

Satakunnan ammattikorkeakoulu

Mirka Saarholma

PAIKALLISLEHTI LÄHELLÄ IHMISTÄ

Ulvilan Seudun lukijatutkimus

Rakennustekniikan koulutusohjelma

Teknisen journalismin suuntautumisvaihtoehto

2007

## PAIKALLISLEHTI LÄHELLÄ IHMISTÄ Ulvilan Seudun lukijatutkimus

Saarholma, Mirka

Satakunnan ammattikorkeakoulu

Rakennustekniikan koulutusohjelma

Teknisen journalismin suuntautumisvaihtoehto

Syyskuu 2007

Forma, Eeva-Leena

Sivumäärä: 53

UDK: 07, 070.4 ja 659.3

Asiasanat: Tiedonvälitys, joukkoviestintä, mainonta, survey-tutkimus

---

Tässä opinnäytetyössä selvitettiin kvantitatiivisen tutkimuksen menetelmin paikallislehti Ulvilan Seudun lukijoiden mielipiteitä lehdestä. Tutkimus tehtiin Ulvilan Seudulle heidän toivomuksestaan. Tavoitteena oli saada selville, ovatko lukijat tyytyväisiä lehteen ja haluaisivatko he muuttaa lehteä jotenkin. Tutkimuksessa tarkasteltiin vastaajien taustatietoja, heidän kiinnostuneisuuttaan lehteen, heidän mielipiteitään lehdestä ja sen sisällöstä sekä lehden vuorovaikutuksesta lukijoidensa kanssa. Vastaajilta tiedusteltiin myös, miten lehteä tulisi kehittää. Tutkimuksen teoriaosuudessa käsiteltiin lisäksi paikallislehtiä ja niiden toimittamista yleisesti.

Opinnäyte on tyypiltään survey-tutkimus, jonka pääaineistona on 122:n vastaajan täyttämät kyselylomakkeet. Ulvilan Seudun jakelun mukana lähetetyistä 300:sta lomakkeesta palautui 74 kappaletta, 25 prosenttia otoksesta. Vertailuryhmänä tälle otokselle toimi kahdelta ulvilalaiselta koululuokalta kerätty 48 vastauslomakkeen muodostama otos. Kaikki lomakkeet tilastoitiin ja tilastoyksiköistä tehtiin taulukoita ja kaavioita tulosten tulkittamisen helpottamiseksi.

Lukijatutkimuksen tulosten mukaan Ulvilan Seudun lukijat ovat pääosin tyytyväisiä lehteen. Vastaajat antoivat sille keskimäärin kouluarvosanan 8. Tyypillisesti lehdestä luetaan jokainen ilmestynyt numero, ja jutuista luetaan lähes kaikki. Jutuista pidetyimpiä ovat uutiset, henkilöhaastattelut ja mielipidekirjoitukset. Nuoret kaipasivat parannusta erityisesti lehden ulkonäköön, muut lukijat taas toivoivat lehden tekevän entistä poliittisävytteisempiä, kriittisiä juttuja. Lehden toivottiin myös panostavan vuorovaikutukseen lukijoiden kanssa.

Tuloksista päätellen lehden kannattaisi panostaa sähköisen vuorovaikutuksen lisäämiseen. Ulvilan Seutu voi myös tulevaisuudessa tehdä enemmän sellaisia juttuja, joista lukijat tutkimuksen mukaan pitävät eniten. Tutkimuksen kautta lehti saa myös hyviä juttuvinkkejä.

## LOCAL NEWSPAPER NEAR YOU Reader survey of Ulvilan Seutu

Saarholma, Mirka

University of Applied Sciences

School of Technology Pori

Construction Engineering

Technical Journalism

UDC: 07, 070.4 and 659.3

September 2007

Forma, Eeva-Leena

Number of pages: 53

Key words: communication, mass communication, advertising, survey

---

This Bachelor's thesis has been done as a reader survey to a local newspaper Ulvilan Seutu, in order to clarify the opinions of the readers about the newspaper. The aim was find out whether the readers were satisfied with Ulvilan Seutu and if they wanted to modify it somehow to better suit their taste. The survey studies the background information of the respondents, their bond to and opinions about the newspaper and their experiences about the interaction between the newspaper and its readers. The respondents were also asked how they would like to develop the newspaper. The theoretical part of this thesis also deals with local newspapers and their editing in general.

The main data of this thesis consists of 122 questionnaires filled in by the respondents. 300 questionnaires were delivered with Ulvilan Seutu, of which 74 were returned, i.e. 25 per cent of the whole sample. 48 questionnaires were filled in by two school classes in Ulvila, which served as a control group to the main group. Statistics were compiled of all the questionnaires, and tables and charts were made to facilitate the interpretation of the results.

According to the results, the readers of Ulvilan Seutu are mainly satisfied with the newspaper. The respondents gave it the average grade of 8. Typically every issue of the newspaper is read, and also almost every story. News, interviews and columns of the readers are the most popular stories according to the readers. Young people would like to enhance the outlook of the newspaper, whereas other readers wished for stories with a stronger critical, political view. It was also expressed that Ulvilan Seutu could devote more to the interaction with the readers, possibly by investing in electronic ways to interact. It can also please its readers better when they know the results of this study.

## SISÄLLYS

1 JOHDANTO .....	1
2 YLEISTÄ PAIKALLISLEHDESTÄ.....	3
2.1 Paikallislehden historia lyhyesti.....	5
2.2 Paikallislehden luonne .....	6
2.3 Paikallislehden sisältö ja toimittaminen.....	9
2.4 Paikallislehden paikka mediaympäristössä.....	11
2.5 Paikallislehdet yhdessä ja erikseen .....	14
2.6 Paikallislehti Ulvilan Seutu kaltaistensa joukossa.....	15
3 ULVILAN SEUDUN LUKIJATUTKIMUKSEN METODIT JA TEHTÄVÄ.....	16
3.1 Lukijatutkimuksen metodista.....	17
3.2 Ulvilan Seudun lukijatutkimuksen tehtävä .....	18
4 ULVILAN SEUDUN LUKIJATUTKIMUKSEN TOTEUTUS .....	20
4.1 Lomakkeen työstäminen ja käyttö .....	20
4.2 Lomakkeiden tilastointi sekä graafisten esitysten tekeminen .....	23
5 TUTKIMUKSEN TULOKSET .....	24
5.1 Vastaajien profiili.....	25
5.2 Vastaajien kiinnostuneisuus Ulvilan Seutuun .....	27
5.3 Mielenpitoja Ulvilan Seudusta yleisesti.....	31
5.4 Ulvilan Seudun sisällöstä.....	33
5.5 Ulvilan Seutu vuorovaikutuksessa lukijoihinsa .....	39
5.6 Ulvilan Seudun kehittämiseksi.....	41
5.7 Vapaa sana kertoo melko tyytyväisistä lukijoista .....	42
5.8 Päätoimittajan ajatuksia lehdestään.....	44
6 POHDINTAA .....	46
LÄHTEET .....	52

# 1 JOHDANTO

Suoritin koulutusohjelmani mukaisesta harjoittelusta neljä kuukautta paikallislehti Ulvilan Seudussa keväällä 2004. Jo sopiessani harjoittelusta päätoimittaja Marjut Haapasen kanssa tuli puheeksi mahdollisuus tehdä lehdelle myös tutkintooni kuuluva opinnäytetyö. Ulvilan Seudun tarpeen perusteella valitsimme miltei itsestänselvyytenä aiheeksi lukijatutkimuksen. Varsinaista lukijatutkimusta ei Ulvilan Seudulle ollut koko sen olemassaolon aikana tehty (lehti perustettiin vuonna 1980), joten tilausta sellaiselle oli. Ulvilan Seudussa tahdottiin tietää, millaista sen lukijakunta todella on, mitä lukijat ajattelevat oman paikkakunnan lehdestä, ja erityisesti, pitäisikö lehteä muuttaa tai kehittää jotenkin.

Paikallislehdet elävät ja muuttuvat niiden tekotapojen kehittyessä, kilpailun kiristyessä ja paikallislehtiin kohdistettujen odotusten vaihdellessa. Ulvilan Seudulle muutospaineita – tai ainakin lisääntyneitä jutunaiheita ja erilaista sisältöäkin - on tuonut myös muun muassa Ulvilan kunnan muuttuminen kaupungiksi ja Kullaan kunnan liittyminen Ulvilaan. Lehteä tehdään uusin eväin, ja sen juttujen kohdekin on juuri nyt jatkuvassa muutoksen kierteessä. Tähän tilanteeseen sopii hyvin selvitys siitä, mitä mieltä lukijat todella ovat lehdestä. Ulvilan Seudun kannalta kiintoisaa on myös tutkimuksen tuoma tieto: tuoko se lisää vauhtia joihinkin lehdessä suunniteltuihin muutoksiin, tai jopa antaa pontta uusille. On mahdollista, että lukijoiden mielipide myös hidastaa tai muuttaa joitain suunnitelmia.

Paikallislehdillä, ja Ulvilan Seudun suhteen erityisesti sen kotikaupungilla, on usein pitkä historia. Kuten Ulvilan kaupungin, niin Ulvilan Seudunkin on vastattava muuttuvien aikojen muuttuviin luonteisiin ja ihmisten muuttuviin tarpeisiin. Tämä on tärkeää, sillä kumpikin organisaatio tekee töitä juuri asiakkaitaan, lukijoita ja kaupunkilaisia, varten ja kehittyä sitä mukaa kuin hekin. Ulvilan Seudun päätoimittaja Marjut Haapanen käyttää johtamastaan lehdestä puhuessaan mielellään perinteisyyteen viittaavia käsitteitä (Marjut Haapasen haastattelu 18.4.2007, liite 2), kuten Ulvilan kaupungin asukkaat ja päättäjätkin

viitatessaan historialliseen Ulvilaan. Muutoksen myönnetään olevan väistämätöntä, mutta perinteistä halutaan pitää kiinni. Osien yhdistäminen on kuitenkin tehtävä taiten, jotta osana ei ole vanhanaikaisen, junasta jääneen rooli. Juuri nyt, ja uskoakseni vielä tulevaisuudessakin, käyvät keskustelut paikallisuuden ja maailmanlaajuisuuden, lokaalin ja globaalin, vastakkainasettelusta ja mahdollisesta yhdistämisestä kiihkeänä. Saman teeman liepeille sopivat myös Ulvilan Seudun muutos- ja kehitystarpeet.

Tuntuu osin erikoiselta rinnastaa Ulvilan Seutu Ulvilan kaupunkiin. Onhan lehti kuitenkin itsenäinen, kaupungista irrallinen toimija. Lukijatutkimukseen vastanneiden vastauksista nouseva käsitys Ulvilan Seudusta paikallisena vaikuttajana viittaa kuitenkin tähän. Vaikka lehti onkin riippumaton, on se myös tavallaan kaupunkilaisten mielipiteiden foorumi, mahdollisuus saada oma ääni kuuluviin. Lomakkeissa oli lehden arvioinnin seassa pohdintaa muun muassa kaupungin meno- ja tulorakenteesta, nuorison mahdollisesta rappeutumisesta ja jopa kritiikkiä terveyskeskuksessa saaduista liioista lapuista. Ehkä ne ajatukset kerrottiin Ulvilan Seudun lukijatutkimukseen vastattaessa samalla toivoen, että niistä tehtäisiin juttu, joka antaisi keskustelunaihetta aina kaupungin päättäjien kokouksiin saakka.

Tämän Ulvilan Seudun lukijatutkimuksen pohjana on 122 palautunutta kyselylomaketta. Lomakkeen 25:ssä kysymyksessä kysyttiin lukijoiden mielipiteitä lehden sisällöstä, tyylistä, ulkonäöstä ja tekemisen tavoista. Kysymykset pyrittiin pitämään mahdollisimman neutraaleina ja sellaisina, että ne eivät johdattelisi tiettyihin vastauksiin tai laittaisi sanoja vastaajien suuhun. Tuloksista voi päätellä, että Ulvilan Seudulla on pääosin lehteen tyytyväinen lukijakunta, jolla on kuitenkin myös kehitysehdotuksia. Mielenkiintoista näkökulmaa tutkimukseen tuo vertailuryhmänä toimiva, paikallisista oppilaitoksista koottu opiskelijoiden vastaajaotos. Tutkimuksen tuloksista on rinnakkain nähtävissä, mitä mieltä lehdestä ovat nykyiset pääasialliset lukijat ja tuleva lukija-aines.

## 2 YLEISTÄ PAIKALLISLEHDESTÄ

Paikallislehtien tuntomerkkejä kartoitettiin Pentti Kurunmäen (1995,44) mukaan ensimmäisen kerran 1945, kun Pitäjänlehtien Liitto – vuodesta 1963 Paikallislehtien liitto - perustettiin. Tällöin määriteltiin, että pitäjänlehdeksi voi kutsua ”sellaista säännöllisesti vähintään kerran viikossa ilmestyvää sanomalehteä, jonka levikkialue käsittää määrätyt pitäjät, jonka uutis- ja ilmoitusaineisto käsittää näiden pitäjien kunnallisia ja seurakunnallisia sekä muita paikallisia asioita ja joka aatesisällöltään ei edusta mitään määrättyä poliittista puoluetta tai suuntaa”.

Tällä mentiin aina vuoteen 1978, jolloin Paikallislehtien pitkäntähtäimen suunnitelma (PTS) päivitti määritelmän: ”Paikallislehti sisältää pääasiassa levikkialueensa yleistä uutis- ja mielipideaineistoa. Paikallislehti ilmestyy vähintään kerran tai useita kertoja viikossa. Varsinaisena levikkialueena on muutama kunta tai kunnan osa. Paikallislehdet leviävät tilattuina. Ne ovat poliittisiin puolueisiin sitoutumattomia.” (Kyllönen 1985, 244.)

Paikallislehtien liiton 1980-luvun viestintäpoliittisessa ohjelmassa määritelmään lisättiin vielä paikallislehtien olevan ”...tasapuolisesti toimitettuja, erilaisia näkemyksiä välittäviä, kanta-aottavia levikkialueensa äänenkannattajia” (Aalto & Santonen, 15). Paikallislehti ei siis saa olla poliittisesti sitoutunut, mutta ei myöskään hampaaton. Asioihin on otettava kantaa ja ongelmia nostettava puheenaiheiksi laajempaan keskusteluun.

Päivitetyn paikallislehden kuvailu löytynee internet-sanakirja Wikipediasta (Wikipedia, hakusana ”Paikallislehti”). Siellä sanotaan paikallislehden olevan ”yhden tai useamman kunnan alueella ilmestyvä aluekohtainen, kotiseutulehti tai ns. meidän lehti, joka kertoo paikallisen väestön kaipaamat uutiset, tarttuu paremmin tavallisen ihmisen arkeen ja juhlaan, ja kirjoittaa ylipäättään kotiseutuasioista ja paikallisista uutisista... Monet paikallislehdet ilmestyvät kerran tai kaksi tai kolme kertaa viikossa. Vähintään neljä kertaa

viikossa ilmestyvä sanomalehti on päivälehti.” Lähde tarttuu myös nykyään kenties tärkeimpään paikallislehteä määrittelevään seikkaan, vahvistettuun levikkiin: paikallislehdellä tulee olla virallinen ja vuosittain tarkistettava levikki.

Levikki onkin nykyään tärkeimpiä paikallislehtien määrittäjiä. Suomen Paikallismediat Oy, 2000-luvulla perustettu 142:n jäsenpaikallislehden muodostama paikallisten lehtien markkinointiketju, painottaa jäseniensä valintakriteereissä vahvistettua, virallista levikkiä (Suomen Paikallismediat Oy, 2007). Levikin tarkistaa Levikintarkastus Oy, joka on vuonna 1955 perustettu yritys, jonka päätehtävä on maksullisten sanoma- ja aikakauslehtien puolueeton ja luotettava, vertailukelpoinen levikintarkastus (Levikintarkastus Oy, 2007).

Aikaisemmin paikallislehtien järjestäytymiskuvauksissa mainittu puolueettomuus ei enää nykyään ole vaatimus paikallislehdille. Julkaisija voi olla myös aatteellinen yhdistys tai kunta (Tommila 2001, 67). Esimerkiksi Porin seudulla ilmestyvä, puoluekantaan tunnustava Uusi Aika luetaan paikallislehdiksi (Suomen Paikallismediat Oy:n mediatiedot 2006).

Wikipedian mukaan Suomessa ilmestyy tällä hetkellä 162 paikallislehteä. Kansanedustaja Lauri Oinonen mainitsee määrän 160 paikallislehtiä koskevassa kirjallisessa kysymyksessään (Eduskunnan valtiopäiväasiakirjat, toimenpideoite 108/2005vp). Toisaalta Paikallislehtien määrä on laskenut jonkin verran huipustaan, joka koettiin 1990-luvun käänneessä. Silloin paikallislehtiä oli noin 180 (Kurunmäen 1995, 45 mukaan Sanomalehtien liitto 1995). Toisaalta nykyisenkaltainenkin määrä on ainakin pohjoismaisittain varsin vaikuttava: 1-3 kertaa viikossa ilmestyviä paikallislehtiä ilmestyy Ruotsissa alle sata, Tanskassa yksi (Paikallislehti löytää elintilaa uutisten takaa, 2007).

Päiviö Tommila (Tommila 2001, 69) tulkitsee tämän päivän paikallislehtiä olevan viittä eri tyyppiä. Perustyyppinä hän pitää (palaten nimityksessä kiintoisasti ”vanhanaikaiseen” ilmaisuun) pitäjänlehteä, joka peittää yhden maaseutukunnan. Toisen tyyppin lehti, kattaa



useamman, keskenään tasavertaisen (ei kuntakeskusta) kunnan. Kolmanteen tyyppiin kuuluu yhden kaupungin lehdet eli kaupunkipaikallislehdet, joista osa on muuntunut pitäjänlehdestä kaupunkilehdeksi. Neljännen tyyppin paikallislehdet ovat keskuksen ja välittömän ympäristön peittäviä ympäristölehtiä. Viides tyyppi on aluelehti.

## 2.1 Paikallislehden historia lyhyesti

Ensimmäisenä suomalaisena paikallislehtenä pidetään Tyrvään Sanomia. Se perustettiin vuonna 1894, ja on ilmestynyt yhtäjaksoisesti siitä saakka. Ensimmäisessä numerossa perusteltiin, miksi uudenlaista lehteä tarvittiin: kirkonmenoissa kerrottavat kuulutukset eivät tavoittaneet tarpeeksi suurta osaa paikallisista, eivätkä kunta- ja kirkonkokouksissa tehdyt päätökset olleet tuttuja tarpeeksi monille. Koettiin myös, että Tyrvään kirkonkylän kauppaelämän vilkastumisen myötä kauppiaille olisi tarvetta ilmoitteluun. Lehteä jaettiin ilmaiseksi tyrvääläisille aluksi kerran, sittemmin kahdesti tai kolmasti kuussa. Pian ilmestymistiheydeksi vakiintui kerran viikossa, joka on edelleen kautta linjan paikallislehtien tyypillisin ilmestymistähti. (Aalto 1985, 28-31 ja 101.) Vuonna 2000 Suomessa ilmestyi 171 kappaletta 1 - 3 kertaa viikossa ilmestyvää lehteä. Näistä 25 kappaletta (14,6%) ilmestyi kolmesti viikossa, 68 kappaletta (39,8%) kahdesti viikossa ja 78 kappaletta (45,6%) kerran viikossa. (Jyrkiäinen & Savisaari 2001, 64.)

Tyrvään Sanomien esimerkki innoitti lähikuntien aktiiveja perustamaan muutamia omia paikallislehtiään, mutta paikallislehtien varsinainen läpimurto tapahtui Suomen itsenäistymisen jälkeen, 1920-luvulla. Tuon vuosikymmenen lopulla ilmestyi jo 57 paikallista sanomalehteä, joista suurin osa edelleen Tyrvään tietämällä, Hämeessä ja Satakunnassa. (Aalto & Santonen 1985, 31-37, 45 ja 63; Kurunmäki 1995, 45.)

Paikallislehtien määrän todellinen kasvu ja paikan vakiinnuttaminen tapahtui 50- ja 60-luvuilla. Tuona aikana paikallislehtien määrä noin kolminkertaistui reilusta 50:stä yli

180:aan. Ajanjakson jälkeen kasvu jatkui tasaisempana saavuttaen 180:n ilmestyvän paikallislehden rajan 90- luvun taitteessa. Sitten määrää on vähentynyt noin 160:een. Määrän vähentyminen johtuu yhtä lailla lopettaneista lehdistä kuin lehtien sulautumisesta toisiinsa levikkialueiden limittyessä sekä paikallislehtien muuttumisesta ilmaisjakelulehdiksi. (Santonen 1985, 109-112; Kurunmäki 1995, 45-47; Tommila 2001, 48.)

Näin ollen paikallislehtien alueellinen kattavuus on kehittynyt alkuaikojen keskittyneisyydestä - Satakunta ja Häme sekä myöhemmin Uusimaa - peittämään lähes koko Suomen (Aalto 1985, 63; Suomen Paikallismediat Oy:n mediatiedot 2006).

## **2.2 Paikallislehden luonne**

Voidaan sanoa, että paikallislehdet on koko olemassaolonsa ajan erottanut muista lehdistä juuri paikallisuuden vaade (mm. Aalto & Santonen 1985; Kurunmäki 1995; Pohjonen 1995, 37; Suomen Paikallismediat Oy:n mediatiedot 2006). Paikallislehtien taipaleen alussa, kuten vielä nykyäänkin, oli tärkeää viestittää asuinpaikkakunnan tapahtumista ja kunnan johdon tekemistä päätöksistä paikkakuntalaisille (Aalto 1985, esim. 31-37 ja 110; Pietilä 1995, 28-35). Jyrki Pietilä (1995, 29) tarkentaa paikallisuuden olevan myös jotain muuta kuin maantieteellisesti paikallista: ”...itse jutun napa on tuossa paikallisuudessa, juttu on *olemukseltaan* paikallinen.” Hän näkee onnistuneen paikallisjournalismin olevan ruohonjuuritason journalismia, hyvässä mielessä nurkkapatrioottista. Se on parhaimmillaan pienen ihmisen asialla: ”Oikein viritetty paikallisjournalismi on *kansalaisyhteiskunnan* – ei virka- ja herravaltaisuuden palvelija.” Samaa tuntuu myös Päiviö Tommila (2001, 61) mainitessaan suomalaisen paikallislehdistön olevan siinä mielessä erityisen suomalaista, muista maista poikkeavaa, että se edustaa suomalaisten halua käsitellä asioita varsin julkisesti paikallisellakin tasolla.

Kun paikallislehti näin paikallistetaan parhaimmillaan ”puskuriksi” kansalaisten ja virkamiesten, kuntalaisten ja päättäjien väliin, on luonnollista, että sen usein katsotaan olevan luonteeltaan kotiseutulehtimäinen, kasvattavan ylpeyttä omasta paikkakunnasta. Paikallislehti muistaa ne historialliset asiat, joista paikkakunta tunnetaan, ja huomaa välittömästi uudet paikkakunnan julkisuuden henkilöt ja –asiat, jotka tekevät nykyään kotikuntaansa tunnetuksi. Paikallislehti saattaa kannustaa ja elävöittää paikkakuntaa konkreettisestikin, esimerkiksi tekemällä lahjoituksia tai järjestämällä tapahtumia. (Aalto 1985, 96; Santonen 1985, 171; Kurunmäki 1995, 47; Pietilä 1995, 30.)

Paikallislehti on todennäköisesti se media, jota kautta paikalliset saavat oman äänensä helpoimmin kuuluviin. Paikallislehdet ”välittävät lukijansa murheista” ja ovat mukana jakamassa iloa. Paikallislehdet ovat matalan kynnyksen tiedotusvälineitä, jotka tekevät jutun näennäisen pienistäkin asioista. Ydin on vuorovaikutuksellisuudessa, jota tapahtuu lukijakunnan kanssa vilkkaasti ja helposti: toimittajaa voi nykäistä hihasta, toimitukseen voi tulla käymään, soittaa tai lähettää kirjeen. Paikallislehti osallistuu ja välittää. (Muun muassa Gassner 1995, 19; Pietilä 1995, 34-35.) Usein lehti myös koetaan yleisesti paikkakunnan ääneksi mediassa. Aiheeseen kommentoi Kalajoen kunnallispolitiikan vaikuttaja Erkki Aho, joka suitsuttaa Kalajoki-lehteä blogissaan 15.11.2006: ”Paikallislehden rooli ja merkitys on tärkeä. Ilman omaa lehteä paikkakunta on näkymätön ja kuulumaton.” Paikallislehden roolia kunnan sisäisenä ”viestinviejänä” arvostavat myös päättäjät. Paikallislehtien tukemista koskevassa kirjallisessa kysymyksessä puhemiehelle (Eduskunnan valtiopäiväasiakirjat, toimenpidealoite 108/2005vp) todetaan: ”...paikallislehti kuuluu tärkeimpiin tiedotusvälineisiin, kun mitataan median kykyä edistää kaivattua lähidemokratiaa ja kansalaisten osallistumista paikalliseen päätöksentekoon. Paikallislehti on monessa kunnassa ainoa kansalaiskeskustelun foorumi.”

Seppo Kangaspunta (1995, 38-43) käyttää sosiologian käsitteitä hyväkseen pohtiessaan lehtien roolia vuorovaikutuksen keskuksina. Hän nimittää tätä vuorovaikutusta yhteiskunnallistumiseksi, ja lainaa käsitteen purkamiseen Kauko Pietilää ja Klaus Sondermannia: ”Yhteiskunnallistuminen tarkoittaa sosiaalisen siteen syntymistä ihmisten

välille heidän vuorovaikutuksessaan.” Toisaalta Kangaspunta viittaa Max Weberin, joka määrittelee sosiaalistumisen yhteisöllistymiseksi ja yhteiskunnallistumiseksi.

Paikallislehden tehtävä on Kangaspuntan mukaan keskeinen juuri yhteisöllisyyden ylläpitäjänä, sillä sen tavoitteena on kattaa vain pieni alue, ei koko maata tai kansainvälisiä tapahtumia. Kangaspunta lainaa Marjatta Raution jäsentämää jakoa, jonka mukaan paikallislehdellä, yhteisölehdellä, on viisi ilmentehtävää: tiedotus-, foorumi-, vaikuttamis- ja tulkinta-, taloudellinen ja viihdyttävä tehtävä. Näiden lisäksi yhteisölehti hoitaa niin sanottuja sosiaalisia taustatehtäviä. Se on ”tehokas väline kehittämään, vahvistamaan ja laajentamaan yhteisöön samastumista ja osallistumista”.

2000-luvun median globaalisuudelle paikallislehdistö on oiva vastakohta. Tähän tarttuu erityisesti Suomen Paikallismediat Oy:n toimitusjohtaja Harri Jussila yrityksen vuoden 2006 mediatiedoissa julkaistussa kirjoituksessaan perustellessaan potentiaalisille mainostajille paikallislehtien hyödyllisyyttä osana mediaratkaisua.

*Paikalliset mediat ovat kestäneet globalisaation hyökkäykset hyvin. Tilattavat sanomalehdet ovat aallonharjalla, ja erityisesti paikallisuutisilla lukijoitaan palveleva lehti tavoittaa kohderyhmänsä valtavassa tiedontulvassa entistä paremmin, valikoivasti ja tarkasti. Paikallisuudesta on tullut tavoiteltava ominaisuus, jota lehtikentällä vain paikallislehti voi aidosti edustaa. Paikallislehti valottaa lähiympäristönsä asiat ja kertoo kiinnostavimmat uutiset, joita ei voi löytää mistään muusta mediasta. Paikallislehti julkaisee myös lähimpien kauppojen tarjoukset ja yksityisten lukijoiden ilmoitukset. Paikallislehti kuuntelee lähiympäristönsä sydänääniä ja elää niiden tahdissa. Se kuuluu olennaisena osana lukijoidensa arkeen. (Jussila 2006, Suomen Paikallismediat Oy:n mediatiedot 2006.)*

Aivan täysin ei paikallislehdistökään ole välttynyt globalisaation vaikutuksilta.

Paikallislehdet ovat perinteisesti olleet pieniä itsenäisiä, paikallisia toimijoita. Niiden vetovastuussa on ollut muun muassa yksityishenkilöitä, yhdistyksiä, perheyriyksiä tai pienimuotoisia, omistajapohjaltaan suppeita yrityksiä ja osakeyhtiöitä. Rahan puute ja toiminnan taloudellisen kannattamisen tarve toivat alalle kuitenkin jo verrattain varhain, 60-luvulla, paineita omistusmuotojen muuttamiseen. 70-luvulla suuri osa lehdistä olikin jo pala päivälehtitaloa tai paikallislehtiketjua (Santonen 1985, 123-142). Nykyään pienomistus on jo harvinaista: lehdistä valtaosan omistus on keskittynyt juuri isommille lehtitaloille, kustantajille tai lehtiketjuihin. Syitä omistuspuhjan muuttumiseen ovat kuten ennenkin

talousasiat ja nykyään jo lehtien päällekkäisyyksien poistaminenkin (Kunnallislehti 2006, Pekkarinen 2005). Saman ilmiön osa on myös Suomen Paikallismediat Oy:n toiminta: mainontapäätösten pakettiratkaisut (saman ilmoittajan sama ilmoitus monessa paikallislehdessä eri puolilla Suomea) auttavat paikallislehtiä pysymään kilpailukykyisenä mainosmedianana muun muassa maanlaajuisten kauppaketjujen tehdessä mainontapäätöksiään (Suomen Paikallismediat Oy:n mediatiedot 2006).

### **2.3 Paikallislehden sisältö ja toimittaminen**

Paikallislehtien tekijöillä on tuntumaa lukijoihin ja siihen alueeseen, jolla lehti ilmestyy. Suurin osa jutuista saadaan ”jalkautumalla kentälle” (Pohjonen 1995, 36). Näin on ollut kautta historian, mutta tekijöiden malli on muuttunut. Paikallislehtien alkuaikojen vetäjät ja toimittajat olivat pitkälti paikkakuntalaisia aktiiveja, varsinaiselta ammatiltaan usein esimerkiksi opettajia tai maanviljelijöitä (Aalto 1985, 28-106; Hämäläinen 1995, 88). Tekijöinä on ollut tuon jälkeenkin paljon kouluttamattomia journalisteja, joka osin kuuluu paikallislehtien henkeenkin. Nykyään toimituksissa työskentelee jo pääosin koulutuksellisesti päteviä ammattilaisia (Kyllönen 1985, 251; Hämäläinen 1995, 88; Santonen 1985, 201-203).

Paikallislehtien toimitukset ovat olleet ja ovat yhä hyvin pieniä. Pienimpien lehtien toimitukset sinnittelevät pelkän päätoimittajan voimin. Voidaan sanoa, että mitä suurempilevikkisempi ja useammin ilmestyvä paikallislehti, sitä enemmän sillä on henkilökuntaa. Henkilökunnan määrää säätelee pitkälti se, millaisessa taloudellisessa tilanteessa lehti on. Hyvin yleistä on myös käyttää avustajia ja harjoittelijoita. Toisaalta juttumateriaalia tulee silloin tällöin myös lukijoilta. (Marjut Haapasen haastattelu, liite 2; Santonen 1985, 195-209.)

Jos paikallislehden ilmestymisalueella on päällekkäisyyksiä eri paikallislehtien kesken, saatetaan päätyä yhteistyöhön joko niin, että lehdet konkreettisesti yhdistyvät tai että niiden henkilökuntaa kierrätetään. On myös mahdollista, että lehti kuuluu lehtiketjuun, joiden jäsenet julkaisevat toistensa juttuja monissa eri lehdissä. (Jyrkiäinen & Savisaari 2001, 74 - 75.) Näillä menetelmillä paikallislehdet pyrkivät pysymään sille asetettujen vaatimusten perässä: sisältöä pitäisi olla, mutta se pitäisi myös saada edullisesti (Pekkarinen 2005).

Paikallislehtien toimittajien työnkuva on laaja: se kattaa usein niin juttujen teon, valokuvaamisen kuin taittamisenkin; teknisille osa-alueille on vain harvoin osoittaa omat tekijät. Näiden taitojen lisäksi tarvitaan vankkaa paikallistuntemusta. Lukijat ovat tarkkoja, joten onnistuneiden juttujen teko vaatii tarkkaa ilmestymispaikkakunnan seudun tuntemista sekä luonnollisia suhteita ja läheisyyttä sen asukkaisiin ja päättäjiin. Näin ollen paikallislehden juttuja on vaikea kirjoittaa, jos ei ole itse kotoisin paikkakunnalta tai asu siellä. (Mukaihen Marjut Haapasen haastattelu, liite 2.) Paikallislehden toimittajan on oltava myös juttutyyppeiden hallinnassa moniosaaja. On hallittava niin uutiset kuin henkilöhaastattelut, urheilu yhtä lailla kuin kulttuuri – ja kyetä tekemään niistä uskottava juttu. On myös pystyttävä innostumaan aiheesta kuin aiheesta, vaikka se tuntuisi mitättömältä tai omaan tuntemukseen liittymättömältä. (Karjalainen 1995, 104-105; Korpela 1995, 102-103; Uoti 1995, 100-101.)

Jutuissa käytettävä kieli ja taitto on usein vapaampaa kuin isommissa lehdissä, ja toimittaja saa välillä myös ”irrotella”. Kaarina Karttunen (1995, 126-127) toteaa kielenhuollon olevan kuitenkin kunnossa: ”Kieli on yleensä tasokasta... Jutut on yleensä kirjoitettu ymmärrettävästi ja helppotajuisesti.” Ulvilan Seudun päätoimittaja Marjut Haapanen luonnehtii lehden kielellistä tyyliä näin: ”...sekä asiallinen että fiksusti kevyt. Me ei haluta esittää asioita kauheen raskaasti eikä missään mielessä virkamiesmäisen kapulakielisesti.” (Marjut Haapasen haastattelu, liite 2.)

Paikallislehden juttuja kirjoitetaan ihmisläheisesti ja usein omaa paikkakuntaa jalustalle nostaan. Lehden jutut pyrkivät tarjoamaan tilaajilleen jotain sellaista paikallista informaatiota, jota ei ole saatavilla mistään muusta lähteestä – ainakaan toistaiseksi. Usein paikallislehti huomaa omalla alueellaan jonkin tuoreen ilmiön ja tekee aiheesta jutun, jollaista muut alueella ilmestyvät lehdet eivät ole tehneet. Sittemmin monista paikallislehtien ”bongaamista” ilmiöistä tulee isompia, jopa valtakunnallisia uutisia (Paikallislehti löytää elintilaa uutisten takaa 2007). Toisaalta jos johonkin leimallisesti paikalliseen, ylpeyttäkin aiheuttaneeseen asiaan tai ihmiseen kiinnitetään valtakunnan mittakaavassa negatiivista huomiota, saatetaan se jättää paikallislehdessä kokonaan mainitsematta. Esimerkkinä Seppo Kangaspunta (1995, 40) mainitsee kankaanpääläisen ex-kansanedustajan ja ex-ministerin Kauko Juhantalon, jonka talousrikoksista nousi kohu 90-luvulla. Kankaanpään Seutu ei uutisoinut ”oma kylän pojan” rikostapausta ollenkaan.

Koska paikallislehtien talous on tiukoilla ja riippuvaisuus mainostajista selvää, ovat kriittisimmät maininneet tuon faktan olevan uhka paikallislehtien vaalimalle puolueettomuudelle sekä lehden toimitetulle sisällölle (Pekkarinen 2005). Joskus uutiset ja toimituksellinen teksti ovat saaneet tehdä tilaa ilmoituksille ja viihteellisyydelle. Sama ilmiö on silti nähtävissä muissakin medioissa (esim. television ja radion ”ohjelman teille tarjoaa...” –sponsorit). Paikallislehti on usein sidonnainen myös paikkakunnan yleiseen nosteeseen: jos seudulla menee hyvin, on sen paikallislehdenkin asema usein vankka. Jos taas paikallinen talouselämä ja kaupunki kamppailevat vaikeuksissa, se heijastuu helposti paikallislehdenkin menestykseen (Lindqvist 2007).

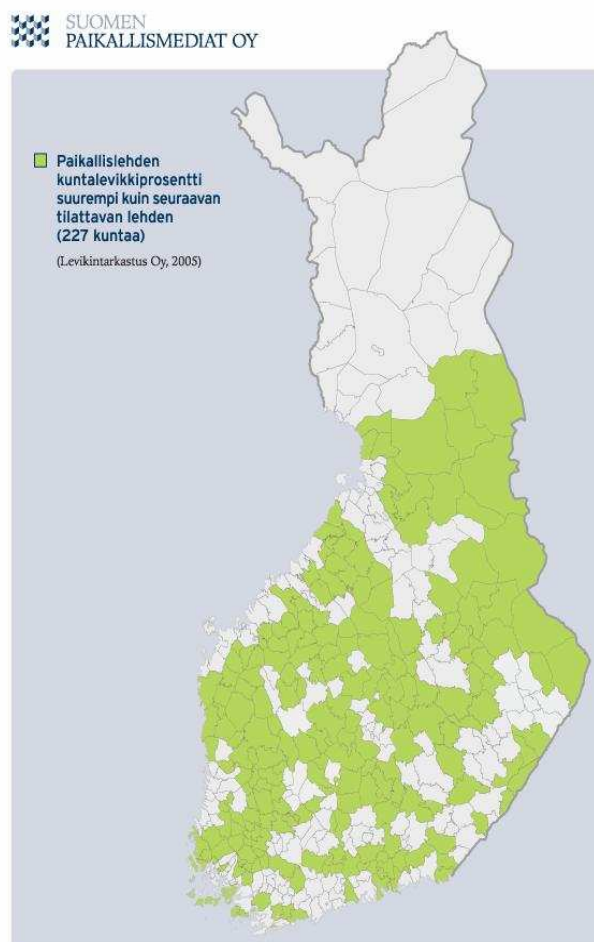
#### **2.4 Paikallislehden paikka mediaympäristössä**

Lehdistölle on povattu loppua jo monta kertaa: ensin nujertajaksi mainittiin radio, sitten televisio ja nykyisin internet. Mikään niistä ei ole onnistunut painettua mediaa lannistamaan, eikä paikallislehtikään ole tässä joukossa häviäjä. Oikeastaan päinvastoin:

2000-luvulla se on jopa onnistunut nostamaan ilmoitustulojaan suhteessa enemmän kuin muu lehdistö. Levikitkin kasvavat: vuonna 2005 noin 50 paikallislehteä sai lisättyä tilaajien määrää (Paikallislehti löytää elintilaa uutisten takaa 2007).

Lehtien peittovertailussa paikallislehdet pärjäävät: 227:ssä Suomen kunnassa paikallislehti on paikkakunnan tilatuin lehti (kuva 1). Määrä on yli puolet Suomen kunnista. 147:ssä kunnassa paikallislehden levikkiprosentti on yli 20 yksikköä suurempi kuin toiseksi tilatuimmalla lehdellä. 314:ssä kunnassa paikallislehti tulee yli 20 prosenttiin talouksista. Huomattavaa paikallislehden peittokartoissa on, että suurimpien kaupunkien (esim. Helsinki, Turku, Tampere, Oulu – myös Pori) kohdalla on aukko. Toisin sanoen siis paikallislehtien peittoprosentit ovat parhaimmillaan suhteessa pienillä paikkakunnilla, joista on jonkin verran matkaa lähimpään suureen kaupunkiin. Uskon, että näiden ”kaupunkiaukkojen” aiheuttajia ovat pääosin kaupunkilehdet, jotka leviävät ilmaisjakeluna, mutta tekevät juttuja samasta aihepiiristä kuin paikallislehdetkin.

Paikallislehden apajille on monta tulijaa. Valtakunnalliset ja alueelliset lehdetkin korostavat nykyään usein olevansa juuri paikallisia (Lindqvist 2007). Paikallislehden ja aluelehden raja on häilyvä, sillä niiden määritelmät eivät ole tarkkoja. Esimerkiksi neljä kertaa viikossa



Kuva 1. Yli puolessa Suomen kunnista paikallislehti on tilatuin lehti. Kuva julkaistaan Suomen Paikallismediat Oy:n luvalla



ilmestyvä lehti voi määritellä itsensä alue- tai paikallislehdeksi. Paikallislehden etu asetelmassa on näppäryys: siinä missä isoilta lehdiltä vaaditaan juuri ulkomaan- ja valtakunnan uutisten levittämistä, paikallislehti saa keskittyä omaan alaansa, lähellä oleviin asioihin. (Jyrkiäinen & Savisaari 2001, 67.)

Levikeissä mitattuna paikallislehtien asema vaikuttaa vakaalta. Vuonna 2000 harvemmin ilmestyviä (1 - 3 kertaa viikossa) lehtiä oli Suomessa 171. Niiden yhteenlaskettu levikki oli 1,1 miljoonaa kappaletta. Vertailun vuoksi mainittakoon, että päivälehtiä oli Suomessa 55 ja niiden yhteenlaskettu levikki 2,3 miljoonaa kappaletta ja ilmaisjakelulehtiä 100, levikki 3,7 miljoonaa kappaletta. (Jyrkiäinen & Savisaari 2001, 63.)

Suurin haaste paikallisledille lienevät ilmaisjakelulehdet eli lehdet, joiden tekeminen rahoitetaan pelkästään lehden ilmoitusten turvin. Niiden levikki on hurja, mutta on otettava huomioon, että ne leviävät tilaamatta ja lähes kaikkiin talouksiin, jolloin moni lehti jää lukematta. Ilmaisjakelulehdet, joista monet ovat kaupunkilehtiä, tekevät juttunsa kuitenkin usein samantyyllisistä aiheista kuin paikallislehdet. Kaupunkilehtien jutut ovat tosin usein lyhyitä ja kuvat isoja, ja suurimman tilan lehdestä vievät ilmoitukset. Siinä missä paikallislehdille lukija on kuningas, ja lehden sisällön on vastattava sen tilaajien toiveita (Kunnallislehti 14.2.2006), ilmaisjakelulehtien sisältö määrittyy vahvasti mainostajien kautta. Toistaiseksi paikallislehdet eivät ole horjuttaneet paikallislehtien asemaa. Päinvastoin monet paikallislehdet ovat ryhtyneet julkaisemaan myös omaa ilmaisjakelulehteä. (Tommila 2001, 61.)

Paikallislehden rinnalle kuntien sisäistä tiedotusta hoitamaan ovat tulleet kaupunkien omat internet-sivustot. Verkon kautta tiedon välittäminen on nopeaa, mutta tiedotusluontoista. Paikallislehdet tekevät usein tiedottamista vaativasta asiasta jutun, joka saattaa kiinnittää lukijan huomion paremmin kuin tiedote, ja sitä kautta levittää tietoa helpommin. Paikallislehti tavoittaa painettuna tiedotusvälineenä myös ne, joilla ei ole pääsyä internetiin. Toisaalta monet paikallislehdet ovat vastanneet internetin luomaan haasteeseen

perustamalla omia verkkosivujaan. Sitä kautta lehdet hoitavat omaa tiedotustaan (toimituksen yhteystiedot, lehden mediatiedot...) ja usein ottavat vastaan palautetta. Toiset lehdet päivittävät paperilla julkaistun lehtensä juttuja myös internetsivuilleen.

## 2.5 Paikallislehdet yhdessä ja erikseen

Voidaan sanoa, että paikallislehdet eivät ole keskenään niinkään kilpailijoita, vaan yhteistyön tekijöitä. Kuten tekstistäni on aiemmin käynyt ilmi, on tyypillistä, että paikallislehden (vanha nimitys pitäjänlehti kertoo nimellään paljon) levikkialue on yksi kunta tai muu selvästi rajattu alue. Yhdellä paikkakunnalla ei yleensä ilmesty useaa paikallislehteä. Päällekkäisyydet ovat yhä vähentyneet vuosien saatossa esimerkiksi lehtien yhdistyessä. Tällä hetkellä päällekkäisyyksiä on lähinnä vain muutaman sellaisen lehden kesken, joiden levikkialueella on monta kuntaa. Satakunnassa päällekkäisyyksiä on Kiukaisissa ja Suodenniemellä: Kiukaisen mainitsee levikkialueekseen sekä Alasatakunta-lehti että Sydän-Satakunta –lehti, Suodenniemen niin Kankaanpään Seutu kuin Paikallissanomat. (Suomen Paikallismediat Oy:n mediatiedot 2006.)

Yhteistyö on aikaisemmin konkretisoitunut Paikallislehtien Liitossa (entiseltä nimeltään Suomen Pitäjänlehtien liitto, perustettu 1946) (Aalto 1985, 71). Liitto teetti muun muassa laajoja tutkimuksia paikallislehtien lukijoista yleisesti. Paikallislehtien Liitto yhdistettiin Sanomalehtien Liittoon vuonna 1993, jonka jälkeen yleisluontoisia tutkimuksia pelkästään paikallislehdistä ei ole teetetty (Kupiainen 2004, 28; Jyrkiäinen & Savisaari 2001, 62). Sanomalehtien Liitossa paikallislehtien puolestapuhujana toimii Sanomalehtien Liiton paikallislehtineuvottelukunta. Aktiivista yhteistoimintaa paikallislehtien kesken on myös niin seutukuntatasolla kuin esimerkiksi Paikallislehtien Päätoimittajayhdistyksessä, jonka hallitukseen kuuluu myös Ulvilan Seudun päätoimittaja Marjut Haapanen.

Kenties kaikkein polttavin, uhkaksikin koettu kaikkia paikallislehtiä koskeva ajankohtainen ongelma on postimaksut. Paikallislehdet leviävät pitkälti postin mukana, ja niiden jakelu on kallista, yli puolet kalliimpaa kuin ilmaisjakelulehtien. (Marjut Haapasen haastattelu, liite 2.) Ongelmaan on tartuttu myös eduskunnan tasolla: puhemiehelle on jätetty 59:n kansanedustajan paikallislehtien tukemiseksi allekirjoittama toimenpideoite, jossa esitetään postimaksuongelman helpotukseksi yhteiskunnallista tukea (Eduskunnan valtiopäiväasiakirjat, toimenpideoite 108/2005vp). Myös Paikallislehtien Päätoimittajayhdistys pyrkii aktiivisesti omalla toiminnallaan saamaan parannusta asiaan.

Yhteistyön yksi foorumi on Suomen Paikallismediat Oy, jonka jäsenenä on 142 paikallislehteä (Suomen Paikallismedioiden www-sivut). Se hoitaa keskitetysti paikallislehtien valtakunnallista ilmoitusmyyntiä ja pyrkii pitämään omalla toiminnallaan yllä paikallislehtien imagoa kannattavana ilmoitusmedian muun muassa keräämällä kattavia yleistietoja jäseninään olevista lehdistä.

## **2.6 Paikallislehti Ulvilan Seutu kaltaistensa joukossa**

Ulvilan Seutu on Ulvilassa ilmestyvä paikallislehti, joka on ilmestynyt vuodesta 1980. Kun vertaa yleisesti Suomen paikallislehtien levikkiin (alle 3000 kappaleesta noin 11 000 kappaleeseen) on Ulvilan Seudun levikki pienehkö, 3243 kappaletta. Ulvilan Seutua julkaisee Ulvilan Seutu Oy, joka on Kehitys Oy:n alainen tytäryhtiö. Lehti painetaan Kehityksen kirjapainossa Porissa. Ilmestymistiheys on kerran viikossa. Lehti on laajuudeltaan 12-16 sivua, erikoisnumerot (esimerkiksi jokavuotinen kesänumero) ovat laajempia.

Ulvilan Seutu on perinteinen, mutta elinvoimainen paikallislehti, jota tehdään pienellä henkilökunnalla, mutta tasokkaasti. Päätoimittajana lehdellä on ollut vuodesta 2002 Marjut Haapanen. Hän luonnehtii haastattelussaan (18.4.2007) lehteä ennen muuta perinteiseksi.

*Ulvilan Seutu on hyvin perinteinen paikallislehti, eli meillä on paikallisuus kaikki kaikessa. Se perinteisyys tulee siitä että me ei esimerkiksi olla lähdetty mukaan mihinkään tällaseen sensaatiotouhuihin mitä nykyään lehdet hyvin pitkälti harrastaa. Et me pysytellään siinä, et pieniä asioita tavalliselle ihmiselle.*

Ulvilan Seutu myös uudistuu ajan vaatimusten mukaan. Haapasen mukaan lehden suurimpia muutoksia ovat olleet siirtyminen sähköiseen sivuntaittoon, joka toi mukanaan myös kuvien digitaalimuodon. Tämän hetken suurin uudistus on lehden uusien internet-sivujen kehittäminen.

Ulvilassa ei virallisesti ilmesty muita paikallislehtiä. Lähimpiä Ulvilan Seudun paikallislehtitason kollegoja ovat naapurikuntien paikallislehdet Sydän-Satakunta (Nakkila, Kokemäki, Harjavalta ja Kiukainen) ja Uusi Aika (Pori ja muu Satakunta, puolueellinen paikallislehti). Kilpailijoina päätoimittaja Haapanen pitää lähinnä ilmaisjakelulehtiä, joista alueella ilmestyy viikoittain Satakunnan Viikko, Porin Sanomat ja Uusi Pori.

Ulvilan Seutu julkaisee myös ilmaisjakelulehti Meriporilaista, joka ilmestyy neljä kertaa vuodessa. Meriporilaisen levikki on 5000 kappaletta, poikkeuksena kesälehti 12 000 kappaletta. (Ulvilan Seudun www-sivut 7.5.2007.)

### **3 ULVILAN SEUDUN LUKIJATUTKIMUKSEN METODIT JA TEHTÄVÄ**

Tämän lukijatutkimukset tehtävistä sovittiin yhteisesti Ulvilan Seudun päätoimittaja Marjut Haapasen kanssa. Tehtävien hahmottamisessa edettiin kokonaisuudesta tarkemmille tasoille

päättäen ensin, mikä olisi koko tutkimuksen tehtävä. Lopulta käytiin läpi lomaketta kysymystasolla pohtien, sisältääkö lomake kaikki haluamamme osa-alueet.

Myös metodi valittiin. Laadullinen, kvalitatiivinen tutkimus olisi ollut mahdollista toteuttaa, mutta koska pyrittiin tuloksiin, jotka olisivat jollain lailla yleistettävissä koko Ulvilan Seudun lukijakuntaan, päädyttiin määrälliseen, kvantitatiiviseen tutkimukseen.

Seuraavassa tarkastellaan lukijatutkimuksen metodia ja tehtävää vielä erikseen.

### **3.1 Lukijatutkimuksen metodista**

Tämä lukijatutkimus on muodoltaan ja toteutukseltaan pääosin kvantitatiivinen, survey-tyyppinen tutkimus. Se tarkoittaa määrällistä tutkimusta, jonka metodit ovat varsin systemaattisia. Kvantitatiivinen tutkimus pyrkii saattamaan tutkimuksensa kohteet mitattavaan muotoon. Näin saaduista tuloksista koitetaan analysoida esiin tutkittavan ilmiön rakenteita eli sitä, millaisista osista se koostuu, löytyykö siitä jonkinlaista systematiikkaa, millaisia yhteyksiä osien välillä on ja millaisia muutoksia ilmiössä tapahtuu. (Alkula, Pöntinen & Ylöstalo 1999, 21-22.) Tässä tutkimuksessa tämä ilmiö on siis Ulvilan Seutu-lehden lukijoiden kokemus ja mielikuvat lehdestään. Näitä on tutkittu vastaajien täyttämien, strukturoitujen tutkimuslomakkeiden kautta. Tutkija ei ole ollut lomakkeita lukuun ottamatta kontaktissa tutkimuksen vastaajiin.

Kvantitatiivisesta metodista eli tutkimustavasta kertovissa oppaissa korostetaan usein, että kvantitatiivista menetelmää käyttävän on syytä tuntea tutkimuskohteensa hyvin, jotta hän osaisi ymmärtää ja tulkita oikein menetelmän tuottamia tuloksia (Alkula, Pöntinen & Ylöstalo 1999; Kurssin ”Tilastotieteen ja SPSS:n perusteet” muistiinpanot, syksy 2006, Tampereen yliopisto). Uskalsin valita menetelmän, sillä olen mielestäni perillä

tutkimuskohteestani kohtuullisen hyvin. Olen syntynyt Ulvilassa ja asunut siellä parikymmentä vuotta. Olen ollut Ulvilan Seudun lukija viitisentoista vuotta. Olen myös ollut töissä lehdessä: työskentelin siellä osan tutkintooni kuuluvasta harjoittelusta, jonka jälkeen olen toiminut lehden freelance-toimittajana. Teoriapohjaa aiheelle antaa koulutukseni. Satakunnan ammattikorkeakoulussa käymäni teknisen journalismin suuntautumisvaihtoehdon mukaisten kurssien (40 opintoviikkoa vuosina 2001-2007) lisäksi olen harjoittanut erityisesti tutkimusmenetelmällisiä taitojani Tampereen yliopistossa opiskellessani vuodesta 2005 lähtien.

Survey-tutkimukseni aineiston muodostaa pääosin postitse lähetettyjen ja kahden koululuokan täyttämien lukijatutkimuslomakkeiden palautunut osuus, 122 kappaletta. Lomakkeessa vastaaminen tapahtui pääosin valmiista vastausvaihtoehdoista sopivin tai sopivimmat ympyröimällä. Lomakkeessa oli myös muutamia kysymyksiä, joihin vastattiin avoimesti, sanallisesti. Näitä vastauksia tulen analysoimaan kvalitatiivisesti eli laadullisesti. Mielestäni kahden erilaisen tutkimus- ja aineistotyyppin käyttö samassa tutkimuksessa ei aiheuta ongelmia, vaan rikastuttaa sitä. Asiaa on käsitelty myös kvantitatiivisen metodin oppikirjassa, jossa todetaan useimmissa tapauksissa erilaisten aineistojen täydentävän toisiaan (Alkula, Pöntinen & Ylöstalo 1999). Täydennystarkoituksessa on tutkimusta varten myös haastateltu Ulvilan Seudun päätoimittaja Marjut Haapasta lukijatutkimuksen teemojen alueilta. Haapasen haastattelu toimii niin aineistona kuin analyysin kohteenakin.

### **3.2 Ulvilan Seudun lukijatutkimuksen tehtävä**

Keskustelimme tutkimukseni tehtävistä Ulvilan Seudun päätoimittaja Marjut Haapasen kanssa erityisesti ennen tutkimuslomakkeen laatimista, jotta tutkimus täyttäisi tehtävänsä mittaamalla juuri niitä asioita, joista tilaaja, Ulvilan Seutu-lehti, halusikin tietoa. Tutkimuksen tehtävät on siis sulautettu Ulvilan Seudun tarpeisiin. Päätoimittajan toiveita ja opinnäytteen ohjaajan antamia suuntaviivoja seuraten määräytyi tutkimuksen tehtäväksi

siten saada aikaan mahdollisimman kattava, Ulvilan Seudun tarpeisiin luodun lukijatutkimuksen toteuttaminen analysoituine tuloksineen. Tutkimuksessani pyrin kartoittamaan lehden lukijoiden tyytyväisyyttä lehteen, sen sisältöön ja tekemiseen. Erityisesti pyritään selvittämään, tulisiko lehteä lukijoidensa mielestä muuttaa jotenkin. Pyrin saamaan aikaan tutkimuksen, jonka tuloksista olisi konkreettista hyötyä Ulvilan Seudun kehittämisessä yhä mieluisammaksi lukijoilleen. Näiltä osin kyseessä on siis perinteinen lukijatutkimus, mikä on mielestäni perusteltua. Lukijatutkimus on sangen koeteltu tutkimustyyppi, jonka muoto ja tehtävät vaihtelevat vain vähän eri tutkimuksissa valittujen painotusten mukaan. Sisältö toki on eri aineistojen kautta aina erilainen. Tutkimukseni on näin ollen on muodoltaan siinä mielessä ihanteellinen kvantitatiivinen tutkimus, jolla on usein käytetyn määritelmän mukaan ”tavanomainen muoto, mutta tuore sisältö” (Kurssin ”Empiirisen tutkimuksen perusteet” muistiinpanot, syksy 2005, Tampereen yliopisto).

Henkilökohtaisesti olen asettanut tutkimukseni tehtäväksi myös saattaa sen tulokset mahdollisuuksien mukaan yleisempään kontekstiin pohtimalla tutkimuksesta nousevien tulosten yhteyttä alan, ehkä myös aikamme ajankohtaisiin ilmiöihin ja tapahtumiin. Tutkimukseni on niin sanottu poikittaistutkimus (vrt. pitkittäistutkimus), kuten kvantitatiiviset tutkimukset yleensäkin (Alkula, Pöntinen & Ylöstalo 1999). Tutkimus siis kuvaa sitä hetkeä, jolloin se on toteutettu. Tässä tutkimuksessa hetki on se aika, jolloin tutkimuslomakkeet olivat vastaajien täytettävänä (kesä 2006). Siksi on mielestäni todennäköistä, että mukaan tarttuu asioita, joiden vaikutuksen alaisena vastaajat vastaamisen hetkenä elävät, ”ajan henkeä”. Aineistosta pyritään löytämään myös erilaisia lukijatyyppejä analysoimalla mahdollisesti aineistossa esiintyviä yhteyksiä erilaisten vastausten välillä.

## 4 Ulvilan Seudun lukijatutkimuksen toteutus

Selvitän seuraavassa tutkimuksen toteutuksen eri vaiheita suunnilleen kronologisessa järjestyksessä.

### 4.1 Lomakkeen työstäminen ja käyttö

Alkuvuodesta 2006 ryhdyttiin tekemään lukijatutkimuksen lomaketta. Päätoimittaja Haapasen kanssa keskusteltiin asioista, joihin hän tahtoi erityisesti tutkimuksen tuovan vastauksia. Käytiin läpi myös useita eri lukijatutkimusten lomakkeita ja asioita, joita niissä tyypillisesti kysyttiin. Lisäksi perehdyttiin lomakkeiden luomisen teoriaan (Alkula, Pöntinen & Ylöstalo 1999; Kurssin ”Empiirisen tutkimuksen perusteet” muistiinpanot, syksy 2005, Tampereen yliopisto; Kurssin ”Tilastotieteen ja SPSS:n perusteet” muistiinpanot, syksy 2006, Tampereen yliopisto), jotta tutkimus olisi luotettava ja pätevä myös tarkemmassa tarkastelussa ja jotta mitään oleellista ei unohtuisi. Lisäksi käytiin läpi muutamia viime vuosina tehtyjä lukijatutkimuksia (esimerkiksi Kupiainen, 2004) ja niiden lomakkeita, jotta löytyisi mielestäni hyvä, jo käytössä ollut lomake vertailua varten.

Pyrin tekemään kysymyksistä mahdollisimman selkeitä ja niiden muotoiluista yksinkertaisia. Kysymyksen piti olla perusteltu eli sillä piti olla tarve, jotta se pääsi mukaan. Panostin myös selkeään rakenteeseen ja lomakkeen ymmärrettävään etenemiseen. Kysymyksiin pystyi vastaamaan numerolla (kysymykset 2, 4 ja 11), ympyröimällä monivalinta- tai asteikkokysymyksistä haluamansa vaihtoehdon (kysymykset 1, 3, 5-10, 12 a), 13-18 ja 20-24) tai omin sanoin (kysymykset 12 b), 12 c), 19 ja 25). Mukana oli myös kysymykset sellaisten henkilöiden varalle, jotka eivät lue Ulvilan Seutua, mutta vastaavat tutkimukseen. Lomakkeen alkuun laitoin lyhyet ohjeet lomakkeen täyttämiseen.



Valmiiseen lomakkeeseen päätyi 25 kysymystä, joiden kaikkien hyödyllisyyttä oli erikseen pohdittu. Lomakkeen kooksi tuli näillä kysymyksillä viisi sivua. Kysymykset olivat päätoimittajan ja opinnäytteen ohjaajan Eeva-Leena Forman hyväksymiä. Päätoimittaja kommentoi kysymysten olevan monipuolisia. Tosin niin minä kuin hänkin valitettavasti unohdimme lomakkeesta suunnitteluvaiheessa esillä olleen tärkeän kysymyksen TV-sivujen tarpeellisuudesta. Korjatuksi tuli vain muutama sanamuoto erityisesti ilmoituksia koskevissa kysymyksissä. Ulvilan Seutu kutsuu niitä juuri ilmoituksiksi, ei mainoksiksi.

Lomaketta testasin muutamalla lähimmäiselläni pyytämällä heitä täyttämään sen testimielessä ja kommentoimaan, erityisesti jos jokin kohta oli heidän mielestään vaikea täyttää tai jopa hankala ymmärtää. Lomake ”meni läpi” toimivana, joten uskalsin ottaa sen virallisesti käyttöön.

Lomakkeen loppuun lisättiin vastaajan yhteystietoja varten oma kohtansa. Yhteystietonsa jättäneiden kesken arvottiin (Ulvilan Seudun kustantama) 50 euron lahjakortti vapaavalintaiseen ulvilalaiseen liikkeeseen. Arvonnan toivottiin toimivan lomakkeiden palauttamisen kannustimena.

Viime silauksen lomakkeelleni antoi Nakkilan käsi- ja taideteollisuusoppilaitoksesta Ulvilan Seutuun harjoittelijaksi tulleen Riina Anttilan tekemä kansilehti. Aloite kannen tekemiseen tuli häneltä itseltään. Riina valmisti kantta varten neljä eri vaihtoehtoa erilaisilla teemoilla, joista valitsin hyväntuulisimman ja kyselyn jakamiseen nähden ajankohtaisimman: kuvan riippumatossa Ulvilan Seutua lukevasta lomalaisesta. Ulvilan Seudun graafikko Tuula Riipinen lisäsi kuvaan vielä Ulvilan Seudun logon ja sanan ”lukijatutkimus” lehden käyttämällä, logoon sopivalla fontilla (liite 1a).

Vuoden 2006 toukokuun viimeisellä viikolla vein lomakkeita Ulvilan yhteiskoulun luokalle 9E ja Ulvilan lukion luokalle 1B. He täyttivät kyselyn osana äidinkielen tuntiaan. Esittelin itseni ja työni sekä sen tarkoituksen ja olin kysymysten varalta paikalla sen ajan, kun lomakkeita täytettiin. Kysymyksiä ei suuremmin tullut. Sain luokilta yhteensä 48 täytettyä lomaketta. Nämä 48 muodostavat tutkimuksessani vertaisryhmäaineiston, sillä tämä otanta (eli havaintoyksiköiden satunnainen poimiminen perusjoukosta (Alkula, Pöntinen & Ylöstalo 1999, 106) ei edusta tasapuolisesti Ulvilan Seudun tilaajien perusjoukkoa eli niitä havaintoyksiköitä, joita koskevia päätelmiä halutaan tehdä (Alkula, Pöntinen & Ylöstalo 1999, 106). Kyseessä on kuitenkin arvokas joukko tulevaisuuden potentiaalisia tilaajia, joiden mielipiteitä on hyvä pitää tutkimuksessa esillä.

Varsinaisen otoksen kooksi tuli 300 lomakkeen vastaanottajaa. Lomakkeista muodostettiin kuusi 50:n lomakkeen nippua, jotka laitettiin kukin eri jakajan mukaan liitettäväksi tilaajille jaettavan Ulvilan Seudun numeron väliin. En nähnyt tarpeelliseksi valikoida vastaanottajajoukkoa sen tarkemmin. Varmistin tosin, että jakajat jakoivat mahdollisimman kaukana toisistaan sijaitsevilla alueilla, jotta koko otokseni ei edustaisi liiaksi samantyyllisiä talouksia. Jako tehtiin muutamia päiviä ennen vuoden 2006 juhannusta. Lomakkeiden viimeiseksi palauttamispäiväksi laitoin 14.7.2006. Lomakkeet varustettiin ”postimaksu maksettu” -merkinnällä.

Lomakkeita palautui lopulta 74, joka on 24,7% otoksen koosta. Katoprosentti on näin ollen varsin suuri, 75,3%. Kaikista Ulvilan Seudun tilaajista, 3243:sta (Suomen Paikallismediat Oy:n internet-sivut), vastaajien osuus on 2,3%. Kaksi Ulvilan Seudussa tutkimuksen täyttämisen muistamiseksi julkaistua pientä juttua (liite 3) eivät suuremmin lisänneet tutkimusten palautumista, jos vertaa niiden suhteellista päivittäistä palautumista ennen ja jälkeen juttujen. Katoa selittää todennäköisesti ainakin hiukan kesäloma-aika. Alan opas ehdottaa kadon syyksi tutkimuksen aiheen vähäistä kiinnostavuutta (Alkula, Pöntinen & Ylöstalo 1999, 139). Toisaalta olen palautumisprosenttiin itse suhteellisen tyytyväinen. Määrä on mielestäni opinnäytteen laajuiseen tutkimukseen tarpeeksi suuri. On lisäksi

muistettava 48 hengen kokoinen vertaisryhmäaineisto, jolloin käsiteltäviä yksiköitä on yhteensä 122.

#### **4.2 Lomakkeiden tilastointi sekä graafisten esitysten tekeminen**

Tilastoin lomakkeet Microsoft Excel -ohjelmalla. Tein postitse palautuneista ja kouluista kerätyistä vastauslomakkeista kumpaisestakin omat taulukkonsa, joista ensimmäisen koko oli siis 74 tilastoyksikköä, jälkimmäisen 48. Tilastoinnin aloitin syksyllä 2006. Sain sen päätökseen maaliskuussa 2007.

Aineiston graafisten esitysten tekemistä varten muutin taulukkoni SPSS –ohjelman käyttämistä edellyttämään muotoon. Tässä konsultaatiota antoi Tampereen yliopiston Porin yksikön menetelmälehtorin sijainen Noora Ellonen. SPSS:llä tein aineistostani noin sata erilaista taulukkoa ja kuvaajaa, joista suurin osa on tarkoitettu helpottamaan omaa aineiston analyysiäni. Oheistan tähän työhön sellaisia taulukoita ja kuvaajia, jotka ovat mielestäni erityisen havainnollistavia tai esittävät tutkimuksen kannalta kaikkein tärkeimpiä tai yllättäviä tuloksia. Oheistettavaa on suhteellisen runsaasti. Kuitenkin tällaisessa, pääosin kvantitatiivisessa tutkimuksessa erilaisten graafisten kuvaajien ja taulukoiden käyttö on perusteltua ja tärkeää, sillä ne auttavat tulosten havainnollistamisessa ja tutkimuksen hahmottamisessa olennaisesti – niin tutkijaa kuin lukijaakin (Alkula, Pöntinen & Ylöstalo 1999, 175-286).

## 5 TUTKIMUKSEN TULOKSET

Lukijatutkimuksen tuloksia lähdetään purkamaan tutkimuslomakkeesta hahmotettavien seitsemän aihepiirin kautta. Tulevassa selvitetään tutkimukseen vastanneiden taustoja (kysymysten 1-5 vastausten kautta), lukijoiden kiinnostuneisuutta lehteen (kysymykset 6-10), mielipiteitä Ulvilan Seudusta yleisesti (11-12) ja sen sisällöstä (13-18), mielipiteitä Ulvilan Seudun vuorovaikutuksesta lukijoiden kanssa (20-21) sekä lukijoiden ehdotuksia lehden kehittämiseksi (22-24). Kysymysten 19 ja 25 vastaukset ovat avoimia: niiden kautta saadaan kuuluviin lukijoiden oman ääni. Näitä vastauksia tarkastellaan erikseen Tekstissä lainataan sellaisia avoimia vastauksia, jotka kiteyttävät usean vastaajan mielipiteen tai ovat muuten selkeässä ilmaisussaan tärkeitä.

Käytössäni on siis yksi 122:n lomakkeen aineisto, joka on jakautunut kahteen osaan: postitse palautuneisiin 74:än ja henkilökohtaisesti kerättyihin 48:an. Käsittelen aineistoja rinnakkain jokaisen aiheen kohdalla. Viittaan postitse palautuneisiin yleensä vastaajina ja pienempään aineistoon puhumalla nuorten vastauksista. Se on mielestäni perusteltua, sillä joukon vastaajat ovat iältään 15-17-vuotiaita. Lisäksi ikäryhmän edustus postitse palautuneiden joukossa oli hyvin pieni.

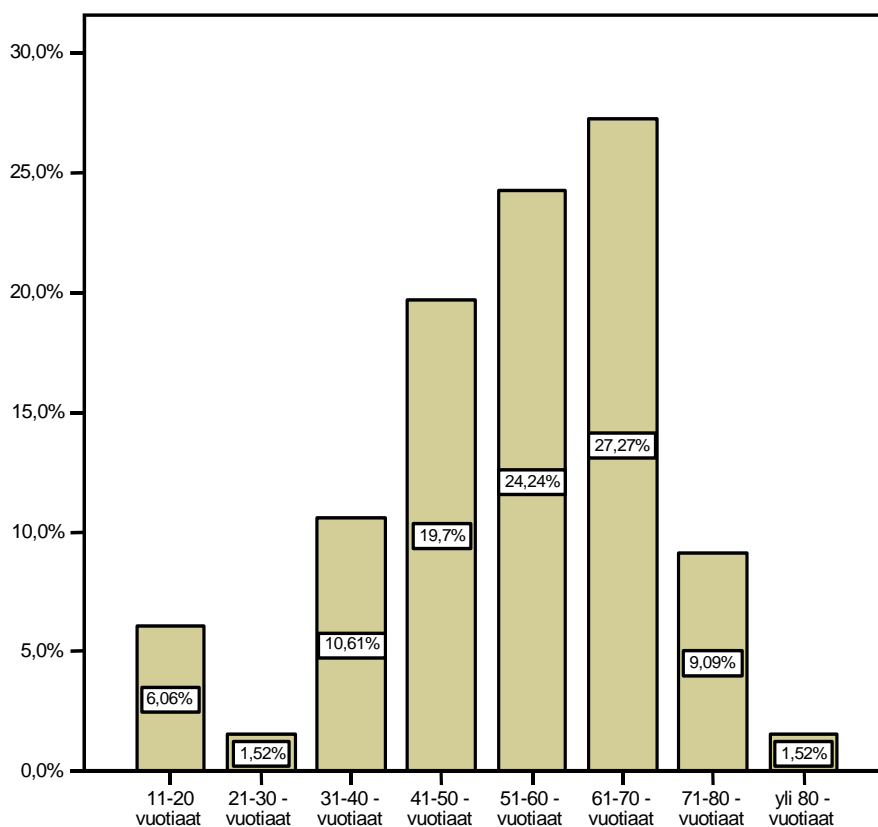
Yleisesti voidaan sanoa, että lomakkeisiin oli vastattu tulkittavissa olevilla tavoilla: yhtäkään palautunutta lomaketta ei tarvinnut hylätä. Avoimiin kysymyksiin vastaaminen taas oli valitettavan harvinaista. Nuorten vastauksissa oli huomattavasti enemmän sanallisia vastauksia kuin postitse palautuneiden lomakkeiden vastauksissa.

Kyselylomakkeen pohja löytyy tämän tutkimuksen liitteistä (liite 1b). Lomakkeesta näkee myös tarkemmin tutkimukseni kysymyksenasettelut, joten en ryhdy niitä tässä tarkemmin erittelemään. Palautuneet 122 lomaketta ovat lukijatutkimuksen tekijän hallussa.

## 5.1 Vastaajien profiili

Vastaajien joukko on vahvasti naisenemmistöinen: 77 prosenttia on naisia, 23 miehiä. Nuorten joukossa sukupuolet ovat hieman tasaisemmin edustettuna (62,5 prosenttia naisia, 37,5 prosenttia miehiä) johtuen vastaajien ennalta tehdystä ryhmittelystä – kyseessä on kaksi koululuokkaa.

Vastaajat ovat myös kohtuullisen iäkkäitä. Keskimääräinen vastaaja on 55-vuotias (mediaani 58 vuotta). Nuorin vastannut on 11-vuotias, vanhin 97-vuotias. Nuorten vastaajien joukko on odotetusti varsin homogeeninen: 15-vuotiaita on 20,8 prosenttia, 16-vuotiaita 52,1 prosenttia ja 17-vuotiaita 27,1 prosenttia.



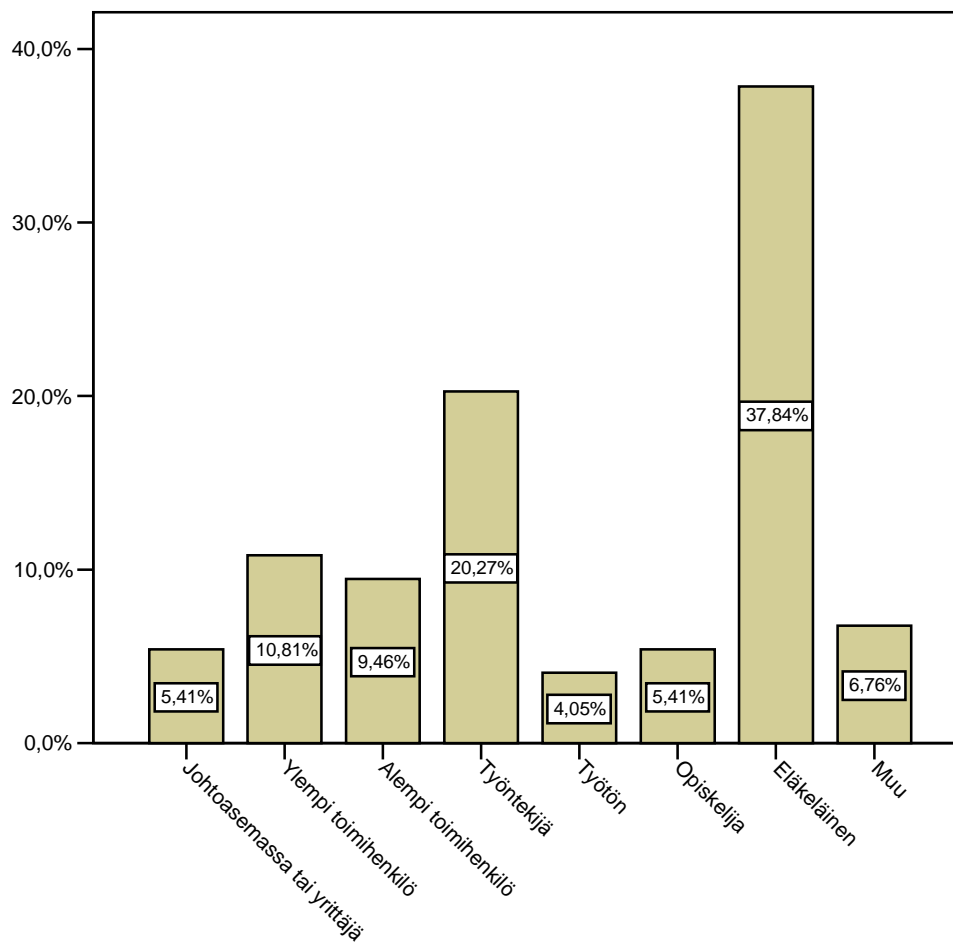
Kaavio 1. Lukijatutkimuksen vastaajien ikärakenne ikäryhmittäin.

Kun vastaajat luokitellaan ikäryhmiin (kaavio 1) huomataan, että suurimpia vastaajaikäryhmiä ovat 41-50 -vuotiaat (19,7 prosenttia vastaajista), 51 – 60-vuotiaat (24,2 prosenttia vastaajista) ja 61 – 70-vuotiaat (27,3 prosenttia vastaajista). Yhteensä siis 41 –70 -vuotiaita vastaajia on yli 70 prosenttia kaikista vastanneista. Jakaumista näkyy myös, että lähes täysin tutkimuksen ulottumattomiin jäävät 21 – 30 -vuotiaat ja yli 80-vuotiaat.

Ikäjakauma näkyy myös vastaajien ammattien kohdalla (kaavio 2). Vastanneista eläkeläisiä on 37,8 prosenttia. Toiseksi suurin ryhmä on työntekijät, 20,3 prosenttia vastaajista. Vastanneista käy töissä yhteensä 46 prosenttia. Nuorista vastaajista kaikki ovat opiskelijoita.

Vastaajien talouden koko on pääosin pieni. Eniten vastauksia tuli kaksihenkisistä talouksista (43,2 prosenttia), toiseksi eniten yhden hengen talouksista (24,3 prosenttia). Perheiden määrä on suhteessa pieni: 3 - 6 -henkisistä talouksista vastauksia tuli yhteensä 32,4 prosenttia. Odotettavasti nuorten vastaajien taloudet ovat isompia: 89,7 prosenttia nuorista vastaajista tulee 3 - 7 -jäsenisistä talouksista.

Vastaajista suurin osa asuu Ulvilan lähiössä (54,1 prosenttia, nuorista 62,4 prosenttia), paljon myös keskustassa (29,7 prosenttia, 10,4 prosenttia nuorista). Kylissä asuu yllättävän vähän vastaajista (14,9 prosenttia/16,7 prosenttia), jos vertaa siihen, että Ulvilan 12:ssa kylässä asuu noin 25 prosenttia ulvilalaisista (3500 henkeä 13 767:stä) (Ulvilan kaupungin www-sivut; Kylä-Ulvilan www-sivut).



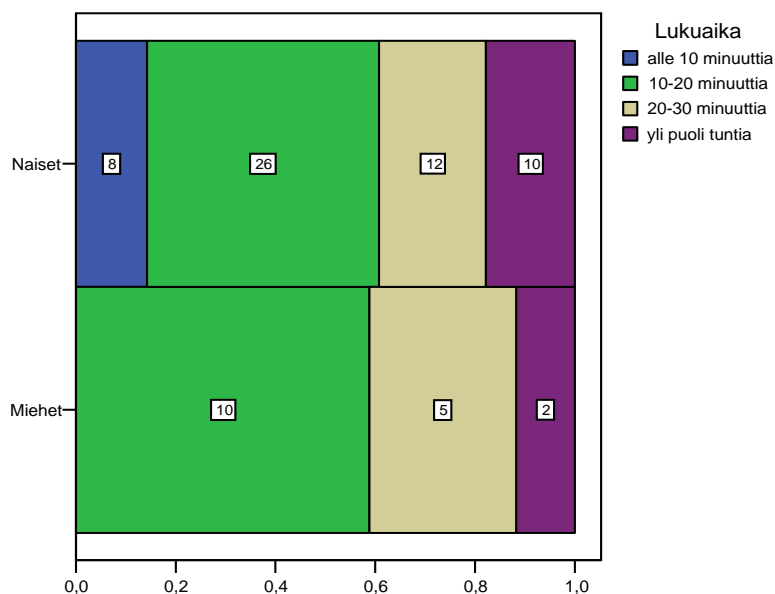
Kaavio 2. Lukijatutkimukseen vastanneiden ammattiryhmät.

Tyypillinen lukijatutkimukseen vastannut on siis eläkeläisnainen, joka asuu kaksihenkisessä taloudessa Ulvilan lähiössä. Nuorista opiskelijavastaaajista tyypiesimerkki on 16-vuotias nainen, joka asuu 3 - 7 -henkisessä taloudessa Ulvilan lähiössä.

## 5.2 Vastaaajien kiinnittyneisyys Ulvilan Seutuun

Ulvilan Seutua luetaan miltei pelkästään kotioloissa. Vastaaajista 90,5 prosenttia oli itse lehden tilaaja. 8,1 prosentin kotiin tilattiin lehteä, mutta ei vastaajan nimellä. Vain yksi vastaaja (1,35 prosenttia) sanoo lukevansa lehteä työpaikallaan. Vastaaajista kaikki

kuitenkin lukivat Ulvilan Seutua. Nuorien vastaajien jakaumat olivat hieman erilaisia: 62,5 prosenttia heistä lukee lehden kotona, 14,6 prosenttia jossain muualla. Heistä 20,8 prosenttia ei lue Ulvilan Seutua. Tämä luku on kuitenkin mielestäni pieni, kun ottaa huomioon sen reaktion, jonka lukijatutkimuksen täyttäminen nuorissa herätti. Moni ilmoitti heti, ettei koko lehti kiinnosta. Suurin osa kuitenkin näyttää lukevan sitä.



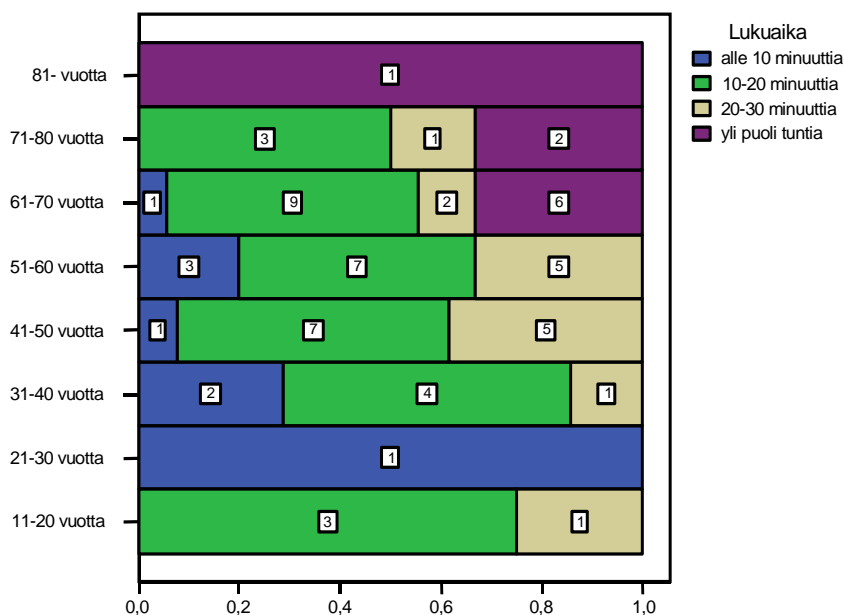
Kaavio 3. Miesten ja naisten Ulvilan Seudun lukemiseen käyttämä aika.  
Kuvaajassa nähtävissä vastaajien määrät (n).

Lehteä luetaan varsin aktiivisesti: vastaajista 96 prosenttia ilmoittaa lukevansa jokaisen numeron. Yksi vastaaja sanoi lukevansa lehden muutamia kertoja vuodessa. Kaksi vastaajaa ei vastannut kysymykseen. Nuorissa vastaajissa hajontaa on jälleen enemmän. Heistä enemmistö lukee myös jokaisen numeron (37,8 prosenttia vastaajista), mutta 29,7 prosenttia lukee joka toisen lehden. Saman verran ilmoittaa lukevansa Ulvilan Seudun kerran kuukaudessa. Yksi nuori vastaaja lukee lehden muutaman kerran vuodessa. Näissä määrissä, kuten tulevaisakin lehden sisältöä koskevissa kysymyksissä on nuorista vastaajista otettu huomioon ne 38 henkilöä, jotka otoksesta ilmoittivat ylipäättään lukevansa lehteä.



Vastaajat ovat hyvin intensiivisiä Ulvilan Seudun lukijoita. Heistä 64,9 prosenttia lukee lehden kannesta kanteen. 20,3 prosenttia lukee noin puolet lehdestä. Vain 12,2 prosenttia lukee vain muutaman jutun tai silmäilee lehden läpi. Vastaus puuttui kahdelta vastaajalta. Nuoret taas keskittyvät lehteen heikommin: heistä valtaosa (37,8 prosenttia) silmäilee lehden läpi. Lähes saman verran (35,1 prosenttia) lukee muutaman jutun. Koko lehden lukee vain 10,8 prosenttia nuorista. 16,2 prosenttia heistä lukee puolet lehdestä.

Ulvilan Seudun yhden numeron lukemiseen käytetään tyypillisimmin 10-20 minuuttia (49,3 prosenttia vastaajista). 23,3 prosenttia vastaajista lukee lehteä 20-30 minuuttia. Nopeasti, alle kymmenessä minuutissa, lehden lukee 11 prosenttia vastaajista. Yli puoli tuntia kuluttaa 16 prosenttia vastaajista. Yksi vastaaja ei vastannut kysymykseen. Nuoret vastaajat, joista suurin osa siis vain silmäilee lehden läpi, yleisin lukuaika on näin ollen muita vastaajia lyhyempi: 54 prosenttia lukee lehden alle kymmenessä minuutissa, 40,5 prosenttia 10-20:ssa minuutissa ja 5,5 prosenttia 20-30 minuutissa.



Kaavio 4. Eri ikäryhmien Ulvilan Seudun lukemiseen käyttämä aika. Kuvaajassa nähtävissä vastaajien määrät (n).

Lukuaika riippuu kohtuullisen selvästi sukupuolesta (kaavio 3) ja iästä (kaavio 4). Miesvastaajista yksikään ei lue lehteä alle kymmenessä minuutissa, kun taas naisista kahdeksan (11 prosenttia) lukee. Yli puoli tuntia lehteä lukevat ovat kaikki iäkkäämpiä, vähintään 61-vuotiaita lukijoita.

Vastaajista suurin osa on ollut jo pitkään Ulvilan Seudun lukijana (taulukko 1). Miltei puolet (47,9 prosenttia) on ollut lukijana yli 20 vuotta, 19,2 prosenttia yli kymmenen vuotta. Toisaalta lehden kannalta ilahduttavaa on, että suhteellisen uusien lukijoiden määrä on ainakin tutkimuksessa kohtuullisen suuri: 1-5 vuotta lukijana olleita vastaajia on 19,2 prosenttia, 5-10 vuotta lehteä lukeneita on 12,3 prosenttia. Nuorien vastaajien lukijanaolovuodet ovat ymmärrettävästi vähäisempiä, mutta suhteessa heidän nuoreen ikäänsä (15-17 vuotta) mittavia. Heistä kaksi kolmasosaa on lukenut Ulvilan Seutua 1-5 vuotta. 5-10 vuotta lukijana olleita on heitäkin 21,6 prosenttia. Yksi sanoo lukeneensa lehteä yli kymmenen vuotta, eli suunnilleen koko sen ajan, kun on osannut lukea. Vain kolme nuorta (8,1 prosenttia) on ollut lukijana alle vuoden.

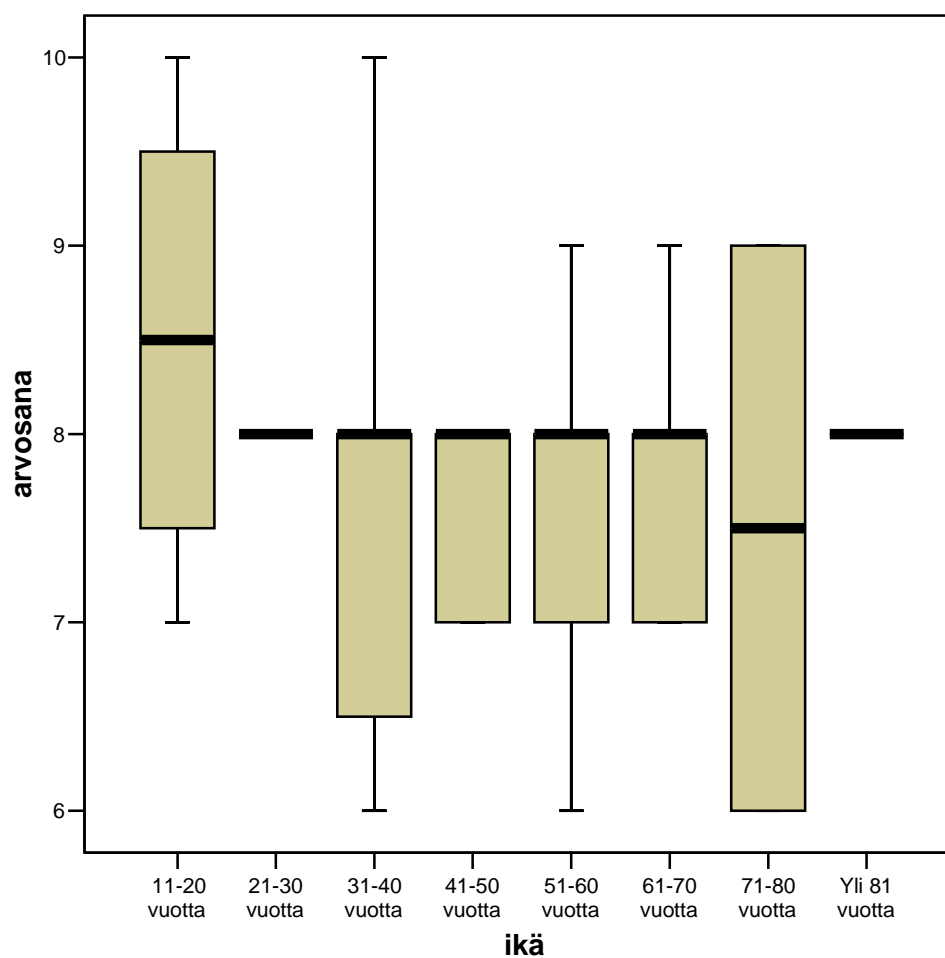
Taulukko 1. Aika, jonka Ulvilan Seudun lukijatutkimuksen vastaajat ovat olleet lehden lukijoina.

	Frekvenssi	Prosenttia vastaajista	Kumulatiivinen prosentti
Alle vuoden	1	1,4	1,4
1-5 vuotta	14	19,2	20,5
5-10 vuotta	9	12,3	32,9
Yli kymmenen vuotta	14	19,2	52,1
Yli 20 vuotta	35	47,9	100,0
Yhteensä	73	100,0	

Ulvilan Seudulla on näin ollen hyvin sitoutuneita lukijoita. Lehti luetaan yleensä kotona; se on varta vasten itselle tilattu. Jopa nuoriso lukee lehteä, ja näyttää siltä, että sitä on opittu lukemaan jo varsin nuorena. Lehti ei myöskään jää huomaamatta, vaan sen jokainen numero luetaan. Lehti luetaan myös tarkkaan, kannesta kanteen. Nuoriso tosin tyypillisesti vain selaa lehden läpi. Ollakseen 12-16-sivuinen lehti, Ulvilan Seudun lukemiseen käytetään myös kohtuullisen paljon aikaa, 10-20 minuuttia.

### **5.3 Mielipiteitä Ulvilan Seudusta yleisesti**

Yleisesti Ulvilan Seutu mielletään hyväksi lehdeksi. Vastaajat antoivat kouluarvosanoja lehdelle, jolloin keskiarvoksi tuli 7,8 (mediaani 8). Eniten tuli arvosanaa 8, jonka antoi noin puolet (50,7 prosenttia) vastaajista. Viisi vastaajaa eivät antaneet arvosanaa. Nuoret vastaajat olivat numeroissa samoilla linjoilla: keskiarvoksi tuli 7,5 (mediaani 8). Heistä lähes puolet, 48,6 prosenttia, antoi arvosanaksi 8. Arvosana 8 oli hyvin tyypillinen kaikissa ikäryhmissä, mutta perusjoukosta parhaita numeroita lehdelle antoivat tutkimuksen nuorimmat ja vanhimmat vastaajat. Eniten hajontaa on ryhmässä 31-40-vuotiaat (arvosanoja 6-10). Huonompaa arvosanaa kuin 6 ei antanut kukaan (kaavio 5).



Kaavio 5. Eri ikäryhmien antamia kouluarvosanoja Ulvilan Seudulle. Kaaviosta nähtävissä mediaani (musta viiva), ylä- ja alakvartiilit (laatikon ylä- ja alareunat) sekä alin ja ylin annettu arvosana (janan ala- ja yläpäät).

Tärkein syy Ulvilan Seudun lukemiseen on kotipaikkakunnan tapahtumien seuraaminen. Sen merkitsi lukemisensa motiiviksi 91 prosenttia vastaajista ja 81,1 prosenttia nuorista vastaajista. 47 prosenttia vastaajista tuntee saavansa Ulvilan Seudusta tietoja, jota ei saa muualta (nuorista 11 prosenttia). 38 prosenttia tahtoo tuntea paremmin paikkakuntansa asukkaita ja päättäjiä (19 prosenttia nuorista). 22 prosenttia mainitsi syyksi Ulvilan Seudun ilmoitusten kiinnostavuuden (nuorista 11 prosenttia). 22 prosentilla nuorista mainitsevat muun syy lukemiseen: he tahtovat tarkistaa, jos lehden sivuilta löytyy kuvia tai juttua tutuista. Saman syyn merkitsi lomakkeeseen myös yksi perusaineiston vastaaja. Samaten

yhdessä perusaineiston palautuneessa lomakkeessa mainittiin halu tutustua uuden kotipaikan ympäristöön ja tapahtumiin.

Nuorten aineistossa oli siis kymmenen vastaajaa, jotka eivät lue Ulvilan Seutua. Lomakkeessa pyydettiin heitä kertomaan syitä sille, miksi eivät lue lehteä. Puolet mainituista syistä liittyi lehden sisältöön. 16-vuotias tyttö kommentoi: ”Se on tylsän näköinen, tylsä sisällöltään ja siinä esitellään liikaa vanhuksia.” Sama tyttö kertoi, että lukisi lehteä jos olisi ”vanhempi, tylsistyneempi ja vaatimattomampi”. Kaksi vastaajaa kertoi, ettei yleensä lue sanomalehtiä. Yksi sanoi, että ei jaksakaan lukea Ulvilan Seutua. Yksi ei ylipäätään ollut kiinnostunut lehdestä. Yhden mielestä Ulvilan Seutu on yksinkertaisesti turha. Kaksi vastaajaa lukisi kyllä lehteä, jos se tulisi tilattuna kotiin. Positiivista näiden Ulvilan Seutua lukemattomien kommentoissa on se, että lähes kaikille lehti oli kuitenkin tuttu. Saattaa olla, että osa heistä tuntee lehden hyödyllisemmäksi ja paremmaksi iän myötä. Tutustumisen kynnyks on kuitenkin jo ylitetty.

#### **5.4 Ulvilan Seudun sisällöstä**

Lehden juttujen mielisuutta kartoitettiin kysymyksillä ”Mistä Ulvilan Seudun jutuista pidät eniten?” ja ”Mistä jutuista et ole niinkään kiinnostunut?”. Vastaajat saivat valita niin monta juttutyyppeä (11 mainittua) kuin halusivat, ja lisäksi oli vielä vaihtoehto ”jostain muista jutuista, mistä?”.

Vastaajia miellyttävät eniten uutiset ja jutut ajankohtaisista asioista: 86 prosenttia (nuorista 43 prosenttia) oli merkinnyt ne kiinnostavaksi. Nuoria kiinnostavat eniten koulumaailmaa koskevat jutut (69 prosenttia nuorista), jotka ovat mieluisia 32 prosentille muista vastaajista. Kumpaakin vastaajaryhmää miellyttävät henkilöhaastattelut (50 prosenttia vastaajista ja 49 prosenttia nuorista vastaajista). Muita usein mainittuja ovat mielipidekirjoitukset (41 prosenttia vastaajista ja 43 prosenttia nuorista vastaajista),

lukijoiden jutut (31 prosenttia/35 prosenttia) ja kulttuurijutut (50 prosenttia/49 prosenttia). Pääkirjoituksista pitää 30 prosenttia vastaajista ja 21 prosenttia nuorista vastaajista (taulukko 2). Jaottelu erilaisiin juttutyyppeihin oli varsin kattava, sillä kohtaan ”muista jutuista, mistä?” tuli vain yksi vastaus. Vastaaja piti erityisesti sellaisista jutuista, joissa jutun aiheena oli hän itse tai joku tuttu.

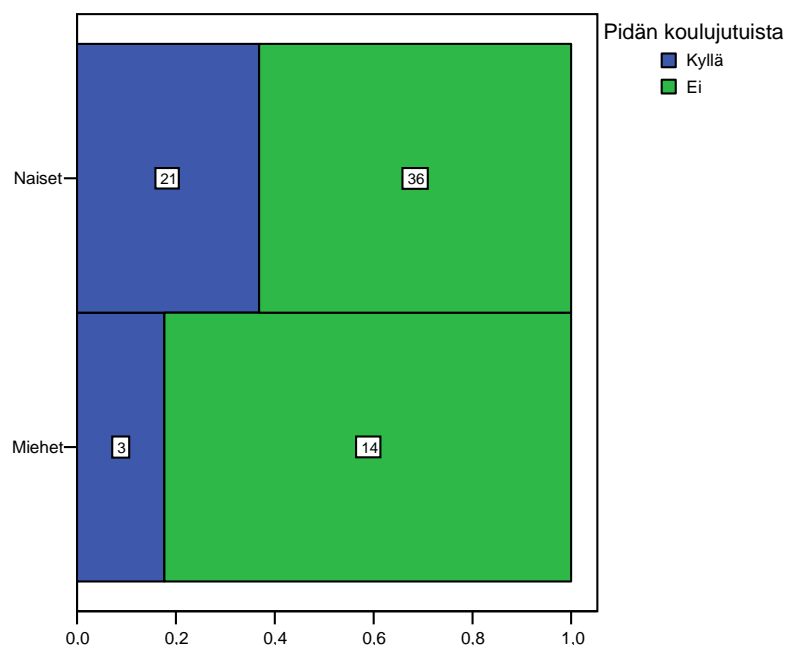
Taulukko 2. Ulvilan Seudun mieluisimmat juttutyypit lehden lukijatutkimuksen vastaajien mielestä. Mitä lähempänä luku on ykköstä, sitä pidetynpi juttutyyppi on. Keskihajonnat kertovat vastauksien vaihtelevuudesta.

	Keskiarvo	Keskihajonta
Uutisista	1,14	,344
Henkilöhaastatteluista	1,50	,503
Urheilujutuista	1,86	,344
Kulttuurijutuista	1,69	,466
Seurakuntajutuista	1,61	,492
Pääkirjoituksista	1,70	,460
Juttusarjoista	1,81	,394
Gallupeista	1,86	,344
Koulujutuista	1,68	,471
Mielipidekirjoituksista	1,59	,494
Lukijoiden jutuista	1,69	,466
Muista jutuista	1,99	,116

Vähemmän kiinnostavia juttutyyppejä vastaajien mielestä ovat urheilujutut (vaininta 47 prosentilla vastaajista ja 46 prosentilla nuorista vastaajista kysymyksen ”Mistä jutuista et ole niinkään kiinnostunut?” kohdalla) ja juttusarjat (21 prosenttia vastaajista ja 14 prosenttia nuorista vastaajista). Kaksi nuorta vastaajaa oli kirjoittanut vähemmän kiinnostavien juttujen kohtaan, että lehdessä on liikaa juttuja pesäpallosta.

Miesten ja naisten mielipiteet olivat juttujen mieluisuudesta olivat pääosin samanlaisia. Eroavaisuusiakin tosin oli muutamissa aiheissa: miehet pitivät naisia enemmän urheilujutuista, naiset miehiä enemmän koulumaailmaa koskevista jutuista (kaavio 6), pääkirjoituksista ja kulttuurijutuista.

Ristiriitaisimmat vastaukset vastaajaryhmien välillä saivat aikaan asenteet gallupeja ja seurakunta-asioista kertovia juttuja kohtaan. Seurakuntajutuista mainitsi erityisesti pitävänsä 39 prosenttia vastaajista, mutta vain kolme prosenttia nuorista vastaajista. Gallupit taas olivat mieluisia nuorille vastaajille (heistä 46 prosenttia mainitsi pitävänsä



Kaavio 6. Miesten ja naisten mielipide koulumaailmaan liittyvistä Ulvilan Seudun jutuista.

niistä), mutta eivät niinkään muille vastaajille, joista 14 prosenttia ilmoitti gallupit mieluisiksi ja 38 prosenttia kertoi, ettei ole niistä niinkään kiinnostunut. Taustalla saattaa olla ajatus siitä, ettei olisi mukava joutua itse gallupiin. Voi myös olla, etteivät kaikki vastaajat tiedä, mitä gallup tarkoittaa. Gallup on sanana suomen kielessä melko uusi. Kenties ”mielipidekysely” olisi ollut paremmin hahmotettavissa.

Yleisesti kysymykseen mieluisista jutuista oltiin vastattu innokkaammin kuin kysymykseen vähemmän kiinnostavista jutuista. Pidettyjen juttujen kohtaan oli myös useammin merkitty monta vastausvaihtoehtoa. Neljä vastaajaa olikin erikseen kirjoittaneet marginaaliin näiden kysymyksien kohdalle pitävänsä kaikista jutuista.

Päätoimittaja Haapanen pitää haastattelussaan (liite 2) seurakuntajuttujen puolta. ”Ulvilan Seutu seuraa seurakunnan asioita tarkkaan ja sit taas oikeestaan paljon enemmän kuin moni muu paikallislehti ja me halutaan pitää se niin koska seurakunta on osa Ulvilan elämää.” Juttujen puolesta hän tahtoo pitää Ulvilan Seudun ikään kuin ”kotiseutulehtenä ympäri vuoden” ja vaalii kokonaisuuden monipuolisuutta. Hän toteaa: ”...voi luottaa siihen et me muistetaan edelleen sotaveteraanit [naurua] eikä toisaalta unohdeta koulupuolta.”

Liukuvan asteikon vastakohtakysymyksiä Ulvilan Seudun juttujen sisällöstä, tyylistä ja ulkoasusta pidettiin ilmeisesti vaikeina vastata, sillä niissä vastaamatta jättäneiden osuus on koko tutkimuksen kysymyksistä ehdottomasti suurin (5-14 vastaajaa jätti vastaamatta kysymyksiin, siis 6,7-18,9 prosenttia vastaajista; nuorista taas kaikki lehteä lukevat vastaajat vastasivat kaikkiin kysymyksiin). Näissä kysymyksissä keskimääräisen arvon 3 valinnea oli suhteessa paljon, joka kertoo myös vaikeudesta ymmärtää kysymyksiä. Sama ilmiö oli nähtävissä niin perusjoukon kuin nuortenkin vastauksissa.

Sisällöltään Ulvilan Seudun jutut arvioitiin mieluummin runsaiksi kuin niukoiksi, mieluummin puolueettomiksi kuin kanta-aottaviksi, mieluummin kiinnostaviksi kuin tylsiksi (taulukko 3) ja mieluummin tuoreiksi kuin vanhanaikaisiksi. Näistä selkeimmin vastaajat pitivät lehteä tuoreena ja kiinnostavana.



Taulukko 3. Ulvilan Seudun juttujen sisällön kiinnostavuus lehden lukijatutkimukseen vastanneiden mielestä. (1=kiinnostava, 5=tylsä.)

		US:n jutut ovat mielestäni: kiinnostavia					Yhteensä
		0	1	2	3	4	
Ikä	11-20 vuotta	0	2	1	1	0	4
	21-30 vuotta	0	0	0	1	0	1
	31-40 vuotta	0	1	3	3	0	7
	41-50 vuotta	1	1	6	4	1	13
	51-60 vuotta	2	1	3	9	1	16
	61-70 vuotta	3	1	8	4	2	18
	71-80 vuotta	0	1	2	1	0	4
	81- vuotta	0	1	0	0	0	1
Yhteensä		6	8	23	23	4	64

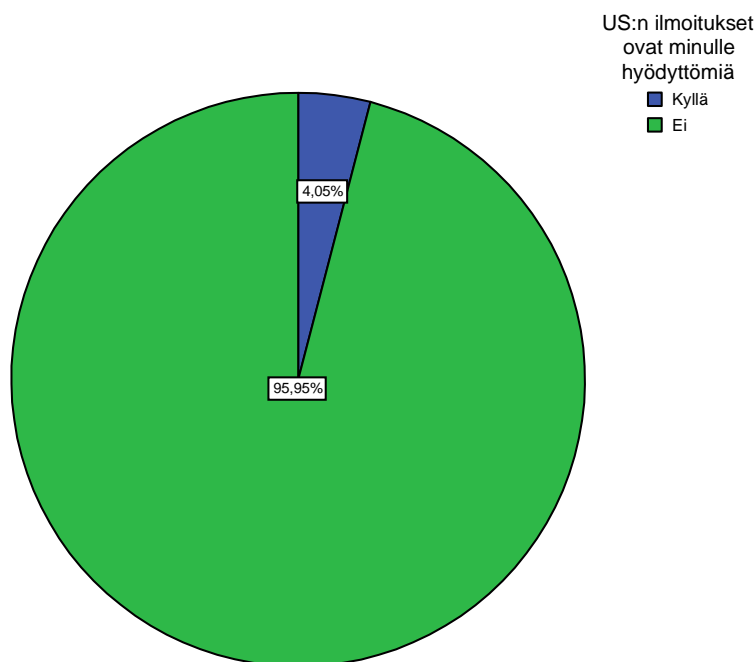
Tyyliiltään Ulvilan Seudun jutut ovat vastaajien mukaan mieluummin asiallisia kuin asiattomia, mieluummin rohkeita kuin arkailevia ja mieluummin helppotajuisia kuin vaikeaselkoisia. Näistä selkeimmin juttuja pidettiin helppotajuisina. Toisaalta kohtuullisen moni vastaaja pitää Ulvilan Seudun juttujen tyyliä myös arkailevana (15 prosenttia vastaajista ja nuorista 16,2 prosenttia oli vastannut arvon 4 tai 5).

Ulkoasultaan Ulvilan Seutu on vastaajien mielestä mieluummin selkeä kuin sekava, mieluummin tyylikäs kuin mauton, mieluummin vanhanaikainen kuin moderni ja mieluummin tavanomainen kuin erikoinen. Näistä eniten lehteä pidetään selkeänä ja tavanomaisena.

Lehden ilmoituksista tiedustelevassa kysymyksessä näkyi sama ilmiö kuin muissakin sellaisissa kysymyksissä, joissa vastaaja olisi voinut valita monta vaihtoehtoa: vaikka tutkimuksen alussa erityisesti kehoitettiin valitsemaan niin monta vaihtoehtoa, kuin sopivalta tuntuu, yleensä valittiin kaikissa kysymyksissä vain yksi vaihtoehto. Näin ollen sellaisissa kysymyksissä, joissa olisi ollut suotavaa valita monta vaihtoehtoa, kuten ilmoituksiin liittyvässä kysymyksessä (18.), mieluisiin juttutyyppeihin liittyvissä kysymyksissä (13. ja 14.) sekä Ulvilan Seudun lukemisen syihin liittyvässä kysymyksessä

(12.a) yleistä mielipidettä osoittavana tuloksena voinee pitää jo kohtuullisen pieniä prosentteja, kun verrataan esimerkiksi kahden vaihtoehdon kysymyksiin, joissa suositumman vaihtoehdon hahmottaa helpommin (se vaihtoehdoista, jonka on valinnut yli 50 prosenttia vastaajista).

Niinpä voi sanoa, että Ulvilan Seudun ilmoituksiin suhtaudutaan melko suopeasti. Positiivissävyyisiä vaihtoehtoja oli valittu enemmän kuin negatiivissävyyisiä. Ilmoituksia koetaan olevan sopivasti (53 prosenttia vastaajista, 49 prosenttia nuorista vastaajista), niiden sisällöstä on vastaajille hyötyä (38 prosenttia vastaajista, 19 prosenttia nuorista vastaajista) ja monet myös lukevat ne tarkkaan (26 prosenttia / 8 prosenttia). 26 prosenttia vastaajista ja 8 prosenttia nuorista vastaajista kokee, että ilmoituksia voisi olla lehdessä enemmänkin. Negatiivisia vaihtoehtoja oltiin valittu vähemmän: vastaajista neljän prosentin ja nuorista vastaajista 11 prosentin mukaan ilmoituksia on liikaa tai ne koetaan hyödyttömiksi (kaavio 7). 7 prosenttia vastaajista ja 14 prosenttia nuorista vastaajista ei lue lehden ilmoituksia.



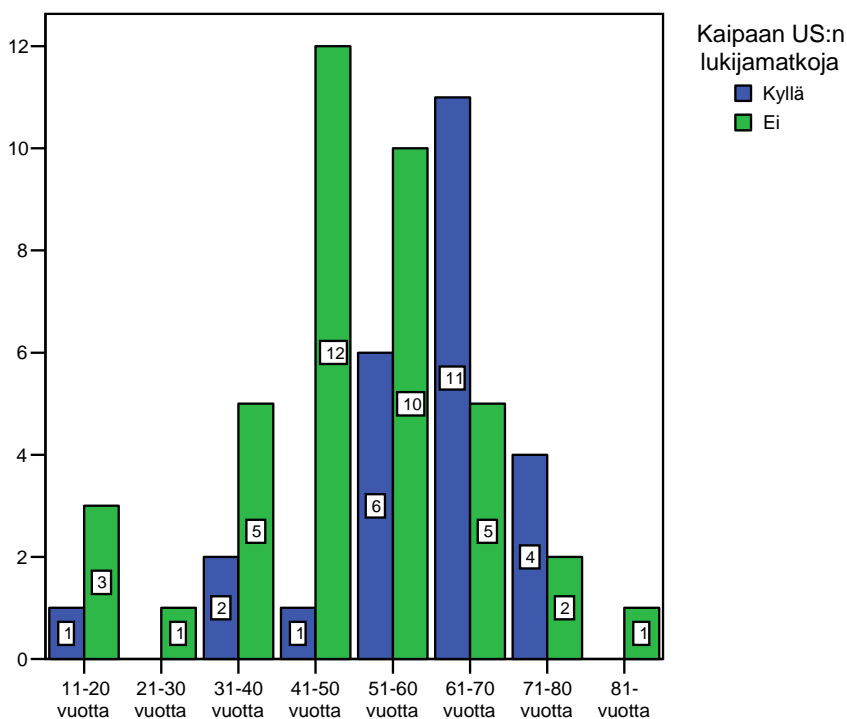
Kaavio 7. Ulvilan Seudun ilmoitusten kokemisesta hyödyttömiksi. Lukijatutkimukseen vastaajista vain noin neljä prosenttia (nuorista vastaajista 11 prosenttia) kokee, ettei Ulvilan Seudun ilmoituksista ole heille hyötyä.

Nuorten vastaajien pienempiä prosentteja ja muita vastaajia suurempaa prosenttia kohdassa ”en lue lehden mainoksia” selittää osaltaan se, että nuoret eivät ole kodeissaan pääasiallisia taloudellisten päätösten tekijöitä, joten voidaan olettaa, että he eivät myöskään seuraa ilmoituksia yhtä tarkkaan kuin esimerkiksi vanhempansa. Ulvilan Seudun ilmoitukset liittyvät myös suurimmalta osin sellaisiin palveluihin ja liikkeisiin, joita joiden pääasiallisia käyttäjiä ja kuluttajia nuoret eivät ole.

### **5.5 Ulvilan Seutu vuorovaikutuksessa lukijoihinsa**

Ulvilan Seudun koetaan olevan sopivan paljon yhteydessä lukijoihinsa. Tätä mieltä oli 72,6 prosenttia vastaajista ja 89,2 prosenttia nuorista vastaajista. Kukaan ei vastannut vuorovaikutusta olevan liikaa. Toisaalta vastaajista 27,4 prosentin ja nuorista vastaajista 10,8 prosentin mukaan lehti on lukijoihinsa liian vähän yhteydessä. Näin ollen arvontoja lehteen kaipaa 19,4 prosenttia vastaajista (nuorista 27,0 prosenttia), kilpailuja 17,8 prosenttia (43,2 prosenttia) ja lukijamatkoja 41,7 prosenttia (18,9 prosenttia) vastaajista. Nuoret selvästi haluaisivat lehteen aktiviteetteja, joista voi voittaa jotain, mutta eivät ajattele näiden aktiviteettien, kuten arvontojen ja kilpailujen, olevan lehden olemista yhteydessä lukijoihinsa: yhteydessä olemisen lisäämistä kun toivoi vain 10,8 prosenttia nuorista vastaajista. Muut vastaajat kaipaavat aktiviteeteista selkeästi eniten lukijamatkoja, jotka taas ovat arvontoihin ja kilpailuihin verrattuna perinteisempää ja henkilökohtaisempaa vuorovaikutusta. Lukijamatkoja toivovia on paljon erityisesti 61 – 70 -vuotiaiden vastaajien ikäryhmässä (kaavio 8). Vaihtoehdon ”En kaipaa Ulvilan Seutuun mitään mainituista” oli valinnut 35,6 prosenttia vastaajista ja 43,2 prosenttia nuorista vastaajista, joten voidaan sanoa, että lukijat kohtuullisen selvästi haluaisivat lisääaktiviteetteja lehteen.

Ulvilan Seutuun tahdottaisiin tarvittaessa olla yhteydessä mieluiten käymällä toimituksessa (48 prosenttia vastaajista) tai puhelimitse (36 prosenttia vastaajista). Sähköpostiyhteydessä haluaisi olla 24 prosenttia, internet-sivujen kautta 22 prosenttia, kirjeitse 7 prosenttia ja tekstiviestitse 3 prosenttia vastaajista. Nuoret taas suosivat sähköisiä yhteydenpitomuotoja: heistä 46,0 prosenttia ottaisi yhteyttä internetin ja 40,5 prosenttia sähköpostin kautta. Puhelinta käyttäisi 40,5 prosenttia. Toimituksessa käyminen (vaihtoehdon valitsi 13,2 prosenttia nuorista vastaajista), kirjeen lähettäminen (10,8 prosenttia) ja yhteydenotto tekstiviestillä (10,8 prosenttia) olivat vähiten suosittuja vaihtoehtoja nuorten keskuudessa. Tuloksista päätellen Ulvilan Seudun internet- sivujen kehittäminen kannattaa, sillä sitä kautta saatetaan saada yhä paremmin yhteyttä lukijoihin. Tekstiviestillä lähestyminen ei



Kaavio 8. Ulvilan Seudun lukijatutkimukseen osallistuneiden kiinnostuneisuus lukijamatkoja kohtaan ikäryhmittäin. Vastaajista suuri osa oli eläkeläisiä, ja erityisesti he kaipaivat lehden lukijamatkoja. Kuvaajassa nähtävissä vastaajien määrät (n).

näiden tulosten mukaan kiinnosta. Muita yhteydenottokeinojahan voi nykyiselläänkin käyttää.

## 5.6 Ulvilan Seudun kehittämiseksi

Ulvilan Seudun ilmestymistiheyteen, kerran viikossa, ollaan tyytyväisiä. 89,0 prosenttia vastaajista ja 75,7 prosenttia nuorista vastaajista pitää nykyistä ilmestymistä sopivana. 11 prosenttia vastaajista ja 16,2 prosenttia nuorista vastaajista haluisi lehden ilmestyvän kaksi kertaa viikossa. Nuorista vastaajista kolme (8 prosenttia) haluaisi lehden ilmestyvän harvemmin kuin kerran viikossa. Muista vastaajista yksikään ei tahtonut harventaa lehden ilmestymisväliä.

Ulvilan Seudun päätoimittaja Marjut Haapanen haaveilee itse lehden ilmestymisestä kaksi kertaa viikossa. Hän kuitenkin toteaa, että nykyisellä henkilökunnan ja mainostajien määrällä se ei ole mahdollista (Marjut Haapasen haastattelu, liite 2).

Lehden levikkialuetta vastaajat eivät lähtisi laajentamaan. Vastaajista 85,5 prosentin ja nuorista vastaajista 91,9 prosentin mielestä lehden ei tulisi ilmestyä muissa kunnissa kuin Ulvilassa. Muutama vastaaja kertoi avoimissa vastauksissa, että vuonna 2005 tapahtunut Ulvilan ja Kullaan kuntaliitoskin on jo vaikuttanut heikentävästi lehden sisältöön. Yhden vastaajan mielestä lehdessä on ”aivan liikaa juttua Kullaalta. Kyllä tämän lehden pitäisi säilyttää (vanhan) Ulvilan lehtenä.”. Kolme vastaaja oli pohtinut syvemmin muissa kunnissa ilmestymisen syitä ja seurauksia, ja päätenyt siihen, että jos lehden talous vaatii kohentamista, silloin olisi hyvä pyrkiä ilmestymään myös Ulvilan ulkopuolella. Yksi vastaaja tahtois lehden ilmestyvän kaikissa naapurikunnissa, ja että Ulvilan olisi muutenkin pyrittävä alueen keskukseksi. Yksi vastaaja tahtois lehden ilmestyvän myös Nakkilassa.

Internetissä ilmestyvää Ulvilan Seudun sähköistä versiota ei tutkimuksen tulosten mukaan erityisemmin kaivata. Sellaisen haluaisi 17,1 prosenttia vastaajista ja 24,3 prosenttia nuorista vastaajista.

### **5.7 Vapaa sana kertoo melko tyytyväisistä lukijoista**

Kysymyksissä, joissa sai vastata vapaasti, vain noin viidesosa vastaajista ja kolmasosa nuorista vastaajista käytti mahdollisuutta tuoda esiin vielä jotain. Pääosin palaute vastaajilta oli avoimissakin vastauksissa positiivista. Vastauksista oli havaittavissa selkeitä teemoja: monet vastaajat olivat tarttuneet samoihin asioihin. Jonkin verran vastaajat antoivat myös juttuvinkkejä.

Nuorten vastaukset olivat selvästi eri luonteisia kuin muiden vastaajien. Suurin osa avoimista vastauksista puuttui lehden nuorten mielestä tylsään ulkoasuun: siitä pitäisi tehdä ”tyylikkäämpi ja selkeämpi”. Sisällöltä he kaipasivat ”lisää musiikkia ja juttuja ulkomaisista tähdistä”. Muutama mainitsi sudokut. Myös alekupongit kiinnostaisivat. Moni mainitsi erikoistoveekseen ”lisää juttuja nuorista”, mutta toiset totesivat myös, että ”onhan juttuja nuorista jo aika paljon”. Yleisesti avoimet vastaukset olivat luonteeltaan positiivisia, kuten ”Hyvä lehti! Jatkakaa samaan malliin!”, Ulvilan Seutu on mukavaa luettavaa ulvilalaisille!”. Pesäpallojutut kuitenkin eivät olleet mieluisia nuorille: neljä lukijaa mainitsi aiheesta olevan liikaa juttuja lehdessä: ”Vähemmän pesäpalloa, enemmän muuta kulttuuria.”. Nuorten vastaukset poikkesivat siinäkin mielessä muiden vastaajien vastauksista, että ne olivat keskenään jokseenkin samankaltaisia.

Muiden vastaajien kirjoituksista taas nousi parikin ristiriitaista mielipidettä. Lehden TV-ohjelmia pidettiin toisaalta hyvinä (”Kiitosta saa selvä hyvä TV-ohjelma. Ei tarvita muita

ohjelmalehtiä!”), toisaalta huonoina tai turhina (“Tv-sivu on turha. Siinä on ollut niin paljon virheitä, etten aikatauluun enää usko.”). Toinen mielipiteitä hajaannuttanut aihe oli urheilujutut: toiset pyysivät erikseen aiheesta lisää juttuja, toiset taas halusivat lehden vähentävän urheilujuttujen määrää.

Siinä missä nuorison vastauksista kuului läpi ajatus viihdyttävämmästä lehdestä, toivoivat muut vastaajat lehden tekevän juttuja poliittisävytteisistä aiheista, kritisoivan ja ottavan kantaa enemmän: ”Otettava kantaa asioihin ja puututtava epäkohtiin!”. Kaksi vastaaja tahtoi Ulvilan Seudun seuraavan yhä tarkemmin Ulvilan kunnanvaltuuston ja –hallituksen päätöksiä ja ottavan selvää verorahojen käyttökohteista. Muutamassa kommentissa oltiin huolissaan nykynuorisosta ja toivottiin lehden tekevän juttuja ”rappionuorison aiheuttamat tuhoista ja häiriöistä”. Tosin yksi vastaaja koki, että lehti oli tuottanut huonoa mainosta Ulvilasta kuvasarjallaan nuorisosta.

Kolme vastaajaa toivoi lehteen terveystalsta ja terveyskeskuksen kuulumisia. Yksi heistä jopa oheisti lomakkeen mukaan lappuja, joita hän oli saanut mukaansa käydessään viimeksi lääkärissä. Hän oli myös kirjoittanut lomakkeeseen runsaasti kokemuksistaan terveyskeskuksessa, ja koki siellä asioimisen olevan erittäin hankalaa. Vastaaja koki kenties Ulvilan Seudun olevan sellainen kollektiivinen foorumi, jossa hän saisi viestinsä läpi. Toisen vastaajan perusteli terveysaiheisten juttujen kaipuutaan vetoamalla lehden lukijaprofiiliin: ”Eläkeläisiä tulee kuitenkin olemaan lukijoina enempi kuin nuoria.”.

Moni haluaisi lukea juttuja tavallisista ihmisistä, ”eikä aina vaan silmäätekevien asioita”. Viidessä kommentissa kaivattiin vanhojen ihmisten haastatteluita, ”siitä, mitä Ulvila oli ennen vanhaan ja tarinoita vanhempien ihmisten kertomina lapsuudestaan”, ”mitä vanhat ihmiset vielä muistavat kotoa ja eri työtavoista, asumisesta, elämäntavoista”. Kolme vastaajaa toivoi juttuja lapsille ja lapsista.

Lehden tekijöitä kiiteltiin monissa kommentteissa. Neljä vastaajaa arvosti sitä, että tekijät jaksavat olla aktiivisia ja tulla tekemään juttuja erilaisiin tapahtumiin. Kaksi vastaajaa rohkaisi toimitusta ottamaan juttujen kirjoittajiksi yhä enemmän tavallisia kuntalaisia. Yksi kiitti erikseen päätoimittaja Haapasta, jonka ”päätoimittaja-aikana lehti on parantunut ja monipuolistunut huomattavasti”. Toisaalta kaksi vastaajaa toivoi lehden luopuvan rennosta linjastaan jutuissa käytettävän kielen suhteen: ”Asiallista puhekieleen perustuvaa tekstiä. Nykyajan slangit ja ilmaisut pois.”. Toimituksen toivottiin myös ottavan yleisesti mallia Lauttakylän lehdestä, Kurikan ja Kauhajoen paikallislehdistä sekä Satakunnan Kansasta erityisesti kuvien suhteen. Lisäksi lehdessä haluttaisiin olevan enemmän juttuja ja sivuja, vaikka samaan aikaan toivottiin, että lehden tekijät jaksaisivat tehdä työtään ”entiseen malliin”. Monet olivat tyytyväisiä lehteen nykyisellään. Kolme vastaajaa ilmoitti odottavansa lehteä aina innolla.

Konkreettisia juttuvinkkejäkin tuli jonkin verran. Kaksi vastaajaa toivoo juttuja ulvilalaisesta liikennekulttuurista ja ulvilalaisten liikkumisesta yleisesti. Toiset kaksi esitti jutun aiheeksi ulvilalaisia merkittäviä paikkoja ja muuta yleistä esittelyä kunnasta. Myös kaksi vastaajaa toivoi juttuja taiteesta ja taidenäyttelyistä.

## 5.8 Päätoimittajan ajatuksia lehdestään

Haastattelin päätoimittaja Marjut Haapasta 18.4.2007 samoista teemoista, joista lukijatutkimuksenkin kysymykset ovat ja myös siitä, millaisena paikallislehtenä päätoimittaja omaansa pitää. Päätoimittaja on aktiivinen toimija paikallislehtikentällä esimerkiksi kuuluen Paikallislehtien Päätoimittajayhdistyksen hallitukseen. Näin ollen hän tuntee hyvin lehtensä heikkoudet ja vahvuudet.

*Vahvuuksina mä pidän tietysti sitä paikallistuntemusta joka tulee osittain sen kautta et mä asun täällä mut kuka tulee milloinkin toimittajaksi ni hänet kyllä perehdytetään siihen paikallisuuteen hyvin äkkii. Ja vahvuutena tietysti et meil on suhteet Ulvilas hyvin moniin on se sit yrittäjät tai seurakunta tai kaupunki. Heikkoudet ehdottomasti se et meil on vähän väkee ja se et mun unelma ois se et Ulvilan Seutu tulis kaks kertaa viikos. Mutta tällä ilmottelulla se on*



*taloudellisesti mahdotonta. Ja heikkous on ehdottomasti se et on aina kiire. Ois kiva seurata enemmän sitä mitä maailmalla tapahtuu.*

Haapanen kokee Ulvilan Seudun juuri ulvilalaisten tavallista elämää tarkkailevaksi paikallislehdeksi, joka on kuitenkin tarkasti tapahtumien tasalla sekä täysin puolueeton. Hän tuntee lehden vastuun paikallisten uutisten luotettavana levittäjänä, mutta pitää tärkeänä myös lehden mahdollisuutta olla kriittinen, jos tarpeen on. Haapanen haluaa silti välttää skandaalinkäryistä uutisointia ja pysyä asialinjalla.

*Tyypillinen sisältö on tietty just paikallista asiaa ja me ei ehkä olla niin sellasia uutishakusia et tehdään tyhjästä asiaa vaan haetaan sitä mikä on sitä ulvilalaista arkea. Me seurataan hyvin tiiviisti sitä mitä tapahtuu Ulvilan kaupungin päättävissä elimissä koska se vaikuttaa meihin kaikkiin ja meidän verorahoilla se kuitenkin tehdään ne päätökset.*

*Uvilan Seutu haluaa olla lukijoilleen sellanen läheinen ja vois sanoo jopa turvallinen lehti. Et meist ei oo niinku pelkoa et me nälvittäis täällä joku kuoliaaks, pureskeltu silleen. Mut ei me toisaalta olla hampaattomiakaan. Ulvilan Seutu on mun mielest sellanen et lukija voi luottaa siihen että mitä me kerrotaan Ulvilasta niin se on hyvin pitkälti näin. Siin ei oo mitään skandaalinhakusuutta.*

Paikallislehti on toimittajineen isompia lehtiä lähempänä juttujensa aiheita. Voi olla, että negatiivisen palautteen antaminen läheiseksi mielletylle toimittajalle on vaikeaa, kun kohtaaminen tapahtuu kasvotusten. Lukijatutkimus antaa vastaajilleen mahdollisuuden olla anonyymi, jolloin kritisoiminen on helpompaa. Tämän tutkimuksen vastaajat eivät antaneet kovinkaan huonoa palautetta edes nimettömyyden suojan takaa. Kentältäkään ei Haapanen mielestään ole saanut kuin kiitosta.

*Mä en tiedä onks se huolestuttavaa mut meil tulee hirveen vähän kentältä tota negatiivista palautetta. Ja silloinkin kun erikseen pyydetään et mitä halutaan niin ne toiveet on enemmän sellasia personoituja, et jotain siitä ihmisestä.*

Uvilan Seudun tulevaisuuden haasteita päätoimittaja erittelee haastattelussa monesta näkökulmasta. Hän haluaisi entisestään vahvistaa lehden asemaa paikkakunnalla. Muita lehtiä Haapanen ei koe uhkina Ulvilan Seudulle, mutta sen sijaan postimaksut saattavat tehdä lehden jakelun hankalaksi. Internetin hän kokee uutena mahdollisuutena, ei uhkana. Jo yhden kuntaliitoksen nähneenä ja läpikäyneenä (Uvilan ja Kullaan yhdistyminen vuonna 2005) Haapanen ottaa positiivisen asenteen myös mahdollisiin tuleviin liitoksiin.

*Uhat on tietysti ilmasjakelut ja yllättäen posti. Ilmasjakelut tekee helposti sen et moni on sitä mieltä et meil tulee jo muutenkin niin paljon lehtiä eikä välttämät huommat sitä et siel ei oo*

*kuitenkaan niitä asioita mitkä on perin ulvilalaisia. Mut en mä pidä uhkana, mä puhun mieluummin haasteena netistä. Meen pitää sinne saada sähköinen versio. Me ollaan tapeltu paikallislehtien päätoimittajayhdistyksen voimin siitä että paikallislehtien jakelu on enemmän kuin puolet kalliimpaa kuin ilmaisjakeluiden. Se on sellainen mikä on todellinen uhkakuva.*

*Toi netti on se yks mahdollisuus eli saada Ulvilan Seutu sähköiseen muotoon ja sitä kautta saada niitä nuorempii lukijoita eri tavalla mukaan. Ja mahdollisuus mikä on osittain käytetty on et meil on Ulvilan lukion kanssa lehtityön kurssi. Meen täytyy tehdä vastaavaa yhteistyötä yhteiskoulun kanssa et saatas tavallaan kasvatettuu sieltä et tää lehti on olemassa ja se on tärkeä. Nythän kun tietysti kunta- ja palvelurakennemuutos painaa päälle niin tavallaan siinäkin on mahdollisuus kun jotkut on kysyny et jos tulee kuntaliitoksia niin miten käy paikallislehtien. Sekään ei ole uhka vaan mahdollisuus ottaa siitä kaikki irti ja paukuttaa sitä et me tarvitaan sitä omaa identiteettiä isommassakin kokonaisuudessa.*

Ulvilan Seudun jakelu on tosin pääosin järjestetty lehden omin voimin. Lehden palkkaamat nuoret jakavat lehdet keskustaan ja taajamiin.

*Ulvilan Seutu on tietty tällanen paikallinen ei hyvätekijä mut et toimija siinä et antaa nuorille öitä. Se on monille kuitenkin ensimmäinen työpaikka et jakaa meidän lehtee. Sitä mä pidän mieluusti tietosuudessa..*

## 6 POHDINTAA

Tämän tutkimuksen tekeminen on ollut tekijälleen oikea odysseia, jonka myötä tunnen todella vahvistaneeni tietojani ja taitojani journalismin ja tutkimusmetodien alalta. On ollut hyvä huomata, miten systemaattista ja työlästä, mutta palkitsevaa on survey-tyyppisen tutkimuksen työstäminen, erityisesti aineiston keruu ja prosessointi. Saadut tulokset ovat konkreettisia ja selviä, ja niiden todistusvoima numeerisena tietona on kiistaton.

Tutkimuksen tekeminen oli osin hankalaa eikä virheiltäkään välttytty. Kyselylomaketta tehdessäni pohdin erityisesti sen täyttämisen helppoutta vastaajalle ja tulosten tilastoinnin loogisuutta itseni kannalta. Lomake onnistui mielestäni siinä, että sen kysymykset muodostivat kattavan kokonaisuuden. Ainakaan avoimien kysymyksien vastauksissa ei tullut esiin sellaisia teemoja, joita ei olisi jo lomakkeen muissa kysymyksissä sivuttu. Lomake oli myös ulkoasultaan selkeä ja helposti hahmotettavissa. Se oli kyllä osin myös

toimimaton: kysymysten 15-17 liukuva asteikko koettiin selvästi hankalaksi vastata. Se johti siihen, että moni jätti vastaamatta näihin kysymyksiin, tai vastasi yksitoikkoisesti arvon 3 kaikkiin kohtiin. Asteikko oli siinäkin mielessä hankala, että vastauksia oli melko vaikea tilastoida ja tehdä niistä helposti tulkittavia kuvaajia ja taulukoita.

Teoriaosuutta varten tarpeellisen paikallislehti-aiheisen aineiston hankkiminen oli sekin takkuista. Kävi ilmi, ettei aiheesta ole kirjoitettu paljoakaan kirjoja. Lisäksi ne muutamat olemassa olevat teokset ovat aika vanhoja: tuorein pelkästään paikallislehtiä käsittelevä teos on vuodelta 1995. Onneksi vanhempien teosten joukossa on sentään kaksi varsin kattavaa teosta, joissa on suuri sivumäärä ja runsaasti kirjoittajia, jotka ovat kirjoittaneet vain paikallislehdistä. Uudemmat kirjat, joissa paikallislehtiaihetta käsitellään, ovat yleisluontoisia, koko mediaa käsitteleviä, ja niiden painopiste on usein sähköisissä medioissa. Onneksi löysin internetin kautta ajankohtaisempia, mielestäni varteenotettavia lähteitä, jotka ovat melko luotettaviakin (lehtiartikkelit). Lainasin myös yhtä blogia, jonka luotettavuus lähteenä on huonompi. En toki esittänyt lähteen tietoja tieteellisinä faktoina, vaan toin ne esiin mielipiteenä. Tosin blogin pitäjä (paikallispoliitikko Erkki Aho) viittaa kirjoittamaansa myös tietolähteenä, ei vain blogina.

Tätä lukijatutkimusta voi mielestäni kutsua onnistuneeksi, vaikka sen tulokset eivät olekaan kovin mullistavia. Tutkimuksen työstäminen on ollut jopa työläämpää, kuin mitä osasin ennalta odottaa, mutta se on sitonut minut entistä tiukemmin aiheeseeni, joka on minulle tärkeä niin syntyään ulvilalaisena, journalistina kuin yhteiskunnallisista aiheista kiinnostuneenakin.

Luon vielä katsauksen lukijatutkimuksen keskeisimpiin tuloksiin. Kvantitatiivisen tutkimuksen tehtävä on saada aikaan sellaisia tuloksia, joita voi yleistää tutkittua otosta isompaan joukkoon. Tämä tutkimus täyttää mielestäni kvantitatiivisen tutkimuksen muodolliset ehdot, joten viittaan tässä tutkimuksen vastaajilta saadun tiedon perusteella Ulvilan Seudun lukijoihin kokonaisuudessa, vaikka vastaajina siis olikin heistä vain osa.

Ulvilan Seutu on lukijatutkimuksen tuloksista päätellen pidetty paikallislehti, jolla on uskollisia ja pitkäaikaisia lukijoita. Heistä suuri osa on eläkeläisiä, mutta lehti on varsin tuttu ulvilalaisille nuorillekin. Lehti luetaan lähes aina kotona, ja lukemiseen käytetään 10-20 minuuttia aikaa. Lehteä ei seurata satunnaisesti, vaan jokainen numero luetaan. Suurin osa lukijoista myös lukee lehden, ei vain selaile. Lehden lukeminen silmäillen on tosin yleistä nuorten keskuudessa.

Kouluarvosanoin mitattuna Ulvilan Seutu saa lukijoiltaan keskimäärin arvosanan 8-, ”hyvä”. Lehteä luetaan, jotta pysyttäisiin perässä paikkakunnan tapahtumista ja tunnettaisiin paremmin muita paikallisia asukkaita ja päättäjiä. Nuoret toivovat usein löytävänsä Ulvilan Seudusta juttua tutuistaan. Jutuista eniten miellyttävät uutiset, henkilöhaastattelut ja mielipidekirjoitukset. Sisällöltään jutut ovat lukijoiden mielestä melko kiinnostavia ja tuoreita sekä tyyliltään helppotajuisia. Ulkoasultaan lehti arvioitiin selkeäksi ja tavanomaiseksi. Tosin monet nuoret pitävät lehden ulkoasua tylsänä.

Ilmoittajien kannalta lukijatutkimuksen tulokset ovat houkuttelevia. Pääosa lukijoista lukee lehden ilmoitukset, ja niiden sisältö koetaan melko hyödylliseksi: vain muutama lukija ajattelee, ettei niiden sisällöstä ole heille hyötyä. Erityisesti nuoret lukijat haluaisivat lehteen enemmänkin ilmoituksia.

Ulvilan Seutu on tulosten mukaan sopivasti yhteydessä lukijoihinsa, mutta lukijat kaipaavat silti lisää arvontoja, kilpailuja ja lukijamatkoja. Lukijat kokevat sopivaksi myös Ulvilan Seudun nykyisen ilmestymisen Ulvilan alueella kerran viikossa.

Tutkimuksen tuloksista päätellen Ulvilan Seudun toivotaan panostavan jutuissa uutisiin ja tekävän entistä enemmän henkilöhaastatteluja. Kiinnostavia haastatteluja lukijoiden mielestä tulisi tavallisista ihmisistä, joilla kuitenkin olisi jokin oma erityistietämys tai –

osaaminen, kuten tietoa vanhoista ajoista tai erikoinen harrastus. Lehteen toivottaisiin myös lisää lapsille ja lapsiperheille suunnattua sisältöä: juttuja lapsista, juttuja lapsille ja sellaisia juttuja, joiden tekijöinä ovat lapset. Uudeksi vakiopalstaksi toivottaisiin terveystalstaa paikallisella näkökulmalla. Mielestäni kaikki nämä ovat toteutettavissa ja vastaavia juttuja on jo tehtykin. Lehdelle juttutoivomukset saattavat olla hyödyllisimpiä pohdittaessa sitä, millaisille jutuille annetaan eniten tilaa.

Jos Ulvilan Seudun työntekijöiden aika antaa myöden, kehitettävää löytyisi myös aktiivisen vuorovaikutuksen lisäämisessä. Lehden internet-sivujen kehitys voisi olla tässä avuksi. Tutkimuksen tulosten perusteella näet näyttää siltä, että iso osa lukijoista on kuitenkin jo valmis käyttämään yhteydenotossaan sähköisiä keinoja. Internet-sivut saattaisivat tavoittaa myös nuoret lukijat, jotka kyllä tuntevat lehden, mutta eivät ehkä koe sitä läheiseksi. Ulvilan Seutu voisi yhä vahvistaa merkitystään paikallisena toimijana ja lisätä lukijoiden kaipaamia lehden aktiviteetteja esimerkiksi järjestämällä yhteistyössä paikallisten kulttuuritoimijoiden kanssa jonkin tapahtuman, jonka kohderyhmä olisi mahdollisimman laaja. Ulvilan Seudulla ei välttämättä ole itsellään resursseja olla tällaisten toteuttajana, mutta lehti voisi toimia alkuunpanijana, ideoijana ja yhteistyökumppanina.

Voidaan ajatella, että lehden iäkäs lukijakunta on sille ongelma. Nuorempien lukijoiden lisääminen saattaa olla silti hankalaa. Nuorten toivomukset värikkäämmästä lehdestä julkkishaastatteluineen eivät ole toteuttamiskelpoisia, sillä sellaiset ominaisuudet kuuluvat lähinnä aikakauslehdille. Kaikkia lukijaryhmiä ei voi miellyttää, mutta neutraalien kompromissien tekeminen saattaisi auttaa laajentamaan lukijapohjaa. Mielikuvaa ”menevämmästä” lehdestä voisi ehkä tavoitella lyhentämällä juttuja ja suurentamalla kuvia, joka tekisi lehdestä enemmän kaupunkilehtimäisen. Toisaalta sitten saatettaisiin menettää sellainen lähelle meneminen ja ihmisten arkeen paneutuminen, joka on paikallislehdille, ja erityisesti Ulvilan Seudulle ominaista ja vaalittavaa.

Laajamittaista lukijatutkimusta, joka voisi jotenkin kehittää tämän tutkimuksen teemoja tai herättää uusia, tuskin on mahdollista, tai edes kannattavaa aivan lähiaikoina Ulvilan Seudulle tehdä. Pieni paikkakunta saattaisi turtua tutkimuksiin, eikä uutta, erilaista ja hyödyllistä tietoa ehkä saataisi. Tämä lukijatutkimus tosin otettiin avoimesti vastaan, ja palautuneissa lomakkeissa pidettiin lehden ja lukijan välistä vuorovaikutusta arvossa. Pienimuotoista tutkimusta, vaikkapa yksittäisiä kysymyksiä lukijoille voisi kenties lukijatutkimuksen vanavedessä esittää. Esimerkiksi tässä tutkimuksessa kysymättä jäänyttä lehden TV-ohjelmatietosivun tärkeyttä lukijoille voitaisiin tiedustella esimerkiksi lehden muutamassa numerossa ja rohkaista vastaamaan erityisesti sähköpostilla tai internetin kautta. Näin voitaisiin testata lukijoiden tutkimuksen perusteella olemassa olevaa halukkuutta sekä vaikuttaa lehden sisältöön että käyttää sähköisiä yhteydenottotapoja.

Aikaisemmista sukupolvista poiketen moderni ihminen rakentaa nykyään identiteettiään enemmän yleismaailmallisten, kaikille yhteisten symbolien ja elämysmaailmojen varaan (esim. Bauman 2001) sen sijaan, että hakisi kiinnekohtia fyysisesti ja perinteisesti lähellä itseään olevista asioista. Kuitenkin samaan aikaan nousee trendi, jossa ihmisten ja asioiden läheisyyttä ja ”kotikutoista” arvostetaan. Sanomalehtien Liiton Paikallislehtineuvottelukunnan puheenjohtaja Taina Tukia (2002) on mielestäni onnistuneesti verrannut paikallislehteä lähikauppaan. Lähikauppa on supermarkettiin verrattuna samanlainen kuin paikallislehti verrattuna valtakunnalliseen lehteen: ”taatut tuotteet, hinnat kohdallaan ja henkilökohtainen, räätälöity palvelu”.

Kyseessä on juuri tuo johdannossa mainitsemani globaalin ja lokaalin kohtauspinta. Lokaalia, paikallista minuutta voidaan vahvistaa myös paikallislehden, Seppo Kangaspuntaa lainatakseni *yhteisölehd*en avulla. Itse olen jo ennen tätä tutkimusta pitänyt paikallislehtiä paikallisen yhteisöllisyyden ja terveen kotiseutuylpeyden aisankannattajana. Nyt, tutkimuksen tehneenä, pidän niitä yhä tärkeämpinä. Jo pitäjänlehtien alkutaipaleella motivoivana voimana tekijöille toiminut puhdas tahto tehdä kuntalaisen lähellä olevista asioista elämänmakuisia juttuja ne pienimmätkin asiat, ilmiöt ja ihmiset huomioiden, ei ole

kadonnut minnekään. Paikallislehdille on todella paikkansa median kentällä: niitä tehdään lämmöllä ja pyyteettömästi, ihmisiltä, ihmisistä, ihmisille.

## LÄHTEET

Aalto, E-L. & Santonen, P. 1985. Millainen on paikallislehti? Teoksessa Aalto, E-L., Santonen, P. & Kyllönen, M. Suomen lehdistön historia 4: Paikallislehdistön historia. Kuopio. Kustannuskiila Oy, 11-18.

Aalto, E-L. 1985. Paikallislehdistön alkutaival. Teoksessa Aalto, E-L., Santonen, P. & Kyllönen, M. Suomen lehdistön historia 4: Paikallislehdistön historia. Kuopio. Kustannuskiila Oy, 19-102.

Aho, E. 2006. Kalajokilehti 30 vuotta. [verkkodokumentti]. Blogin 15.11.2006 päivitetty kirjoitus [viitattu 7.5.2007]. Saatavissa: <http://www.erkkiaho.com/blog/?content=detail&id=24>.

Alkula, T., Pöntinen S. & Ylöstalo, P. 1999. Sosiaalitutkimuksen kvantitatiiviset menetelmät. Helsinki. WSOY.

Bauman, Z. 2001. Sosiologinen ajattelu. Tampere. Vastapaino.

Eduskunnan valtiopäiväasiakirjat, toimenpideoite 108/2005vp [verkkodokumentti]. [Viitattu 7.5.2007]. Saatavissa: [http://www.eduskunta.fi/faktatmp/utatmp/akxtmp/tpa\\_108\\_2005\\_p.shtml](http://www.eduskunta.fi/faktatmp/utatmp/akxtmp/tpa_108_2005_p.shtml).

Gassner, H-P. 1995. Maailman syleilystä takaisin lähipiiriin. Teoksessa Kangaspunta, S. (toim.) Lähemmäs vielä. Paikallisjournalismin täyspakkaus. Tampere. Moniviestintä Oy, 16-17.

Hämäläinen, K. 1995. Paikallinen uutinen: sitä kuusta kuuleminen. Teoksessa Kangaspunta, S. (toim.) Lähemmäs vielä. Paikallisjournalismin täyspakkaus. Tampere. Moniviestintä Oy, 88-93.

Jyrkiäinen, J. & Savisaari, E. 2001. Sanomalehdistön nykytila. Teoksessa Nordenstreng, K. & Wiio, O.A. (toim.) Suomen mediamaisema. Helsinki. WSOY, 62-76.

Kangaspunta, S. 1995. Yhteisölehti vuorovaikutuksen keskuksena. Teoksessa Kangaspunta, S. (toim.) Lähemmäs vielä. Paikallisjournalismin täyspakkaus. Tampere. Moniviestintä Oy, 38-43.



Karjalainen, E. 1995. Urheilu – pakollisesta palstantäytteestä toimitetuksi kokonaisuudeksi. Teoksessa Kangaspunta, S. (toim.) Lähemmäs vielä. Paikallisjournalismin täyspakkaus. Tampere. Moniviestintä Oy, 104-105.

Karttunen, K. 1995. Paikallislehtien kieli – hyvänä huomaamaton. Teoksessa Kangaspunta, S. (toim.) Lähemmäs vielä. Paikallisjournalismin täyspakkaus. Tampere. Moniviestintä Oy, 126-127.

Korpela, A. 1995. Paikallisjournalismi kulttuurin tulkitsijana ja tekijänä. Teoksessa Kangaspunta, S. (toim.) Lähemmäs vielä. Paikallisjournalismin täyspakkaus. Tampere. Moniviestintä Oy, 102-103.

Kunnallislehti-lehden artikkeli Paikallislehti pitkässä ketjussa (ei merkattu tekijää) [verkkodokumentti]. Kunnallislehti 14.2.2006 [Viitattu 7.5.2007]. Saatavissa: [http://www.kunnallislehti.fi/teemat/kl\\_90.php](http://www.kunnallislehti.fi/teemat/kl_90.php).

Kupiainen, V. 2004. Paikallislehti on kuin kirje kotoa. Jurvan Sanomien lukijatutkimus. Tampereen yliopisto, tiedotusopin laitos. Pro gradu-tutkielma.

Kurunmäki, P. 1995. Paikallislehdistön kehityssykli. Teoksessa Kangaspunta, S. (toim.) Lähemmäs vielä. Paikallisjournalismin täyspakkaus. Tampere. Moniviestintä Oy, 44-47.

Kyllönen, M. 1985. Paikallislehdistö 1980-luvulla. Teoksessa Aalto, E-L., Santonen, P. & Kyllönen, M. Suomen lehdistön historia 4: Paikallislehdistön historia. Kuopio. Kustannuskiila Oy, 241-258.

Kylä-Ulvilan www-sivu [verkkodokumentti]. [Viitattu 3.8.2007]. Saatavissa: <http://www.kyla-ulvila.fi>.

Lindqvist, M. Paikallislehti antaa lukijalle juuret [verkkodokumentti] Verkko-lehti Tutka 25.7.2007 [viitattu 28.7.2007]. Saatavissa: <http://www.tutka.org/artikkeli?id=784> (luettu 7.5.07)

Paikallislehti löytää elintilaa uutisten takaa. [verkkodokumentti]. Tutka-lehden artikkeli 14.4.2007 [viitattu 7.5.2007]. Saatavissa: <http://www.tutka.org/artikkeli?id=629>.

Pekkarinen, A. 2005. Paikallisuus ketjuuntuu [verkkodokumentti]. Tampereen yliopiston toimittajakoulutuksen viikkolehti Uta, 20.10.2005 tehty päivitys [viitattu 7.5.].  
Saatavissa: <http://utain.uta.fi/2005s/10/22813.html>.

Pietilä, J. 1995. Jokainen ihminen on jutun arvoinen. Teoksessa Kangaspunta, S. (toim.) Lähemmäs vielä. Paikallisjournalismin täyspakkaus. Tampere. Moniviestintä Oy, 28-35.

Pohjonen, V. 1995. Lukija on kuningas. Teoksessa Kangaspunta, S. (toim.) Lähemmäs vielä. Paikallisjournalismin täyspakkaus. Tampere. Moniviestintä Oy, 36-37.

Santonen, P. 1985. Kasvun vuosikymmenet. Teoksessa Aalto, E-L., Santonen, P. & Kyllönen, M. Suomen lehdistön historia 4: Paikallislehdistön historia. Kuopio. Kustannuskiila Oy, 107-235

Satakunnan ammattikorkeakoulu. Ohjeita opiskelijoille opinnäytetyöskentelyyn: AMK - perustutkintoon johtava koulutus [verkkodokumentti]. Pori: 2006 [viitattu 1.4.2007].  
Saatavissa:  
[http://kesy01.cc.spt.fi/samk/samkdata.nsf/documentsadmin/30C417F0F9382637C2256C53003BA0AD/\\$file/opinnayte.pdf](http://kesy01.cc.spt.fi/samk/samkdata.nsf/documentsadmin/30C417F0F9382637C2256C53003BA0AD/$file/opinnayte.pdf).

Suomen levikintarkastuksen www-sivu [verkkodokumentti]. [Viitattu 24.7.2007].  
Saatavissa: <http://www.levikintarkastus.fi>.

Suomen Paikallismediat Oy:n www-sivu [verkkodokumentti]. [Viitattu 27.4.2007].  
Saatavissa: <http://www.paikallismediat.fi>.

Tommila, P. 2001. Sanomalehdistön historia. Teoksessa Nordenstreng, K. & Wiio, O.A. (toim.) Suomen mediamaisema. Helsinki. WSOY, 45-61.

Tukia, T. 2002. Meillä on mitä myydä ja me tunnemme asiakkaat. Paikallislehdistön medianumero 2002.

Ulvilan kaupungin www-sivu [verkkodokumentti]. [Viitattu 28.7.2007]. Saatavissa:  
<http://www.ulvila.fi>.

Ulvilan Seudun www-sivu [verkkodokumentti]. [Viitattu 7.5.2007]. Saatavissa:  
<http://www.ulvilanseutu.fi>.

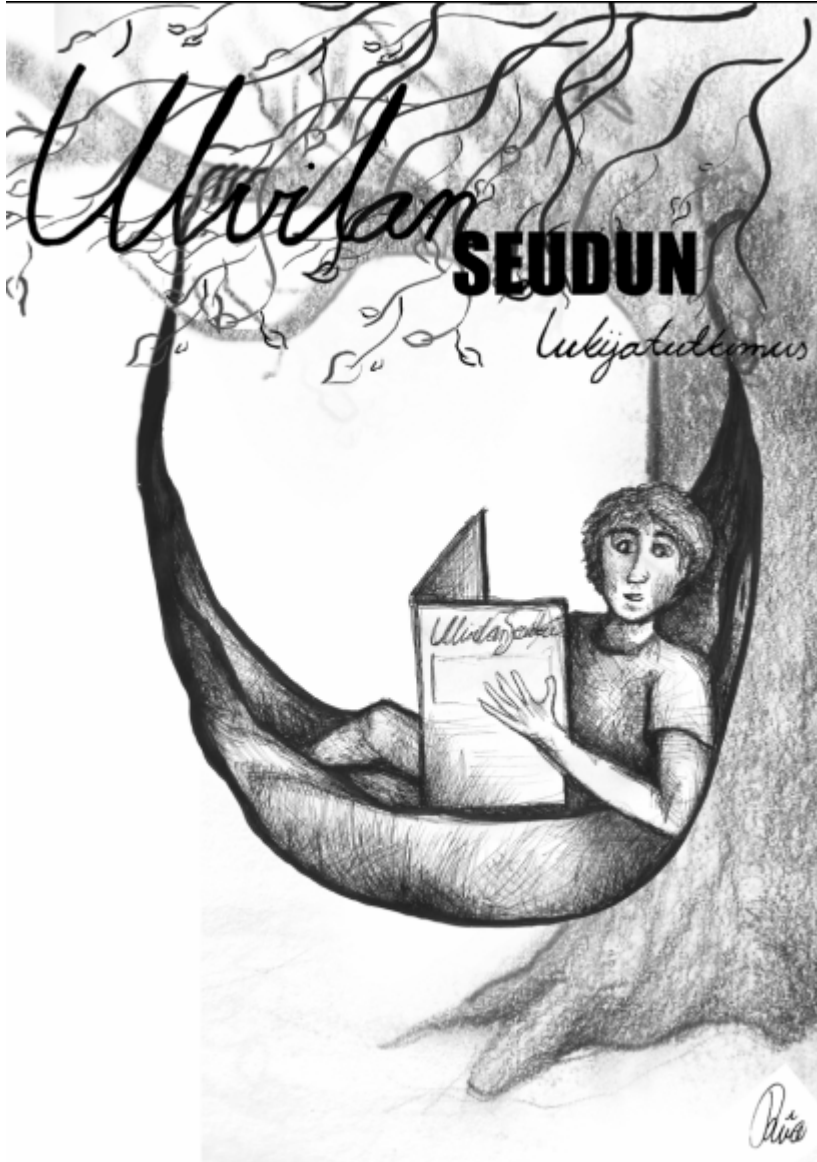
Uoti, P. 1995. Lähemmäs vielä – ihminen. Teoksessa Kangaspunta, S. (toim.) Lähemmäs vielä. Paikallisjournalismin täyspakkaus. Tampere. Moniviestintä Oy, 100-101.

Verkkotietosanakirja Wikipedian artikkeli paikallislehdistä [viitattu 27.4.2007]. Saatavissa: <http://fi.wikipedia.org/wiki/Paikallislehti>

## LIITE 1a

LUKIJATUTKIMUSLOMAKKEEN KANSILEHTI.

Tehnyt Riina Anttila, Satakunnan käsi- ja taideteollisuusoppilaitos.



Lukijatutkimuksessa käytetty kyselylomake.

---

### Ulvilan Seudun lukijatutkimus

Ympyröi vastauksesi (paitsi kohdissa 2., 4. ja 11., joissa vastaus on numero). Voit ympyröidä niin monta vastausvaihtoehtoa kuin on tarpeen. Viivat on tarkoitettu avoimille vastauksille. Jos vastauksesi ei mahdu sille varattuun tilaan, voit jatkaa paperin reunoille.

**1. Sukupuoli**

**1** Mies

**2** Nainen

**2. Ikä**

\_\_\_\_\_

**3. Asema työelämässä**

**1** Johtoasemassa tai yrittäjä

**2** Ylempi toimihenkilö

**3** Alempi toimihenkilö

**4** Työntekijä

**5** Työtön

**6** Opiskelija

**7** Eläkeläinen

**8** Muu

**4. Talouden koko**

Taloudessani asuu \_\_\_\_\_ henkilöä.

**5. Asuinpaikka**

**1** Ulvila, keskusta

**2** Ulvila, lähiö

**3** Ulvila, kylä

**4** Kullaan alue

**5** Pori

**6** Muu,

mikä? \_\_\_\_\_

**6. Luen Ulvilan Seudun...**

- 1 Kotona, olen tilaaja
- 2 Kotona, meille tilataan Ulvilan Seutua
- 3 Työpaikalla
- 4 Kirjastossa
- 5 Jossain muualla
- 6 En lue Ulvilan Seutua

***(Jos vastasit 6, siirry kohtaan 12. b)!***

**7. Lehden lukemistiheys**

- 1 Luen jokaisen Ulvilan Seudun
- 2 Luen noin joka toisen Ulvilan Seudun
- 3 Luen Ulvilan Seudun kerran kuukaudessa
- 4 Luen Ulvilan Seudun muutaman kerran vuodessa

**8. Kuinka tarkkaan luet Ulvilan Seudun?**

- 1 Luen lehden kannesta kanteen
- 2 Luen noin puolet lehdestä
- 3 Luen muutaman jutun
- 4 Silmäilen lehden läpi

**9. Olen ollut Ulvilan Seudun lukija...**

- 1 Alle vuoden
- 2 1-5 vuotta
- 3 5-10 vuotta
- 4 Yli 10 vuotta
- 5 Yli 20 vuotta

**10. Kuinka kauan luet Ulvilan Seutua?**

- 1 alle 10 minuuttia
- 2 10-20 minuuttia
- 3 20-30 minuuttia
- 4 yli puoli tuntia

**11. Minkä kouluarvosanan antaisit Ulvilan Seudulle? (4-10)**

\_\_\_\_\_

**12. a) Luen Ulvilan Seutua, koska...**

- 1 Haluan seurata kotikuntani tapahtumia
- 2 Ulvilan Seudusta saan tietoja, joita en saa muualta
- 3 Tahdon tuntea paremmin paikkakuntani päättäjiä ja asukkaita
- 4 Ulvilan Seudun ilmoitukset ovat kiinnostavia
- 5 Muun syyn vuoksi, miksi?

---



---



---

*Kysymykset 12.b ja 12.c vain heille, jotka eivät lue Ulvilan Seutua!*

**12. b) En lue Ulvilan Seutua, koska...****12. c) Lukisin Ulvilan Seutua, jos...****13. Mistä Ulvilan Seudun jutuista pidät eniten?**

- 1 Uutisista, ajankohtaisista asioista
- 2 Henkilöhaastatteluista
- 3 Urheilujutuista
- 4 Kulttuurijutuista
- 5 Seurakunnan asioita käsittelevistä jutuista
- 6 Pääkirjoituksista
- 7 Juttusarjoista
- 8 Gallupeista
- 9 Koulumaailmaa koskevista jutuista
- 10 Mielipidekirjoituksista
- 11 Lukijoiden tekemistä jutuista
- 12 Jostain muista jutuista, mistä?

---



---

**14. Mistä jutuista et ole niinkään kiinnostunut?**

- 1 Uutisista, ajankohtaisista asioista
- 2 Henkilöhaastatteluista
- 3 Urheilujutuista
- 4 Kulttuurijutuista
- 5 Seurakunnan asioita käsittelevistä jutuista

6 Pääkirjoituksista

7 Juttusarjoista

8 Gallupeista

9 Koulumaailmaa koskevista jutuista

10 Mieliopidekirjoituksista

11 Lukijoiden tekemistä jutuista

12 Jostain muista jutuista,  
mistä?

---



---

**15. Ovatko Ulvilan Seudun jutut  
sisällöltään mielestäsi...**

	<i>täysin samaa mieltä</i>	<i>samaa mieltä</i>	<i>en osaa sanoa</i>	<i>eri mieltä</i>	<i>täysin eri mieltä</i>	
a) Runsaitea	__1__	__2__	__3__	__4__	__5__	Niukkoja
b) Puolueettomia	__1__	__2__	__3__	__4__	__5__	Kantaaottavia
c) Kiinnostavia	__1__	__2__	__3__	__4__	__5__	Tylsiä
d) Tuoreita	__1__	__2__	__3__	__4__	__5__	Vanhanaikaisia

**16. Ovatko Ulvilan Seudun jutut  
tyyliltään mielestäsi...**

a) Asiallisia	__1__	__2__	__3__	__4__	__5__	Asiattomia
b) Rohkeita	__1__	__2__	__3__	__4__	__5__	Arkailevia
c) Helppotajuisia	__1__	__2__	__3__	__4__	__5__	Vaikeaselkoisia

**17. Onko Ulvilan Seutu  
ulkoasultaan mielestäsi...**

a) Selkeä	__1__	__2__	__3__	__4__	__5__	Sekava
b) Tyylikäs	__1__	__2__	__3__	__4__	__5__	Mauton
c) Moderni	__1__	__2__	__3__	__4__	__5__	Vanhanaikainen
d) Erikoinen	__1__	__2__	__3__	__4__	__5__	Tavanomainen



---

**18. Mitä mieltä olet Ulvilan Seudun ilmoituksista?**

- 1 Niitä on sopivasti
- 2 Niitä on liikaa
- 3 Niitä voisi olla enemmän
- 4 Niiden sisällöstä on minulle hyötyä
- 5 Ne ovat minulle hyödyttömiä
- 6 Luen lehden mainokset tarkkaan
- 7 En lue lehden mainoksia
- 8 Jotain muuta mieltä, mitä?

---



---



---

**19. Miten muuttaisit Ulvilan Seutua? Voit esimerkiksi kertoa mielipiteesi siitä, mitä asioita kaipaisit lehteen enemmän tai vähemmän. Voit ottaa kantaa myös lehden tyyliin, ulkoasuun tai muihin Ulvilan Seudussa huomioitasi herättäneisiin asioihin.**

---



---



---



---

**20. Ulvilan Seutu on vuorovaikutuksessa lukijoihinsa...**

- 1 Liikaa
- 2 Sopivasti
- 3 Liian vähän

**20. b) Kaipaako Ulvilan Seutuun...**

- 1 Arvontoja
- 2 Kilpailuja
- 3 Lukijamatkoja
- 4 Et mitään mainituista

---

**21. Tahtoisin tarvittaessa olla Ulvilan Seutuun yhteydessä...**

- 1 Käymällä toimituksessa
- 2 Kirjeitse
- 3 Puhelimitse
- 4 Sähköpostitse
- 5 Internet-sivujen kautta
- 6 Tekstiviestitse

**22. Ulvilan Seudun ilmestymistiheys tulisi olla...**

- 1 Kerran viikossa
  - 2 Useammin
  - 3 Harvemmin
-

**23. Ulvilan Seutu ilmestyy Ulvilassa ja käsittelee Ulvilaa. Tulisiko sen ilmestyä myös lähikunnissa?**

- 1 Ei
  - 2 Kyllä, missä kunnissa?
- 

**24. Olisiko Ulvilan Seudun sähköinen, internetissä ilmestyvä versio mielestäsi tarpeellinen?**

- 1 Kyllä
- 2 Ei

---

**25. Muuta kommentoitavaa Ulvilan Seudulle (esimerkiksi juttuvinkkejä, ruusuja, risuja...)**

---

**Kiitos vaivannäöstäsi!**

**Lukijatutkimuksen palauttaneiden kesken arvotaan 50 euron lahjakortti itse valittuun ulvilalaiseen liikkeeseen. Jos haluat osallistua arvontaan, täytä tähän tietosi.**

**Nimi** \_\_\_\_\_

**Osoite** \_\_\_\_\_

**Puh. nro** \_\_\_\_\_

---

## ULVILAN SEUDUN PÄÄTOIMITTAJA MARJUT HAAPASEN HAASTATTELU, LITTERAATIO.

Haastattelusta litteroitu vain vastaukset.

---

Ulvilan Seutu on hyvin perinteinen paikallislehti, eli meillä on paikallisuus kaikki kaikessa. Se perinteisyys tulee siitä että me ei esimerkiks olla lähdetty mukaan mihinkään tällaseen sensaatiotouhuihin mitä nykyään lehdet hyvin pitkälti harrastaa. Et me pysytellään siinä, et pieniä asioita tavalliselle ihmiselle.

Tyypillinen sisältö on tietty just paikallista asiaa ja me ei ehkä olla niin sellasia uutishakusia et tehdään tyhjästä asiaa vaan haetaan sitä mikä on sitä ulvilalasta arkea. Me seurataan hyvin tiiviisti sitä mitä tapahtuu Ulvilan kaupungin päättävissä elimissä koska se vaikuttaa meihin kaikkiin ja meidän verorahoilla se kuitenkin tehdään ne päätökset. Ja meidän tyyli on mun mielestä sekä asiallinen että fiksusti kevyt. Me ei haluta esittää asioita kauheen raskaasti eikä missään mielessä vikamiesmäisen kapulakielisesti.

Jutut on jonkun verran lyhentyny niinku täytyykin kun tuntuu et nykyajan ihmiset ei jaksa lukee enää. Ja tottakai ulkoasullisesti ollaan muututtu paljon ja tullaan muuttumaan. Mut kyl siin on ne vanhat juuret edelleen, et seurataan just kaupungin tapahtumia ja ulvilalaisia.

Se vaikuttaa kuka on päätoimittaja niin lehden sisältöön. Vois antaa esimerkkinä sen että oli kirkkoherran kanssa puhetta viime viikolla miten Ulvilan Seutu seuraa seurakunnan asioita tarkkaan ja sit taas oikeestaan paljon enemmän kuin moni muu paikallislehti ja me halutaan pitää se niin koska seurakunta on osa Ulvilan elämää.

Tiukemmassa tilanteessa jos verrataan esimerkiks et mitä oli kymmenen vuot takasin ni kilpailijat on sen jälkeen lisääntyny ja sit tottakai toi netin huima kehitys vaikuttaa meihinki. Et voi sanoo niin et toisaalta ilmotuspuolella kilpailu on tosi kovaa, mut juttupuolella se ei tunnu niin kovasti, koska meil on se Ulvila ykkönen ja sitä ei pysty ilmaisjakelut pitää samalla tavalla.

No varmaan se suurin muutos on ollu se kun me siirryttiin sähköiseen sivuntaittoon. Samal tietty tuli digikamerat. Se oli noin 99-2000. Se on sellanen joka on vaikuttanu sekä työrytmiin et lehden ulkoasuun, vähän kaikkeen.

Ulvilan Seutu haluaa olla lukijoilleen sellanen läheinen ja vois sanoo jopa turvallinen lehti. Et meist ei oo niinku pelkoa et me nälvittäis täällä joku kuoliaaks, pureskeltu silleen. Mut ei me toisaalta olla hampaattomiakaan. Ulvilan Seutu on mun mielest sellanen et lukija voi luottaa siihen että mitä me kerrotaan Ulvilasta niin se on hyvin pitkälti näin. Siin ei oo mitään skandaalinhakusutta. Ja voi luottaa siihen et me muistetaan edelleen sotaveteraanit [naurua] eikä toisaalta unohdeta koulupuolta. Mä oon pitäny aina hirveen tärkeenä sitä et tää on niinku sellanen kotiseutulehti ympäri vuoden.

Vahvuuksina mä pidän tietysti sitä paikallistuntemusta joka tulee osittain sen kautta et mä asun täällä mut kuka tulee milloinkin toimittajaksi ni hänet kyllä perehdytetään siihen paikallisuuteen hyvin äkkii. Ja vahvuutena tietysti et meil on suhteet Ulvilas hyvin moniin on se sit yrittäjät tai seurakunta tai kaupunki. Heikkoudet ehdottomasti se et meil on vähän väkee ja se et mun unelma ois se et Ulvilan Seutu tulis kaks kertaa viikos. Mutta tällä ilmottelulla se on taloudellisesti mahdotonta. Ja heikkous on ehdottomasti se et on aina kiire. Ois kiva seurata enemmän sitä mitä maailmalla tapahtuu.

Uhat on tietysti ilmaisjakelut ja yllättäen posti. Ilmaisjakelut tekee helposti sen et moni on sitä mieltä et meil tulee jo muutenkin niin paljon lehtiä eikä välttämät huomata sitä et siel ei oo kuitenkaan niitä asioita mitkä on perin ulvilalaisia. Mut en mä pidä uhkana, mä puhun mieluummin haasteena netistä. Meen pitää sinne saada sähköinen versio. Me ollaan tapeltu paikallislehtien päätoimittajayhdistyksen voimin siitä että paikallislehtien jakelu on enemmän kuin puolet kalliimpaa kuin ilmaisjakeluiden. Se on sellainen mikä on todellinen uhkakuva. Varsinkin jos ei oo konsernii takana et ois usempi samantyyppinen lehti et niitä voi vähän niinku niputtaa.

Toi netti on se yks mahdollisuus eli saada Ulvilan Seutu sähköiseen muotoon ja sitä kautta saada niitä nuorempii lukijoita eri tavalla mukaan. Ja mahdollisuus mikä on osittain käytetty on et meil on Ulvilan lukion kanssa lehtityön kurssi. Meen täytyy tehdä vastaavaa yhteistyötä yhteiskoulun kanssa et saatas tavallaan kasvatettuu sieltä et tää lehti on olemassa ja se on tärkeä. Nythän kun tietysti kunta- ja palvelurakenneuudistus painaa päälle niin tavallaan siinäkin on mahdollisuus kun jotkut on kysyny et jos tulee kuntaliitoksia niin miten käy paikallislehtien. Sekään ei ole uhka vaan mahdollisuus ottaa siitä kaikki irti ja paukuttaa sitä et me tarvitaan sitä omaa identiteettiä isommassakin kokonaisuudessa.

Ulvilan Seutu on yksi toisten rinnalla...Meil ei hirveesti oo niitä päällekkäisyyksiä. Esimerkiks et jos ilmaisjakelulehdissä ja maakuntalehdes on kaikis sama juttu niin me suorastaan vältellään sitä. Paikallislehtien kans voi sanoo et me ollaan tosi hyviä kavereita, mikä on osittain siitä et mä oon paikallislehtien päätoimittajayhdistyksen hallituksessa ja tykkään seurata koko Suomen paikallislehtikenttää. Sit taas ilmaisjakelut tulee usein otettuu kilpailijana mut ei niinku verissä päin. Meillähän on itellä kans Meriporilainen joka on ilmaisjakelu vaik se tulee helposti ajateltuna sellasena niin sanottuna paikallisilmaisjakeluna. Mut edelleen se yhdessä rintamassa. Pääasia on se et ihmiset lukee.

Mä en tiedä onks se huolestuttavaa mut meil tulee hirveen vähän kentältä tota negatiivista palautetta. Ja silloinkin kun erikseen pyydetään et mitä halutaan niin ne toiveet on enemmän sellasia personoituja, et jotain siitä ihmisestä. Jotain mitä tässä painiskellaan on nää tv-sivut varsinkin kun mennään tähän digiaikaan. Mietitään et tiputetaanko ne kokonaan pois vai jätetäänkö edelleen ne peruskanavat.

Meil on kuitenkin oma jakelu ja omat jakajat. Ulvilan Seutu on tietty tällanen paikallinen ei hyvätekiä mut et toimija siinä et antaa nuorille töitä. Se on monille kuitenkin ensimmäinen työpaikka et jakaa meidän lehtee. Sitä mä pidän mieluummin tietosuudessa. Et vaik sieltä sit välillä tulee sitä soittoa kun ei oo tullu lehtee ja niin edelleen kun nuori jakaja on tehny erheen niin et silti se on aika tärkeä juttu ja se haluttas säilyttää.