, jonka toimittaja antoi ns. tekstinkirjoittajalle. Tämä kirjoitti jutun lehden toimitusjärjestelmään, josta taittaja vei sen sivulle, joka sitten painettiin. Tietokoneiden yleistyttyä avustajat toimittivat jutut printattuina, ja sähköpostinkin tultua kaikkien ulottuville tekstinkirjoittajat olivat edelleen jutun järjestelmään saattajina nyt toimituksessa tulostettujen dokumenttien kautta. Ei tullut kuuloonkaan, että toimittaja olisi ottanut jutun sähköpostista ja itse tehnyt siitä toimitusjärjestelmään tekstiversion. Kolmikanta oli vahva. Kirjoittajan tehtävänä oli vain kirjoittaa.

Neljännesvuosisata myöhemmin postin toimittaman kirjeen saapuminen toimitukseen on harvinaista. Julkaistavaksi tarkoitettua materiaalia saapuu sähköpostitse päivittäin valtava määrä. Uutisvihjeitä annetaan Kalevan verkkolehden välityksellä, samoin palvelimelle toimitetaan valokuvia ns. lukijamateriaalina. Mielpidesivun, kalevalaisittain Lukijan sivun, toimittaja saa käsiteltäväkseen joka päivä kymmeniä tekstiviestejä.

Edellä tuli todettua oleellinen: tekniikka on tänään tyystin toinen samaten toimituksen hierarkia. Kuka tahansa toimittajista on saanut opetella materiaalin julkaisemisen vaiheet – oli kyse printti- tai verkkolehdestä – ja kullakin on periaatteessa velvollisuus osata se, mitä nykyinen Kalevan tekeminen edellyttää. Tekniikka on se, joka pitkälti määrittää myös tekemisen (so. kirjoittamisen) rytmiä, sillä siinä kun toimittaja ennen kirjoitti juttunsa, nyt sen on oltava muodoltaan – siis sisältönsä osilta – tarkalleen tietynlainen ja se on jonkun muun ennalta määrittelemä. Jutusta on myös tehtävä omat, osin erilliset versionsa printtilehteen ja verkkoon. Juttua myös suunnitellaan tarkoin jo ennen kirjoittamista. Toimitustyö perustuu hyvin pitkälliseen ennakointiin, joka mahdollistaa toimitustekniikan mahdollisimman tehokkaan hyödyntämisen.

Tekniikan ohella toinen oleellinen muutos on tapahtunut lehden tekijöiden suhteessa lukijoihin. Tiivistettynä voisi todeta, että enää lehden sisältöä ei säätele niinkään se, mitä tekijät pitävät tärkeänä – esimerkiksi hyvänä ja laadukkaana musiikkina – vaan se, mikä kiinnostaa lukijoita. Jotta lehdellä olisi lukijansa ja tilaajansa, on luotu monenlaisia mittareita lukijatyytyväisyyden mittaamiseen ja sen selvittämiseen, mikä heitä kiinnostaisi. Käytännössä nopeimmin tämä tulee

ilmi suorana palautteena, jota lukijat ovat tänä älytekniikan aikakautena oppineet antamaan. Tosin sitä ei voi pitää ihan objektiivisena totuutena.

Mielestäni tärkeää on, että viestintävälineellä on tiivis ja mahdollisimman suora yhteys lukijaan eli asiakkaaseen. Tätä tähdennän siksi, että toimitukset koostuvat subjekteista, joilla on omat mieltymyksensä. Heitä aktiivisimmin lähestyvät toiset subjektit, joilla on tietty agenda. Tästä yhteydestä muodostuu tietynlainen valhetodellisuus, kupla, joka on vaarallinen median toiminnan ja olemassaolon kannalta. Tämän tähden on ns. lähdettävä ulos: oltava mukana tapahtumissa – ja nimenomaan median tiedonvälitystehtävä etunenässä – ja haettava koko ajan mahdollisuuksia kontaktiin lukijakunnan kanssa eikä vain jossain määrätyssä paikassa tai tilanteessa, vaan kontaktin on voitava muodostua sellaisessa tilanteessa, jonka asiakas saa itse valita. Tällaisilla keinoilla lukijalle muodostuu käsitys omasta merkityksestä ja hän on kiinnostunut säilyttämään asiakassuhteensa mediaan.

Lukijat ovat yhä vahvemmin mukana sisältöjen tuottamisessa. Koen toimittajana, että minun on entistä tarkemmin mietittävä, millaisiin aiheisiin he paitsi tuntevat kiinnostusta myös innostavat muita. Mitkä ovat ne teemat, joilla sitoutan heidät Kalevaan ja mitkä ovat niitä tahoja, joiden kanssa minun on hyvä tehdä yhteistyötä tätä kiinnostusta lisätäkseni. Tästä kaikesta tulee entistä tärkeämpää, kun median tekemisen painopiste siirtyy printistä verkkoon. Verkossa lukijan ja tekijän suhteesta voi tulla ihan jotain muuta kuin mihin perinteisessä journalismissa on totuttu. Mielestäni interaktiivisilla sisällöillä on tulevaisuudessa suuri merkitys nimenomaan sisällön monipuolistamisen ja laadun suhteen.

Lukijan, yksilön merkitys tuli selkeästi esille Turun yliopiston Tulevaisuuden tutkimuskeskuksen MEDEIA-tutkimushankkeessa (Median uudet roolit ja tehtävät digitaalisessa merkitysyhteiskunnassa), jossa haettiin median ns. heikkoja signaaleja eli merkkejä vuoteen 2030 mennessä mahdollisesti vahvistuvista kehityskuluista ja ilmiöistä. Hankkeen taustalla oli huoli kaupallisen median asemasta, mutta myös ajatus median uusista tehtävistä ja rooleista muuttuvassa yhteiskunnassa. Konteksteiksi asetettiin merkitysyhteiskunnan ja ekosysteemisen yhteiskunnan käsitteet. Ensiksi mainitulla tarkoitetaan yksilöiden identiteettien rakentumista erityisesti mediasisältöjen varaan, jolloin yksilöt nähdään eräänlaisina median portinvartijoina: esimerkiksi sillä mitä sisältöjä he jakavat sosiaalisessa mediassa, on suuri merkitys. Se on identiteetin osoittamista. Ekosysteemisyyks liittyy osin edelliseen, sillä siinä on kyse keskenään

jakamisesta ja entistä avoimemmasta yhteistyöstä yritysten, organisaatioiden ja yksilöiden kesken. (KUDOS 2015, 5–6)

Lukijan merkityksen korostuessa toimittajan tehtävä on toinen, jonkinlainen kanssakulkija enemmän kuin kasvoton ja auktoriteettina esiintyvä. KUDOS nimesi uudenlaisen journalismin hypertekstuaaliseksi – kun ekosysteemissä tietoa jaetaan ja sisällöt sulautuvat toisiinsa ollen viittauksia muihin sisältöihin – ja toimittajan työn se katsoi tulevaisuudessa olevan informaatiomassojen seulomista, koostamista ja jalostamista. Suurin osa tästä olisi mediayhteisöjen tuottamaa. Hyperlinkittyneen journalismin tehtävä näin ollen olisi luoda uusia yhteyksiä toimijoiden, ilmiöiden ja tapahtumien välille. Journalisti olisi informaatioammattilainen, jolta odotettaisiin taitoa, kriittisyyttä, objektiivisuutta ja selkeää ilmaisua. (2015, 6–7.) Mielestäni tuo on toimittajan työn ydintä jo nyt ja on ollut pitkään.

Uudenlainen media vaatii kuitenkin tekijöiltään toisenlaista teknistä osaamista, ja ylipäänsä uskallusta yrittämiseen hallita sitä, kuin perinteinen lehtijournalismi. Alalle tuleva sukupolvi on ihan erilaisessa asemassa: heille tietotekniikka on jotakin, jonka kanssa he ovat olleet tekemisissä jo lapsuudesta. Suurelle osalle oman ikäpolveni toimittajia tietotekniikka on sellaista, jonka kanssa toimiminen on selviytymistä, ja parhaiten tässä murroksessa ovat pärjänneet ne, joilla on harrastuneisuutta alaan.

Lukeudun niihin, jotka ovat kokeneet alati muuttuvat järjestelmät stressaavana ja varsinaista työtä, kirjoittamista ja luovaa prosessia, hankaloittavana. Tämä johtuu siitä, että tietotekniikkaan perehdyttämiseni ei ollut onnistunut enkä liioin ollut kovin motivoitunut oppiakseni. Media-ala on kuitenkin tullut tilanteeseen, jossa sen tekijöiden, meidän yksittäisten toimittajienkin, on hallittava sen uudet muodot. Ainakin ymmärrettävä, miten ne toimivat, jos haluaa toimia työssään. Tämän tajuttuani olen halunnut ottaa uutta tekniikkaa haltuun, kehittää itseäni – tullut muun muassa opiskelemaan alan ylempää ammattikorkeakoulututkintoa – ja olla muutoksessa myötä enkä vastaan kuten monesti olen ollut. Olen opettanut itseäni katsomaan muutosta toisin, miettimään, mitä kaikkea se mahdollistaa minulle tekijänä ja ennen kaikkea mitä se mahdollistaa lukijalle, käyttäjälle, asiakkaalle.

Uusi media on demokraattinen. Verkossa tapahtuva viestintä on käyttäjänsä ulottuvilla käytännössä missä tahansa ja milloin tahansa. Demokratiaa on myös se, että verkkoviestinnän muodot mahdollistavat uutisiin tai lukemistomateriaaleihin (esimerkiksi reportaasit,

henkilöhaastattelut, kulttuurikritiikki) pääsyn niillekin, jotka eivät syystä tai toisesta ole kykeneviä lukemaan tekstiä. Printtimedia koostuu pääosin tekstistä ja kuvista. Jälkimmäisetkään eivät välttämättä ole täysin tulkittavissa, mutta esimerkiksi verkossa toteutettava juonnettu kuvagalleria mahdollistaa kuvallisen tiedon välittämisen. Teksti taas voidaan lukea äänitiedostoksi. Videon avulla voidaan havainnollistaa sellaistaakin, joka saattaisi olla tekstin tai graafisen esityksen kautta jostain syystä tietoa tarvitsevalle vaikeasti ymmärrettävää.

Jos tietotekniikan omaksuminen on ollut haasteellista 1960-luvulla syntyneelle, on se sitä isompi ponnistus häntä vanhemmalle ikäpolvelle. He kuitenkin ovat juuri niitä uskollisia lukijoita, jotka halutaan pitää asiakkaina, ja jotka hyötyisivät verkkomedian uudenlaisesta annista. Minulle on muodostunut käsitys, että tietotekniikkaa ei uskalleta ottaa haltuun, koska perinteisessä printtimediassa pysyttelevät eivät koe verkkomedian tarjontaa niin kiinnostavaksi, jotta he yrittäisivät päästä siihen kiinni. Verratkaamme tätä alle kouluikäisiin: he oppivat nopeasti ohjelmien ja laitteiden käytön, koska heille on tarjolla juuri heille suunniteltuja, motivoivia sisältöjä. Jos pähkäilemme, miten saada tietotekniikkaa huonosti tunteva ikäpolvi sen käyttäjiksi – eikä heillä ole vaihtoehtoja julkisten palvelujen ja pankkitoiminnan siirryttyä nettipohjaisiksi – on noudatettava samaa metodologia kuin lasten kanssa.

Tätä ryhdyin pohtimaan jo ennen opinnäytetyötäni, kun alkuvuodesta 2019 Tittamari Marttisen kanssa toteutetussa Palvelumuotoilun opintojakson harjoitustehtävässä Kulttuuri vetää verkkoon loimme palvelupolun yli 50-vuotiaille Kaleva.fi-verkkosivuston lukijoille. Tehtävä rajattiin koskemaan kiinnostusta kirjallisuusaiheisiin. Saatujen tulosten perusteella laadittiin useita erilaisia juttutyyppisiä käsittelevä materiaali. Tästä tehtävästä saatu palaute ja sen synnyttämät uudet ideat rohkaisivat minua laajentamaan aihepiiriä nyt käsillä olevassa opinnäytetyössä muihinkin kulttuuriaiheisiin mutta myös paikallishistoriallisiin aiheisiin. Sen sijaan katsoin aiheelliseksi rajata kyselyn ikäryhmää aiemman harjoitustehtävän 50 vuotta täyttäneistä 65 vuotta täyttäneisiin, joista nuorimmatkin yleensä ovat jo pois työelämästä, jolloin heidän ajankäyttönsä mahdollistaa toisenlaiset kiinnostuksen kohteet ja median käytön voi ajatella olevan työikäisistä poikkeavaa. Toisaalta kyselyn ikähaitarin nuoremmissa päässä olevat ovat hyvin todennäköisesti olleet tietotekniikan kanssa tekemisissä työuransa aikana ja siten heillä ei ole sellaista kynnystä kokeilla digitaalisen median eri muotoja kuin vanhemmilla henkilöillä.

Väestötilastojen mukaan Suomessa oli vuoden 2018 viimeisenä päivänä 5 517 919 henkilöä, joista 21,8 prosenttia oli täyttänyt 65 vuotta. Näistä 56 prosenttia oli naisia ja heistä suuri osa asuu yksin.

Sanna Kivimäki Tampereen yliopiston Tutkimuskeskus Cometista on tilastoihin nojaten todennut, että kun elinikäennuste oletettavasti nousee entisestään, mediamaailmaa ihmettelee tulevaisuudessa yhä useammin iäkäs, valtaväestöön kuuluva, yksin elävä nainen ja todennäköisesti hänen mediatajunsaa on ihan toisenlaisesta maailmasta kuin missä tuolloin eletään (2017, 62).

65 vuotta täyttäneiden verkkokäyttäytyminen ei ole kovinkaan kiinnostanut tutkijoita Suomessa tai ulkomailla, aineistohaku osoitti. Aiheesta on lähinnä kirjoitettu uutisartikkeleita ja kolumneja. Moni tarjolla olleista tutkimuksista oli rajattava ulos senkin tähden, että niiden lähtötilanne oli tyystin toinen: mediamaailma on harpannut eteenpäin todella pitkin askelin. Niinpä saatavilla ei ole mihin tämän opinnäytteen kyselyn tuloksia voisi verrata. Kivimäki puuttuu artikkelissaan samaan ja näkee mediatutkimuksen tuottavan täten ikäsyrijintää ja kannattelevan nuoruutta ihannoivaa kulttuuria (2017, 65). Erityisen tuomittavana käytäntönä – ikäsyrijivänä ja seksistisenä – hän pitää imaginaarista Pihtiputaan mummo -hahmoa, jota toimittajat ovat sitkeästi pitäneet asioiden ilmaisemisen selkeyden mittarina siitä huolimatta, että nykyiset ”mummot” ovat korkeammin koulutettuja ja osallistuvat laajalla rintamalla yhteiskuntaan ja kulttuuriin (2017, 66).

Mediatutkimuksen kantaa voi ihmetellä, sillä 65 vuotta täyttäneet eivät ole mikään pikkutekijä median kuluttajina. Medialiiton ekonomisti Elias Erämaja totesi Tilastokeskuksen kuluttajatilastoihin perustavassa artikkelissaan, että ainoa kuluttajaryhmä, joka talouskasvusta huolimatta ei ole muuttanut aktiivista suhdettaan aikakaus- ja sanomalehtiin, ovat eläkeläiset ja ikäihmiset. Eläkeläiset olivat kulutusyksikköä kohden tarkasteltuna suurin kuluttajaryhmä niin sanoma- ja aikakauslehtien kuin myös kirjojen kuluttajina. (Erämaja 2018. Viitattu 30.10.2019.)

Ikäryhmittäin tarkasteltuna sanoma- ja aikakauslehtien kulutus noudattaa selkeää kaavaa. Mitä iäkkäämpi olet, sitä enemmän kulutat. Ilmiö selittyy sillä, että ikäihmiset suosivat printtiä, eikä sosiaalisen median tarjonta tai maksuton nettiuutisvirta kilpaile samalla tavalla heidän ajankäytöstään. Iäkkäämmissä ryhmissä kulutus ei siten ole tällä vuosituhannella pudonnut. (Erämaja 2018.)

Samanaikaisesti sanomalehtien digitulot olivat kasvamassa ja useassa mediayhtiössä tämä oli ollut seurausta uudenlaisten digipalveluiden tuomisesta kuluttajille tarjolle (ibid.). Tämän valossa opinnäytteeni aihe on hyvinkin ajankohtainen. Media-alan tutkimussäätiön rahoittaman Oxfordin yliopiston Reuters-instituutin vuoden 2019 Uutismedia verkossa -raportti osoitti uutismedian

seuraamisen vähentyneen voimakkaasti paitsi perinteisen median osalta myös verkon osalta (2019, 6–9). 65 vuotta täyttäneiden pääasiallinen uutislähde oli tutkittavan ajanjakson (edellinen viikko) aikana ollut televisio: 49 prosenttia ikäryhmästä ilmoitti saaneensa uutisensa sen välityksellä. Seuraavaksi eniten nämä seurasivat verkkoa, johon laskettiin kuuluviksi niin blogit kuin sosiaalinen media, ja tämä osuus oli 65 vuotta täyttäneiden kohdalla 28 prosenttia. Painettujen lehtien osuus oli niinkin vähäinen kuin 16 prosenttia. (ibid, 8, 11.) Sen sijaan tutkimuksen vanhin ikäluokka osoittautui sinänsä uutisiin suhtautumisessa myönteisimminkin: he eivät kokeneet uutisia uuvuttaviksi eivätkä vältelleet niitä siinä missä nuoremmat. He myös kokivat tiedotusvälineiden seuraamisen pitävän heitä ajan tasalla ja auttavan uutisten ymmärtämisessä. (ibid. 14–17.)

Uutismedia koettiin siis edelleen merkitykselliseksi, Reuters-instituutin raportti osoittaa, mutta sisältöä on haettava myös muualta, laajemmin, jotta media kiinnostaa ikääntyvää kuluttajaa myös tulevaisuudessa. Tähän opinnäytteeseen laatimassani kyselyssä pyrin sen tähden selvittämään, millaisia kulttuurisia kiinnostuksen kohteita vastaajilla on ja miten aktiivisesti he osallistuvat eri tapahtumiin. Paikallishistoriallisen sisällön mahdollisuuksien selvittämiseksi laadin kyselyyn neljä esimerkkiteemaa, joiden kiinnostavuutta kysyin. Opinnäytteen neljännessä luvussa esitän näihin tuloksiin liittyen suunnitelmia Kaleva.fi-sivuston sisällöntuotantoon.

Mediasisältöjen määrän suuri kasvu asettaa kuluttajan, lukijan, ratkaisevaan asemaan. Heidän valintansa ohjaavat suoraan mediatyhtiöiden toimintaa, sillä mainostajilla on useamman yhtäaikaisen kanavan kautta mahdollisuus saada viestinsä kuluttajalle tehokkaammin kuin perinteisessä printtaviestinnässä. Tulevaisuuden turvaamisessa mediatyhtiöiden on monipuolistuttava ja erikoistuttava. (Viljakainen & Vehmas 2014, 24–25.) Tätä ajatusta mukaillen yritän opinnäytetyössäni havainnollistaa tämän erityisesti paikallisen materiaalin osalta. Paikallislehdellä on etulyöntiasema tuoda tarjolle sisältöä, josta valtakunnallinen tai kansainvälinen media kykenee tarjoamaan vain häivähdyksiä.

Grönlund huomauttaa, että digitalisoitumisen ehdottomia vahvuuksia ovat sisältöjen räätälöiminen ja onnistunut kohdentaminen. Yleisö kuitenkin on samanaikaisesti pirstaloitunut massayleisöstä suureksi joukoksi pienempiä. Tämä on tyrehtyttänyt tulovirtoja ja saanut mediatatlot hakeutumaan uudenlaiseen sisällöntuotannolliseen yhteistyöhön. Tästä huolimatta digitaalisten palveluiden ei ole silti onnistunut korvata perinteisen paperilehden tuottoja. (2014, 34–35,42). On selvää, että digipalvelut eivät ole kyenneet synnyttämään tulovirtoja. Sen tähden mediataloissa on oltava rohkeutta ottaa käyttöön uudenlaiset työtavat ja uudenlaiset median muodot. Sisällöntuotannossa

on kuunneltava yleisöä, sitä pienintäkin joukkoa, ja pantava alulle prosesseja, jotka ovat valmiit toteutettaviksi.

2 KYSELYN TAUSTA

2.1 Kyselyn laatiminen

Opinnäytteen kyselyn pohjaksi otin palvelumuotoilun opintojakson harjoitustyössä käytetyt kysymykset, jotka olin laatinut yhteistyössä kurssitoverini Tittamari Marttisen kanssa. Saatoin käyttää joitakin samoja, hyviksi havaitsemiani, mutta laadin myös useita uusia, sillä laajensin näkökulmaa pelkistä kulttuurin aihealueesta paikallisiin aiheisiin. Aiemmassa kyselyssä pyrimme kysymään tiiviisti, sillä kysely toteutettiin pääosin puhelinhaastatteluina. Nyt tietoa haluttiin enemmän, joten osaan kysymyksistä oli mahdollisuus kommentoida tai niiden vastaus oli ns. avoin.

Kulttuuriaiheisten kysymysten laatimisessa oli tärkeää tehdä ero eri tavoin toteutettavien kulttuuriharrastusten välille. Tarkoitin tällä sitä, että osan harrastaminen tapahtuu kotona, ja myös yksin, ja osa edellyttää lähtemistä kotoa johonkin tiettyyn kohteeseen, jossa ko. kulttuuria on tarjolla. Näin ollen kyselyssä erotettiin kirjallisuuskysymykset omaksi kokonaisuudekseen (alaluku 3.3 eli kysymykset 10–19) ja teatteri ja konsertti -kysymykset omakseen (alaluku 3.4 eli kysymykset 20–22).

Lisäksi vastaajille annettiin kulttuurista muutamia esimerkkiaiheita, joihin oli nimetty niiden toteuttamismuodot – siis jotkin seuraavista: teksti, video, kuvagalleria ja äänitiedosto. Tämän toivottiin antavan käsityksen siitä, miten erilaisiin digimateriaaleihin suhtaudutaan, mutta myös siitä miten sisällöntuotannossa kannattaa miettiä niiden käytettävyyttä. Jos toteuttamismuoto ei kiinnosta, on pohdittava realistisesti, kannattaako niiden tuottamiseen käytetty aika ja vaiva. Toisaalta, jos näitä muotoja kokeillaan, voidaan toivoa löytyvän viisautta tuottaa aluksi sellaisia sisältöjä, jotka koetaan niin kiinnostaviksi, että niihin halutaan tutustua.

Paikalliset aiheet toteutetaan lukemistomateriaalina paljolti ns. feature-tyyppisinä reportaaseina. Niissä toimittaja ja kuvaaja käyvät kohteessa ja raportoivat sieltä. Toinen yleinen tapa on tarjota lukijalle historiallinen näkökulma aiheeseen, jolloin jutun lähdemateriaalina ovat esimerkiksi aiemmin julkaistut aihetta käsittelevät jutut ja kuvat sekä aihetta koskeva muu kirjallinen aineisto. Sekin on mahdollista, että juttua täydennetään muistitiedolla haastattelemalla esimerkiksi ko. paikalla asunutta tai työskennellyttä tai tapahtumaan osallisena ollutta henkilöä.

Paikallisilla aiheilla tarkoitan laajempaa aluetta kuin Oulua ja Oulun seutua, jotka ovat printtimuotoisen Kalevan ydinlevikkialuetta. Ensiksi, verkkolehden potentiaalinen lukijakunta on ydinlevikkialuetta laajempi. Toiseksi, sisällön suunnittelussa, eritoten suuren paikallisen median, on otettava huomioon käyttäjien tausta – ja varsinkin kun sisällön tarjontaa kohdennetaan 65 vuotta täyttäneille.

Tarkoitan tällä sitä, että Oulun kaltaisessa kasvukeskuksessa suurella osalla median käyttäjistä on Ouluun muuttajan -suhde. Maakunnasta muuttaneita kiinnostaa se, mitä tapahtuu kotiseudulla – tai mitä on joskus tapahtunut – erityisen tärkeäksi tällaiset aiheet olen kaksikymmentä vuotta kestäneen Kaleva-urani aikana nähnyt olevan vanhemmalle lukijakunnalle. Tähän opinnäytteen kyselyyn osallistuneiden joukossa oli, sen mitä heitä muutoin tunnen, aika monia, joiden juuret ovat muualla kuin lähiseudulla tai itse Oulussa.

Niinpä päätin suunnitella ns. juttusarjan, joka olisi rakenteeltaan sellainen, joka voidaan toteuttaa samalla tavoin eri paikkakunnilla tai seuduilla. Sen tulisi olla myös sellainen, että se olisi kiinnostava myös niille, joilla ei ole henkilökohtaista suhdetta kohteeseen, joka on jutun aiheena. Esittelen näitä aiheita tarkemmin opinnäytteen neljännessä luvussa.

2.2 Kyselyn toteuttaminen

Tutkimusongelmani selvittämiseen tarvittavan Webropol-kyselyn laadin toukokuussa 2019 ja lähetin vastaanottajille, joita oli kaikkiaan 26, kesäkuun alussa. Kyselyyn vastasi kuukauden aikana 21 henkilöä.

Vaikka opinnäytteeni liittyy kiinteästi päivätyöhöni, en halunnut kuitenkaan lähteä rekrytoimaan kyselyyn osallistujia Kalevan kautta esimerkiksi julkaisemalla asiaa koskeva pyyntö lehdessä. Tähän olisi toimituksessa todennäköisesti suostuttu, mutta päätin pitäytyä itsenäisessä työskentelyssä. Tätä perustelen sillä, että halusin välttää vastaajille kenties syntyviä käsityksiä heidän antamiensa vastausten käyttämisestä Kaleva Median markkinointiin. Tämän asian toin ilmi myös Webropol-kyselyn saatekirjeessä.

Mahdollisia tutkimukseen osallistuvia pohtiessani saatoin ottaa yhteyttä uudelleen henkilöihin, jotka olivat olleet palvelumuotoilun opintojakson harjoitustehtävän kohteena. Palvelumuotoilun kyselyn materiaali saatiin enimmäkseen suullisesti puhelimen välityksellä. Muutamat, itse asiassa nuorimmat vastaajista, saivat kysymykset sähköpostitse, sillä saatoimme luottaa siihen, että he ymmärtävät, miten avoimena sähköpostiviestinä lähetetty kysely saatettiin lähettää takaisin vastauksineen. Haastattelutapa oli sinänsä hyvin antoisa, mutta se vei aikaa, sillä hyvin moni osallistuneista halusi keskustella esitettyjen kysymysten aiheista laajemmin. Tämän tähden katsoin parhaaksi lähestyä opinnäytteen haastateltavia tarkoin laaditun kyselyn avulla, mihin Webropol soveltui mainiosti.

Olin kysynyt kultakin haastateltavalta (yhdeksän henkilöä) haastattelun lopuksi, oliko tämä halukas osallistumaan mahdolliseen toiseen, laajempaan kyselyyn. Suurin osa oli, ja heistä karsiutuivat pois vain ne, jotka eivät kuuluneet opinnäytteen kyselyn ikäryhmään. Näet, palvelumuotoilun harjoitustyön kyselyssä vastaajat olivat vähintään 50-vuotiaita, kun opinnäytteessä katsoin parhaimmaksi rajata ikäryhmää eläkeikäisiin (65 vuotta täyttäneet) henkilöihin.

Tiesin tarvitsevani kyselyyn suuremman joukon kuin mitä minulla jo oli. Niinpä mietin, miten tavoittaisin laajemman ryhmän 65 vuotta täyttäneitä, potentiaalisia Kalevan lukijoita. Olen toimittajantyöni puitteissa tehnyt useaan otteeseen juttua Oulun seudulla toimivien yhdistysten kanssa kuin myös henkilöiden, jotka ovat aktiiveja yhdistysihmisiä. 65 vuotta täyttäneistä vanhoista tuttavuuksista monet toimivat eri puolueiden eläkejärjestöissä.

Pohdin siis näiden soveltuvuutta kyselyn kohteiksi. Otin ensisijaisesti huomioon sen, millä eläkejärjestöistä olisi luontaisesti kiinnostusta niihin kulttuurimateriaaleihin, joita kyselyssäni käsittelisin. Paikallisuuteen liittyvien aiheiden arvelin kiinnostavan yhtä lailla, olivat kyselyyn osallistujat sitten vasemmiston tai oikeiston eläkejärjestöjen jäseniä.

Tällä kulttuurimateriaalien kiinnostavuuden perusteella päätin ottaa yhteyttä Eläkeliittoon, joka on Suomen keskustan eläkejärjestö. Eläkeliiton Oulun-yhdistyksellä on harrastusryhmiä, joiden teemat liittyvät kulttuuriin, muun muassa kirjallisuuspiiri ja yhteislauluryhmä ja he tekevät vuosittain useita teatteri- ja konserttiretkiä.

Ihan yksinkertaista kontaktin saaminen eläkeliittolaisiin ei ollut. Pyyntöni saada välittää viestiä kyselystä torjuttiin, koska sen katsottiin olevan jostain syystä sopimatonta. Tein toisen pyynnön,

jossa esitin voivani tulla viikkokokoukseen kertomaan, mistä kyselyssä on kyse. Tähän ei suoralta kädeltä suostuttu, vaan pyyntö alistettiin harvoin kokoontuvan hallituksen päätettäväksi. Lupa myönnettiin viimein ja minulle annettiin viidentoista minuutin mittainen puheenvuoro kuukauden päähän.

Niinpä menin paikalle – kahden palveluitaan mainostaneen yrittäjän puheenvuorojen perään – ja selitin mahdollisimman rauhallisesti ja selkeästi tarpeeni, ja korostaen kyselyn erillisyyttä Kalevasta, ja sain tusinan verran henkilöitä antamaan yhteystietonsa. Osa teki sen innoissaan, muutama toisten innostamana.

On syytä mainita sekin, että kaksitoista minuuttia kestänyt puheenvuoroni herätti varmaankin yhtä paljon ärtymystä kuin innostusta. Se nostatti jopa aggressioita joissakin paikalla olleissa. Nämä reaktiot liittyivät siihen, millä välineellä kysely tehtäisiin. Ei kyselyyn sinänsä, ymmärsin. “Me ei kuule kaikki haluta sitä internettiä käyttää”, eräskin naishenkilö kommentoi äänekkäästi kasvot parikymmentä senttiä minun kasvoistani.

Kohtaamani käytös ja sen pohtiminen on vahvistanut käsitystäni siitä, että digitaalisen median markkinoinnissa henkilöille, joille sen ottaminen käyttöön on jo sinänsä hankalaa, jopa vastenmielistä, on mietittävä erityisiä toimia ja ihan omanlaistaan neuvontaa. Pelkkien kiinnostavien materiaalien tarjoaminen ei riitä porkkanaksi. Niitä on tarjottava siten, että jo alun alkaen annetaan varmuus toimintamutojen helposta käytöstä sekä siihen annettavista riittävän selkeistä ohjeista.

3 KYSELYN TULOSTEN ANALYYSI

3.1 Vastaajien taustatiedot

Kysely lähetettiin kesäkuun 5. päivänä vuonna 2019 26 suostumuksensa antaneelle henkilölle. Heinäkuun loppuun mennessä vastauksia oli tullut 19. Vastaajista 11 oli naisia ja kahdeksan miehiä. Nuorin kyselyyn vastannut oli 65-vuotias ja vanhin 84 vastaajien keski-ikä ollessa 72 vuotta.

Kaikilla suostumuksensa antaneilla oli valmiiksi sähköpostiosoite, joten saattoi olettaa, että vastaajilla oli riittävästi kokemusta tietotekniikasta selvitäkseen kyselyn teknisestä puolesta. Annoin suullisen lupauksen avusta niin Eläkeliiton informaatiotilaisuudessa kuin kullekin jo edellisessä kyselyssä mukana olleelle, joihin olin nyt puhelimitse yhteydessä. Tämän lisäksi kyselyn saatteessa oli kehoitus olla yhteydessä, mikäli epäselvyyttä ilmeni. Kaksi vastaajista oli yhteydessä puhelimitse: toinen ei ymmärtänyt linkin sisältänyttä sähköpostiviestiä lukiessaan, missä linkki kyselyyn oli. Toisella oli yhteysongelma, minkä takia linkki ei ensin meinannut avautua.

3.2 Vastaajien mediaseuranta

Vastaajien mediaseuranta koskevilla kysymyksillä (kysymykset 3–9) haluttiin kartoittaa, mitä tiedotusvälineitä he seuraavat ja erityisesti, miten he lukevat sanomalehtensä. Verkkolehtiä lukevilta kysyttiin heidän käytössään olevista laitteista, ja niiltä, jotka eivät lue, kysyttiin, miksi näin on.

Koska tutkimusongelmassa pohditaan nimenomaan erilaisten digimateriaalien tarjonnan laajentamista ikäryhmälle yli 65-vuotiaat, oli tarpeen kysyä myös sitä, ovatko verkossa tarjottavat videotallenteet ja podcastit eli äänitiedostot vastaajille tuttuja. Viimeinen tämän kategorian kysymys koski edellä mainittuja verkkomateriaaleja vähän tai lainkaan käyttävien mahdollista kiinnostusta.

Monivalintakysymykseen Mitä tiedotusvälineitä seuraat? vastasivat kaikki osallistujat. Television, radion ja sanomalehtien seuraajia oli 95 prosenttia (18). Aikakauslehtiä ja sosiaalista mediaa ilmoitti seuraavansa kymmenen vastaajaa (53 prosenttia). Mikään esitetyistä viidestä vaihtoehdosta ei siis ollut kaikkien vastaajien käytössä.

Vastaajista kaksi jätti vastaamatta kysymykseen Miten luet sanomalehdet? Vaihtoehtoihin paperilehti/verkkolehti/molemmat annettiin kuitenkin 21 vastausta. Vastaajista yhdeksän kertoi lukevansa molempia, neljä luki vain verkkolehteä ja kahdeksan oli pitäytynyt perinteisessä painetussa lehdessä.

Viidennessä kysymyksessä kysyttiin verkkomedian luennassa käytettävää laitetta. Vastaajia oli 15, mikä on sikäli mielenkiintoista, että edellisessä kysymyksessä verkkolehteä lukevia oli yhteensä 13. Tämä saattaa johtua siitä, että edellistä kysymystä ei ole täysin ymmärretty tai että se on sivuutettu nopeasti ja asiaan palattu jälkimmäisessä kysymyksessä. Mielestäni tuloksia analysoitaessa on syytä muistaa se, että vastaajissa oli todennäköisesti monia, joille verkossa toimiminen on hyvin hankalaa tai se koetaan haasteelliseksi, mikä saattaa vaikuttaa heidän tapaansa lukea ja ymmärtää kysymysten sisältö ja muoto. Webropol-tyylinen kysely oli myös varmaankin ennestään tuntematon vastaajille. Tätä yksityiskohtaa olisi ollut hyvä kysyä palauteosiossa (kysymys 28). Toisaalta 65 vuotta täyttäneissä on taatusti niitäkin, joille tietotekniikka on ehtinyt tulla tutuksi työelämässä kuten myös Webropolin-tyyliset kyselyt.

Lukulaitteita koskevaan monivalintakysymykseen annettiin 25 vastausta eli usealla oli tottumus muunkin kuin perinteisen pöytätietokoneen käyttöön. 17 vastaajasta kuusi kertoi lukevansa verkkolehtiä myös tabletilta, kahdeksan vastaajaa älypuhelimesta. Tietokone oli välineenä 11 vastaajalla.

Jos et lue verkkolehtiä, niin kertoisitko miksi? kysyttiin kysymyksessä kuusi. Vastausvaihtoehtoja olivat Ne eivät kiinnosta, Ne ovat hankalia käyttää ja En halua kommentoida. Toinen vastaajista piti verkkolehtiä hankalina. Toinen pitäytyi kommentoimasta. Tässä olisi ollut hyvä antaa myös mahdollisuus avoimeen vastaukseen.

Seitsemännessä kysymyksessä kysyttiin sekä verkosta löytyvien videotallenteiden katsomistiheydestä kuin myös syistä niiden katsomatta jättämiseen. Kaikki vastasivat kysymykseen, ja valtaosa (16 eli 84 prosenttia) totesi katselevansa niitä joskus. Kaksi vastaajaa (11 prosenttia) katseli joka päivä.

Syinä verkkovideoiden katselematta jättämiseen tarjottiin kahta: En osaa avata niitä katsottaviksi ja En halua opetella niiden käyttöä. Kun kukaan ei valinnut näitä, voidaan olettaa, että videotallenteiden tarjoaminen yli 65-vuotiaille suunnatuissa verkkosisällöissä on hyvä ajatus ja ehkä myös motivoimassa verkkosisältöihin tutustumiseen.

Yksi vastaaja ei halunnut kommentoida. Koska tämä vaihtoehto oli tarjolla viimeisenä, voi olla, että hän ei katso videoita verkossa, mutta syynä ei ole kumpikaan tarjotuista. Näin ollen tässäkin olisi ollut hyvä tarjota mahdollisuutta avoimeen vastaukseen.

Kysymyksessä kahdeksan tiedusteltiin podcastien tunnettuutta. Tiedostin ennalta, että termi olisi outo suurelle osalle potentiaalisia vastaajia ja pyrin selittämään sitä saatekirjelmässä. Kysymykset ennalta arvioineen ohjaajan mielestä pitkää selitystä ei kannattaisi laittaa, koska se saattaisi vain sekoittaa vastaajan ajatuksia. Hänen neuvostaan käytin selityksenä vain toteamusta "äänitiedostot eli podcastit".

Kysymykseen Ovatko verkon äänitiedostot eli podcastit sinulle tuttuja? Jos eivät, niin kertoisitko miksi? vastasivat kaikki. Heistä 15 kertoi kuuntelevansa niitä joskus, mutta päivittäin ei kuunnellut kukaan. Kaksi vastaajaa ei halunnut opetella niiden käyttöä ja yksi tunnusti, ettei halunnut opetella niiden käyttöä. Yksi oli valinnut en kommentoi -vaihtoehdon. Hän tuskin kuuntelee podcasteja, mutta se jää pohdittavaksi, liittyykö vaihtoehdon valinta siihen, että sopivaa kuuntelematta jättämisen syyn vaihtoehtoa ei ollut tarjolla vai siihen, että hän ei ymmärtänyt käsitettä äänitiedosto.

Tämän kysymysjakson viimeisenä kysyttiin: Jos käytät edellä mainittuja verkkomateriaaleja vain vähän tai et ollenkaan, mikä saisi sinut kiinnostumaan? Vastauksensa antoi 17 henkilöä ja kolmesta tarjolla olleesta vaihtoehdosta oli valittu 22 kertaa.

Kiinnostavat aiheet -vaihtoehto oli 13 valinta, seuraavaksi eniten valintoja (6) oli vaihtoehdolla Selkeät ohjeet ja helppokäyttöisyys. Kolme vastaajaa oli kokenut vaihtoehdon Opastus ongelman ilmetessä tärkeäksi.

Tämä vastaus vahvistaa käsitystäni siitä, että kiinnostavuus on se, mikä saa vanhemman polven lukijan tutustumaan video- ja äänitallenteisiin. Selkeisiin ohjeisiin ja mahdollisimman helppoon käyttöön on myös hyvä kiinnittää huomiota. Kun tarjolla oleva materiaali on innostavaa, uudet mediatyypit halutaan ottaa käyttöön eikä päällimmäisenä olekaan mahdollisen käyttäjätuen odotus.

3.3 Vastaajat ja kirjallisuus

Kysymyksissä 10–19 tiedusteltiin vastaajien suhdetta kirjallisuuteen. Erityisesti kysyttiin omista suosikeista niin tekijöiden kuin lajeina elämäkertojen ja tietokirjallisuuden eri aihepiirien suhteen. Tämän lisäksi tiedusteltiin, oliko vastaaja mahdollisesti jäsenenä lukupiirissä.

Jakson ensimmäiseen kysymykseen Kuinka usein luet kirjallisuutta? vastasivat kaikki 19 henkilöä ja vastauksia annettiin 21. Kukaan vastaajista ei ollut valinnut vaihtoehtoa Kirjallisuus ei kiinnosta. Harvoin-vaihtoehdon oli merkinnyt neljä.

Neljä kertoi lukevansa useampaa teosta yhtä aikaa, kun peräti kahdeksalla oli aina jokin teos kesken luvun. Viisi oli valinnut vaihtoehdon Lukisin enemmän jos ehtisin. Tämän kysymyksen perusteella on hyvä luottaa siihen, että kirjallisuus on aihepiiri, joka kiinnostaa 65 vuotta täyttäneitä lukijoita.

Kysymys 11 antoi vastauksen siihen, millainen teos tai teoksia vastaajilla oli luennan alla par'aikaa. Seitsemäntoista vastaajan listauksessa oli yhteensä 27 nimikettä, yksi vastaaja mainitsi lukemisensa lajeina (tiedekirjallisuus, dekkarit).

Karkeasti jaoteltuna mainitut kirjat olivat kymmeneltä aihealueelta, joista puolet oli tasavahvoja – neljä tai viisi mainintaa – ja puolet sai pari mainintaa (1–2). Suosituimmat aihealueet olivat historia ja politiikka, elämäkerrat, dekkarit ja romaanikirjallisuus ja klassikot kuten esimerkiksi George Orwellin *1984* ja J.L. Runebergin *Vänrikki Stoolin tarinat*. Nämä vastaukset olivat jokseenkin odottamiani. Yllättävimmät löytyivät harvoja mainintoja saaneiden joukossa. Näitä olivat Miki Liukkosen uusin romaani *Hiljaisuuden mestari* sekä modernia tieteiskirjallisuutta edustanut Brian Aldissin *Helliconian talvi*.

Kahdennessatoista kysymyksessä kysyttiin mikä tai millainen teos vastaajaa kiinnostaisi, jos tällä olisi aikaa? Tällä kysymyksellä haettiin laajempaa käsitystä vastaajien ns. kirjallisesta mausta. Kysymykseen vastasi 17 henkilöä.

Vastauksissa ei mainittu mitään yksittäisiä teoksia tai tiettyä tekijää. Kaksi vastaajaa tähdensi, että kysymys ei itse asiassa kosketanut heitä. Toinen totesi: "Ei ole ajasta kiinni. Mieluisimpia ovat elämäkerrat ja dekkarit, mutta lukeminen on viime vuosina jäänyt vähiin". Toinen vastasi: "Minä luen koko ajan, joka päivä".

Eniten mainintoja saivat elämäkerrat (7). Tietokirjallisuutta, erityisesti historian ja politiikan alalta, mainittiin sekä kaunokirjallisuudesta klassikkoteokset ja romaanit. Oopperakirjallisuus tuli mainituksi, joku kaipasi myös huumoria. Yksi toivoi voivansa paneutua vieraskieliseen (ruotsi, saksa, englantia) kirjallisuuteen sen lajeja tarkemmin määrittelemättä.

Kysymys 13 oli lyhyt ja ytimekäs: Suosikkikirjailijasi? Kuudentoista vastaajan joukossa kaksi totesi, ettei sellaista ole. Kolme ilmoitti niitä olevan useita. Eräässä vastauksessa suosikiksi mainittiin kokonainen julkaisusarja: "Keltaisen kirjaston eri kirjailijat, ei erityistä suosikkia".

Kolme vastaajaa nimesi yhden: Heikki Turunen, Minna Lindgren, Leena Lehtolainen. "Kevyemmistä Donna Leon mutta muutoin kaikkiruokainen" kuului yksi vastaus, jossa oli myös toteamus: "Elämäni teos on ollut Thomas Mannin *Taikavuori*".

Kaksi mainitsi kaksi suosikkia: Väinö Linna ja Vilhelm Moberg sekä Eeva Kilpi ja Tommi Kinnunen. Kolme suosikkiaan oli halunnut luetella kaksi vastaajaa: Väinö Linna, Oiva Arvola, Joni Skiftesvik ja Eeva Joenpelto, Sofi Oksanen, Pauliina Rauhala.

Kahdella oli pidempi luettelo. Toisella: Charles Dickens, Guy de Maupassant, Feodor Dostojevski, William Shakespeare, Aisopos ja Aapeli. Toisella: Hotakainen, Liukkonen, Tervo, Kettu, Jalonen, Mazzarella – arvelen vastaajan tarkoittaneen Jari Tervoa ja Olli Jalosta Kati Tervon ja Riitta Jalosen sijaan, sillä ensin mainitut ovat luetumpia ja sopivat tyyliltään muihin valintoihin.

Näistä kahdesta listasta näkee hyvin, miten laaja kiinnostus yksittäisellä lukijalla voi olla ja toisaalta, miten saman ikäryhmän sisällä – ikäjakautuman ollessa 65 vuodesta 84 vuoteen – luetaan klassikoita niin antiikin renessanssin kuin romantiikankin ajalta ja toisaalta vastaajien lastenlasten, tai jopa lastenlasten lasten, ikäisten kirjailijoiden teoksia.

Seuraavaksi (14) kysyttiin, seurasivatko vastaajat jonkun tietyn kirjailijan tai kirjailijoiden tuotantoa. Tällä haluttiin tietoa siitä, kenestä nykykirjailijasta kannattaa tehdä omaa seurantaa ja kerätä materiaalia sisällöntuotantoa varten.

Kolme seitsemästätoista vastaajasta totesi lyhyesti "En". Yksi on tavannut seurata, muttei nyttemmin ennäätä. Toinen muotoili: "En ehdottomasti, mutta pohjoissuomalaiset kirjailijat kiinnostavat". Kolmas kertoi seuranneensa aiemmin Matti Yrjänä Joensuun, Heinrich Böllin, Yasar Kemal ja Mika Waltarin tuotantoa.

Vastajaat mainitsivat seuraavansa seuraavia kirjailijoita: Joni Skiftesvik (kaksi mainintaa), Rosa Liksom, Sofi Oksanen, Miki Liukkonen, Antti Leikas, Enni Mustonen, Tuomas Kyrö, Donna Leon, Tommi Kinnunen, Elena Ferrante. Vastaukset eivät yllätä sinänsä, sillä ne ovat – ehkä Leikasta lukuunottamatta – paljon esillä olevia ja laajasti myyviä.

Myös viidennessätoista kysymyksessä haluttiin tietoa siitä, millaiset teokset kiinnostavat. Oletko lukenut jonkun teoksen useaan kertaan? Minkä/mitkä? -kysymyksen ajatuksena oli, että vastauksilla saataisiin vielä laajempi näkymä siihen, mitä klassikoita on hyvä nostaa esille kirjallisuusaiheisissa sisällöissä.

Kolme vastaajaa kaikkiaan seitsemästätoista, jotka kysymykseen vastasivat, vastasi kielteisesti. Yksi kertoi näin tapahtuvan ”harvoin, sattumalta”. Yleiseen luonnehdintaan oli tyytynyt yksi vastaaja todeten: ”Vain lapsena tyttökirjoja”. Myös runoja ja mietekirjallisuutta mainittiin eräässä listassa, mikä tuntuu hyvin luonnolliselta toiminnalta kyseisten kirjallisuudenlajien luonteen ja funktion huomioon ottaen.

Mika Waltarin *Sinuhe* sai eniten mainintoja, neljä kaikkiaan. Väinö Linnan *Täällä Pohjantähden alla* -trilogia oli kolmen vastaajan listalla. Kirjailijat, joilta vastaajat kertoivat lukeneensa useampia teoksia toistuvasti, olivat Heikki Turunen ja Kalle Päätalo.

Vastauksissa mainittiin myös Linnan *Tuntematon sotilas*, Charlotte Brontën *Syrjästäkatsojan tarina*, Emily Brontën *Humiseva harju*, Thomas Mannin *Taikavuori*, Pentti Saarikosken *Nuoruuden päiväkirjat*, George Orwellin *1984* ja Aapelin *Siunattu hulluus*. Saarikoskea lukuun ottamatta siis todellisia klassikoita.

Tuoreimmat mainintoja saaneet toistamiseen luetut teokset olivat Anne Swärdin *Vera* vuodelta 2018 ja Antti Heikkisen *Mummo* vuodelta 2017. Myös nykykirjallisuudessa löytyy siis vaikuttavia teoksia.

Myöhemmin tapahtuvan sisällöntuotannon ideoinnin kannalta mielenkiintoiseksi osoittautui vastaus, jossa todettiin: ”*Seitsemän veljestä* kun löysin sen uudelleen tylsän kouluopetuksen jälkeen”. Tämä toi ajatuksen, että ehkä olisi mielenkiintoista kerätä muistoja kouluaikana luetusta

kirjallisuudesta, erityisesti niistä teoksista, joita ei ns. ymmärretty tai jotka koettiin tylsiksi, ja koostaa juttusarja, jossa palataan näihin teoksiin ja testataan, onko aika tehnyt tehtävänsä.

Kuudennessatoista kysymyksessä, joka oli monivalintakysymys, annettiin ehdolle kuusi kirjallisuudenlajia ja kysyttiin, mitä näistä vastaajat lukivat. Ehdolla olivat: romaanit, novellit ja lyhytproosa, runot ja ajatelmät, esseet, elämäkerrat, tietokirjallisuus. Kaikki Webropol-kyselyyn osallistuneet vastasivat kysymykseen. He antoivat yhteensä 53 vastausta.

Tasavahvasti eniten kiinnostivat romaanit ja elämäkerrat, kummallakin 15 valintaa. Toiseksi eniten oli valittu kohtaa tietokirjallisuus (10) ja kolmanneksi eniten valintoja (6) oli novelleilla ja lyhytproosalla sekä runoilla ja ajatelmillä. Esseet-vaihtoehtona oli valinnut yksi vastaaja.

Tämän jälkeen kysyttiin erikseen elämäkertoista ja tietokirjallisuudesta. Vastaajia pyydettiin ensin mainitsemaan henkilöitä tai aloja, jotka heitä elämäkertakirjallisuudessa kiinnostivat (kysymys 17). Tietoja antoi 17 vastaajaa.

Aihepiirejä, joita mainittiin, oli taloudesta taiteeseen tiedemiehiä, näyttelijöitä ja urheilijoita unohtamatta. Henkilöt, jotka oli nostettu esimerkeiksi, olivat enimmäkseen edesmenneitä. Esimerkiksi Katariina Suuri, C.G.E. Mannerheim, W.A. Mozart, Jean Sibelius ja Steve Jobs. Aikalaisista mainittiin Jorma Ollila ja Kimi Räikkönen.

Useammassa vastauksessa mainittiin ”suomalainen” tai ”kotimaisia”. Yksi vastaajista totesi: ”Erityisesti naisten elämäkerrat – näkymätöntä historiaa”. Toinenkin vastaaja mainitsi naisten elämäkerrat.

Elämäkertoista oli tarpeen kysyä tarkemmin, koska genre koetaan hyvin kiinnostavana laajalti. Oma kokemus perinteisen printtimedian tekijänä on, että laajoilla henkilökuvilla on innokas lukijakunta. Tämä näkyy siinä, että henkilöjutuista tulee tekijälle eniten kiittävää palautetta. Myös niitä juttuja, joissa jokin asia esitellään henkilön kautta, luetaan ja niistä kommentoidaan.

Tietokirjoista kysyttäessä (kysymys 18) vastaajille annettiin yhdeksän vaihtoehtoa. Kaikki kyselyyn osallistuneet vastasivat tähän antaen yhteensä 51 vastausta.

Kaikkiaan yksitoista vastaajaa valitsi kohdan yhteiskunta ja politiikka. Tulos on sikäli mielenkiintoinen, että aihepiirejä pidetään yleensä selkeästi miehiä kiinnostavina ja kyselyyn osallistuneita miehiä oli vähemmistö, kahdeksan yhdeksästätoista.

Toiseksi eniten mainintoja, seitsemän, sai sota/historia, joka ei sinänsä yllätä. Tähän saatettiin lukea hyvin laajalti erilaista kirjallisuutta. Kädentaidot ja luonto saivat kuusi mainintaa, puutarha, terveys ja elämäntaito kukin viisi. Matkailun oli valinnut neljä ja keittokirjat kaksi.

Elämäntaito- tai self help -kirjallisuuden vähäinen osuus on kiinnostavaa. Laji kun on nimikkeiden määrän perusteella todella suuri osa suomalaista kirjankustantamista. Niitä ei otettaisi kustannusohjelmaan, ellei niiden uskottaisi kiinnostavan, siis tuottavan. Suomen kustannusyhdistys tai Kirjakauppaliitto eivät tilastoi eri tietokirjallisuuden lajeja tarkemmin. Tietokirjallisuuden suuri osuus kokonaismyynnistä suhteessa elämäntaitokirjallisuuden nimikkeiden määrään osoittaa kuitenkin jotain. Kun otannassa ikäryhmässä 65–84-vuotiaat ei self help -kirjallisuudella ole tuon suurempaa kiinnostusta, voidaan pohtia, ovatko kustantajat ottaneet kustannettavaksi tätä ikäryhmää kiinnostavia teoksia vai onko lajin pääpaino nuoremmissa asiakkaissa.

Tietokirjallisuudesta kysyttiin tarkemmin, koska sen aihepiirien kautta on löydettävissä todella runsaasti erilaisia juttuaiheita. Näkökulmat voivat olla moninaiset esimerkiksi henkilöhaastattelu, historiallinen tai kriittinen näkökulma, ja sisältöä voisi tuottaa hyvinkin monin eri välinein.

Kyselyyn vastanneiden suhdetta kirjallisuuteen luodanneissa kysymyksissä viimeinen haki tuntumaa siihen, miten kirjallisuutta kulutettiin. Tarkoitin tällä lukukokemusten jakamista. Kysymykseen 19, jossa kysyttiin Oletko mukana lukupiirin toiminnassa, vastasivat kaikki kyselyyn osallistuneet. Heistä vain yksi ilmoitti olevansa lukupiirin jäsen. Pohdin Kaleva.fi-lukupiirin mahdollisuutta luvussa 4.

3.4 Vastaajien kiinnostus teatteriesityksiin ja konsertteihin

Monivalintakysymyksissä 20–22 kysyttiin, miten usein vastaajat kävivät konserteissa ja teatterissa, millaisissa konserteissa he kävivät ja mikäli eivät käy, mikä oli siihen syynä. Tällä kysymyssarjalla haluttiin selvittää vastaajien kiinnostusta mahdollisiin teatteri- ja musiikkiaiheisiin, mutta myös sitä

kannattaako digimedian sisällöntuotannossa pohtia, pitäisikö suoratoistopalveluja suunnata erityisesti tälle käyttäjäryhmälle.

Kysymykseen Kuinka usein käyt katsomassa ammatti- tai harrastajateattereiden esityksiä? (20) annettiin neljä vaihtoehtoa. Kysymykseen vastasivat kaikki kyselyyn osallistuneet henkilöt.

Vaihtoehtoja Hyvin harvoin ja En käy lainkaan ei ollut valinnut kukaan. Kaksitoista vastaajaa oli valinnut vaihtoehdon Kerran tai kaksi vuodessa ja seitsemän Kerran kuussa tai useammin.

Vastauksista voi päätellä, että teatteriin liittyvät aiheet koetaan kiinnostavina. Kun yli kolmannes vastaajista (37 prosenttia) käy katsomassa erilaisia teatteriesityksiä vähintään kerran kuussa, voi olettaa, että heitä kiinnostaa muukin kuin teatterikritiikki.

Kysymyksessä 21 kysyttiin, Millaisissa konserteissa käyt tai haluaisit käydä? Valitse sopivimmat. Valintoja tekivät kaikki kyselyyn osallistuneet henkilöt ja vastauksia neljääntoista eri vaihtoehtoon annettiin yhteensä 92. Mediaanin ollessa 4,84 voi päätellä musiikin olevan ylipäänsä 65 vuotta täyttäneille mieluisaa. Tätä voi ajatella silläkin perusteella, että vaihtoehtoa En käy konserteissa ei ollut valinnut yksikään vastaajista.

Sinfoniamusiikki (14 valintaa), kamarimusiikki (11) ja ooppera ja operetit (10) olivat kolme suosituinta musiikinlajia. Neljänneksi eniten valintoja sai jazz (9). Kuoro- ja yhtyelaulu sekä hengellinen musiikki saivat kumpikin kahdeksan valintaa, musikaalit kiinnostivat seitsemää vastaajaa, samoin viihdemusiikki. Iskelmä- ja tanssimusiikki oli tullut valituksi viisi kertaa. Kansanmusiikin konserteissa kävijöitä tai sinne haluavia oli yhdeksästätoista vastaajasta neljä, puhallinorkesterin esiintymiset kiinnostivat kolmea. Isovanhempi- ja isoisoivanhempi-ikäisistä kaksi mainitsi myös lastenmusiikin kiinnostuksen kohteekseen.

Kysymyksessä 22 kysyttiin: Mikäli et käy teatterissa tai konserteissa, kertoisitko syyn? Vastauksia tuli kolmelta vastaajalta, yksi kultakin. Monivalinnan vaihtoehtoina olivat Ne eivät kiinnosta, Aikani ei riitä, Kävisin mutta minun on vaikea päästä niihin ja En halua kommentoida. Kaksi vastaajista totesi, ettei heidän aikansa riitä ja kolmas kertoi, että kävisi jos pääsisi niihin helpommin.

Tätä kysymyksen 22 tietoa etsittiin siksi, että sisällöntuotantoa suunniteltaessa voitaisiin pohtia suoratoiston eli striimauksen mahdollisuutta niistä tapahtumista, jotka tutkittavaa ikäryhmää

kiinnostavat. Mikäli useammalla olisi vaikeuksia päästä kiinnostaviin tapahtumiin, esimerkiksi terveydentilan tai hankalan liikenneyhteyden vuoksi, striimatut paikalliset esitykset saattaisivat hyvinkin saada monet tutustumaan verkkomediaan. Toisaalta striimaukset palvelisivat myös niitä, joilla on esimerkiksi harrastuksia tai luottamustoimen hoitamista niinä aikoina, kun vaikkapa konsertit yleensä ovat. Moni saattaa olla myös omaishoitajana, jolloin mahdolliset vapaahetket ovat lyhyitä eikä ns. elävän kulttuurin seuraaminen ole mahdollista. Käsittelen suoratoisto-kysymystä laajemmin luvussa 4.2.1.

3.5 Vastaajien kiinnostus verkossa tarjottaviin kulttuuriaiheisiin

Seuraavaksi haluttiin kartoittaa, millaiset kulttuuriaiheet ja niiden toteuttamismuodot kiinnostaisivat vastaajia. Näille annettiin sekä yleisiä vaihtoehtoja (kysymys 23) että esimerkeiksi muotoiltuja juttuaiheita (kysymys 24). Kolmanneksi vastaajille tarjottiin tilaisuus kommentoida esitettyjä juttuaiheita tai kertoa omansa.

Missä muodossa haluaisit Kaleva.fi-sivuston tarjoavan kulttuuriaiheita ja miten voisit ajatella osallistuvasi sivustolla? oli 23. kysymys. Vastaajille annettiin kymmenen eri vaihtoehtoa, joista he saivat valita sopivat. Kolme vaihtoehtoista oli perinteisiksi luokiteltavia millä tarkoitan sitä, että materiaalia käytetään ilman, että se vaatii käyttäjän osallistumista toteuttamiseen. Seitsemässä vaihtoehdossa edellytettiin käyttäjän ottavan osaa verkkomateriaalin toimittamiseen ja lopputuloksen muodostumiseen.

Kaikki kyselyyn osallistuneet vastasivat tähän kysymykseen ja valittujen vastausten lukumäärä oli 51. Yhtä vastaajaa lukuun ottamatta kaikki halusivat lukea juttuja. Äänitiedostojen kuunteleminen – tarinoiden, musiikin ja keskustelujen – kiinnosti yhtätoista vastaajaa. Videoita katselisi viisi.

Osallistumista edellyttävät muodot saivat selvästi vähemmän valintoja osakseen. Eniten kiinnostusta niistä herätti mahdollisuus kohdata muita lukijoita Kalevan verkkokeskustelussa esimerkiksi teatteriin liittyen, jonka oli valinnut viisi vastaajaa. Periaatteessahan tässä osallistuminen voi jäädä vain keskustelun seuraamisen tasolle.

Neljä eri vaihtoehtoa sai kolme valintaa. Nämä olivat: Haluaisin kommentoida lukemaani/kuulemaani/ näkemääni, lähettää etukäteen kysymyksiä haastateltaville henkilöille,

kertoa omia kirjallisuusmuistoja (esimerkiksi Kun kohtasin Kalle Päätalon tai lapsuuden tärkeimmät kirjat) ja lähettää runotoiveita.

Näistä runotoiveiden lähettäminen ja haastateltaville henkilöille etukäteen lähetettävät kysymykset ovat sellaisia, joissa verkkomedian käyttäjä voi pysytellä anonyyminä. Kahdessa muussa myös, mikäli niitä toteutetaan niin, että osallistujat voivat olla mukana nimimerkin suojassa. Tällöin toteuttamismuodot olisivat perinteinen juttu ja äänitiedosto. Mikäli interaktiivisuutta haettaisiin videoimalla runotoiveita tai kysymystoiveita esimerkiksi jossain yleisötilaisuudessa tai ns. katugallupina, tilanne olisi toinen ja kokemusteni perusteella suhteellisen vaikea toteuttaa.

Pysyttelemisen anonyyminä vaikuttaa olevan monille tärkeää. Kaksi osallistumista edellyttävää kulttuuriaiheiden muotoa jäi kokonaan vaille vastakaikua. Nämä olivat Haluaisin lähettää omia runoja ja tarinoita sekä Haluaisin esittää oman toiverunon tai oman runon ääni- tai videotiedostona.

Viimeisen kysymyksen vastausten puuttuminen saattaa johtua siitäkin, että vastaajat olivat epävarmoja, miten taltioisivat ääni- tai videoesityksensä, saati miten saisivat sen lähetetyksi.

Interaktiivisuus koetaan kuitenkin ilmeisen vieraaksi. Tämä olisi silti juuri selkeästi sellaista, jolla käyttäjä yleensä sitoutuu mediaan, mikäli näin voi päätellä sosiaalisen median kokemusten perusteella. Olisikin mielenkiintoista kysyä vertailun vuoksi toiselta ikäryhmältä, esimerkiksi vastaajien lasten ikäisiltä, miten nämä vastaisivat samoihin kysymyksiin.

Seuraavaksi kyselyssä esitettiin neljä erilaista juttuaihetta/juttusarjaa, joiden kiinnostavuutta tiedusteltiin. Tähän 24. kysymykseen vastasi 17 henkilöä ja valittujen vastausten lukumäärä oli 31.

Ensimmäinen aihe oli *“Lukijan runot – kuuntele runoja kommentoi halutessasi verkossa, lähetä myös omiasi”*, ja mediamuotoina olisivat juttu ja äänitiedosto. Tämä sai kuusi valintaa. Kysymyksessä 16, joka selvitti vastaajien kiinnostusta eri kirjallisuudenlajeihin, runot ja ajatelmät sai samaten kuusi valintaa, joten vastauksen voi ajatella olevan linjassa kyselyyn osallistuneiden lyriikan kulutuksen suhteen.

Toinen aihe oli *“Ensi-illan aattona – tanssin- ja teatterintekijät ammatti- ja harrastajanäyttämöiltä kertovat tuntemuksistaan”*. Nämä jutut toteutettaisiin video tai äänitiedostoina. Tämä oli suosituin vaihtoehtoista saaden yksitoista valintaa.

Kolmanneksi tarjottiin juttusarjaa *“Minun instrumenttini – tapaa muusikoita omalla kotisohvallasi”*. Myös tämän toteuttaminen tapahtuisi video ja äänitiedostoin. Kuusi vastaajaa oli valinnut tämän.

Neljäntenä esitettiin mahdollisuus seurata juttusarjaa *“Talvi-iltain tarinoita – Kaleva tarjoaa lokakuulta maaliskuulle ulottuvan lukuhaasteen”*. Nämä jutut toteutettaisiin äänitiedostoina, jonka yhteydessä olisi myös verkkokeskustelu. Idea kiinnosti kahdeksaa vastaajaa seitsemästätoista.

Pidän vastausten määrää vähäisenä ja jokseenkin pettynyt olen. Odotin aiheiden kiinnostavan verraten enemmän. Tässä yhteydessä on kuitenkin hyvä muistaa, että vain runousaiheeseen oli suunniteltu ns. perinteistä toteuttamista ja edellisen kysymyksen (kysymys 23) perusteella on ymmärrettävissä, että vastaajat edelleenkin pitävät kirjoitetun jutun lukemista muista vaihtoehtoista selvästi kiinnostavimpana eikä uusia mediamuotoja oltaisi kovin innokkaasti ottamassa käyttöön.

Siksi olikin hyvä, että vastaajille annettiin myös mahdollisuus halutessaan kommentoida esitettyjä neljää juttusarjaa tai kertoa omat ideansa (kysymys 25). Tilaisuuteen tarttui kuusi vastaajaa.

Ensimmäisessä vastauksessa toivottiin kulttuurikäsitteen laajentamista ja esimerkkinä mainittiin käsityöaiheiden vanhanaikainen käsittely. Toisen antama *“Paikallisen poliittisen kulttuurin nykyrakentaja”* -toive voidaan katsoa yhtäläiseksi kehotukseksi laajentaa kulttuurin käsitettä. Tosin ns. lukemistoaineistossa tällainen näkökulma on tällä hetkellä tapana esitellä henkilöhaastattelun kautta Ihmiset-sivulla, toki useimmiten näkökulman sisältävä juttu on Kalevassa uutissivujen aineistoa.

Ehdotus *“Ammattimuusikon valmistautuminen konserttiin/esitykseen”* on itse asiassa juuri sitä, mitä *“Minun instrumenttini”* -juttusarjassa tultaisiin toteuttamaan. Toinenkin ehdotus oli sellainen, joka tavallaan sisältyy jo tarjottuun aiheeseen. *“Verkkolukupiiri? Tuo viimeinen taitaa olla lähellä sitä”*, vastaaja vastaa omaan kysymykseensä.

Viidennen kommentin jättäjä kertoi kuuntelevansa paljon radiota suoraan kuin myös Yle Areenasta, mutta näki Kalevan tarjonnallekin mahdollisuuden todeten: *“Kaleva voisi tarjota paikallista sisältöä, paikallisia tekijöitä.”* Hän jatkaa: *“Videot eivät kiinnosta, kun television katselu vie jo niin paljon*

aikaa, kuunnellessa voi tehdä muutakin, esimerkiksi käsitöitä. Mieluummin keskustelisin livenä, mutta voisi ehkä opetella kommentoimaan sähköisesti.”

Viidennen kommentoijan viestin sisältö on toiveikas lähitulevaisuuden kannalta. Ajatukset paikallisuuden korostamisesta ja uusien mediamuotojen tarjoamisesta – vaikka se vaatii ennestään tuntemattomien menetelmien opettelemista – on joillekin kiinnostavaa.

Kuudes kommentti henkii sitä, mitä sain kokea esitellessäni opinnäytteen kyselyä mahdolliselle tutkittavien joukolle, tosin kommentoija ei suhtaudu asiaan niin kärjistyneesti. Hän toteaa: “En osaa sanoa, mieluummin luen paperilehteä. Olen sitä ikäpolvea, jolle netin käyttö on hankalaa. Mutta maailma menee etiäpäin, ja nykyihmiset osaavat ja oppivat.”

3.6 Vastaajien kiinnostus verkossa tarjottaviin paikallishistoriallisiin aiheisiin

Paikallishistoria on aihepiiri, josta olen kirjoittanut kahdenkymmenen vuoden aikana lukuisia juttuja. Tämä johtuu omasta kiinnostuksesta ja koulutuksesta, mutta myös siitä, että ne ovat kiitollisia tehdä: Oulussa ja lähiseudulla on siihen hyviä aiheita ja lukijapalaute vahvistaa, että niitä pidetään tärkeinä ja kiinnostavina.

Niinpä kysymyksessä 26 esiteltiin neljä ideaa verkossa toteutettavasta paikallishistoria-aiheisesta jutusta tai juttusarjasta ja kysyttiin vastaajien kiinnostusta niihin.

Kahdeksantoista osallistujaa vastasi ja heidän vastauksiensa lukumäärä oli 41.

Webropol ilmoitti neljää ideaa koskevat kiinnostukset vain prosentteina sen sijaan, että olisi kertonut, moniko oli ideaa pitänyt kiinnostavana valitakseen sen.

Ensimmäinen juttuideoista oli *”Teuvo Pakkalan kertomusten jäljillä Kakaravaaralla”*. Jutun toteuttamistavaksi määriteltiin juttu, video ja kuvagalleria. Idea juttuun tuli palvelumuotoilun opintojakson aikana toteutetussa kyselyssä esitetystä kommentista, jossa ahkera kirjojen lukija halusi saada “lihaa luiden ympärille” ja mainitsi esimerkkinä Kakaravaaran historian. Kakaravaara oli hänelle tuttu paitsi Teuvo Pakkalan tarinoiden näyttämönä myös omakohtaisesta kiinnostuksesta Oulu-opas -toimintaan.

Kahdeksastoista vastaajasta 56 prosenttia oli ilmaissut kiinnostuksensa juttuideaa kohtaan. Tulos antaa kannustusta suunnitella myös muita "lihaa luiden päälle" -teeman juttuja.

Toiseksi esiteltiin juttusarja "*Oma vanha Ouluni*", jossa tuttuja lapsuuden tai nuoruuden kotikulmiaan muistelee joku suhteellisen tunnettu, vastaajien ikäpolvea edustava paikkakuntalainen. Toteuttamismuodoiksi mainittiin juttu ja äänitiedosto.

Kyselyn esimerkissä määrittelemiäni informantteja edusti FT Jouni Suistola, "Tuomi-talon poika", sillä Suistola otti minuun yhteyttä kyselyn laatimisen aikoihin helmikuussa 2019 kommentoiden kirjoittamaani ns. palokortteleiden vuoden 1944 pommituksen muistelo. Hän mainitsi asuneensa parin korttelin päässä ns. Tuomi-talossa ja kertoi, miten he lapset olivat leikkineet naapurikortteleiden raunioilla. Keksinkin idean tälle juttusarjalle siinä samassa ja kysyin oitis, olisiko hän valmis muistelemaan äänitiedostoon (Suistola on mainio sanankäyttäjä ja hänellä on miellyttävä ääni) asioita tällaista juttusarjaa varten. Suistola myöntyi.

"*Oma vanha Ouluni*" herätti kiinnostusta 61 prosentissa vastaajia. Tämä vaihtoehto jakoi kärkipaikan laajemmin paikallisen aiheen kanssa, jollaiseksi tarjottiin juttusarjaa "*Kylässä Iijokivarressa/Oulujokivarressa/Kiiminkijokivarressa/Siikajokivarressa – ihmisiä ja elämää ennen ja nyt*". Sen toteuttaminen ilmoitettiin tehtäväksi videon ja kuvagallerian avulla.

Neljäs esitellyistä mahdollisista juttusarjoista oli "*Oulun osana – tutustu kaupunginosaan*". Esimerkkeinä annettiin Mikä ideana Maikkulassa – kaavoitusarkkitehti Matti Karhula kertoo ja Paraatipaikalla vanhassa Oulussa – Tuomiokirkko ympäristöineen. Toteuttamistavoiksi mainittiin kuvagalleria, video ja äänitiedosto.

Tämä sai ehdotetuista vähiten valintoja: 50 prosenttia eli yhdeksän vastaajaa kahdeksastoista ilmoitti kiinnostuksensa aiheeseen. Tätä pidin yllätyksenä, sillä koen aihepiirin itse hyvin kiinnostavana ja siitä aiemmin tekemäni jutut ovat tuoneet hyvää ja kiittävää palautetta juuri tämän ikäryhmän lukijoilta. Niinpä jäinkin miettimään syytä.

Kysymyksessä 27 olinkin pyytänyt kommentoimaan ehdotettuja aiheita tai ehdottamaan toisia. Yksitoista kahdeksastoista oli vastannut pyyntöön.

Kaksi vastaajaa kertoi, etteivät paikallishistorialliset aiheet kiinnosta, koska he eivät ole Oulusta kotoisin. Toinen korosti lähes kaikkien ystäviensäkin olevan muualta. Kolmas totesi: "Kiinnostaa todella paljon."

Viisi vastaajaa antoi uusia ideoita. Kaupunginosien esittelemistä ja niiden harrastustoiminnan toivottiin. Esitettiin myös musiikin lisäämistä aihevalikoimaan eli oululaisten musiikin vaikuttajien muisteluksia ja muistelemisia.

Kolmas uusista ideoista kommentoija laajensi vastauksessaan toivetta Oulua edemmäksi ja perusteli tätä tämän tutkimuksen kannalta kiinnostavasti: "Kaikenlainen paikallishistoria kiinnostaa, myös laajemmin Peräpohjolan alueelta, myös kirjailijat, muusikot, kuvataiteilijat, näyttelijät, tutkijat (radiossa esillä useimmiten pääkaupunkiseudun ihmiset). Myös vanhempaa historiaa asiantuntijoiden kertomana tai kirjallisuuden avulla. Ylen kulttuuriyökkösen perusteella luulisi, että Suomessa ei kulttuuriasioita tehdä muualla kuin etelässä."

"Paikallismurteita", totesi ehdotuksessaan neljäs vastaaja. Hän toivoi myös juttuja tervan historiasta mainiten tervanpolton, kuljetuksen ja sen käyttötarpeet "meillä ja muualla". Hän esitti myös juttusarjaa aiheesta "Maan hiljaiset", joiksi hän luetteli seurakuntien diakonia- ja lähetyksellisyysseuralliset, avustajajärjestöjen puurtajat ym. Näitä henkilöitä haastatellaankin aika ajoin Ihmiset-sivujen henkilöjutuissa. Heidän toimintansa tulee esille myös Yhteisöt- sivuilla, johon sisältöä tuottavat toimijat ja järjestöt itse.

Viides idean antaja mainitsi, että olisi ollut kiinnostunut taannoin olleesta Oulujoen valjastamisen ja Marion-kaivinkoneesta kertoneesta esitelmästä, josta Kalevakin kertoi etukäteisjutussa, muttei se oli "mennyt ohi". Tämä sai pohtimaan, onko toimituksessa syytä miettiä etukäteisjuttujen ajoittamista toisin. Tarkoitan tällä sitä, että samalle päivälle ko. tapahtuman kanssa sijoitettuna monelle vanhemmalle henkilölle voi olla vaikea saada järjestettyä esimerkiksi kuljetusta tapahtumapaikalle. Toisaalta hieman varhaisempi viestiminen antaisi reagointiaikaa sellaisellekin, jolla ei kulkemiseen ole esteitä, mutta joka esimerkiksi lukee lehden vasta ko. päivänä liian myöhään ehtiäkseen paikalle.

Yksi vastaajista totesi kommentissaan sen, mitä itse näen paikallishistoriallisen aineiston kannalta merkityksellisimpänä. "Tietämisen lisääminen ja identiteetin kasvattaminen siis miten sidon

hyvässä mielessä itseäni lähemmin nykyiseen kotiseutuuni.” Tässä kommentissa vastaaja asettuu siis vastakkain aiheen epäkiinnostavaksi maininneisiin kahteen vastaajaan nähden.

3.7 Vastaajien antama palaute kyselyyn

Lopuksi vastaajilta kysyttiin: Millaisia ajatuksia, kysymyksiä, ehdotuksia ja toiveita tämä kysely herätti? Kaksitoista annettua kommenttia poikkesivat toisistaan: osa oli vastatessaan ajatellut nimenomaista kyselyä, osa verkkomediaa ja vähän Kalevaa sinänsäkin. Joillakin oli vastauksessaan vähän näitä kaikkia.

“Pelkäsin että tämä kysely on työläs, mutta eipä ollutkaan”, totesi eräs. Kyselyä kiiteltiin myös “aika konkreettiseksi”, mutta samalla toivottiin, että se olisi viety vielä enemmän käytännön tasolle. Esimerkkiä tästä ei annettu. Todettiin myös, että “tällaiset kyselyt jättävät niin paljon ulkopuolelle, kun ovat etukäteen normitettuja – elämä on monimuotoisempaa”. En kiistä tätä näkemystä, mutta rajatun kyselyn toteuttaminen on tämänkaltaisen tutkimuksen ainoa mahdollisuus.

“Todella kiintoisia asioita ja ideoita! Uskon, että tältä pohjalta syntyy hyvää, kiitos!” oli yksi mielipide. Toinen totesi: “Kiva kun haluat tietää meidän senioreiden ajatuksia ja toiveita”. Kolmas mainitsi verkkolehden isoksi haasteeksi erityisesti kyselyn kohdeikäryhmälle. “Kyselysi sisältää kuitenkin innostavia ideoita. Nuo ideat eli sisältö on se, mitä kautta 65+ ihmiset herätetään uuteen mahdollisuuteen ja rohkeuteen ‘ottaa hiiri käteen’. Sen sijaan nuoremmat sukupolvet tuntenevat pian vain verkkolehden. Kannustukseni sinulle, Pia.”

“Pidän enemmän muusta kuin verkkomediassa olevista teksteistä ja asioista esimerkiksi suoraan Kalevalehdessä olevista kirjoituksista ja jutuista”, kommentoija on selkeästi edellisen vastaajan tarkoittamia “haasteita”. Samaan joukkoon kuuluu osittain varmaankin myös hän, joka totesi: “En oikeastaan tiedä, mitä on podcastit, mutta kuuntelen ja katson ohjelmia Areenasta, ehkä ei samaa. Luen lehden mieluummin paperisena aamulla, mutta matkoilla luen eKalevaa useimmiten älykännykällä, joka ei ole mukavaa. Ohjelmia voi kuunnella kännykällä ihan mukavasti.”

Mutta kaikeksi onneksi toisenlaiseenkin suhteeseen verkkomedian kanssa oli valmiutta. “Voimakas halu yhteydenpitoon samansuuntaisista asioista kiinnostuneiden kanssa verkon välityksellä.” Toivon kommentoijan tarkoittaneen tällä omaa suhtautumistaan, mikä antaa toivoa siitä, että

interaktiivisenkin materiaalin lisääminen sisältöön on kannattavaa, vaikka sitä olen tässä tutkimuksen kyselyanalyysin aikana jo tuskaillutkin. Uskon, että tämän ikäryhmän kohdalla henkilökohtaisesti annettu vertaisryhmäpalaute tulee olemaan tehokkainta “uuteen mahdollisuuteen herättelyssä”.

4 EHDOTUKSIA KALEVAN SISÄLLÖNTUOTANTOON

4.1 Verkkomedian seuraamisen mahdollistaminen

Kaleva on pitänyt kunnia-asianaan olla edistämässä niin lukutaitoa kuin medialukutaitoa. Se oli suunnittelemassa vuodesta 1994 alkaen Sanomalehti opetuksessa -mediakasvatustoimintaa, joka on Sanomalehtien liiton ja sen jäsenlehtien ylläpitämä, ja oppilaitoksille täysin ilmaista. Kaleva on aktiivisesti mukana myös Sanomalehtien liiton ja Suomen kustannusyhdistyksen peruskoulujen kahdeksaluokkalaisille suuntaamassa Luetko sinä -kampanjassa. Nuorten innostaminen median seuraajiksi on osa sitä valtavirtaa, josta Kivimäki artikkelissaan puhuu eli että mediatutkimuskin kannattelee nuoruutta ihannoivaa kulttuuria kiinnostumalla enimmäkseen lapsista ja nuorista (2017, 65).

Kun Kaleva on ollut ylpeä lasten ja nuorten, diginatiiveiksi kutsutun sukupolven, mediakasvattajan vastuullisesta roolistaan, haluaisin haastaa sen ottamaan näyttämön etuosan haltuun myös suhteessa siihen väestönosaan, josta suuri osa on joutunut ottamaan digimaailman käyttöön vastentahtoisesti ja vailla minkäänlaista ennakkotuntumaa asiaan. Tilastokeskuksen mukaan (2018 mittaus, viimeisin) vanhemmasta väestöstä suuri osa, 65–74-vuotiaista 18 prosenttia ja 75–89-vuotiaista hieman yli puolet, ei ole koskaan käyttänyt internetiä.

Kyse on demokratiasta. Limnell huomauttaa teknologiaan tottumattomien olevan vaarassa jäädä ns. toisen luokan kansalaisiksi, mikäli he eivät voi osallistua täysipainoisesti verkkomaailman toimintoihin. Ikääntyvien digitaitojen puuttumista Limnell pitää vakavana huolenaiheena todeten näiden “maksavan usein palveluistaan liikaa tai putoavan pahimmillaan palveluiden ulkopuolelle”. Kyse on hänen mukaansa myös turvallisuudesta. Tilanteen muuttamiseksi tarvitaan Limnellin mukaan yhteiskunnan tukema koulutusohjelma, mutta samaa vastuuta hän odottaa myös järjestöiltä kuin yksittäisiltä henkilöiltäkin. (2019, 32)

Usean julkisen toimijan DigiIN-hanke on esimerkki Limnellin esittämästä yhteiskuntavastuusta. Digitaalisten sosiaali- ja terveyspalveluiden helppokäyttöisyyttä ja motivoituvuutta selvittävä hanke lähestyy tutkittavia (ikäihmiset ja maahanmuuttajat) haastatteluin ja kyselyin sekä järjestämällä sähköisten sote-palveluiden käytettävyydestä testauksia. DigiIN-hankkeen varajohtajan Sari Kujalan mukaan uuden oppimisen esteenä digipalveluissa ovat häpeä ja virheiden tekemisen pelko. Kujala

korostaa tässä palvelun suunnittelun tärkeyttä: hankalaksi koettu ei ole käyttäjän häpeän aihe vaan suunnittelijan. (Kilponen 2019, 12–13.)

Yhteiskuntavastuu ulottuu mielestäni myös mediaan, ja media pyrkii muistuttamaan yhteiskuntavastuustaan myös itse. Tämän vuoksi on, siinä missä otetaan vastuuta tiedonvälityksestä sinänsä, otettava vastuuta myös tiedonvälityksen moderneista välineistä ja niiden käyttämisen ongelmattomuudesta. Esimerkiksi Lapin Kansa on sitä jo omalta osaltaan toteuttanut: verkkomediaan perehdyttämiskampanjassa, jossa kukin käyttäjä sai henkilökohtaista neuvontaa, median yhteistyökumppaneina olivat paikallinen pankki ja keskussairaala, joilla molemmilla oli yhtäläinen kiinnostus ja tarve kyseisen ikäryhmän digitaitojen lisäämiseen.

Tätä taustaa vastaan näkisin oleellisen tärkeänä, että myös Kaleva toimii samoin. Ensimmäiset julkiset digineuvontatilaisuudet järjestettiin lokakuussa 2019. Tämän toiminnan mahdollisesti vakiintuessa ja laajentuessa on mielestäni oleellista, että saatua oppia hyödyntääkseen 65 vuotta täyttäneellä käyttäjäkunnalle on tarjolla riittävästi heitä kiinnostavaa materiaalia.

Kalevamedialla on konsernin internetsivuilla myös yrityksen kunkin median tilaajia varten digiopas, jossa on neuvottu, miten digilehteä pääsee lukemaan eri sovelluksilla, miten sovellukset asennetaan ja miten luodaan käyttäjätili, jolla oman tilauksen digisisältöihin pääsee. Toisaalta, on syytä miettiä tarkoin verkkosivustolta löytyvää ohjeistusta, sillä saatuaan neuvontaa haastavaksi koetussa asiassa, oppija – ikään katsomatta – tarvitsee vahvistusta osaamiselleen. Mikäli hän itse ei myöhemmin onnistu samoissa toiminnoissa kuin neuvojan avulla, hän saattaa jättää yrittämättä uudelleen. Kokemukseni mukaan ne ohjetekstit, jotka tietotekniikkaa keskinkertaisesti tunteva ymmärtää, eivät todennäköisesti avaudu digijargonia tuntemattomille.

Kaleva.fi-sivusto voisi ottaa mallia esimerkiksi Oamkin verkko-opetusmateriaaleihin sisältyvistä videoista. Suorittaessani Videot ja digitarinat osaamisen osoittamisen välineinä -opintopaksoa havaitsin opintokokonaisuudesta vastaavan opettajan laatimien tiiviiden ja yksinkertaisten opastusvideoiden olevan selkeitä ja kannustavia. Ne eivät aliarvioineet opiskelijaa pysyen silti kiinnostavina ja sisällöltään laadukkaina. Samaa toteutustapaa, jossa neuvojana on persoona, kasvo, kannattaisi noudattaa ikäihmisille suunnatuissa opastusvideoissa sen sijaan, että pitäydytään toteavissa, tekstin tai kaaviokuvan avulla annetuissa ohjeistuksissa.

Vastuun tähdentämisen ohella kannattaa muistaa myös se, miksi vanhemman ikäluokan huomioiminen kannattaa: 65 vuotta täyttäneet kuluttavat suomalaisten kuluttajaryhmistä eniten

sanoma- ja aikakauslehtiin sekä kirjoihin (Erämaja 2018). Tilastokeskuksen tilaston (2016, tuorein) mukaan 65 vuotta täyttäneiden nettovarallisuus myös on korkein, ja tämän ryhmän painoarvo kasvaa ikäluokan suuretessa lähivuosina. Saman nettovarallisuustilaston mukaan tuon ikäluokan korkeaa tulotasoa selittää heidän koulutuksensa korkea taso ja tässä sosioekonomisessa ryhmässä on suuri osa perinteisen lehtitalojen ko. ikäryhmän ns. uskollisista asiakkaista. Painetun median siirtyessä yhä enemmän verkkojulkaisuiksi nämä kuluttajat jäävät tavoittamatta, mikäli media itse ei ole huolehtimassa siitä, että näiden kuluttajien digitaidot ovat riittäviä.

4.2 Sisällöntuotannon mahdollisuudet

Kuten opinnäytteen johdannossa totesin, selitän tässä luvussa tarkemmin kyselyn kysymyksissä 24 ja 26 esittelemiäni juttuaiheita. Kysymyksissä esiteltiin vain jutun tai juttusarjaksi aiotun yleisidea ja mainittiin missä muodossa ne aiottaisiin toteuttaa (esimerkiksi teksti- ja äänitiedostot). Tämän alaluvun toisessa alaluvussa käsitellään erikseen kulttuuria käsittelevien juttuaiheiden (kysymys 24) kohtia *"Lukijan runot"* ja *"Talvi-iltain tarinoita"*, koska molemmat sisältävät toteuttamismuotoja, joita Kalevassa joko ei vielä ole käytössä tai niitä vasta kokeillaan.

Samassa kysymyksessä annettiin esimerkeiksi myös juttusarjat *"Ensi-illan aattona"* ja *"Minun instrumenttini"*. Niissä molemmissa materiaalin julkaisu voidaan ajoittaa ennen jotain tiettyä tapahtumaa. Toisaalta jälkimmäistä voidaan tehdä ihan ilman mitään erityistä ajankohtaa. Ja ensiksi mainittuun voidaan ottaa haastateltavaksi myös niitä kulttuurintekijöitä, jotka eivät ole paikkakuntalaisia, vaan tulevat esimerkiksi vierailuesityksellään Oulun teatteriin tai kulttuuritalo Valveelle tai johonkin oululaisista konsertointipaikoista.

Paikallishistoriaa käsittelevien juttuaiheiden tiimoilta syntyneitä ajatuksia esitellään alaluvussa 4.2.3. Nämä olen kokenut tarpeelliseksi pitää erillisenä kokonaisuutena, koska katson niillä olevan erityistä merkitystä muutoinkin kuin sisällöntuotannon ajankohtaisten muotojen tähden.

4.2.1 Suoratoisto

Kysymyksessä 22 kysyttiin syitä siihen, ettei vastaaja käy teatterissa tai konserteissa. Kun kiinnostus näihin kulttuuripalveluihin oli ilmeinen, se mahdollisuus, ettei vastaaja syystä tai toisesta kykene osallistumaan oli kiinnostava siksi, että erilaisilla suoratoistoilla eli striimauksilla Kaleva.fi voisi tavoittaa nämäkin asiakkaansa. Kolmesta vastaajasta vain yksi totesi, että kävisi jos pääsisi

niihin helpommin. Vaikka kyselyyn osallistuneiden joukko oli suhteellisen pieni, eikä kyselyssä kysytty suoratoistojen kiinnostavuudesta – tai kerrottu sellaisten olevan mahdollisia – on mielestäni silti relevanttia pohtia palvelun tarjoamista tälle käyttäjäkunnalle.

Kaleva on aloittanut striimaukset 2019 syyskuussa yhdellä elokuvalla ja laajensi tarjontaa marraskuussa pop-konsertteihin. Näin ollen kohdeyleisöksi haetaan nuorempaa käyttäjäkuntaa. Mikäli suoratoiston tekniikka saadaan sellaiseksi, että se ei vaadi suurta työpanosta, Kaleva.fi voisi hakea yhteistyötä esimerkiksi sellaisista musiikkihankkeista (so. konsertit), joiden ohjelmisto on vapaa tekijänoikeuksista tai joiden tekijänoikeusmaksut ovat kohtuullisia. Oulussa on esimerkiksi kymmeniä kuoroja ja erilaisia soitinyhtyeitä – unohtamatta musiikkia opettavia oppilaitoksia – joiden yleisöpohja laajenisi suoratoistojen välityksellä ratkaisevasti. Erillisiä esiintymistilanteita ei tarvitsisi järjestää, sillä näiden ryhmien esiintymistoiminta on jo hyvin vilkasta. Uskon, että yhteistyö motivoisi myös musisoijia uudenvuotisiin projekteihin. Tässä yhteydessä voidaan mainita, että suuri joukko Kalevan alueen yli 65-vuotiaita lukijoita on jo vuosien ajan tottunut käyttämään videolähetyksinä toteutettua virtuaalikirkko.fi-palvelua.

Kiinnostaviksi saatettaisiin kokea myös esitelmätilaisuudet – kysymyksen 27 kommentteissa mainittiinkin kiinnostava luento, johon vastaaja ei ollut ennättänyt mennä – jolloin Kalevan kumppaneina voisivat olla paikalliset tieteelliset seurakunnat, joilla on esitelmätoimintaa – kuten Oulun historiaseura ja Museoyhdistys – ja myös Oulun yliopisto. Striimauksen ei tarvitse olla myöskään mistään varsinaisesta tapahtumasta. Hyvän esimerkin kulttuuripalvelujen etätarjoamisesta antaa Helsingin kaupunki, joka on tuonut ikäihmisten ulottuville niin improvisaatioteatteria kuin retkiä kulttuurikohteisiin (Museo soittaa kotiin. Viitattu 1.11.2019). Uskon, että Kalevallakin olisi mahdollisuuksia todella monipuolisiin sisältöihin; Oulussa on esimerkiksi kymmenkunta taidegalleriaa, joilla on vilkasta näyttelytoimintaa.

Kalevan suoratoistopalveluna toteutettavien multim mediasisältöjen kokoelma täydentyi marras-joulukuussa 2019 julkaistuilla Kaleva 1899 -podcasteilla, joiden toteutuksesta vastasin kollegani Petri Laukan ja tekniikasta huolehtineen Sami Pirilän kanssa. Laukan käsikirjoittaman kymmenosaisen sarjan ideana oli juhlistaa Kalevan 120-vuotista historiaa. Teemaksi Laukka oli valinnut nuorison: luimme ja kommentoimme siis nuoria koskevia uutisia ja näiden kirjoittamia lukijakirjeitä. Podcastit olivat tiiviitä, kestoiltaan keskimäärin kymmenen minuuttia. Podcast sai hyvää palautetta niin konsernin sisällä kuin kuulijoiltakin. Useat Kalevan lukijat ovat kertoneet historia-podcastimme olleen ensimmäinen koskaan kuuntelemansa podcast. Tammikuussa 2020

aloitettiin ensimmäisen jatkuvan podcastin tuottaminen, kun urheilutoimitus teki innostuksestaan konkretiaa.

Jotta hyvin alkanut podcastien toimittaminen ja monien jo syntyneiden ideoiden toteuttaminen olisi mahdollista, toivon työnantajan järjestävän koulutusta podcastin teossa tarvittavan tekniikan ja ohjelmistojen ottamiseksi haltuun. Tällä hetkellä Kalevan toimituksen mahdollisuudet laajempaan podcast-tuotantoon riippuvat ilmoitusvalmistuksessa työskentelevän henkilön työtilanteesta, ja koska ko. osasto tarvitsee häntä käytännössä koko käytettävissä olevan työajan, podcast-ideoita ei voida viedä eteenpäin. Konsernissa toimii podcastien kehitystyöryhmä, jossa olen mukana, ja lyhyen toiminnan perusteella sen suurin ansio on siinä, että se jakaa rohkaisevaa vertaistukea kykenemättä konkreettiseen neuvontaan täysin työaikasyistä.

4.2.2 Interaktiiviset sisällöt

Interaktiivisuuden mahdollisuus ei kiinnostanut kyselyyn osallistuneita, minkä totesin jo aiemmin olleen itselleni pienoinen pettymys. Kyselyssä esitettiin (ks. kysymys 24, luku 3.5) mahdollisuutta esittää runoutta, joko toisten tai omaa. Tämä saattoi olla liian korkea kynnyksy ylittäväksi, vaikka tiedän vastaajien joukossa olevan henkilöitä, jotka harrastavat lausuntaa. Voi hyvin olla, että toisenlaisen ikäryhmän suhtautuminen olisi poikennut hyvinkin tästä, sillä luulen tottuneisuuden digimaailmaan olevan oleellinen tekijä kiinnostavuuden heräämisessä. Interaktiivisuus on nuoremman polven viestimisen kulmakivi. Mielestäni ei ole mikään mahdottomuus, että mikäli tällainen runofoorum verkkoon tulisi, etteikö se herättäisi kiinnostuksen osallistumaan myös omin tuotoksin. Uskon, että toisten, eritoten omaan vertaisryhmään kuuluvien, esimerkki kannustaisi tässäkin. Kilposen (2019, 13) haastatteleva Kujala viittaa yhdysvaltalaiseen sosiaali- ja terveysalan digipalvelun neuvontaa koskeneeseen tutkimukseen, jossa osallistujat kokivat uskottavimmaksi omaan vertaisryhmään (toinen potilas) kuuluneen videon, jossa tämä kertoi käyttämästään palvelusta.

Osana Kalevan interaktiivista sisältöä näkisin mielelläni myös lukupiirin. Kysymyksessä 19 tiedusteltiin vastaajien kuulumisesta sellaiseen: kaikki 19 osallistujaa antoivat vastauksen ja vain yksi oli kesällä 2019 jäsenenä lukupiirissä, toinen kertoi hakeutuvansa sellaiseen syksyllä 2019. Koska kyselyssä oli useita kohtia, johon – vaikkakin kysymys oli yleinen ja selkeä – kaikki vastaajat eivät olleet vastanneet, pidän tätä aktiivisuuden osoitusta merkinä siitä, että kysymykseen vastattiin, koska asialla oli vastaajille jonkinlainen normaalia suurempi merkitys.

Perinteisiä lukupiirejä, jotka ovat tapaamisia, on ollut Suomessakin jo 1700-luvulta alkaen. Käsite on kuitenkin laajentunut 2000-luvulla digitalisoitumisen myötä. Tänäpä lukupiiri voi olla suljetun sähköpostilistan muodostama yhteisö, avoin nettiblogi, radio-ohjelma, jossa kontakti voi olla välitön tai sanomalehden teemoittama juttusarja. (Ahola 2013, 10.) Ahola nimittää sivustoa, jolla voi antaa palautetta ja keskustella kirjasta, ohjatuksi internet-lukupiiriksi. Ne voivat toimia ilmoitustaulun tavoin, jolloin kuka tahansa voi osallistua tai sitten suljettuna piirinä, jonka keskustelu moderoidaan. Vaikka vapauden ja sitoutumattomuuden idea saattaa olla monelle kimmoke lähteä mukaan, sitoutuneitakin käyttäjiä palveluilla on. (2013, 106–107.)

Kaleva.fi-sivustolla ohjattu internet-lukupiiri olisi kokeilun arvoinen. Sen mallin voisi ottaa Helsingin Sanomien verkkosivuilla vuosina 2008–2011 toimineesta, yhden toimittajan vetämästä Lukupiiri-blogista, jolla oli esimerkiksi vuonna 2009 keskimäärin 3000 kävijää viikossa (Ahola 2013, 107). Ehdotan, että Kalevan versiossa lukupiiriä olisi vetämässä useamman toimittajan ryhmä. Tämä siksi että työmäärä jakaantuisi tasaisemmin, mutta ennen kaikkea siksi että toimituksessa on laajaa kiinnostusta kirjallisuuteen eikä vain kaunokirjalliseen genreen. Toimituksessa työskentelee tietokirjailijoita ja myös tieteestä kirjoittavia, jolloin teosvalikoimaan saataisiin perinteisiä romaaneihin keskittyviä lukupiirejä kirjavampi sisältö. Esimerkiksi useamman kirjallisuuden lajin sisällyttäminen samaan lukupiirijaksoon esimerkiksi lukuhaasteen *“Oulussa kirjoitettua”* kautta, olisi helposti kiinnostava laajemmallekin käyttäjäkunnalle kuin 65+-ikäisille. Pelkästään kaunokirjallista materiaalia sen sijaan sisältäisi kyselyn kysymyksessä 24 (ks. luku 3.5) esitetty juttuidea *“Talvi-iltain tarinoita”*, jossa Kaleva.fi tarjoaisi lokakuulta maaliskuulle ulottuvan lukuhaasteen. Siinä toteutusmuotoina olisivat kutakin teosta kohti tehty esittelevä podcast lukunäytteineen sekä moderoitu verkkokeskustelu.

Lukupiirin mahdollisesti herättämää kiinnostusta ei kannata mitata varsinaisella aktiivien osallistujien määrällä. Aholan mukaan Helsingin Sanomien Lukupiiri-blogin keskustelijoita oli kutakin kirjaa kohden muutamia kymmeniä (2013, 107). Kun blogin kävijöitä saattoi yhden viikon aikana olla tuhansia, ollaan lähempänä ko. palvelun merkitystä. Perinteinen avoinkin lukupiiri, joita Oulun alueella on esimerkiksi kaupunginkirjaston tarjoamana toistakymmentä, vaatii osallistujalta ponnisteluja – pelkästään paikalle pääsemisen käsittelyssä olevaan teokseen tutustumiseen käytetyn ajan lisäksi, vaikkakaan tuota ei osallistumiselta edellytetä. Ohjattuun internet-lukupiiriin voi osallistua kuka tahansa, mistä tahansa ja milloin tahansa.

Kirjallisuus kiinnostaa kaiken ikäisiä. Suomen yleisten kirjaston tilastoja ja Pohjois-Suomen aluehallintoviraston alueella asuvien tilastoja tarkastelemalla voidaan todeta kunkin asukkaan lainanneen vuonna 2018 keskimäärin lähes kymmenen (9,86) suomenkielistä kirjaa. Tässä määrässä ei huomioitu äänikirjoja, joiden kulutus on kasvanut räjähdysmäisesti. Opinnäytteen kyselyssä kirjallisuuskysymyksiin (kysymykset 10–19) vastattiin innokkaasti. Lukemisen aktiivisuutta kysyttäessä ilmeni, että 21 prosentilla vastaajista on aina useampi kuin yksi teos luettavana samanaikaisesti ja 42 prosentilla oli aina luettavanaan vähintään yksi teos (ks. luku 3.3).

Tämän nojalla Kaleva.fi-sivustolle kannattaa suunnitella ohjattu internet-lukupiiri, joko useamman genren kirjallisuutta sisältävä tai Talvi-iltain tarinoita -tyyliin toteutettu, jonka muoto voisi olla seuraava:

1. Toimittaja esittelee teoksen tai kirjoittaa siitä kritiikin. Tulos on luettavissa tekstinä sekä kuultavissa podcastina. Teoksesta on hyvä tehdä myös muutama tekstiote äänitiedostoksi.
2. Teosta koskeva kommentointi avataan ja sitä moderoidaan.
3. Teos on keskusteltavana aina vähintään kuukauden ja on uuden teoksen tultua keskusteluun esillä (avoinna) vielä esimerkiksi viikon.
4. Kunkin teoksen keskustelu jää (sulkeutumisen jälkeen) vapaasti luettavaksi.
5. Kukin toimittaja valitsee omat teoksensa. Teemoista voidaan sopia ja niitä voidaan rajata esimerkiksi asiakaspalautteen perusteella.

Interaktiivisia palveluita suunniteltaessa on toisaalta hyvä muistaa, että vastavuoroisten sisältöjen tarjoaminen sitoo toimituksen henkilöresursseja, koska moderointiin tarvitaan fyysinen henkilö. Sisällöntuotannossa on pakko muistaa koko ajan realiteetit. Digitaaliseen viestintään siirryttäessä varsinaisen sisällöntuotannon tekijöiden, niiden, joita on kutsuttu ammattinimikkeellä toimittaja, määrä on vähentynyt. Tekijöiltä odotetaan toki nykyään monimediaosaamista – siksihän osittain hakeuduin suorittamaan medianomin master-opintoja – mutta kunkin tunnissa on vain sama määrä minuutteja.

4.2.3 Paikallista identiteettiä vahvistavat sisällöt

120 vuotta ilmestyneellä Kalevalla on perustehtäväänään toimiminen yleismedianana. On kuitenkin ollut aina selvää, että lukijasuhde syntyy ja varmistetaan tarjoamalla paikallisesti sitä, mitä lukija kaipaa ja tarvitsee. Tämä ei muutu, vaikka median muodot muuttuvat. Kun tänään puhutaan

lukijasuhteen sijaan käyttäjäkokemuksesta, palveluntarjoaja tarvitsee yhtä lailla sitoutuneen asiakkaan kyetäkseen toimimaan ja pysymään mukana median kehityksessä.

Paikalliset uutiset saavat Kalevassa tuekseen taustoittavia, laajempia juttuja. Ne voivat olla uutistyyllisiä, toteavia, mutta usein niiden luettavuus – siis kiinnostavuus – syntyy toisenlaisesta lähestymistavasta. Lukemistosivuilla voidaan hyvin hakea näkökulmaksi koettu, läsnäolo ja osallisuus johonkin tai jostakin. Yksittäisen henkilön kokeman kautta edetään kollektiivin kokemaan, näytetään paikallinen identiteetti ja se mistä se rakentuu. Tämä on se, mikä tekee paikallismedian merkitykselliseksi käyttäjälleen, erottaa sen muista. 120 vuotta toimineella medialla on vahva mahdollisuus tähän. Kalevan arkistosta on mahdollista nostaa esiin myös ennen tehtyä. Näillä paikallista identiteettiä vahvistavilla sisällöillä on viesti: ”Me olemme olleet olemassa vuodesta 1899 ja olemme läsnä täällä edelleen”.

Kysymyksessä 26 annettiin neljä ehdotusta juttusarjoiksi. Ensimmäinen, ”*Teuvo Pakkalan kertomusten jäljillä Kakaravaaralla*” nivoutuu kulttuurisisältöihin, mutta on enemmän paikallisuuteen kuin tekstianalyysiin liittyvä. Samalla kaavalla voitaisiin toteuttaa Joni Skiftesvikin tai Hannu Väisäsen teosten maailmaan sijoittuva artikkeli. Toteuttamisessa lähdettäisiin ajallisen ja yhteiskunnallisen taustan selvittämisestä ja muotoina olisivat jutun ohella video, jossa esimerkiksi haastateltaisiin kirjailijaa teosten tapahtumapaikoilla, tai Pakkalan tapauksessa alueen historiaan perehtynyttä tutkijaa tai vaikka siellä tänään asuvaa. Samaten kuvagallerialla voitaisiin avata näkymää aikaan ja paikkaan.

”*Oma vanha Ouluni*” pyrki antamaan puheenvuoron Kalevan lukijoiden ennestään tuntemille paikallisille, tai täällä lapsuutensa viettäneille. Kysymyksessä 26 esimerkkihenkilönä oli Tuomitallossa, Kajaanin- ja Koulukadun kulmassa sijaitsevassa jugend-rakennuksessa, lapsuutensa viettänyt FT Jouni Suistola (s. 1946). Haastateltaviksi sopisivat vallan hyvin myös edellisessä esimerkissä mainitut Joni Skiftesvik ja Hannu Väisänen. Molempien kanssa on aiemmin jo toteutettu tämänkaltaisen juttu mutta aikana, jolloin Kalevassa ei vielä tehty digisisältöihin nyt oleellisesti kuuluvia videoita. Myös podcastin mahdollisuus on tässä hyvä: pohdin, että pelkän äänen taltioiminen saattaa olla haastateltavalle vähemmän jännittävä kokemus kuin videolla esiintyminen.

Juttusarjaehdotuksiin pyydettiin palautetta, kommentteja ja ehdotuksia toisiksi aiheiksi. Vastaajan toteamus ”Kaikenlainen paikallishistoria kiinnostaa, myös laajemmin Peräpohjolan alueelta” muistuttaa siitä, että paikallista mediaa lukevat ovat mahdollisesti kotoisin muualta kuin

ilместymispaikkakunnalta tai heillä on muita kiinnekohtia lähiseuduille. Ja koska Kalevamedialla on laaja paikallislehtien valikoima ja juttuvaihto Kalevan ja näiden muiden kanssa jo olemassa oleva käytäntö, esimerkiksi usean vastaajan kiinnostavaksi mainitseman Tommi Kinnusen Neljäntienristeys-romaanin Kuusamo-kohteet saattaisivat olla erinomainen digisisällön aihe.

”Kylässä Iijokivarressa/Oulujokivarressa/Kiiminkijokivarressa/Siikajokivarressa – ihmisiä ja elämää nyt ja ennen” pyrkii olemaan leimallisesti ns. tavallisten lukijoiden elämästä ja historiasta kertova. Siinä päästään myös edellä todetun kaltaiseen, lukijalle tärkeään henkilökohtaiseen paikkakokemukseen. Sarjaa suunniteltaessa on syytä kiinnittää huomiota interaktiivisuuteen: kerrotaan ennalta, minne ollaan menossa ja pyydetään jutun yhteyteen julkaistavaksi esimerkiksi otoksia perhealbumeista tai vanhoja dokumentteja kuten kyläkokouksien pöytäkirjoja. Jälkimmäisistä hyviä esimerkkejä ovat esimerkiksi tiekokousten vanhat dokumentit. Lukijoilta saatavin kuvin taas voitaisiin kertoa eri paikkakuntien kylien elämästä ja tehdä esimerkiksi muistelujuttu ja reportaasi kesäasukkaiden suhteesta kylään.

Laajemman tapahtumaketjun taas tarjoaisi Oulujoen valjastaminen sähköntuotantoon. Tapahtumahistorian lisäksi voimalaitosyksiköiden sosiaali- ja kulttuurihistorian esittely onnistuisi, sillä alueilla on edelleen vahvat yhteisöt ja muistelijoita. Myös dokumenttimateriaalia löytyy yksityisistä ja julkisista lähteistä runsaasti.

Viimeinen kyselyssä annetuista juttusarjojen vaihtoehtoista oli *”Oulun osana – tutustu kaupunginosaan”*. Olen muuan vuosi sitten toteuttanut Kalevan lukemistossa oululaista arkkitehtuuria käsitelleen juttusarjan, jonka rinnalla tuotin Oulun historiaseurassa (jonka hallituksen jäsen olin) juttuja tukevan yleisöluentojen sarjan. Rakentamisen historia herätti kiinnostusta silloin ja saman olen havainnut myöhemminkin. Kysymyksen 26 ehdotuksen esimerkkeinä mainitut Maikkula ja Tuomiokirkon ympäristö olivat molemmat mukana toteutetussa juttusarjassa.

Identiteettiä vahvistavat sisällöt ovat kuitenkin tärkeitä ennen muuta uusien, tutkimusryhmää nuorempien käyttäjäryhmien rekrytoimiseen. Oulun ja lähiseutujen asuinalueiden esittelyminen heille on mielestäni ideana hyvä mutta myös tuottoisa. Näet, printtimedian siirtymistä verkkoon perustellaan kustannustehokkuudella: painaminen ja jakelu ovat mediataloille kallis kuluerä. Digimedia ei sekään synny ilman kustannuksia, ja markkinointi hakee koko ajan uudenlaisia keinoja löytää ilmoittajille sijaa digimaailmasta. Juttusarjoillekin voidaan tarjota sponsorointia. Tätä paikallishistorian esimerkkiä miettiessäni muistin, että asioidessani alkuvuodesta 2019 OP-Kiinteistökeskuksen kanssa, välittäjä kertoi tämän OP-konsernin osan nimenmuutoksesta OP-Koti

-muotoon. Tajusin tuolloin, että tässä olisi tarjolla erinomaisen sopiva ilmoittaja oululaisista kaupunginosista kertovaan juttusarjaan.

5 PÄÄTÄNTÖ

Lehdenteon digitoiminen alkoi suomalaisissa lehtitaloissa 1980-luvun puolivälissä, taiton digitoiminen kymmenkunta vuotta myöhemmin. Tuohon vaiheeseen mukaan tuli tietoverkko, internet, jonka vaikutuksesta ajattelusta muutoksesta tulikin murros. Mediamurros, monitahoinen ja monikerroksinen, toimittajan ammattikuvan muuttava, lukijan roolin toiseksi tekevä, kokonaisia ammattikuntia karsiva, on ollut kohdattava koska median markkina on muuttunut. On siirrytty perinteisestä lehden ilmoituspalvelusta nopeammin kuluttajat tavoittavaan tietoverkon palvelumaailmaan ja tässä olennaista on ollut perinteisen median aineiston jakaminen ilmaiseksi juuri verkossa.

Toimituksissa on pitänyt sopeutua, vähintään mukautua, tilanteeseen. Lukijatkin ovat oppineet uuteen, mutta median on ymmärrettävä olla tukemassa niitä, joille uusien mediamuotojen ottaminen haltuun on syystä tai toisesta hankalaa. Digimedian ottamisessa haltuun olennaisinta on viestiminen vaivattomuudesta sekä koulutus ja opastus, jonka tulee koskea myös sisällöntuottajia. Ei vain niitä, jotka ovat asiakkaina.

On muistettava, että niin tekijöissä kuin lukijoissa on don Quijoten heimolaisia, jotka haluaisivat käydä reaaliaikailman lainalaisuuksia vastaan, ja toimittava sen mukaisesti. Eräs opinnäytteen kyselyyn vastaajista toteaa kommentissaan: "Mieluimmin luen paperilehteä". Todennäköistä on, että tämä yli 65-vuotias saa lukeakseen paperilehden niin kauan kuin hän kykenee paperilehteä käsissään pitelemään. Sen sijaan se, millaisin ehdoin (hintaa ja ilmestymistiheys) ja millaisin sisällöin hän paperilehtensä saa, tulee muuttumaan verraten nopealla aikataululla, uskon.

Kaleva on yhä enemmän muuta kuin tekstiä, kuvia ja kaavioita, mutta muutos on yhä hidasta. Uudet mediamuodot on otettava haltuun nopeasti ja tehokkaasti. Jos videotuotantoa jo onkin ja podcastin maailmaan astuttu pienen kokeilun ja yhden erityisalan tuotannon (urheilutoimituksen podcast) verran, seuraavan etapin tulisi olla ääneen luetut jutut, jotka ovat suurissa aikakauslehdissä ja esimerkiksi Helsingin Sanomissa jo arkipäivää. Kuunnellun tekstin osuus kasvaa kaikissa käyttäjäryhmissä, mutta erityisesti nuorten miesten keskuudessa.

Emmekä voi pysähtyä laajentamaan vain muotojen valikoimaa, vaan kuluttajat on nähtävä laajempaan joukkona kuin se, jolle Kalevaa suunnattiin 20 vuotta sitten kun työurani aloin. On

ymmärrettävä kuluttajien erityistarpeita: Kalevaan on saatava ainakin tärkeimmät paikalliset uutiset selkokielisinä mutta myös englanniksi.

Haastavaksi kuluttajaryhmäksi osoittautuneen nuorison totuttaminen paikallisen median käyttäjiksi on ongelma, johon voitaisiin hakea ratkaisua heille räätälöidystä sisällöstä: oppimateriaaleista. Olen koulutukseltani historian ja yhteiskuntatieteen opettaja ja käyttänyt Kalevaa molempien oppiaineiden opetusmateriaalina huomaten, että sekin oppilas, joka ei teemasta muutoin kiinnostu, suhtautuu opetettuun eri tavoin, kun se tuodaan hänelle esimerkiksi läheiseen aikaan tai alueeseen liittyen ja Kalevan tuottamana reportaasina tai uutisena. Äidinkielen opetusmateriaalina Kaleva on myös erittäin toimiva.

En tarkoita, että Kalevan toimituksessa pitäisi ryhtyä tuottamaan materiaalia vain tätä tarkoitusta varten. Tarkoitan sitä, että Kaleva voisi hyödyntää koko konsernin digiarkistoaan ja normaalissa toimitustyössä syntyvää materiaalia sijoittamalla sitä erillisiin, oppiainekohtaisiin kokonaisuuksiin. Nämä kokonaisuudet olisivat hankittavissa erillisinä, ja markkinointia voitaisiin suunnata kouluvuoden taitekohtiin esimerkiksi kehottaen kummia ja isovanhempaa lahjoittamaan lisämateriaalin tilausjakso kirjoituksiin valmistautuvalle abiturientille tai lukiotaan aloittavalle.

Tekijöiden suurin haaste mediamurroksen viimeisimmässä vaiheessa on ollut nähdä lukijan, kuluttajan, kansalaisen roolin muuttuminen. Media ei enää määrää kuluttajan ajankäytöstä: missä ja miten tämä lukee juttunsa tai katsoo tai kuuntelee mediasisältöä. Yhtä lailla muuttunut on kuluttajan käsitys suhteestaan mediaan: hän ei ole ollut enää aikoihin pelkkä toimeton vastaanottaja, vaan hän on osa sitä.

Murroksen myötä sekin on selkiytynyt, ettemme ole ainutkertaisia, vaan samankaltaista materiaalia on tarjolla useammasta lähteestä. Siksi on entistä tärkeämpää olla mukana, havainnoida, tulla esille kulisseista. Meidän tekijöiden on oltava näkyvämmiin läsnä, jotta kontakti kuluttajaan syntyy ja pysyy yllä ja jotta medialla on edelleen palveluista maksavat käyttäjänsä.

LÄHDELUETTELO

Ahola, S. 2013. Lukupiirien aika. Yhteisöllistä lukemista suomalaisissa lukupiireissä. Helsinki: Avain.

Erämaja, E. 2018. Eläkeläinen kuluttaa lehtiin eniten. Mediatalouskatsaus 1/2018. Viitattu 30.10.2019. https://www.medialiitto.fi/files/4563/Mediatalouskatsaus_I_2018.pdf

Grönlund, M. 2014. Sanomalehtien liiketoiminta ja toimintaympäristö. Teoksessa K. Lehtisaari (toim.) Sanomalehti uudessa mediamaisemassa. Helsinki: Taloudellinen tiedotustoimisto TAT, 34–43.

Kilponen, A. 2019. ”Melkein kaikki omat vaivat löytyvät”, testaaja nauraa. Kaleva 13.10.2019, 12–13.

Kivimäki, Sanna, 2017. Ikää ihmettelemässä. Lähikuva 3/2017, 62–77.

KUDOS, 2015. KUDOS: Median ja journalismin viriäviä tulevaisuuksia. MEDEIA-hankkeen loppuraportti. Turun yliopisto, Tulevaisuuden tutkimuskeskus, Tutu e-julkaisuja 4/2015. Viitattu 30.10.2019. https://www.utupub.fi/bitstream/handle/10024/147474/eTutu_4-2015.pdf?sequence=1&isAllowed=y

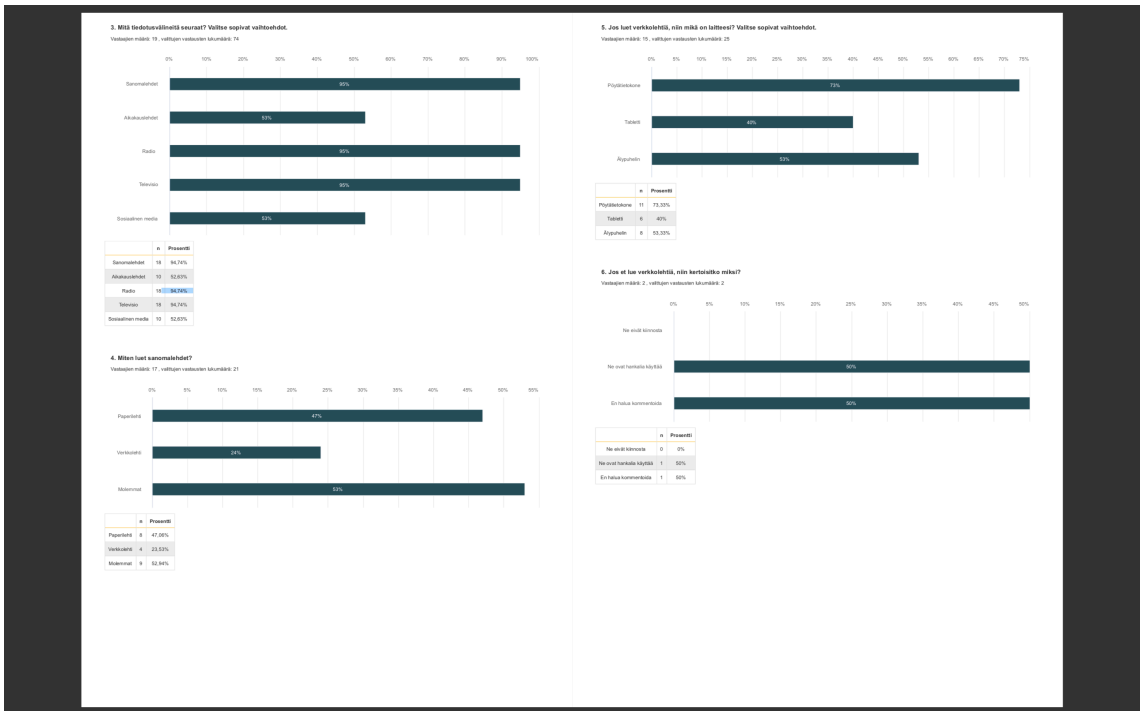
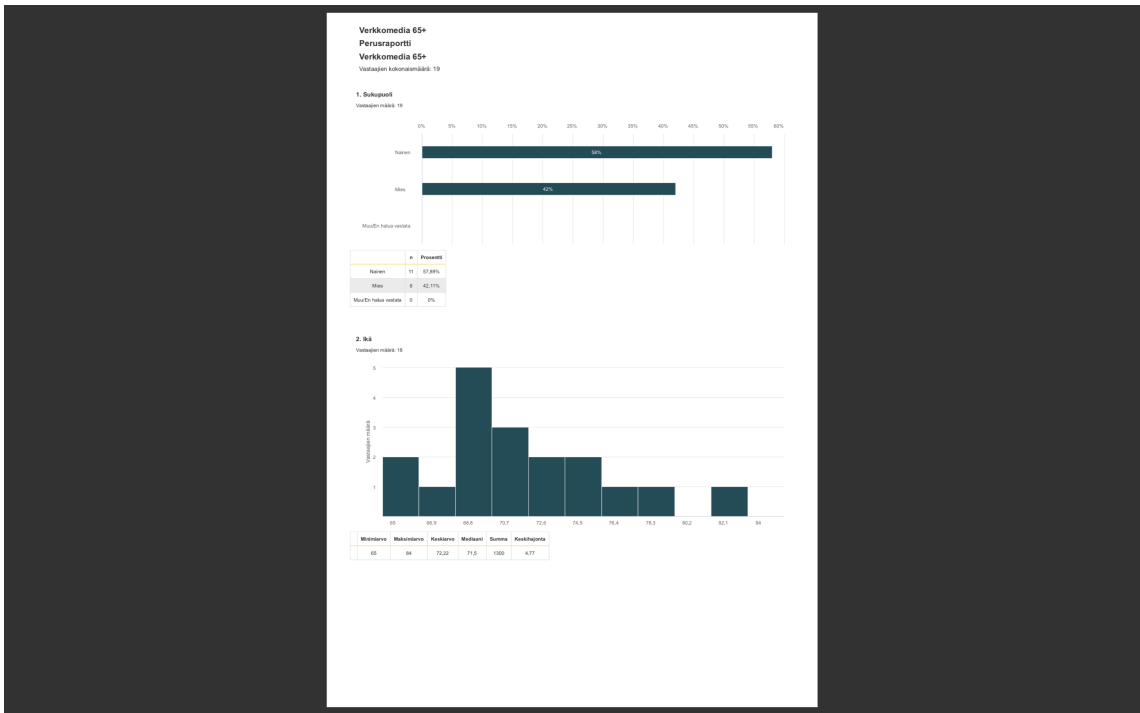
Limnell, J. 2019. Digitaidot kuuluvat kaikille – myös vanhemmille. Kaleva 17.9.2017, 32.

Museo soittaa kotiin – Helsinki tarjoaa kulttuuripalveluja etänä kotihoidon asiakkaille. https://www.hel.fi/uutiset/fi/kulttuurin-ja-vapaa-ajan-toimiala/museo_soittaa_kotiin. Viitattu 29.10.2019.

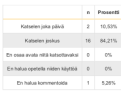
Uutismedia verkossa 2019. Reuters-instituutin Digital News Report, Suomen maaraportti. Viitattu 30.10.2019. <https://trepo.tuni.fi/bitstream/handle/10024/115555/978-952-03-1139-1.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

Viljakainen, A. & Vehmas, K. 2014. Mediateknologioiden kehityssuunnat. Teoksessa K. Lehtisaari (toim.) Sanomalehti uudessa mediamaisemassa. Helsinki: Taloudellinen tiedotustoimisto TAT, 24–33.

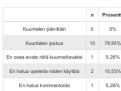
LIITTEET



Vestibülen määrik: 13 , vestibülen vestibülen lakumäär: 10



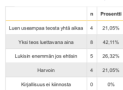
Vestiblen määrik: 12, vastutan vastavastu: 12



*Vastalehtien määrä: 17, valittujen vastalehtien lukumäärä: 22



Vastastien määri: 19, valittujen vastastien lukumääri: 21



Verstopfen mit 10

12. Mikä tai mitkä teokset sinua kiinnostaisi, jos olisi aikaa?

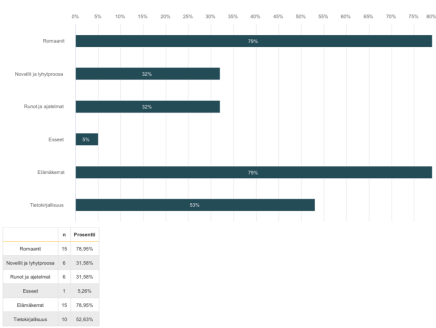
Westkapfen mäßig: 15

14. Seuraatko jonkun tietyn kirjailijan/kirjailijoiden tuotantoa?

Verstoppen en blokkeren: 1

[illegible]

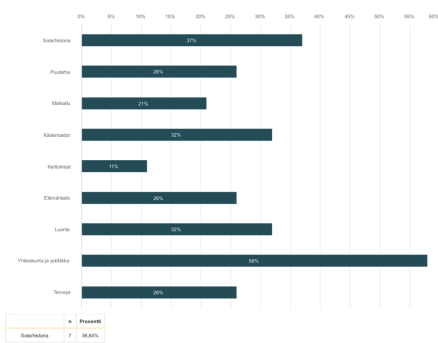
Verstärken möglich: 1



Vastavastav määritlus:

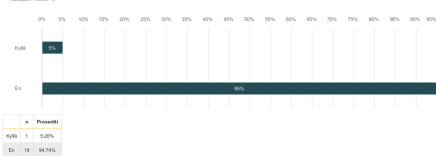
[illegible]

Vastaajien määrä:

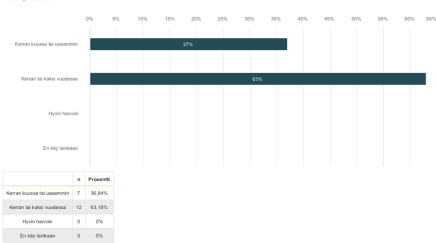


	n	Prosentti
Puutarha	5	26,32%
Metsäkieli	4	21,05%
Käsitöidenkoti	6	31,58%
Keräilyseura	2	10,53%
Eläimintalo	5	26,32%
Luonto	6	31,58%
Yhteiskunta ja poliittinen	11	57,89%
Terveys	5	26,32%

Vestibular evoked myogenic potentials



Vestibular evoked myogenic potentials



Vestibular evoked myogenic potential

