

**”Tänne kun kirjoittaa, niin kyllä se toimittaja sen hoksaa”
— Juttuvinkit ja ideointi pienissä paikallislehdissä**

Riika Tauriainen



Tekijä Riika Tauriainen	
Koulutusohjelma Journalismi	
Opinnäytetyön nimi "Tänne kun kirjoittaa, niin kyllä se toimittaja sen hoksaa" — Juttuvinkit ja ideointi pienissä paikallislehdissä	Sivu- ja liitesivumäärä 30
<p>Paikallislehdillä on paikkansa suomalaisessa mediakentässä. Median murroksen myötä myös paikallislehdet ovat kokeneet myllerryksiä- Selvitän tässä tutkimuksessa tarkemmin, millaisista asioista syntyy paikallislehtien sisältö 2020-luvulla.</p> <p>Olen rajannut tutkimuskysymykseni käsittelemään paikallislehden juttuvinkkejä ja juttuaiheiden hankkimista. Rajaan aineistoni käsittelemään pieniä paikallislehtiä, sillä uskon niissä yhteisöllisyyden roolin korostuvan. Pienellä paikkakunnalla usein verkostot ovat tiiviimmät ja paikallisilla on matala kynnyks lähestyä paikallislehden toimittajaa.</p> <p>Työni päätavoite on selvittää paikallistoimittajien journalistisen työprosessin muutoksia, ongelmakohtia ja niihin mahdollisia ratkaisuja. Lisäksi tutkimukseni kartoittaa pienten paikallislehtien tilannetta tämän päivän muuttuvassa mediaympäristössä.</p> <p>Olen käyttänyt tutkimuksessani laadullisia tutkimusmenetelmiä. Haastattelin kolmen eri paikkakunnan päätoimittajia tutkimusaineistoa varten. Haastateltavana olivat Iijokiseudun päätoimittaja Martta Oinas-Panuma, Enontekiön Sanomien päätoimittaja Katja Keskitalo sekä Sotkamo-lehden päätoimittaja Pekka Lassila. Käytin haastattelussa teemahaastattelun menetelmiä.</p> <p>Analysoin tutkimusaineistoa sisällönanalyysin keinoin. Jaoin vastaukset omiin alakategori-oihin ja tutkin niiden yhtäläisyyksiä, eroja ja syy-seuraussuhteita. Vastauksissa nousee esille erityisesti sosiaalisen median kasvun vaikutukset sekä median murroksen aiheuttamat muutokset paikallislehdissä.</p>	
Asiasanat paikallislehti, paikallisjournalismi, juttuvinkit, ideointi, juttuaiheet, yhteisöllisyys	

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Journalistinen työprosessi	3
2.1	Juttuaiheiden ideointi	3
2.2	Tiedonhankinta ja lähteiden käyttö	3
3	Paikallislehden määrittely	4
3.1	Paikallislehden rooli ja tehtävä	5
3.2	Paikallislehti murroksessa	5
4	Tutkimuksen toteuttaminen	7
4.1	Tutkimusmenetelmät	7
4.1.1	Laadullinen tutkimus	7
4.1.2	Teemahaastattelu	7
4.1.3	Sisällönanalyysi	9
4.2	Haastatteluaineiston esittely	9
4.2.1	Ijokiseutu-lehti	10
4.2.2	Enontekiön Sanomat	11
4.2.3	Sotkamo-lehti	12
5	Tutkimustulokset	14
5.1	Juttuvinkit	14
5.2	Juttuaiheet ja ideointi	16
5.3	Paikallisuus ja yhteisöllisyys	19
5.4	Muutokset vuosien varrella	21
5.5	Pois- ja paluumuutto?	22
5.6	Ideointi tulevaisuudessa	23
6	Johtopäätökset	26
7	Pohdinta	28
7.1	Työprosessin onnistuminen	28
7.2	Kehittämissuhteita ja jatkoideoita	29
	Lähdeluettelo	30

1 Johdanto

Jo opinnäytetyön aihetta miettiessäni halusin tutkimukseni jollain tavalla liittyvän kotiseutuuni. Palasin mielessäni Helsingin vilkseestä takaisin kotipihani lähimetsiin ja loputtomaan suomalaisemaan. Paikkaan, jossa on kesäisin yötön yö, mutta talvisin kaamos ja paukkupakkaset.

Olen kotoisin noin 8 tuhannen asukkaan kylästä Pudasjärveltä. Vanhempieni omakotitalosta on 12 kilometriä kylän keskustaan. Isovanhempieni kotiseudut ovat vielä kauempana Pudasjärven ytimestä, kilometrejä välille ehtii kertyä jo yli neljäkymmentä. Tämän nostalgisen ajatustyön pyöriessä taustalla aloin pohtimaan paikallislehtien merkitystä pienillä paikkakunnilla. Kun väki vähenee, miten pienet paikallislehdet selviävät murroksessa? Riittääkö pienillä paikkakunnilla tänä päivänä jutun juurta paikallislehtien uutisiin?

Tästä syntyi idea opinnäytetyöni aiheeseen. Opinnäytetyöni tarkoituksena on selvittää, mistä pienten paikallislehtien toimittajat saavat juttuvinkkinsä ja miten toimittajat ideoivat juttuaiheita. Soittelevatko pitäjien mummot toimituksiin, vai löytyvätkö juttuvinkit Twitter-tileiltä?

Rajasin aiheen käsittelemään juttuvinkkejä, ideointia sekä sisältöjen muutosta. Aineistoa kasatessa esiin nousi myös muiden tekijöiden, kuten sosiaalisen median kasvun tai muutotappion merkitys paikallislehtien sisältöön. Olen myös rajannut tutkimuksessani pieniksi paikallislehdiksi sanomalehdet, joiden levikki on alle 5000. Haastattelemieni paikallislehtien levikki on hieman pienempi kuin paikkakunnan asukasmäärä. Lähtökohtana rajausvalinnoille on tutkia, millaista paikallistoimittajan työ on harvaan asutuilla paikkakunnilla, joissa on pitkät välimatkat ja tiivis kyläyhteisö.

Opinnäytetyöni tavoitteenani on tutkia, millaista on tämän päivän paikallislehtien toimittajien työ. Työni tavoitteissa on selvittää paikallistoimittajien työn muutoksia, tuoda esiin pienten paikallislehtien mahdollisia ongelmakohtia sekä etsiä niihin ratkaisuja.

Pyrin työssäni samalla tutustumaan syvemmin paikallislehtien arkeen ja tutkimaan pienten paikkakuntien toimittajien ammatti-identiteettiä. Lopputuloksen on tarkoitus olla syvälinen katsaus paikallislehtien toimittajien työhön konkreettisella esimerkin avulla, eli tässä tapauksessa juttuvinkkien alkuperän selvittämisellä.

Opinnäytetyö on hyödyllinen ensisijaisesti journalisteille ja journalismin opiskelijoille. Työni tulosten tarkoitus olisi avata paikallislehtien toimittajien työtapoja enemmän muille toimittajille. Toivon, että opinnäytetyöni voisi tuoda samalla esiin yhteiskunnallisia aiheita, ja sitä miten ne nähdään pienillä paikkakunnilla toimittajien näkökulmasta. Lisäksi olisi hyödyllistä, jos opinnäytetyöni voisi auttaa paikallislehtiä kehittämään omaa toimintaansa.

Tietoperustassa määrittelen lähteiden avulla olennaisia käsitteitä, jotka liittyvät opinnäytetyöhöni. Ensimmäisessä osiossa määrittelen journalistisen työprosessin suunnitteluvaiheen olennaisimmat käsitteet, eli juttuaiheiden ideoinnin sekä tiedonhankinnan ja lähteiden käytön. Toisessa osiossa avaan paikallislehden määritelmää, roolia ja tehtävää paikkakunnalla.

Toteutin opinnäytetyöni laadullisilla menetelmillä. Haastattelin kolmen eri paikallislehden päätoimittajaa teemahaastattelun keinoin, sekä analysoin haastatteluaineistoa sisälönanalyysin avulla. Lopussa käyn läpi tutkimuksesta syntyneitä johtopäätöksiä ja omia pohdintojani. Lisäksi arvioin tutkimukseni onnistumisen.

Mainittakoon vielä vuoden 2020 alussa alkaneen koronaviruspandemian vaikutus tutkimukseeni. Koronaviruspandemian johdosta Suomessa on ollut voimassa viruksen leviämistä ehkäiseviä rajoituksia. Pandemia ja rajoitukset ovat vaikuttaneet myös paikallislehtien toimintaan. Esimerkiksi paikallislehtien toimittajien kohtaamiset paikallisten kanssa ovat vähentyneet rajoitusten takia. Osittain nämä vaikutukset näkyvät joissain tutkimusaineiston vastauksissa. Koronapandemian johdosta myös suunnittelemani haastattelumatkat joihinkin toimitukseen eivät olleet mahdollisia. Sen takia osa haastatteluista on suoritettu puhelimitse.

Helsingin Seudun Journalistit ry on tukenut opinnäytetyötäni apurahalla.

2 Journalistinen työprosessi

Journalismi tarkoittaa faktoihin perustuvan tiedon keräämistä, arviointia ja julkaisua yleisölle. Journalismin erottaa muista viestintämuodoista sen asema yhteiskunnassa. Journalismi on välttämätöntä demokraattiselle yhteiskunnalle, sillä se tuo esiin epäkohtia ja toimii vallan vahtikoirana vallanpitäjille. (American Press Institute)

Toimittaja kerää tietoa ja kokoaa niistä jutun. Toimittajan työn eri vaiheita kutsutaan journalistiseksi työprosessiksi. Journalistisessa työprosessissa on eri vaiheita; ideointi ja suunnittelu, tiedonhankinta, koonti, arviointi ja editointi, julkaisu ja palaute. (Jaakkola, 2013, 50–51)

Esittelen seuraavaksi journalistisen työprosessin eri vaiheista juttuaiheiden ideoinnin ja tiedonhankinnan. Ne liittyvät haastatteluaineiston analysointiosioon, jossa tutkin millaista juttuaiheiden ideointi ja tiedonhankinta on pienissä paikallistoimituksissa.

2.1 Juttuaiheiden ideointi

Ideointi on tärkeä osa journalistista työprosessia. Journalistinen työprosessi alkaa ideoinnista ja jutun suunnittelusta. Toimittaja voi saada juttuaiheita arjesta ja työn kautta esimerkiksi tiedotteista tai lukijoilta. Toisinaan toimittajan täytyy itse tietoisesti tuottaa juttuideoita tutkimalla aiheita, jotka herättävät kiinnostusta. (Jaakkola, 2013, 50–67)

Ideoinnin tarkoitus on jäsentää näkökulmia eri aiheisiin. Journalistinen ideointi on jutun aiheiden, rajaamisen ja tiedonlähteiden etsimistä. (Jaakkola, 2013, 65) Aiheen rajaamisessa toimittaja pohtii, mistä näkökulmasta asia kerrotaan, mitä otetaan mukaan ja mitä jätetään kertomatta. Journalistin ohjeissa kerrotaan, että journalistin velvollisuus on pyrkiä totuudenmukaiseen tiedonvälitykseen. (JSN, pykälä 8) Siksi jo ideointivaiheessa tulee olla huolellinen, että aiheen rajaaminen sisältää kaiken uutisen kannalta oleellisen tiedon. Toimittaja voi ideoida yksin tai muun toimituksen kanssa. Yhdessä ideoiminen kollegoiden kanssa voi tuoda juttuaiheeseen uusia näkökulmia ja jatkoaiheita. (Jaakkola, 2013, 67)

2.2 Tiedonhankinta ja lähteiden käyttö

Tiedonhankinta yleisenä terminä tarkoittaa kaikenlaisen tiedon hankkimista riippumatta tavoista tai käytettävistä välineistä. Opetushallituksen määritelmän mukaan tiedonhankinnassa kootaan kattavaa ja olennaista tietoa eri lähteistä. Tiedonhankinta on olennainen

osa journalismia ja se kietoutuu yhteen ideoinnin kanssa. Usein jo jutun ideointivaiheessa tiedonhankinta tulee mukaan journalistiseen prosessiin. Tiedonhankinta jatkuu työprosessin myöhemmässä vaiheessa, kun kerätään aineistoa ja lähteitä. (Jaakkola, 2013, 67)

Toimittajien työnkuvaan kuuluu faktoihin perustuvien ja luotettavien tietojen hankkiminen. Julkisen sanan neuvoston laatimat journalistin ohjeet kattavat myös toimittajien tiedonhankinnan ohjeet. Ne osoittavat, miten tärkeää toimittajan tiedonhankinnassa on totuudenmukaisuus, faktojen tarkistus, avoimuus ja luotettavuus. (JSN, pykälät 8–16)

Hopeakunnas esittelee katsauksessaan hyvin toimittajan tiedonhankinnan prosessin. Kun toimittajalla on aihe tai lähde, josta tehdä juttu, alkaa tiedonhankinta. Toimittajan tiedonhankintaan kuuluu jutun hahmottelu, uutisaiheen näkökulman muotoilu, ja tiedon hankkiminen erilaisista tietolähteistä (Hopeakunnas 2015, 5). Toimittaja voi käyttää tietolähteinä muun muassa haastatteluja tai eri dokumenttilähteitä, kuten tutkimustuloksia tai tilastoja.

Internet on muokannut tiedonhankintaa. Nykypäivänä tietoa on vaivatonta hankkia, muokata ja käyttää mihin tahansa tarpeeseen. Valheellinen informaatio leviää herkästi ja sen takia toimittajien tiedonhankinta ja lähteiden tarkistuksen merkitys korostuu. Journalismissa tarvitaan yhä enemmän perusteellisuutta, tarkkuutta, rehellisyyttä ja läpinäkyvyyttä. (Kuutti, 2015, 17–20.)

Tiedonhankinnan lähteet voidaan jakaa korkeasti kolmeen eri kategoriaan; suullinen tieto, kirjallinen tieto ja empiirinen tieto. Toimittajan tulee käyttää faktoihin perustuvaa tietoa, ja sen varmistamiseksi toimittajan täytyy olla lähdekriittinen. Lähdekriittisyys tarkoittaa käytettävien lähteiden arviointia. (Jaakkola, 2013, 82–85) Toimittaja etsii eri lähteiden avulla vastauksia ideointivaiheessa heränneisiin kysymyksiin. Toimittaja voi käyttää tietolähteinä muun muassa haastatteluja tai eri dokumenttilähteitä, kuten tutkimustuloksia tai tilastoja. (Hopeakunnas, 2015, 2–3)

3 Paikallislehden määrittely

Uutismedian liiton (entinen Sanomalehtien Liitto) sivuston mukaan paikallislehti on uutismedia, joka julkaisee paikallista ja ajankohtaista sisältöä. Paikallislehti on maksullinen ja se ilmestyy vähintään kerran viikossa. Paikallislehden tulee olla sitoutunut Julkisen sanan neuvoston periaatteisiin. Tänä päivänä moni paikallislehti julkaisee sisältöjään myös verkossa. (Uutismedian liitto, Suomen Paikallismediat Oy).

Uutismedian liittoon kuuluu 135 paikallislehteä. Uutismedian mukaan löytyy noin kymmenisen paikallislehteä, jotka eivät ole liiton jäseniä. Näin ollen tarkkaa lukua koko maan paikallislehdistä ei ole saatavilla, mutta Uutismedian liiton mukaan maksimiarvio on noin 150 paikallislehteä. Kaikki paikallislehdet eivät ilmoita lukijamääriään vuosittaiseen Kansalliseen Mediatutkimukseen (KMT), mutta sen arvion mukaan paikallislehtiä lukee viikoittain lähes kaksi miljoonaa suomalaista.

Ensimmäiset paikallislehdet perustettiin Satakunnan ja Hämeen seudulle. Nykyään paikallislehtiä ilmestyy ympäri Suomea Enontekiöstä aina Hankoon saakka. Paikallislehti on tärkeä osa suomalaista mediakenttää. Alueelliset tai valtakunnalliset lehdet eivät pysty kattamaan samalla tavalla pienten paikkakuntien uutissisältöä kuin paikallislehdet. Paikallislehdellä on usein perinteisiin nojaava rooli paikallisen tiedon välittäjänä sekä kotiseutuhengen ylläpitäjänä. (Orajärvi 2014, 7–8).

3.1 Paikallislehden rooli ja tehtävä

Paikallislehden tehtävä on välittää paikallista tietoa, luoda yhteishenkeä ja ylläpitää paikallista identiteettiä. Paikallislehden tulee uutisoida puolueettomasti paikallisista tapahtumista ja asioista, sekä toimia paikallisten julkisena keskustelufoorumina. Lisäksi paikallislehti painottaa asukkaiden yhteisiä arvoja ja etuja. (Sillanpää, 2011, 46–48)

Paikallislehden vahvuuksia on sitoutunut ja läheinen lukijasuhde. Paikallislehdet herättävät monessa suomalaisessa tunteita aina nostalgisesta kiintymyksestä mielipiteisiin, jotka näkevät paikallislehtijournalismin luokattomaksi sisällöksi. (Orajärvi 2014, 7–8)

Paikallislehtien sisällön vahvuus on toimittajien tuntemus paikkakunnasta ja sen asukkaista. Hyvä paikallistoimittajalla on laajat verkostot paikkakunnalla ja tuo paikallisten äänen kuuluviin. Paikallislehti myös tarjoaa lukijoilleen mahdollisuuden ymmärtää valtakunnallisia tai kansainvälisiä tapahtumia oman paikkakunnan näkökulmasta. (Gassner, 1995, 16–23)

3.2 Paikallislehti murroksessa

Suomalainen media on kokenut suuria muutoksia 2000-luvulla. Taloudelliset vaikutukset, rakenteelliset murrokset, jakelun sekä ansaintalogiikan muutokset ja digitalisointi ovat muokanneet mediaa. Suuret mediatalot hallitsevat yhä enemmän pienempiä julkaisuja, sisältöjä tuotetaan yhä nopeammalla tahdilla ja sosiaalisen median asema on vakiintunut osana mediakenttää. (Liikenne- ja viestintäministeriö, 2014) Median murros koskee myös

paikallislehtiä. Tilattavien lehtien levikit ovat pienentyneet ja erityisesti muuttotappioisilla paikkakunnilla paikallislehtien tilanne voi olla hankala.

YLE uutisoi 8.1.2020 Sysmässä ja Hartolassa ilmestyvän pienen paikallislehden kamppailusta. Keväällä 2019 Lähilehti-niminen paikallislehti oli vaikeassa tilanteessa, sillä kulut olivat liian suuria tuloihin nähden. Lähilehti siirtyi ratkaisuun, jossa joka toinen julkaisu oli digilehti ja toinen paperilehti. Yleisö reagoi tähän voimakkaasti vastustaen ja Lähilehti sai uuden mahdollisuuden menestyä. Uutisessa mainitaan, että moni muu paikallislehti on joutunut vastaavan tilanteeseen. Uutismedian liiton (entinen Sanomalehtien Liiton) järjestöpäällikkö Ilona Hannikainen kommentoi juttuun, että digitalisaation kasvusta huolimatta paikallislehtiä ei ole juurikaan lakkautettu viimeisen viiden vuoden aikana. Sen sijaan printtilehden taloudelliset edellytykset ovat vähentyneet. Hannikainen kertoo uutisessa, että samalla kun printtilehden jakelu- ja tuotantokustannukset kasvavat, niin muuttotappiopaikkakunnilla yritystoiminta heikkenee ja mainosmarkkinat laskevat.

Ylen uutinen on esimerkkijuttu paikallislehtien kohtaamasta ahdingosta; printtilehden tulot laskevat ja kustannukset nousevat, mutta uutisen mukaan paikalliset silti kokevat paikallislehden merkitykselliseksi ja osaksi paikkakunnan imagoa.

Yhä useammat paikallislehdet ovat siirtyneet pois yksityisomistuksesta ja keskittyneet suurten mediakonsernien omistukseen. Paikallislehtien siirtyminen suurien mediayhtiöiden omistukseen voi olla mediayhtiöille keskeinen osa liiketoimintaa tai pienempi osa kokonaisuutta. Toisinaan yrityskauppojen merkitys voi näkyä esimerkiksi paikallislehteä koskevissa kustannusratkaisuissa, kuten henkilökunnan vähentämisellä tai julkaisukertojen harventamisella. (Orajärvi, 2014, 9)

4 Tutkimuksen toteuttaminen

Opinnäytetyön tarkoituksena on selvittää, mistä pienten paikallislehtien toimittajat saavat juttuvinkkinsä. Olen rajannut pieniksi paikallislehdiksi sanomalehdet, joiden levikki on alle 5000.

Tavoitteenani on tutkia, millaista on tämän päivän paikallislehtien toimittajien työ paikkakunnilla, joiden väkiluku pienenee. Työni tutustuu syvällisesti paikallislehtien arkeen ja samalla tutkii pienten paikkakuntien toimittajien ammatti-identiteettiä. Lopputuloksena on katsaus paikallislehtien toimittajien työhön journalistisen työprosessin muutoksien kautta.

Työni tulosten tarkoitus olisi avata paikallislehtien toimittajien ja tuoda samalla esiin paikallislehden roolia paikkakunnalla paikallistoimittajien näkökulmasta.

4.1 Tutkimusmenetelmät

Käytin opinnäytetyössäni kvalitatiivisia eli laadullisia tutkimusmenetelmiä, tarkemmin sanottuna teemahaastattelua ja aineistolähtöistä sisällönanalyysia. Seuraavassa osiossa avaatan tarkemmin käyttämiäni menetelmiä sekä esittelen haastatteluaineiston.

4.1.1 Laadullinen tutkimus

Laadullisen eli kvalitatiivisen tutkimuksen tavoitteena on ymmärtää tutkittavaa kohdetta tai ilmiötä. Se vastaa kysymyksiin miksi, miten ja millainen (Heikkilä 2014, 7). Laadullinen tutkimus hyödyntää erilaisia aineistoja ja niistä tehtyjä analyyssejä. Laadullisessa tutkimuksessa käytetään pääosin empiirisiä aineistoja, kuten haastatteluja, tekstejä tai keskusteluja (Juhila, 2021, a).

4.1.2 Teemahaastattelu

Tässä tutkimuksessa aineistona on litteroidun haastatteluaineiston vastaukset. Etsin niistä yhtäläisyyksiä, eroavaisuuksia, muutoksia sekä mahdollisia ratkaisuja. Käyn vastaukset läpi eri alakategorioissa, ja analysoin tekstit haastattelujen aikajärjestyksen mukaan.

Haastattelin kolmen eri paikallislehden päätoimittajia teemahaastattelun tavoin. Teemahaastattelussa on tyypillisesti puolistrukturoitu haastattelu, jossa käydään läpi ennalta suunniteltuja teemoja. Haastattelumuoto sopii hyvin vähemmän tunnettujen ilmiöiden tutkimiseen. Vaikka samat teemakohtaiset kysymykset esitetään jokaiselle haastateltavalle,

niin teemoista pyritään keskustelemaan vapaasti. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka, 2006) Kaikki teemat käydään läpi haastattelutilanteessa, mutta eri teemat voivat nousta laajemmin esiin eri haastatteluissa.

Haastattelumenetelmissä päätarkoitukseni oli selvittää, miten paikallislehtien toimittajat käytännössä saavat juttuvinkkinsä. Haastattelin jokaisen paikallislehden päätoimittajia lehden nykytilanteesta, muutoksista, ideoinnista, juttuvinkeistä ja yhteisöllisyyden merkityksestä. Sain haastattelujen perusteella kasaan 12-sivun litteroidun aineiston, jota käytän opinnäytetyöni tutkimustulosten analysoinnissa.

Tutkimuskysymykseni olivat, että mistä pienten paikallislehtien toimittajat saavat juttuvinkkinsä ja miten he ideoivat juttunsa nykypäivänä.

Tutkimuskysymyksiä tukevat, tarkentavat kysymykset:

1. Lehden taustan lyhyt selvittely; Kuinka iso toimitus? Kauan lehti on ilmestynyt? Mikä levikki, miten usein lehti ilmestyy?
2. Lehden sisältö tarkemmin; Mistä jutut pääsääntöisesti koostuvat? Mitä aiheita käsitellään eniten? Millaiset jutut ovat luetuimpia?
3. Mistä paikallislehden toimittajat saavat juttuvinkkejä? Soittavatko ihmiset itse toimituksiin? Löytyykö juttuvinkkejä sosiaalisesta mediasta?
4. Miten toimittajat ideoivat juttunsa? Onko toimituksessa yhteisiä ideointipalaveriteita? Miten paikallinen yhteisöllisyys vaikuttaa juttuideoiden syntyyn?
5. Miten ideointi ja juttuvinkit ovat muuttuneet vuosien varrella? Onko sosiaalisella mediallyllä vaikutusta? Entä ihmisen pois- ja paluumuutto?
6. Tulevaisuuden näkymät; Millaiset ovat toimituksen ajatukset ideoinnista tulevaisuudessa? Kasvaako sosiaalisen median merkitys?

4.1.3 Sisällönanalyysi

Analysoin keräämäni aineistoa pääasiassa laadullisesta näkökulmasta, eli aion käydä läpi haastattelumateriaalin huolellisesti, nostaa esiin tärkeimpiä kohtia, ja etsiä yhtäläisyydet vastauksista.

Käytän tutkimuksessani aineistolähtöisen sisällönanalyysin keinoja. Sisällönanalyysi tarkoittaa kirjallisessa muodossa olevan materiaalin analysointia. Sisällönanalyysin avulla etsitään aineistosta esiin nousevia merkityksiä. Aineiston laadullinen tutkiminen perustuu tutkijan päättelyihin ja tulkintoihin tutkittavasta ilmiöstä. Sisällönanalysointi selkeyttää aineistoa ja pohjustaa luotettavien johtopäätösten tekemistä. Aineistolähtöisessä sisällönanalyysissä karsitaan ensin ylimääräinen informaatio pois, eli sisältöä pelkistetään tuloksiin, jotka liittyvät tutkimuskysymyksiin. Seuraavaksi tulokset ryhmitellään eri vastauskategorioihin. Viimeisessä vaiheessa tulokset käsitteellistetään ja luodaan lopulliset johtopäätökset. (Tuomi, Sarajärvi, 2017)

4.2 Haastatteluaineiston esittely

Valitsin haastateltaviksi Pudasjärven, Enontekiön ja Sotkamon paikallislehdet; Iijokiseutu, Enontekiön Sanomat ja Sotkamo-lehti. Haastattelin jokaisen lehden päätoimittajia aikavälillä 1.11.2020-1.3.2021. Haastattelin Iijokiseutu-lehden päätoimittajaa Martta Oinas-Panuraa, Enontekiön Sanomien päätoimittajaa Katja Keskitaloa sekä Sotkamo-lehden päätoimittajaa Pekka Lassilaa. Pudasjärven Iijokiseutu-lehden haastattelun suoritin kasvotusten, mutta loput haastattelut suoritettiin vallitsevan koronaviruspandemian takia puhelimitse. Haastatteluun meni aikaa noin tunti per paikallislehti.

Tein päätöksen haastatella näitä lehtiä tutkimukseeni sopivien kriteerien perusteella. Lehden levikki tulisi olla alle 10 tuhatta ja se ilmestyisi harvaan asutulla paikkakunnalla. Tarkoitukseni oli tutkia samalla sitä, millainen rooli pienten paikkakuntien lehdillä on 2020-luvulla digitalisoitumisen ja kasvavan poismuuton myötä. Paikkakunnat sijoittuvat Lappiin, Pohjois-pohjanmaalle ja Kainuuseen. Jokaisella paikkakunnalla on poismuuttoa ja pitkiä välimatkoja, mutta lisäksi haastattelujen kautta kävi ilmi matkailun olevan tärkeä asia paikkakuntien elinvoimaisuudelle.

Seuraavassa osiossa esittelen haastateltavat paikallislehdet. Lähteinä on käytetty tekemiäni tutkimushaastatteluja päätoimittajien kanssa.

4.2.1 Iijokiseutu-lehti

Haastattelin Iijokiseutu-lehden päätoimittajaa Martta-Oinas Panumaa. Iijokiseutu on Pudasjärven paikallislehti. Pudasjärvi sijaitsee Pohjois-Pohjanmaan pohjoisosassa. Iijokiseutu ilmestyy myös Pudasjärven lähikunnassa Taivalkoskella.

Iijokiseutu-paikallislehti on ilmestynyt vuodesta 1969 lähtien ja on nykyään osa Kaleva-konsernia. Iijokiseutu liittyi osaksi Kaleva Mediaa lokakuussa 2018. Sitä ennen Iijokiseutu kuului konserniin nimeltä Joutsen Media, mutta se lakkautettiin. Oinas-Panuman mukaan konserniin liittymisen jälkeen ollut paljon muutoksia, mutta pikkuhiljaa asiat ovat alkaneet vakiintua.

Iijokiseudun levikki oli vuonna 2020 noin 3100 kappaletta. Levikkiin lasketaan printtilehti sekä nettitilaajat. Printtilehden levikki on hieman alle 3000. Iijokiseudun tilausvaihtoehtoina on täystilaus, eli printtilehti ja siihen kuuluvat digitunnukset, tai pelkkä digisisältö. Kaikki maksavat lukijat lasketaan osaksi levikkiä.

Iijokiseudun printtilehti ilmestyy keskiviikkoisin kerran viikossa. Vuonna 2016 ilmestyminen muuttui yksipäiväiseksi, siihen asti lehti ilmestyi kaksi kertaa viikossa. Digiversio printtilehdestä julkaistaan kerran viikossa, mutta lehden nettisivuille tehdään päivittäin uutisjulkaisuja. Sivustolle tulee päivässä noin kymmenisen juttua.

Oinas-Panuma on ollut Iijokiseudun päätoimittajana yhdeksän vuotta. Päätoimittajan lisäksi toimituksesta löytyy 1,5 toimittajaa. Toinen toimittaja on töissä kokoaikaisesti, ja toinen toimittaja tekee 50 prosenttia työajasta Iijokiseudulle ja toiset 50 prosenttia Koillis-sanomille (Kuusamon, Posion ja Taivalkosken seudulla ilmestyvä paikallislehti).

Iijokiseudun toimittajat itse ottavat kuvat juttuihinsa, eli toimituksessa ei virallista toimituskuvaajaa. Oulussa, Kuusamossa ja Raahessa on ammattivalokuvaajia, joita voi myös käyttää tarpeen vaatiessa. Graafikko löytyy Oulun toimituksesta, ja on tarvittaessa käytössä. Taitto-deski toimii koko konsernin laajuisesti Oulussa, mutta Oinas-Panuman mukaan Iijokiseudussa tehdään itse kaikki mahdollisimman pitkälle.

Iijokiseudun juttujen pääkärki on paikalliset uutiset. Lähtökohtaisesti toimitus on kiinnostunut kaikesta, mikä koskettaa Pudasjärveä ja sen ympäröiviä alueita.

lijokiseudessa tuodaan koko maata koskevat uutisaiheet sisällössä esille, mutta paikallista näkökulmasta. Lehden luetuimmat jutut ovat paikallisuutiset, ja erityisesti rikos- ja onnettomuusaiheet. Mielenkiintoiset henkilöjutut ovat myös luettuja.

Lehden päälevikki on Pudasjärvellä, ja sen takia Pudasjärven tapahtumat ovat lehden pääsisältöä. Iijokiseudulla on myös kytköksiä muualle Suomeen. Moni tilaaja on entinen paikkakuntalainen, joka on muuttanut muualle, mutta tilaa yhä paikallislehteä.

4.2.2 Enontekiön Sanomat

Haastattelin Enontekiön Sanomien päätoimittajaa Katja Keskitaloa. Enontekiön Sanomat on Enontekiön alueella ilmestyvä paikallislehti. Enontekiö sijaitsee Käsivarressa Luoteis-Lapissa Ruotsin ja Norjan rajalla.

Enontekiön Sanomien toimituksessa on tällä hetkellä vain yksi ihminen töissä, päätoimittaja Katja Keskitalo. Päätoimittajan tehtävä on kirjoittaa, kuvata, editoida, taittaa ja tehdä ilmoitukset lehteen. Enontekiön Sanomien paino ja jakelu tapahtuu muualla.

Enontekiön Sanomat on ilmestynyt vuodesta 2006 lähtien. Alkuvuosina lehteä oli mukana tekemässä neljä ihmistä. Silloin lehti ilmestyi aina keskiviikkoisin, kerran viikossa. Vuosien aikana ilmestymispäivä muuttui torstaiksi ja työntekijöiden määrä laski. Viime vuosina Enontekiön Sanomissa on ollut kaksi toimittajaa, mutta vuoden 2019 lopulla tuli taloudellisista syistä YT-neuvottelut ja toimitukseen jäi vain päätoimittaja. Nykyään lehti ilmestyy kahden viikon välein torstaisin.

Alun perin Enontekiön Sanomien kustantaja ja perustaja oli yksityinen taho Heikki Peura Oy, jolla oli omistuksessaan myös Kittilä-lehti ja Luoteis-Lappi. Muutama vuosi sitten Peura jäi eläkkeelle ja Suomalainen Lehtipaino-konserni (SLP) osti kaikki Tunturi-Lapin Painon sanomalehdet. Tammikuussa 2021 SLP myi osake-enemmistön KPK Yhtiölle, joten Enontekiön Sanomat ovat nykyään osa KPK Yhtiön konsernia.

Tunturi-Lapin Painoon kuuluvat Enontekiön Sanomat, Kittilä-lehti ja Luoteis-Lappi lehti. Paikallislehdet tekevät keskenään yhteistyötä. Lehdissä ilmestyy yhteisiä, alueellisia juttuja oman paikkakunnan uutisten lisäksi.

Enontekiön Sanomien painosmäärä ilmestymisviikkoina oli vuonna 2020 noin 2000 lehteä. Enontekiön Sanomat on kaupunkilehti, eli jaetaan ilmaiseksi Enontekiön alueen talouksille. Lisäksi lehden tilaajia muualla Suomessa on noin 400. Suurin osa tilaajista joko

omistavat vapaa-ajan asunnon Enontekiöllä, ovat poismuuttaneita tai tilaavat poismuuttaneille lapsilleen kotipaikkakunnan paikallislehteä. Paikkakuntalaisille lehti on ilmainen, muille tilaajille maksullinen.

Enontekiön Sanomien sisältö koostuu paikkakunnan asioista, ihmisistä ja tapahtumista. Enontekiön Sanomat sisältävät paikallisia uutisaiheita. Lisäksi mukana on paljon henkilöhaastatteluja. Lehdessä on ollut mukana jo alusta asti sarja nimeltä Muistatko minut? -niminen juttusarja, jossa kerrotaan muualle muuttaneista enontekiöläisistä. Lisäksi lehti kertoo myös alueellisista aiheista, kuten esimerkiksi tulevista hankkeista Tunturi-Lapin alueella. Tunturi-Lappi on tiivis alue ja kuntien suhteet ovat läheiset.

Päätoimittajan Keskitalon mukaan luetuimpia juttuja ovat henkilöhaastattelut. Enontekiö on pieni paikkakunta, jossa kaikki tuntevat toisensa ja henkilöjutut kiinnostavat. Lisäksi kiinnostavia aiheita ovat kunnan uutisointi ja kunnalliset päätökset. Enontekiön Sanomien verkkojutut ovat maksullisia, koska lehden voi myös tilata digiversiona.

4.2.3 Sotkamo-lehti

Haastattelin Sotkamo-lehden päätoimittaja Pekka Lassilaa. Sotkamo-lehti ilmestyy Sotkamossa. Sotkamo sijaitsee Kainuun eteläosassa. Sotkamo-lehden lisäksi Lassila on Kuhmon paikallislehden Kuhmolaisen päätoimittaja. Keskityn opinnäytetyössäni tarkastelemaan pääosin Sotkamo-lehden toimintaa.

Sotkamo-lehti on perustettu vuonna 1962. Sotkamo-lehti ja Kuhmon paikallislehti Kuhmolainen kuuluvat samaan omistukseen. Molemmat lehdet ovat osa SLP konsernia.

Sotkamo-lehdessä työskentelee kolme henkeä; päätoimittaja ja kaksi toimittajaa. Lassila ollut päätoimittajana viisi vuotta. Lassila aloitti Sotkamo-lehdessä päätoimittajana marraskuussa vuonna 2016 ja vuosi sitten Lassilasta tuli myös Kuhmolaisen päätoimittaja. Kuhmolaisessa on kolme toimittajaa ja päätoimittaja istuu Sotkamossa. Päätoimittaja Lassila on ollut aikaisemmin valtakunnan lehdillä töissä ja siirtyi Kainuuseen paikallislehtiin töihin.

Vuonna 2020 Sotkamo-lehden paperilehden levikki 3 300 ja digilehden tilaajia on vajaat 400. Kainuussa monen lehden digitilaajien määrä on kasvussa, mutta printtiversion tilaajien määrä laskee. Verkkokävijöitä, eli sivulatauksia Sotkamo-lehdellä päivittäin on noin 10–12 tuhanteen. Kuhmolaisessa on jonkin verran vähemmän. Vaikka Kuhmossa on asukkaita vähemmän, lehden levikki on suurempi; levikki on noin 4 600. Lassilan mukaan Kuhmo on jo sen verran kauempana Kajaanista kuin Sotkamo, niin useampi asukas tilaa

paikallislehteä maakuntalehden sijaan. Sotkamo-lehti ilmestyy kaksi kertaa viikossa, tiistaisin ja perjantaisin. Kuhmolaisella on sama tilanne.

Sotkamo-lehdessä pyritään tekemään niin paikallisia uutisia kuin mahdollista. Lassilan mukaan lehden sisältö keskittyy niihin uutisiin, mistä kukaan muu ei kerro. Sotkamo-lehdessä kunnalliseen päätökseen tekoon liittyvä uutisointi on Lassilan mukaan ”perusleipää” ja siitä kerrotaan tarkasti.

Sotkamo-lehden luetuimpia juttuja ovat onnettomuudet ja rikokset. Joskus esille nousee myös kolumnit, kuntapolitiikan päätöksiin liittyvät valtuustokeskustelut ja toisinaan lukijoiden mielipiteet. Lehti ei kirjoita valtakunnallisista aiheista ollenkaan.

Sotkamo on matkailupitäjä, sillä vieressä on matkailijoita houkutteleva Vuokatti. Sotkamon matkailu on ympärivuotista. Esimerkiksi viime kesän kylän ravintola teki myyntiennätysensä. Matkailuvetoisuuden johdosta Sotkamo-lehden toimitus tekee paikallislehden lisäksi viisi kertaa vuodessa ilmestyvää matkailulehteä Vuokatti News, ja se on oma julkaisunsa. Vuokatti News sisältää uutisia ja artikkeleita englanniksi sekä joskus venäjäksi, toisinaan myös suomeksi. Lassila korostaa, että Vuokatti News ei ole kaupallinen yhteistyötuote, vaan journalistinen tuotos. Vuokatti News -lehden painomäärä on 28–50 tuhatta lehteä riippuen sesongista. Sitä jaetaan ympäri Kainuuta ilmaiseksi.

Sotkamo-lehdellä on Facebookissa oma profiili, Kuhmolaisella Facebook sekä Instagram-profiili.

5 Tutkimustulokset

Tässä luvussa analysoin haastatteluaineiston tuloksia. Käsittelen aluksi tutkimuskysymyksiin saamia vastauksia; mistä paikallislehden toimittajat saavat juttuvinkkejä 2020-luvulla ja miten he ideoivat juttuaiheita. Kokoan vastaukset yhteen, tuon esiin yhtäläisyydet ja eroavuudet.

Juttuvinkkien ja ideoinnin jälkeen siirryn seuraaviin alalukuihin, joissa tarkastelen paikallisuuden, pois- ja paluumuuton vaikutuksia juttuvinkkeihin ja yleisemmin paikallislehden sisältöön. Siitä seuraavat alaluvut käsittelevät paikallislehtien juttuvinkkien muutoksia vuosien varrella sekä päätoimittajien pohdintoja juttuvinkkien ja ideoinnin tulevaisuudesta.

Käyn haastatteluaineiston vastauksia läpi haastattelujärjestyksessä. Haastattelut järjestettiin toimitusten aikataulujen mukaisesti.

5.1 Juttuvinkit

Tutkimuskysymykseni ydin oli juttuvinkeissä ja juttujen ideoinnissa. Kysyin päätoimittajalta, mistä ja miten paikallislehdet saavat juttuvinkkejä. Selvitin myös, millaista ideointi on pienissä toimituksissa. Haastattelujen perusteella toimituksilla on melko samankaltaisia lähteitä juttuvinkeille.

Haastatteluissa eniten mainitut keinot, miten toimitus saa juttuvinkkejä:

- ihmiset soittavat toimituksiin
- toimituksen sähköpostiin
- sosiaalisen median kautta
- järjestöjen, yrittäjien ja yhdistysten tiedotteet toimitukselle
- läsnäolo paikkakunnalla

Pudasjärven Iijokiseutu-lehden päätoimittajan Oinas-Panuman mukaan lehden toimituksen lähtökohta on yleisesti, että toimittajat ovat läsnä paikallisten arjessa ja seuraavat aktiivisesti paikkakunnan asioita.

”Paras juttuvinkki on, kun on itse läsnä paikkakunnalla. Ja aina, jos joku asia pistää silmään, että miksi toi on, niin siitä täytyy lähteä tekemään juttu.”

Oinas-Panuman mukaan paikkakuntalaiset soittavat useasti toimituksiin ja viikoittain tulee puhelimitse juttuvinkkejä tai yhteydenottoja. Ihmisten soittavat joko suoraan päätoimittajalle, tai ”kiertävään rinkiin”, eli toimituksen yhteisen puhelimen numeroon. Lisäksi yhteydenottoja tulee lehden verkkosivujen lomakkeen kautta, jossa on mahdollisuus lähestyä toimitusta anonyyminä, toimituksen sähköpostiin, sekä jonkun verran myös sosiaalisen median kautta. Iijoki Seudulla on omat Facebook-sivut, josta tulee yhteydenottoja Messengerin kautta. Lukijoiden juttuvinkit voivat liittyä paikallisiin havaintoihin, tapahtumiin tai henkilöihin.

”Joskus juttuvinkit voivat olla havaintoja; joku mummo soittaa toimitukseen, että on täällä näkynyt erikoinen lintu, tai tie on huonossa kunnossa. Joskus ne ovat henkilöjuttuvinkkauksia.”

Oinas-Panuman mukaan tapahtumat ovat olleet hyviä tilaisuuksia tavata paljon ihmisiä kasvotusten. Oinas-Panuma kertoo, että tapahtumista usein jää mieleen paljon juttuaihteita. Ihmiset lähestyvät helpommin ja tarjoavat juttuaihteita. Juttuvinkkejä tulee nykyään vähemmän kasvotusten, koska koronapandemian takia kohtaamiset paikallisten kanssa ovat vähentyneet.

Oinas-Panuman mukaan sosiaalisen median, erityisesti Facebook-sivuston kautta tulee välillä juttuvinkkejä. Useimmiten toimittajat kuitenkin itse poimivat juttuvinkkejä sosiaalisesta mediasta. Toimittajat seuraavat paikallista keskustelua, ihmisiä sekä yrityksiä.

Enontekiön Sanomien päätoimittaja Keskitalon mukaan lukijoilta tulee jonkun verran juttuvinkkejä. Lukijat soittelevat toimituksiin ja lähettävät juttuvinkkejä sähköpostitse. Päätoimittajan mukaan lukijoiden soittomäärät toimitukseen ovat laskeneet ja tulee vähemmän suoria yhteydenottoja lukijoilta.

” Lehden alkuaikoina juttuvinkit puhelimitse olivat paljon yleisempää kuin tänä päivänä. Enontekiöllä ei ollut aiemmin omaa paikallislehteä, joten alkuun lukijoiden innostus oli suurta ja juttuvinkkejä tuli paljon toimitukseen. Nykyisin lukijat ovat selkeästi siirtyneet enemmän sosiaalisen median puolelle ja ajattelevat, että ”tänne kun kirjoittaa, niin kyllä se toimittaja sen hoksaa”,

Keskitalon mukaan toimittajana saa koko ajan silmät ja korvat auki viestintävälineiden kanssa, ja paikkakunnan tapahtumia seurataan aktiivisesti. Sähköpostitse tulee myös paljon tiedotteita. Järjestöt, yhdistykset, tapahtumienjärjestäjät ja yrittäjät lähettävät tiedotteita toimitukselle. Printtilehdestä löytyy myös muistilappu -palsta, johon yrittäjät ja yhdistykset ilmoittaa omia ilmoituksia ilmaiseksi. Sieltä toimittaja myös voi huomata tapahtumia ja juttuvinkkejä.

Keskitalon mukaan Enontekiö on sen verran pieni paikkakunta, että tapahtumien seuraaminen sosiaalisen median kautta on mahdollista, erityisesti Facebookissa. Päätoimittaja saa paljon juttuvinkkejä ja ideoita sosiaalisen median kautta; seuraa Enontekiön kunnan Facebook-ryhmää ja kuntalaisten itse pitämää Facebook-ryhmä, jossa paikkakuntalaiset keskustelevat kylän asioista.

Keskitalo kertoo, että pienten paikkakuntien verkosto helpottavat juttuvinkkien löytämistä. Kun on tuttu paikkakunta ja tuttu ihminen tekemässä lehteä, niin ihmiset saattavat antaa juttuvinkkeinä paljon huhuja, joissa ei todellisuudessa ole mitään totuuden perää. Moni juttuvinkki ei välttämättä edes päädy lehteen nykyaikana.

Juttuvinkkien todenperäisyys on helpompi tarkistaa, kun tuntee paikkakuntalaiset.

”Juttuvinkkien näkökulmasta pienten paikkakunnan etuja on, että toimittaja tietää melko varmasti jonkun, keltä voi kysyä informaatiota liittyen esimerkiksi sopivaan haastateltavaan”

Sotkamo-lehden päätoimittaja Pekka Lassila kertoo lukijavinkkien olevan yksi paikallislehden keskeisimmistä lähteistä. Lukijat lähettävät joko verkossa tai soittavat suoraan toimitukseen toimittajille tai päätoimittajalle. Ihmiset soittelevat Lassilan mukaan päivittäin lehden toimitukseen. Toimituksen sähköpostiin tulee myös paljon juttuvinkkejä tiedotteiden kautta, mutta ne karsitaan tarkasti läpi.

Lassila kertoo, että Sotkamossa lukijat vierailevat toimituksessa ja kertovat juttuvinkeistä. Pääkaupunkiseudulta kotoisin olevalle Lassilalle oli uutta, että ”uutiset kävelivät ovesta sisään”. Koronapandemian aikaan vierailut toimituksessa ovat vähentyneet. Lassilan mukaan se kertoo ainakin Kainuun seudulla hyvin vahvasta lukijasuhteesta. Siihen toki liittyy se, että toimituksessa on tuttuja toimittajia, joita on helpompi lähestyä.

Lassilan mukaan paikallislehden työssä keskeisessä roolissa on ihmisten kanssa kanssakäyminen. Kun toimittajat tapaavat paikallisia ja juttelevat heidän kanssaan, se tuo mukanaan usein uutta tietoa.

”Yleensä, kun paikallislehden toimittaja menee johonkin tilanteeseen, olipa se sitten pesäpallo-ottelu tai kunnanvaltuuston kokous, niin se poikii aina pari kolme uutta aihetta.”

Myös sosiaalisen median kautta tulee juttuvinkkejä lukioilta Sotkamo-lehteen. Lassilan mukaan sosiaalisen median rooli on kasvanut, etenkin koronapandemian johdosta.

5.2 Juttuaiheet ja ideointi

Haastatteluaineiston perusteella juttuvinkkien lisäksi juttuaiheiden kehittäminen ja ideointi ovat usein lukijalähtöisiä. Jokainen haastateltava päätoimittaja listasi samoja tekijöitä, jotka auttavat juttuaiheiden syntymisessä. Tapahtumissa tai sosiaalisen median kautta lukijat

lähestyvät toimittajia. Toimittajat ovat itse myös todella aktiivisia ja etsivät juttuaiheita sosiaalisesta mediasta, tiedotteista ja kunnallispolitiikasta.

Haastatteluissa eniten mainitut asiat, jotka antavat paikallislehden toimittajille juttuaiheita tai auttavat ideoinnissa:

- toimituksen yhteinen ideointipalaveri
- kunnallinen päätöksen teko, pöytäkirjat
- tapahtumat paikkakunnalla
- sosiaalinen media, erityisesti Facebook

lijokuseutu-lehden päätoimittaja Oinas-Panuma kertoo toimituksen usein ideoivan yhdessä. Toimituksella on keskiviikkoisin toimituspalaveri, jossa käydään läpi kalenteria, tulleita tapahtumia ja lukijoilta tulleita yhteydenottoja lehteen. Oinas-Panuman mukaan toimittajat lähtevät näistä yhteisistä pohdintoista etsimään juttuaiheita.

”Kun kuka meistä tahansa törmää merkitykselliseen aiheeseen, niin hän tulee päätoimittajan ovelle ja huikkaa, että nyt tuli tällöinen juttu vastaan. Sitten yhdessä mietitään mitä ajatuksia tästä nousee ja lähdetäänkö tekemään siitä juttua.”

Oinas-Panuma kertoo, että paikallisuutisoinnin perustyöskentelyrunko on kunnallispolitiikka. Lehden toimittajat seuraavat tarkkaan kaikkea kunnallista päätöksen tekoa ja lukevat pöytäkirjoja sekä esityslistoja. Oinas-Panuman mukaan toimittajat käyvät jo esityslistan vaiheessa Pudasjärven kaupunginhallituksen tulevan kokouksen aiheet läpi. Toimitus seuraa esityslistan avulla mistä asiasta on jo uutisoitu, missä on jotakin uutta tai voiko jostain aiheesta tehdä jutun jo etukäteen, ja mietitään, nouseeko esiin aiheita, joita voi laajentaa.

Oinas-Panuman mukaan toimitus seuraa samalla tavalla myös paikallisen seurakunnan päätöksentekoa tai alueellisen terveydenhuollon Oulunkaaren kuntayhtymän listoja.

”Kun näihin listoihin käyttää pientä ideointia, sieltä nousee esiin uutisaiheita. Kun listoja lähestyy kannalta, miten kerron näistä asioista niin, että kuntalaisetkin ymmärtävät sen helposti, lähtee juttuprojekti etenemään. Nämä ovat peruslähteitä.”

Oinas-Panuma kertoo, että toimitus usein seuraa keskustelua sosiaalisessa mediassa. Jos esimerkiksi lijokiseudun omalla Facebook-sivustolla lähtee keskustelu käyntiin jostain aiheesta, voi sitä alkaa tutkimaan lisää. Toimittajat itse poimivat juttuaiheita sosiaalisesta mediasta seuraamalla paikallista keskustelua, ihmisiä sekä yrityksiä. Esimerkiksi joi-

denkin yritysten toiminnasta on saanut lisää informaatiota sosiaalisen median kautta. Oinas-Panuman mukaan, toimituksen perustoimintatapa sosiaalisessa mediassa on ohjata lukijoita lehden nettisivuille.

Enontekiön Sanomien lehdessä päätoimittaja Keskitalo on huomannut toimittajien välisen ideoinnin merkityksen. Nyt kun Keskitalo on vuoden yksin tehnyt töitä, on hän huomannut miten paljon vaikeampaa ja ikävämpää on yksin ideoida juttuja. Keskitalon mukaan Ideointi on nykyisin haastavampaa, ideointi ja pompottelu puuttuvat. Vielä ei ole varmaa tuleeko uusia toimittajia toimitukseen. Silloin kun toimituksessa oli toinen toimittaja töissä, he ideoivat paljon yhdessä ja istuivat usein alas suunnittelemaan jopa viisi lehteä eteenpäin juttuaiheita. Toinen toimittaja toimituksessa auttoi myös muistamaan, millaisia juttuja ja mistä aiheista on ehditty jo uutisoida 15 vuoden aikana.

”Nyt yksinään työskentelyn aikana ideointi on ollut vaikeampaa kuin kollegoiden kanssa yhdessä. Tällä hetkellä lehden toimituksesta puuttuu ideointien pallottelu ja suunnittelu yhdessä kokonaan.”

Enontekiön Sanomat pitää silloin tällöin yhteyttä Luoteis-Lapin ja Kittilän toimittajien kanssa. Lehdillä on yhteinen etäyhteydellä toimiva Teams -kanava. Keskitalon mukaan se ei ole sama asia kuin saman lehden toimittajan kanssa työskentely, koska jokainen lehti tekee työtään omissa kunnissaan. Yhteisiä juttuja suunnitellaan paljon, mutta kaikki paikalliset ideat ja konseptit eivät välttämättä istu toisen kunnan paikallislehteen.

Keskitalon mukaan lehden ilmestyminen kahden viikon välein on myös hankaloittanut ideointia. Esimerkiksi lukijat eivät hahmota, että lehti ilmestyy vasta kahden viikon päästä ja aihe ei pysy välttämättä ajankohtaisena. Niin toimittajilla kuin lukijoilla oli aikoinaan opettelusta siinä, että enää ei ennakoitu viikon päähän vaan kahden viikon päähän lehden sisältöä. Sekin on mahdollisesti voinut vähentää juttuvinkkien määrää, koska lehti on vasta vuoden ilmestynyt joka toinen viikko.

Keskitalo kertoo, että Enontekiön kunta ei itse paljon tiedota kunnallisista päätöksistä, vaan usein toimittajan on itse selvitettävä ne. Joka päivä Keskitalo käy kunnanvaltuuston esityslistaa ja pöytäkirjaa läpi, mutta suurimmaksi osaksi se on enemmän kunnan jutuista tiedottamista. Välillä Keskitalon mukaan sieltä nousee esiin isompia juttuaiheita.

Keskitalo käy myös päivittäin tarkastamassa esimerkiksi Metsähallituksen ja Saamelaiskäräjien uusimmat tiedotteet. Keskitalon mukaan toimittajan työssä pitää itsenäisesti käydä

eri tahoja läpi; työ sisältää paljon omaa tutkimista ja kaivamista, että mistä voi tehdä juttuja.

Myös Sotkamo-lehden päätoimittaja Lassila itsekin seuraa aktiivisesti kunnan asioista sosiaalisesta mediasta. Lassilan mukaan sosiaalisen median avulla näkee, mistä paikalliset ihmiset puhuvat ja mikä heitä kiinnostaa.

Lassila kertoo miettineensä paljon, miten lehden kannattaisi käyttää tai hyödyntää sosiaalista mediaa. Lassilan mukaan sitä käytetään jo verran haastateltavien etsimiseen.

”Sosiaalinen media välineenä verrattuna verkkosivustoihin on tuttavallisempi. Sillä voidaan jutella ihmisten kanssa. Nykypäivänä lehti jakaa kaikki juttunsa somessa, vaikka ne olisivat maksullisia. Joskus jotkut jutut lähtevät leviämään somen kautta, joten verkolla voi olla merkitystä.”

Sotkamo-lehden toimituksella on yhteisiä ideointipalavereja, mutta ne eivät ole Lassilan mukaan säännöllisiä ja tiukasti aikataulutettuja. Lassila kertoo, että toimituksen työ rytmittyy printtilehden julkaisun mukaan. Lassilan mukaan työn rytmi on muuttunut sillä tavalla, että jutut laitetaan verkkoon sitä mukaan kuin ne valmistuvat ja lehteen tehdään kaksi kertaa viikossa ikään kuin kooste siitä mitä verkossa on. Sotkamo-lehdessä pyritään pitämään printtilehti tuoreena ja elinkelpoisena, ja siellä on myös sisältöä, jota verkossa ei ole.

Lassilan mukaan toimituksessa on aktiivista ideointia, vapaata keskustelua ja yhteistä pohdintaa juttuideoista.

5.3 Paikallisuus ja yhteisöllisyys

Haastatteluaineiston perusteella paikallisuudella ja yhteisöllisyydellä on suuri merkitys paikallislehden toimituksen työskentelyssä. Jokaisen haastateltavan mukaan juttuja ideoissa on aina huomioitava paikallinen näkökulma.

lijokiseutu-lehden päätoimittaja Oinas-Panuman mukaan on harvinaista, että toimitus tekee jutun, joka ei liittyisi paikallisiin asioihin. Paikallisuus näkyy vahvasti lijokiseudun sisällössä. Oinas-Panuma korostaa, että paikallislehden toimittajalla on tärkeää olla tietämys ja ymmärrys siitä, mitä paikkakunnalla tapahtuu sekä minkälaisia ihmisiä, paikkoja ja yrityksiä siellä on.

Oinas-Panuma mainitsee, että näkyvä läsnäolo paikkakunnalla lisää kohtaamisia paikkakuntalaisten kanssa. Kohtaamiset tuovat lisää paikallisia juttuaiheita. Oinas-Panuman mukaan Paikallisuus ja ihmisten tunteminen on tärkeä tekijä. Tuntemus paikallisista ihmisistä ja yrittäjistä helpottaa työtä. Toimittajat osaavat lähteä etsimään oikeanlaisia haastateltavia paikkakunnalta, jonkun tietyn selvityspolun kautta. Oinas-Panuma kertoo, että haastateltavia joskus löytyy helpommin, kun tuntee enemmän paikallisia asukkaita ja tietää, missä on millaista toimintaa.

Enontekiön Sanomien päätoimittaja Keskitalo kertoo, että paikallisuus ja etenkin yhteisöllisyys esimerkiksi paikallisten yhdistysten kautta ovat eräänlainen selkäranka paikallislehdelle. Yhdistykset ja erityisesti niiden kautta ihmiset ovat mukana yhteisöllisissä asioissa. He ovat henkilöitä, joihin otetaankin usein yhteyttä eri juttuaiheiden tiimoilta. Katjasalo kertoo huomanneensa vuosien varrella, että pienellä paikkakunnalla on yleisesti ottaen aika lailla samoja ihmisiä, keihin otetaan yhteyttä ja jotka puhuvat asioista.

Katjasalo sekä Oinas-Panuma mainitsevat paikallisen toimittajan tuntemisen haitat ja hyödyt. Molemmat haastateltavat kertovat, että pienten paikkakunnan etuja on, että usein löytää helposti sopivan haastateltavan. Silti paikoittain voi olla haasteita juttujen kirjoittamisessa, kun on liikaa läheisiä paikallisia ja pienet piirit. Mutta haastattelujen perusteella paikallistoimittajana kehtaamisongelmasta pääsee usein ajan kanssa yli.

Sotkamo-lehden päätoimittaja Lassilan mukaan paikallinen yhteisöllisyys vaikuttaa paljon juttujen syntyyn. Sotkamolaisista puolet syntyperäisiä sotkamolaisia, eli lehden sisällössä paikallisuus korostuu. Kotiseutu on ihmisille tärkeä, koska paikalliset ovat hyvin kiinnostuneita paikallisesta päätöksenteosta ja kylän asioista. Sotkamo-lehti nostaa myös itse paikallislehtenä esiin puheenaiheita. Eli lehti ottaa myös jossain määrää itsekin kantaa asioihin ja luo keskustelua.

”Paikallislehden yksi keskeinen tehtävä ja olemassaolon oikeutus on olla rakentamassa, ylläpitämässä ja voimistamassa yhteisöllisyyttä.”

Lassilan mukaan paikallislehden rooli on toimia paikkakunnan äänenkannattajana. Lassila on itse kotoisin Sotkamon ulkopuolelta, mutta mainitsee, että se on jopa vähän työn suola, kun pääsee miettimään, miten yhteisöllisyyttä rakennetaan ja tuetaan paikallislehden kautta.

5.4 Muutokset vuosien varrella

Tässä osiossa tarkastelen haastateltavien paikallislehtien muutoksia kuluneiden vuosien aikana erityisesti juttuvinkkien ja juttujen ideoinnin näkökulmista. Merkittävimmitseksi kaikki haastateltavat mainitsivat sosiaalisen median käytön kasvun ja ihmisten vähentyneen vierailuin toimituksissa.

Oinas-Panuma kertoo, että silloin, kun hän aloitti työnsä päätoimittajana, niin lijkiseudun toimituksessa kävi fyysisesti paljon ihmisiä vierailemassa.

”Edelleenkin käy ihmisiä; joku saattaa tulla oven taakse kertomaan kylän asioista, mutta nykyään sitä tapahtuu vähemmän. Osittain voi johtua myös siitä, että asiakaspalvelu ei enää ole niin laajaa kuin aiemmin.”

Oinas-Panuman mukaan myös sosiaalisella medialla on ollut merkitystä vierailujen vähentämiseen. Oinas-Panuma kertoo sosiaalisen median muutenkin muuttaneen paikallislehden toimittajien työtä. Oinas-Panuman mukaan sosiaalinen media on tehnyt toimituksen työstä nopeampaa ja kiireellisempää kuin aiemmin. Jos aikaisemmin toimitus sai jonkun juttuvinkin, se laitettiin listaan ylös odottamaan. Nykypäivänä sosiaalinen media on muokannut työtä niin, että juttuvinkit tulevat esille omien väylien kautta ja se voi vaikuttaa siihen, miten tuore uutinen on sen julkaistaessa.

lijkiseudun verkkosivuja päivitetään päivittäin, ja lukijoita yritetään saada vierailemaan ja seuraamaan sivuja useammin esimerkiksi julkaisemalla tasaisella syötöllä linkkejä uutisiin lehden Facebook-sivustolla.

Oinas-Panuman mukaan harvemmin enää istutaan uutisten päällä, eli juttuja säästeltäisiin, vaan ne julkaistaan niin nopeasti kuin mahdollista. Tämä liittyy myös ideointiin, sillä lehden ideointi tapahtuu ”verkko edellä” -ajatuksella. Oinas-Panuma kertoo, että jos joku asia tapahtuu tiettyyn aikaan, niin se uutisoidaan heti ulos. Oinas-Panuma kertoo, että seuraavan viikon printtilehteen verkossa uutisoidusta aiheesta mietitään uusi reitti, laitaanko asia mukaan pienenä uutisena vai tehdäänkö printtiin kokonaan uusi uutinen aiheesta.

”Muutosta siis juttujen hektisyydessä ja verkon rooli kasvaa. Vaikuttaa ideointiin; nopeampaisempaa, tarkempaa suunnitelmallisuutta seuraavan viikon printtilehden suhteen.”

Iijokiseudun keskiviikon juttupalaverissa käydään aina läpi seuraavan viikon printin pääjutut. Oinas-Panuman mukaan printtilehdessä on oltava uutta luettavaa niillekin, jotka lukevat verkkolehteä.

Keskitalon mukaan Enontekiön Sanomien saamat juttuvinkit ovat muuttuneet vuosien aikana. Varsinkin Enontekiön Sanomien alkuaikoina tuli juttuvinkkejä suoraan ihmisistä, ja nykyään juttuvinkit ovat enemmän asiapainotteisia. Erityisesti kunnan asiat kiinnostavat lukijoita. Keskustelua herättävät kunnan isot päätökset, jotka eivät välttämättä miellytä kaikkia asukkaita.

Enontekiön Sanomilla ei ole omaa sosiaalisen median kanavaa. Keskitalo kuvailee lehteä ”mummo” -lehdeksi, koska mummojenkin pitää tietää kaiken mitä lehden tiimoilta tapahtuu. Keskitalon mukaan vuosien aikana lehti on miettinyt paljon sosiaaliseen mediaan liittymistä. Enontekiö-lehti ei kuitenkaan halua toimia alustana paikkakuntalaisten mahdolliselle nettiriitelylle.

”Toisaalta ihmisen täytyy saada mahdollisuus sanoa sen, mitä haluaa, mutta lehden Facebook-sivusto ei välttämättä ole aina oikea alustalle sille.”

Lassila mainitsee Sotkamo-lehden kokeneen muutoksia lehden suunnittelun suhteen. Lehden sisältöä katsotaan nykyään pidemmälle aikavälille, kun se aiemmin oli vain ensi viikkoon. Tämä korostuu erityisesti Sotkamo-lehden ohella julkaistavassa Vuokatti News-matkailulehdessä, sillä toimittajien katse on aina seuraavassa sesongissa.

5.5 Pois- ja paluumuutto?

Otin kysymyksissä esille pois- ja paluumuuton, ja niiden vaikutukset lehden sisältöön sekä ideointiin. Pienillä paikkakunnilla poismuutto voi vaikuttaa lehden elinvoimaisuuteen ja tarkoitus oli myös selvittää, miten paikallislehdet säilyttävät sisällön mielenkiintoisena mahdollisesti lukijamäärän vähetessä.

Oinas-Panuman mukaan paikkakunnan väkimäärän laskemisella (poismuutto, kuolleisuus) on merkitystä Iijokiseudun toimintaan. Oinas-Panuma kertoo, että paikkakunnan väkimäärän lasku vaikuttaa printtilehden levikkiin. Lukijoiden määrä on jo laskussa, ja Oinas-Panuman mukaan on vaikeaa saada tilalle uusia lukijoita. Jos paikkakunnalle tulee uusia muuttajia muualta Suomesta, niin heidän tavoittamisensa maksavaksi asiakkaaksi ei ole itsestään selvää. Oinas-Panuman mukaan pitäisi keksiä tapa kertoa Pudasjärville uusille muuttajille, että kylän asiat löytyvät paikallislehdestä tai lehden verkkosivuilta.

Enontekiön Sanomat tekevät juttuja paluumuuttajista. Keskitalo kertoo, että poismuuttaneista on oma juttusarjansa, jossa ilmestyy vuosittain muutama juttu.

Keskitalo mainitsee mökkiläisten ja vapaa-ajan merkityksen niin paikkakunnalle, paikallislehteen kuin juttuvinkkeihin sosiaalisen median kautta.

”He eivät ole sellaisia, jotka käyvät viikon ajan lomalilemassa, vaan pitempiaikaisia asukkaita. He saattavat esimerkiksi kolmen kuukauden ajan viipyä paikkakunnalla, ja ovat niin sanottuja ”osa-aikaisia enontekiöläisiä”. Heitä löytyy paljon sosiaalisen median kautta, erityisesti Facebookista. Heistä voi tehdä juttuja.”

Keskitalon mukaan Enontekiön suurin matkustussesonki on keväisin. Suurin osa mökkiläisväestöstä on melko iäkästä. Luonto, rauha ja vaeltaminen ovat asioita, jotka houkuttelevat matkailijoita. Keskitalo kertoo, että mökkiläisten kautta syntyy juttuja. Keväisin ja keuhäisin Enontekiön Sanomissa on osittain enemmän heille kohdennettua sisältöä.

Sotkamo-lehdessä näkyy myös muuttoaallon merkitys. Lassila kertoo, että Sotkamon kunnan markkinointistrategiassa on houkutella alueelle lisää asukkaita. Sotkamon kunta esimerkiksi laski vuosi sitten kunnallisveroprosenttia 1,5 prosenttiyksiköllä. Sen tarkoitus on houkutella lisää asukkaita, koska Sotkamolla on tarjota työpaikkoja tehtaan, matkailun, metsän ja muiden elinkeinojen parista. Lassila kertoo, että Sotkamossa on työvoimapula. Lassilan mukaan sen takia paikallislehden toimitus, etenkin ohessa ilmestyvään matkailujulkaisua varten, etsii tarkoituksella paluumuuttoon sopivia juttuaiheita.

”Paluumuuttajia etsitään ja niistä mielellään tehdään juttuja. Yritetään hakea semmoisia jutunaiheita, jotka ovat myönteisiä ja luovat uskoa paikkakunnan tulevaisuuteen.”

5.6 Ideointi tulevaisuudessa

Viimeisessä kategoriassa käsittelen haastateltavien vastauksia liittyen paikallislehtien juttuvinkkeihin ja ideointiin tulevaisuudessa. Haastattelujen perusteella sosiaalisen median roolin uskotaan kasvavan tulevaisuudessa ja paikallislehtien merkityksen toivotaan kasvavan paikallisten keskuudessa.

lijokiseudun päätoimittaja Oinas-Panuma uskoo, että yhä tulevaisuudessa on suurimassa roolissa paikallinen elämä ja paikalliset ihmiset.

”Vaikka väkimäärä vähenisi, eivät nämä asiat mihinkään muutu. Paikkakunnalta löytyy silti mielenkiintoisia ihmisiä ja toimituksen toiminnassa korostuu se, että jokainen on jutun arvoinen.”

Oinas-Panuman kertoo, että mitä enemmän paikallislehdessä on ihmisiä, naamoja ja nimiä, niin sitä kiinnostavampi se paikallisella on tuotteena; lehden sisällys on lukijoille kiinnostavampaa. Oinas-Panuma mainitsee, että pelkät rakennusten kuvat tai virkamiesten kommentit eivät välttämättä ole lukijoille maksamisen arvoista sisältöä.

Oinas-Panuma korostaa paikallislehden pyrkimystä kasvattaa yhteisöllisyyttä, paikallista identiteettiä ja kotiseutuhenkeä. Oinas-Panuman mukaan paikallislehden tehtävä on oman kotiseudun puolesta puhumista ja oman kotiseudun asioiden esille tuomista. Ijokiseutu haluaa tuoda esille näkökulmia paikkakunnalta.

Oinas-Panuma uskoo, että verkon rooli kaikessa tekemisessä korostuu yhä enemmän tulevaisuudessa. Oinas-Panuma tuo esille, että osittain lehden tekeminen voi mennä siihen suuntaan, että lukijat itse tuottavat enemmän sisältöä. Lukijat voisivat tulevaisuudessa lähettää enemmän kuvia, ideoita tai olla aktiivisia, jos löytäisi oikean reitin. Oinas-Panuma pohtii, että toimituksen rooli voisi jopa jäädä enemmän kokoavaksi tai editoivaksi.

”Pieni toimitus ei pääse koko ajan itse paikan päälle, joten olisi mahdollisuus hyödyntää lukijoita tuottamaan itse materiaalia esimerkiksi sosiaaliseen mediaan. Sitähän tehdään jo; nostetaan sosiaalisesta mediasta lukijoiden juttuja. Paikallisessa mittakaavassa jokin tuon kaltainen toiminta voi yleistyä.”

Oinas-Panuman mukaan sosiaalisen median ja lukijoiden hyödyntäminen etenkin paikkakunnilla, joissa pitkät välimatkat. Oinas-Panumalle sosiaalinen media on hyvä apuväline, ja toivoo, että toimitus onnistuisi kääntämään ongelman apuvälineeksi ja työvälineeksi.

Oinas-Panuma toivoo, että tulevaisuudessa yritetään muuttaa ajatusmallia, jonka mukaan sosiaalinen media kilpailee aidon journalismin kanssa paikallislehdissä. Paremminkin ajatellaan sen olevan yksi työkaluista. Ijokiseudun on katse kääntynyt verkossa tapahtuvaan tulevaisuuteen.

”On totta, että paperilehteen ei kannata enää tietyllä tavalla käyttää liikaa paukkuja. Kaikki kehitysaskeleet ovat koko ajan verkkotekemisessä, ja sitä kehitetään jatkuvasti. Mitä vielä tarvitsisi enemmän tehdä, on saada suora yhteys lukijoihin verkossa.”

Oinas-Panuma kertoo, että Suomessa on paikallislehtien kesken vahvat yhteydet, koska lehdet eivät kilpaile keskenään. Paikallislehtien päätoimittajat ovat paljon toistensa kanssa tekemisissä, koska he jakavat paljon tiettyjä asioita keskenään. Paikallislehtien kesken ei ole asetelmaa, että toinen hyötyisi toisen tiedoista.

Oinas-Panuman mukaan paikallislehden merkitys korostuu silloin, jos taloudellisten syiden takia paikallislehtiä lakkautetaan. Oinas-Panuma kertoo, että se olisi erityisesti pienten paikkakuntien asukkaille iso menetys, sillä he eivät saisi monipuolista, journalistisin periaattein tehtyä sisältöä paikkakuntansa asioista. Oinas-Panuma korostaa, että paikallislehden toimittajat arvostavat itseään ja työtänsä paikkakunnalla.

”Fakta on, että ne jutut, joita paikallislehden toimittajat tekevät, niin kukaan muu ei tekisi niitä. Toki joku tosi iso uutisaihe voi ylittää maakuntalehden uutiskynnyksen, mutta ne ovat todella harvassa.”

Enontekiön Sanomien päätoimittajan Keskitalon mukaan sosiaalisen median painotus jutuvinkkien etsimisessä kasvaa. Enontekiön Sanomissa tulevaisuus on hieman vielä kysymysmerkki yritysostosten takia.

Sotkamo-lehden päätoimittaja Lassila kertoo, että olisi ihannetila, että paikallislehti olisi paikkakunnan asukkaiden yhteinen keskustelun ja mielipiteiden vaihdon foorumi. Paikallislehti pyrkisi itsekin herättämään keskustelua tuomalla esiin uusia aiheita ja näkökulmia.

Lassilan mukaan sosiaalisen median merkitys kasvaa ja käyttötavat kehittyvät. Lassila kertoo, että keskustelua käydään jo lehden verkkosivuilla, sekä Facebook-sivustolla. Lassila kokee sen positiiviseksi asiaksi, sillä somessa heränneen keskustelun kautta tulee lisää lukijoita jutulle.

Lassilan mukaan paikallislehden toiminnassa on tärkeintä, että jutut ovat niin lähellä lukijaa ja lukijan arkipäivässä kiinni kuin mahdollista. Lassila kertoo, että paikallisesti ja välittömästi jokin tieto on paljon tärkeämpi, koska siitä tiedosta on ihmiselle juuri sinä päivänä hyötyä. Paikallislehden uutisten täytyy olla lukijoille oikeasti hyödyllisiä ja tietoa, joita ihmiset tarvitsevat.

”Paikallislehdessä joinakin päivänä on tärkeämpää kertoa, miksi jotakin tieosuutta ei ole vielä hiekoitettu kuin mitä valtakunnalliset lehdet kirjoittavat hallituksen päätöksistä liittyen EU:n tukirahoihin.”

6 Johtopäätökset

Tutkimukseni toi esille, millaisia reittejä pitkin pienten paikallislehden toimittajat saavat juttuvinkkejä ja juttuaiheita 2020-luvulla. Paikallislehden toimittajat etsivät selkeästi yhä enemmän sosiaalisen median kautta juttuaiheita, ja verkkosisältöjen rooli kasvaa printtilehden rinnalla.

Käsittelin tietopohjassani paikallislehden kokemia muutoksia; sisältö siirtyy enemmän printistä verkkoon, levikki pienenee ja omistus keskittyy suurille mediayhtiöille. Tämä näkyi myös tutkimukseni tuloksissa. Haastateltavat toivat esille samoja muutoksia, ja kertoivat niiden vaikutuksista printtilehden sisältöön sekä toimittajien työhön.

Kun kasvotusten saadut juttuvinkit ovat vähentyneet, niin sosiaalisen median, erityisesti Facebookin kautta saatujen juttuvinkkien määrä oli kasvanut. Tutkimukseni perusteella sosiaalinen media on muutenkin muokannut paikallislehden toimittajien työtä. Toimituksen työ on kiireellisempää kuin aiemmin ja jutut julkaistaan niin nopeasti kuin mahdollista. Haastatteluissa tuli ilmi, että levikki pienenee mutta verkkojuttujen lukukerrat kasvavat. Verkon roolin kasvun takia paikallislehtien täytyy valjastaa sosiaalinen media apuvälineeksi, jolla houkutella lisää lukijoita sisältöjen pariin.

Jokainen haastatteleman paikallislehti on käynyt läpi omistajan vaihdoksen, ja se tuo mukanaan erinäisiä muutoksia. Yksi suurin muutos on työntekijöiden väheneminen, mikä hankaloittaa työtaakkaa kasvavan julkaisutahdin alla. Verkkosisältöjen kasvu vaatii enemmän nopeatempoisuutta kuin printti.

Asukasmäärän laskeminen pienillä paikkakunnilla pienentää myös levikkiä. Paikallislehdet pyrkivät tuomaan enemmän esille paikkakunnalle muuttamisen vetovoimaisuutta. Paikallislehdet julkaisevat paluumuuttoa puoltavia juttuaiheita ja osa sisällöstä voi ajoittain kohdentua matkailijoille.

Kaikilla näillä edellä mainituilla muutoksilla on myös merkitystä tutkimuskysymykseeni juttuvinkeistä. Tutkimukseni mukaan paikallislehtien juttuvinkit ovat kovin lukijalähtöisiä. Haastateltavien lehtien lukijasuhteet ovatkin läheisiä.

Oikeanlaisilla keinoilla paikallislehdillä on mahdollisuus pitää lehdelle elintärkeä lukijasuhde tulevaisuudessakin tiiviinä. Lukijat voivat lähestyä matalalla kynnyksellä sosiaalisessa mediassa ja pitää yllä paikallislehden elinvoimaisuutta. Niin kauan, kun paikallislehdellä on paikkakunnalla lukijoita, niin myös juttuvinkkejä riittää. Tosin kenties juttuvinkit tulevat yhä enemmän Facebookin Messenger-viesteinä, kuin vierailuina toimitukseen.

Sama pohdinta koskee myös juttuaiheiden ideointia. Tutkimuksessa nousi esille kunnallispolitiikan, yritysten, yhdistysten ja asukkaiden merkitys ideoinnissa. Tutkimuksesta voisi päätellä, että paikallislehden sisältö on vuorovaikutteista paikkakunnan elinvoimaisuuden kanssa. Paikallislehti voi ajaa kotiseudun asiaa ja luoda yhteisöllisyyttä, mikä voi tuoda lisää konkreettisia juttuaiheita esimerkiksi kohtaamisessa paikallisten kanssa.

Paikallisuudella ja yhteisöllisyydellä on suuri merkitys paikallislehden toimituksen työskentelyssä. Kaikki päätoimittajat kertoivat lehtien sisällössä tärkeimpänä paikallisen näkökulman aiheisiin. Toimituksissa toivottiin lukijoiden ja lehden välisen yhteistyön ja vuorovaikutuksen kasvavan esimerkiksi sosiaalisen median avulla. Päätoimittajat kokivat, että paikallislehden keskeinen tehtävä on ylläpitää yhteisöllistä ja ajaa kotiseudun asioita. Haastattelussa korostui sama asia, mistä mainitsin tietopohjassani: paikallislehden roolina on yhä olla paikallisten asioiden tiedottaja, koska muut mediat eivät välttämättä uutisoi samoista aiheista.

7 Pohdinta

Opinnäytetyöni päätarkoitus oli selvittää, miten paikallislehtien toimittajat saavat juttuvinkkinsä nykypäivänä. Koen, että sain selkeitä vastauksia tutkittavaan aiheeseeni. Lisäksi opinnäytetyössä tuli ilmi syy-seuraussuhteita median murroksen vaikutuksista paikallislehtien sisältöön.

Käsittelin tietopohjassani journalistisen työprosessin ideointia sekä tiedonhankintaa. Lisäksi käsittelin paikallislehden roolia ja muutoksia. Tutkimusmenetelminä käytin laadullisia tutkimusmenetelmiä. Keräsin aineiston teemahaastattelun keinoin ja analysoin sitä sisällönanalyysin menetelmien avulla.

7.1 Työprosessin onnistuminen

Teemahaastattelu antoi minulle mahdollisuudet perehtyä aiheeseen pintaa syvemältä jokaisen haastateltavan kanssa. Koin hyväksi ratkaisuksi kysyä jokaiselta haastateltavalta samat kysymykset, koska vastauksista pystyi helposti vertailemaan yhtenäisyyksiä ja eroavaisuuksia. Kattoilmiönä teemahaastattelussa oli juttuvinkit ja ideointi paikallislehdissä, mutta tarkentavilla kysymyksillä ja haastateltavien vapaalla sanalla sain lisää vastauksia selittämään paikallislehtien sisällön muutoksia, taustasyitä ja mahdollisia ratkaisuja.

Vaikka avoimien vastausten takia litteroitavaa materiaalia oli paljon, auttoi sisällönanalyysin keinot yhdistämään palaset. Jaoin ensin vastaukset omiin alakategorioihin, nostin esiin yhtäläisyydet ja tarkastelin, löytyikö vastauksista eroavaisuuksia. Haastateltavat toivat paljon esiin samoja vastauksia ja lehtien kokemia muutoksia. Koska aineistoa oli paljon, koin, että kolmen lehteä oli sopiva määrä haastateltavaksi tutkimustani varten. Toki, jos tutkimustuloksiani pitäisi yleistää koskemaan kaikkia kotimaan paikallislehtiä, tulisi otanta olla suurempi. Mutta tässä tapauksessa, kun tarkastelussa on erityisesti pienten paikkakuntien paikallislehdet ja pienet toimitukset, koen otannan olevan tarpeeksi suuri.

7.2 Kehittämissuhteita ja jatkosuhteita

Pääsin haastattelemaan kasvotusten ainoastaan lijkiseudun päätoimittaja Martta Oinas-Panumaa. Koronapandemia esti loppujen haastattelujen toteuttamisen kasvotusten. Vaikka syy oli ymmärrettävä, jäi asia hieman harmittamaan. Kasvotusten haastatteleminen ja paikan päälle menemällä olisin saanut syvemmän katsauksen toimitusten työskentelyyn ja ymmärtänyt enemmän paikkakuntia, joissa lehdet ilmestyvät. Se olisi voinut kenties rikastuttaa pohdintojani paikallislehtien työstä ja roolista paikkakunnilla.

Opinnäytetyöprojektini oli kaiken kaikkiaan hyvä kokemus. Vaikka ajoittain tuntui materiaalia olevan liian paljon käsiteltäväksi, sain huomata omien tietotaitojen syventymisen tutkimusprosessin myötä. Opin paremmin etsimään tieteellisiä lähteitä tukemaan tutkimustani ja opin käsittelemään suurta aineistoa. Näin jälkikäteen koen, että olisin voinut vielä syventää haastattelukysymysten kautta median murroksen vaikutuksia paikallislehtien työskentelyyn, mutta koen saaneeni tutkimukselleni kattavat vastaukset.

Opinnäytetyöstäni voisi kehittää jatkokehittämissuhteita mielestäni perehtymällä syvemmin lukijoiden osuuteen paikallislehtien sisältöjen kehittäjänä. Jos paikallislehdet osaavat otata sosiaalisen median eri alustat hyödyksi paikallislehtien sisällöissä, voi paikalliset asukkaatkin osallistua sisällöntuottamiseen. Lisäksi voisi huomioida sosiaalisen median ulkopuolisia keinoja niille lukijoille, jotka eivät halua käyttää sosiaalista mediaa. Toinen jatkokehittämissuhteita voisi liittyä muuttotappioisten kuntien paikallislehtien keinoihin yrittää lisätä paikkakuntien vetovoimaa. Paikallislehdissä voitaisiin etsiä tapoja, miten paikkakuntien hyvät puolet saisivat osakseen isompaa yleisöä.

Lähdeluettelo

American Press Institute, What is journalism?

Luettavissa: <https://www.americanpressinstitute.org/journalism-essentials/what-is-journalism/>

Luettu 25.4.2021

Gassner, H. 1995 Maailman syleilystä takaisin lähipiiriin – Saksalaisia näkökulmia paikallisjournalismiin. (toim.) Kangaspunta S. Teoksessa Lähemmäs vielä – Paikallisjournalismin täyspakkaus. (16–23) Loimaan Kirjapaino Oy. Loimaa.

Luettu 24.4.2021

Heikkilä, T. Tilastollinen tutkimus. 2014. Edita, Helsinki

Luettu 7.2.2021

Hopeakunnas, M. 2015. Katsaus toimittajien käyttämiin lähteisiin ja tietokäyttämiseen. Teoksessa Informaatiotutkimus 34 (1–2). Informaatiotutkimuksen yhdistys. Tampere.

Luettu 25.4.2020

Jaakkola, M. 2013 Ideointi ja tiedonhankinta kietoutuvat yhteen. Teoksessa Hyvä journalismi – Käytännön opas kirjoittajalle, s. 65–74. Hansaprint Oy. Vantaa.

Luettu 25.4.2021

Jouni, T. Sarajärvi, A. 2017. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Kappaleessa 4. 4. 3. Aineistolähtöinen sisällönanalyysi. Kustannusosakeyhtiö Tammi. Helsinki

Luettu 12.4.2020

Juhila, K. 2021 a. Laadullinen tutkimus ja teoria. Vuori, J (toim.) Teoksessa Laadullisen tutkimuksen verkkokäsikirja. Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto. Tampere. Luettavissa:

<https://www.fsd.tuni.fi/fi/palvelut/menetelmaopetus/kvali/mita-on-laadullinen-tutkimus/laadullisen-tutkimuksen-ominaispiirteet/> Luettu 7.4.2021

Julkisen sanan neuvosto, 2011. Journalistin ohjeet. Pykälät 8–16.

Luettavissa: http://www.jsn.fi/journalistin_ohjeet/ .

Luettu: 25.4.2020

Kuutti H. 2015 Journalistinen toiminta. Teoksessa Todenmukainen journalismi, s. 17–20. Jyväskylän yliopiston viestintätieteiden laitos. Jyväskylä.

Luettavissa: https://www.hssaatio.fi/wp-content/uploads/2015/05/TODENMUKAINEN-JOURNALISMI_verkkojulkaisu.pdf

Luettu 25.4.2021

Liikenne- ja viestintäministeriö, 2014. Median murros. Selviytymismiehen ehdotus toimenpiteiksi. Liikenne- ja viestintäministeriön julkaisuja 7/2014

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

Luettu 23.4.2021

Ojajärvi, S. 2014. Suomalainen paikallislehti – Perhealbumista journalismin uudistajaksi? Viestinnän tutkimuskeskus CRC, Sosiaalitieteiden laitos, Helsingin yliopisto. Helsinki. Luettavissa: https://blogs.helsinki.fi/crc-centre/files/2014/04/suomalainen_paikallislehti_raportti.pdf

Luettu 23.4.2021

Ojanperä S. 8.1.2020 Pieni paikallislehti siirtyi puoliksi digiin – yleisö nousi kapinaan, ja puolen vuoden päästä alkoi paperilehden uusi elämä. YLE.

Luettavissa: <https://yle.fi/uutiset/3-11147227>

Luettu 23.4.2021

Sanomalehtien liitto, Termit ja luokittelut. Luettavissa: <https://www.sanomalehdet.fi/sanomalehtitieto/termit-ja-luokittelut/>

Luettu 24.4.2021

Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. 2006. KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto. Luettavissa:

<https://www.fsd.tuni.fi/menetelmaopetus>

Luettu 8.4.2021

Sillanpää, P. 2011. Paikallista etiikkaa? Teoksessa Alakangas U. & Sillanpää P. (toim.) LoCaali 2.0 - Ajatuksia paikallislehtien tulevaisuudesta, s.43–68. Oulun seudun ammattikorkeakoulu. Oulu.

Luettavissa: https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/26775/locaali_kirja.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Luettu 22.4.2021