

Opinnäytetyö (AMK)

Media-alan koulutus

Journalismi

2019

Antti Hartikainen

MITÄ KAUPUNKILEHDILTÄ HALUTAAN?

– Kyselytutkimus Hollolan Sanomien ja Uuden
Lahden lukijoille

Antti Hartikainen

MITÄ KAUPUNKILEHDILTÄ HALUTAAN?

– Kyselytutkimus Hollolan Sanomien ja Uuden Lahden lukijoille

Opinnäytetyössä pyritään selvittämään, mitä Hollolan Sanomien ja Uuden Lahden lukijat haluavat. Vastauksia haetaan kolmeen eri aihekokonaisuuteen: millaista sisältöä lukijat halutavat, minne he sisältönsä haluavat ja missä muodossa he haluavat sisältönsä. Hollolan Sanomien ja Uuden Lahden edelliset lukijatutkimukset ovat vuodelta 2014. Kaupunkilehtiä on ylipäättänsä tutkittu vähän, joten uuden informaation tuottaminen on tarpeen. Opinnäytetyö toteutettiin toimeksiantona Hollolan Sanomille ja Uudelle Lahdelle.

Vastauksia kysymyksiin haettiin verkkopohjaisella kyselytutkimuksella. Kyselyssä on monivalintakysymyksiä, asteikollisia kysymyksiä ja avoimia kysymyksiä. Kyselyä mainostettiin Hollolan Sanomien ja Uuden Lahden lehdissä, näköislehdissä, verkkosivuilla ja Facebook-sivuilla.

Kyselytutkimuksessa selvisi, että vastaajista seitsemänkymmentä prosenttia piti paikallisuutta erittäin tärkeänä kaupunkilehden ominaisuutena. Kyselyn vastaajat halusivat paikallisuutisia paikallisista ihmisistä.

Vastaajat kokivat paperilehden ylivoimaisesti tärkeimmäksi julkaisualustaksi. Näköislehtiä, lehtien verkkosivuja sekä erityisesti Facebook-sivuja pidettiin vähemmän tärkeinä kuin paperilehtiä. Sama trendi näkyi, kun vastaajat itsearvioivat eri alustojen käyttömääriään. Enemmistö vastaajista piti valokuvia tärkeinä, mutta videot koettiin vähemmän tarpeellisiksi.

Opinnäytetyön tuloksena nousi esiin kolme kysymystä. Miten nuorempien väestöryhmien toiveista kaupunkilehdille saisi paremmin informaatiota, miten heidät saisi lukemaan kaupunkilehtiä, ja miten kaupunkilehdet voisivat tavoittaa enemmän yleisöä internetissä.

ASIASANAT:

Kaupunkilehti, Hollolan Sanomat, Uusi Lahti, verkkojournalismi, kyselytutkimus, paikallisjournalismi

BACHELOR'S THESIS | ABSTRACT

TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Journalism

2019 | 32 pages, 7 pages in appendices

Antti Hartikainen

WHAT DO READERS WANT FROM CITY NEWSPAPERS?

– Internet survey for the readers of Hollolan Sanomat and Uusi Lahti

The purpose of this thesis is to discover what the readers of Hollolan Sanomat and Uusi Lahti want from their city newspapers. There are three main questions: what kind of content do the readers want, in which platform do they want to read their content and in what form do they want to have said content. Previous reader studies for Hollolan Sanomat and Uusi Lahti were conducted in 2014. City newspapers haven't been well studied in Finland, therefore there was a need to get new information. The research was done as a commission for Hollolan Sanomat and Uusi Lahti.

Internet survey was selected as the information gathering method. The survey had multiple choice questions, five-point scale questions and open questions. The questionnaire was advertised in printed editions and on digital editions, internet pages and Facebook pages of Hollolan Sanomat and Uusi Lahti.

The survey found that seventy percent of the respondents regarded locality as a very important attribute of a city newspaper. Respondents wanted local news that feature local people.

The respondents felt that the printed paper format was by far the most important publishing platform. Digital newspapers, websites and especially Facebook pages were considered less important. The same trend was seen when the respondents self-assessed their use of different platforms. Majority of the respondents thought photos were important part of city newspapers. Videos were considered to be less necessary.

Three new questions arose from this thesis. How to get information about younger age groups concerning the questions of this thesis, how can you get them to read city newspapers and how can city newspapers be more relevant on the internet?

KEYWORDS:

City newspaper, Hollolan Sanomat, Uusi Lahti, online journalism, internet survey, local journalism

SISÄLTÖ

1 JOHDANTO	6
2 MIKÄ TEKEE KAUPUNKILEHDESTÄ KAUPUNKILEHDEN	7
2.1 Hollolan Sanomat	7
2.2 Uusi Lahti	8
2.3 Paikallinen kaupunkilehti	9
2.4 Verkkosisältöjen rooli	9
2.5 Valokuva ja video	11
3 METODOLOGIA	12
3.1 Kyselytutkimuksen toteutus	12
3.2 Kysymykset	13
3.3 Kyselyn heikkoudet	14
4 KYSELYN TULOKSET	15
4.1 Lehden sisältö	17
4.2 Verkkosisällöt	23
4.3 Videot ja kuvat	26
5 POHDINTA	29
LÄHTEET	31

LIITTEET

Liite 1. Kyselylomake.

KUVIOT

Kuvio 1. Vastaajien sukupuoli. HS (n=85) ja UL (n=96).	15
Kuvio 2. Vastaajien ikä. HS (n=85) ja UL (n=95).	15
Kuvio 3. Kuinka monta lehteä vastaaja on lukenut ainakin osittain edellisistä neljästä Hollolan Sanomien tai Uuden Lahden lehdistä. HS (n=85) ja UL (n=94).	16
Kuvio 4. Tärkeiksi koetut ominaisuudet. (n=171–176)	17
Kuvio 5. Tärkeiksi koetut juttutyypit. (n=172–176)	18
Kuvio 6. Kuinka paljon eri ryhmien tulisi saada näkyvyyttä lehdessä. (n=174–178)	19
Kuvio 7. Aihealueiden tarpeellisuus. (n=174–178)	21
Kuvio 8. Aiheiden maantieteellisen läheisyyden merkitys. (n=172–176)	22
Kuvio 9. Eri ikäryhmiä koskevien aiheiden tärkeys. (n=171–176)	23
Kuvio 10. Kuinka usein Hollolan Sanomien (Seutunelosten) verkkosisältöjä luetaan keskimäärin. (n=81–82)	23
Kuvio 11. Kuinka usein Uuden Lahden verkkosisältöjä luetaan keskimäärin. (n=87–93)	24
Kuvio 12. Hollolan Sanomien eri julkaisualustojen tärkeys. (n=81–83)	24
Kuvio 13. Uuden Lahden eri julkaisualustojen tärkeys. (n=89–91)	25
Kuvio 14. Kuinka usein verkossa pitäisi julkaista sisältöä. HS (n=81) ja UL (n=92).	25
Kuvio 15. Kuvien tarpeellisuus. HS (n=82) ja UL (n=91).	26
Kuvio 16. Kuvapainotteisten juttujen tarpeellisuus. (n=169–178)	26
Kuvio 17. Mitä kuvissa halutaan nähdä. (n=171–176)	27
Kuvio 18. Lyhyiden uutisiin liittyvien videoiden tarpeellisuus verkossa. HS (n=82) ja UL (n=93).	28

1 JOHDANTO

Tämä opinnäytetyö tehtiin toimeksiantona Hollolan Sanomille ja Uudelle Lahdelle. Opinnäytetyön tarkoituksena on selvittää verkossa toteutettavaa kyselytutkimusta hyödyntäen, mitä näiden lehtien lukijat haluavat lehdelstään alati muuttuvassa mediaympäristössä. Vastausta tähän haetaan kolmella ydinkysymyksellä: millaista sisältöä lukijat haluavat, minne he sisältönsä haluavat, ja missä muodossa he haluavat sisältönsä.

Erilaiset case-tutkimukset muodostavat merkittävän enemmistön kaupunki- ja paikallislehtiä käsittelevästä kirjallisuudesta. Suomalaisia paikallislehtiä luodanneessa raportissa todettiin, että case-tutkimusten ja sivumainintojen ulkopuolella tutkimusten huomio on tavannut keskittyä suurempiin lehtiin (Ojajärvi 2014, 9). Tämä luo tarpeen tuottaa uutta informaatiota Hollolan Sanomille ja Uudelle Lahdelle, joiden edelliset lukijatutkimukset ovat vuodelta 2014.

Hollolan Sanomien ja Uuden Lahden lisäksi samaan konserniin kuuluu alueen maakunnallinen lehti Etelä-Suomen Sanomat. Hollolan Sanomat ja Uusi Lahti ovat profiloituneet omilla alueillaan vahvasti paikallisuuteen, jonka lukijat ovat yhdistäneet näihin lehtiin imago- ja lukijatutkimusten perusteella (Sinkko 2012; Tietoykkönen 2014a; 2014b).

2010-luvulla lukijat ovat tehneet siirtymää verkon puolelle (KMT 2018, MediaAuditFinland 2018, mukaan). Verkkouutisointi mahdollistaa irrottautumisen perinteisestä julkaisurytmistä ja se tarjoaa uudenlaisia mahdollisuuksia videoiden ja kuvien muodossa perinteisen tekstisisällön lisäksi. Kerran viikossa ilmestyville Hollolan Sanomille ja Uudelle Lahdelle tämä luo tarpeen arvioida parasta mahdollista tapaa toteuttaa verkkosisältöjä.

Valitsin Hollolan Sanomat ja Uuden Lahden tutkittaviksi työhistoriani takia. Hollolan Sanomat on osa Seutunelost-kaupunkilehtiä, joissa olen työskennellyt kolmena kesänä. Seutunelosten ja Uuden Lahden toimitukset ovat naapureita ja lehdet tekevät keskenään yhteistyötä – molemmat ovat tulleet itselleni tutuiksi.

Opinnäytetyöni teoreettisessa viitekehyksessä käsittelen yleisesti sekä Hollolan Sanomien että Uuden Lahden perspektiivistä kaupunkilehtien ominaisuuksia ja verkko- sekä multimediasisältöjen roolia. Metodologia-kappaleessa selvennän miten tutkittiin, mitä kysyttiin ja miksi kysyttiin. Neljännessä kappaleessa esittelen kyselytutkimuksen tulokset ja analysoin niitä.

2 MIKÄ TEKEE KAUPUNKILEHDESTÄ KAUPUNKILEHDEN

Molemmat tutkimuksessa käsiteltävät lehdet ovat kaupunkilehtiä. Sanoma- ja kaupunkilehtijulkaisijoiden toimialajärjestö Sanomalehtien Liitto määrittelee kaupunkilehden seuraavalla tavalla: ”Kaupunkilehti on maksuton, Julkisen sanan neuvoston periaatteisiin sitoutunut, vähintään kerron viikossa monipuolista ja ajankohtaista paikallista sisältöä julkaiseva uutismedia” (Sanomalehtien Liitto 2019). Sekä Hollolan Sanomat että Uusi Lahti kuuluvat Sanomalehtien Liittoon.

Paikallislehdistä kaupunkilehdet eroavat siten, että ne ovat ilmaisjakelulehtiä. Mainostajat ovat pääasiallinen kaupunkilehtien tulonlähde. Vuonna 2018 toteutetun tutkimuksen mukaan painetut kaupunkilehdet ovat 13 %:lle mainostajista mieluisin mainonnan kanava (IRO Research 2018, Sanomalehtien Liitto 2018, mukaan).

Molemmat lehdet ovat osa Mediatalo ESAa, joka puolestaan kuuluu Keski-suomalainen-konserniin.

2.1 Hollolan Sanomat

Hollolan Sanomat on perustettu nykyisessä muodossaan vuonna 2004. Lehti ilmestyy kerran viikossa Hollolassa, Hämeenkoskella ja Kärkölässä. Hollolan Sanomia tehdään Seutunelosten toimituksessa. Muut Seutunelosiin kuuluvat lehdet ovat Nastola-lehti, Orimattilan aluelehti ja Päijät-Häme-lehti (Seutunelokset 2019). Hollolan Sanomien jakelu on 14 700 kappaletta ja koko Seutunelosten 39 800 kappaletta (Hakala 2019).

Hollolan Sanomien läsnäolo verkossa muodostuu näköislehdestä sekä Seutunelosten yhteisistä verkkouutis- ja Facebook-sivuista. Näköislehti on suora kopio paperilehdestä, jota voi kuka tahansa lukea Seutunelosten verkkosivuilla (seutunelokset.fi). Verkkouutisia julkaistaan aikataulun salliessa ja ne julkaistaan samalla myös Facebookin puolella.

Seutunelosilla on kaksi vakituista toimittajaa. Lehtien tekemisessä hyödynnetään lisäksi vakituisia avustajia ja Seutunelokset tekee Uuden Lahden toimituksen kanssa yhteistyötä.

Hollolan Sanomien päätoimittaja Ville Hakala kuvailee lehteä seuraavasti:

Hollolan Sanomat on vahvasti paikallinen kaupunkilehti. Hollolan Sanomat on oman talousalueensa ja sen asukkaiden lipunkantaja, äänitorvi sekä paikallisten uutisten välittäjä. Oman alueen hännän nostaminen ei kuitenkaan tarkoita, etteikö lehti olisi myös kriittinen silloin, kun siihen on aihetta. Joskus voi olla hyödyllistä silittää vähän vastakarvaankin. Hollolan Sanomien toimittajat nappaavat kiinni aiheista ja jalkautuvat sinnekin, minne isommat mediat eivät välttämättä vaivaudu. (Hakala 2019, henkilökohtainen tiedonanto.)

2.2 Uusi Lahti

Uusi Lahti on perustettu vuonna 1981. Lehteä jaetaan kerran viikossa Lahteen ja osiin Hollolaa. Uuden Lahden levikki on 48 000 (Kantar TNS 2019). Kyseessä on lahtelainen kaupunkilehti, joka keskittyy omassa juttutuotannossaan paikallisiin Lahden asioihin. Jut-tusisällön keskeisiä osia ovat paikallista päätöksentekoa taustoittavat uutiset, kannan-otot, lukijoiden mielipidekirjoitukset henkilöhaastattelut, menovinkit, paikalliset urheilu- ja kulttuurijutut sekä erilaiset teemasisällöt. Uuden Lahden sivukoko on tyypillisesti 28–40 sivua ja se on ainut koko kaupungin alueelle jaettava kaupunkilehti (Berg 2019.)

Uuden Lahden verkkoläsnaolo muodostuu näköislehdestä sekä Uuden Lahden verkko- uutis- ja Facebook-sivuista. Näköislehti on suora kopio paperilehdestä, jota voi kuka ta- hansa lukea Uuden Lahden verkkosivuilla (uusilahti.fi). Verkkouutisia julkaistaan aika- taulun salliessa ja ne julkaistaan usein myös Facebookin puolella.

Uudella Lahdella on kolme vakituista toimittajaa. Lehden tekemisessä hyödynnetään li- säksi vakituisia avustajia ja Uusi lahti tekee Seutunelosten toimituksen kanssa yhteis- työtä.

Uuden Lahden päätoimittaja Tommi Berg kuvailee lehteä seuraavasti:

Lehti on perinteisesti ollut kantaa ottava julkaisu, jota monet lukijat ovat tottuneet pitämään myös vastapainona ja vaihtoehtona paikkakunnan isommalle lehdelle, vaikka omistaja on pitkään ollut sama. Lehti pyrkii seuraamaan sekä ”ylätason” päätöksentekoa että ruohonjuuritasolla paikallista elämää mahdollisimman mata- lalla kynnyksellä, yhdistävänä tekijänä kaikessa on lahtelaisuus. Nykyinen median murros toki koskettaa meitäkin, joten toimintatapoja on täytynyt miettiä tähän ai- kaan sopivaksi. Kerran viikossa ilmestyvien julkaisujen kannalta asioiden taustoit- taminen ja ennakointi sekä puheenaiheiden synnyttäminen on yhä tärkeämpää. (Berg 2019, henkilökohtainen tiedonanto.)

2.3 Paikallinen kaupunkilehti

Millainen sisältö muodostaa kaupunkilehtien perustan? Kahdenkymmenenkolmen kaupunkilehden päätoimittajan haastattelussa esille nousivat tärkeimpinä asioina kiinnostavuus ja paikallisuus (Keskinen 2012).

Uuden Lahden lukijoille tehdyssä 206 vastaajan imago tutkimuksessa selvisi, että kolme yleisintä lukijoiden lehdelle antamaa assosiaatiota olivat paikallinen 86 vastaajalla, hyvä lehti 14 vastaajalla ja ajankohtainen 11 vastaajalla. Saman tutkimuksen ilmoitusasiakkaalle tehdyn selvityksen perusteella paikallisuus oli myös heille yleisin mielleyhtymä. (Sinkko 2012.) Vastaavasti Hollolan Sanomien ja Uuden Lahden lukijatutkimuksien mukaan lehtiä parhaiten kuvaavat ominaisuudet olivat paikallinen, ajankohtainen ja lukijoita lähellä (Tietoykkönen 2014a; 2014b).

Suomalaisia paikallislehtiä tutkineessa raportissa selvisi, että kunnallisella tasolla olevat aiheet kattoivat vuonna 2009 noin 50 prosenttia paikallislehtien jutuista. Omaa kylää, kaupunginosaa tai vastaavaa käsitteli 16,5 prosenttia jutuista. Maakunnalliset, valtakunnalliset ja kansainväliset jutut jäivät kukin alle 10 prosentin osuuteen. Saman raportin tulosten mukaan jutuissa pääsivät selvästi useimmiten ääneen paikalliset asukkaat ja paikalliset yhdistykset. Raportin mukaan paikallislehdellä on merkittävä rooli paikkakunnan puolestapuhujana ja hengennostattajana. (Ojajärvi 2014.) Sama paikallisuuden teema nousee yhä uudestaan esille niin paikallis- kuin kaupunkilehdissäkin.

Journalistista laatua pidetään tärkeänä ominaisuutena myös kaupunkilehdille. Kuudelletoista Vartti Itä-Uusimaa -kaupunkilehdessä ilmoittaneelle asiakkaalle tehdyn kyselyn mukaan journalistisen sisällön laatu vaikuttaa olevan elinehto kaupunkilehdille. 83 prosenttia pitää journalistista laatua vähintään jokseenkin merkittävänä tekijänä ilmoitus päätöksen kannalta. (Smolander 2011, 30.)

2.4 Verkkosisältöjen rooli

Rajaan tässä opinnäytetyössä verkkosisällöt koskemaan verkossa julkaistavia uutisia, verkossa julkaistavia näköislehtiä sekä lehtien Facebook-sivuja. Sekä Hollolan Sanomien että Uuden Lahden läsnäolo verkossa on keskittynyt näihin sisältöihin, joten esimerkiksi Twitterin käsitteleminen ei olisi toimeksiantajien kannalta mielekäästä.

Facebookin merkitystä lukijoiden tavoittamisessa korostaa viime vuonna valmistunut kullattajatutkimus, jonka mukaan 15–74-vuotiaista suomalaisista Facebookia käyttää päivittäin 63 prosenttia ja kuukausittain tai harvemmin 72 prosenttia. Facebookin jälkeen toiseksi suosituimman sosiaalisen median, YouTuben, vastaavat luvut olivat 26 ja 80 prosenttia. (CCS Finland 2018, Heli Ruotsalaisen 2018, mukaan.)

Laajan kansainvälisen raportin mukaan vuonna 2018 uutisia on lukenut verkossa 85 prosenttia suomalaisista. Uutisia luki painetuista sanomalehdistä 44 prosenttia ja sosiaalisista medioista 42 prosenttia. Facebook oli sosiaalisista medioista suosituin uutislähde – 33 prosenttia suomalaisista luki uutisia siellä. YouTube oli toiseksi suosituin uutislähde sosiaalisissa medioissa 15 prosentin osuudella. (Newman, Fletcher, Kalogeropoulos, Levy & Nielsen 2018.) Mediamurroksen myötä verkko eri alustoineen on kehittynyt oleelliseksi lukijoiden tavoittamisen kanavaksi.

Kahden suomalaisen ja yhdysvaltalaisen maakuntalehden sosiaalisen median käytäntöjä selvittänyt tutkimus havaitsi, että vielä vuonna 2015 sosiaalinen media on nähty lähinnä uutena jakelukanavana uutisille. Selvityksen mukaan suomalaislehdissä sosiaalinen media hoidetaan ”oman työn ohella”, ja yleisön kanssa ei haluta tai ehditä keskustella (Salo 2015.) Sekä Hollolan Sanomat että Uusi Lahti käyttävät päätoimittajiensa mukaan verkko- ja Facebook-sisältöjä sisäänheittokanavina paperi- ja digilehdille (Berg 2019; Hakala 2019).

Verkkosisällöt ovat Hollolan Sanomissa toistaiseksi melko pienessä roolissa. Seutu4:n juttuja pyritään julkaisemaan maanantaista perjantaihin lehden verkkosivuilla ja verkossa julkaistut jutut linkataan myös Facebookissa. Verkkojutut ja Facebook toimivat lähinnä sisäänheittokanavina Seutu4:n digilehtiin. (Hakala 2019.)

Berg avaa syitä verkkosisältöjen roolin takana:

Facebookissa kerromme viikon lehden sisällöstä ja verkkoon laitamme juttuja porrastetusti viikon aikana. Resurssien pienuudesta johtuen toimituksemme ei pysty tekemään verkkoon tiheästi päivittyvää uutisvirtaa eikä se olisi kokonaisuuden kannalta tarkoituksenmukaistakaan, koska samaan konserniin kuuluva maakuntalehti hoitaa sen puolen niin hyvin, että emme pystyisi likimainkaan vastaavaan. Käytämme myös silloin tällöin verkkoa vuorovaikutuksen välineenä, esimerkiksi toteuttamalla erilaisia lukijakyselyitä ajankohtaisista aiheista. Nettisivujen kautta on myös mahdollisuus lähettää mm. lukijan kuvia ja mielipidekirjoituksia. (Berg 2019.)

2.5 Valokuva ja video

Digitalisoitumisen myötä paperilehtien rajattu tila on muuttunut periaatteessa rajattomaksi verkon puolella. Kuvia voi sisällyttää verkossa julkaistavaan uutiseen runsaasti ja videosisältöjen julkaiseminen ei ole enää pelkästään tv-kanavien valttikortti. Mihin kaupunkilehden tulisi käyttää rajallisia resursseja?

Tekstin lukemista pidettiin lehden lukemisen päätarkoituksena ja kuvien katselemista pikemminkin viihteenä kahdellekymmenelle sanomalehti Pohjalaisen lukijalle tehdyssä teemahaastattelussa. Lukijat yhdistivät runsaat kuvamäärät iltapäivä- ja aikakauslehtiin. Valokuvat koettiin otsikoiden ohella juttujen esittelijöinä ja ne vaikuttivat haastateltujen halukkuuteen lukea juttuja. Teemahaastatteluiden perusteella valokuvat olivat tärkeitä, vaikka niitä pidettiin eksplisiittisesti viihteellisinä elementteinä. (Ristimäki 2010.)

Myös paikallislehti Uudenkaupungin Sanomien kymmenelle lukijalle tehdyssä kohderyhmähaastattelussa nousi esille valokuvien rooli sisäänheittäjänä uutisiin. Haastatellut kertoivat otsikon ja kuvien yhteispelin olevan tärkeä tekijä lukupäätöksen syntymisessä. Arkistokuvien käyttöön suhtauduttiin negatiivisesti – arkistokuvalla kuvitetun jutun lukeminen saattaa jäädä silmäilyasteelle. (Kaartinen 2009.)

Hollolan Sanomissa ja Uudessa Lahdessa ei ole erillisiä kuvaajia tai videoiden tekijöitä, vaan kaikki tapahtuu toimittajien itsensä toimesta. Päätoimittajat Hakala ja Berg kertovat lehtiensä käytännöistä:

Hollolan Sanomien toimittajat kuvaavat itse, eikä erillisiä kuvaajia ole. Kuvat ovat kuitenkin tärkeä osa lehden journalistista sisältöä. Kuviin pyritään aina mahdollisuuksien mukaan samaan ihmisiin ja toiminnallisuutta. Videot ovat toistaiseksi marginaalissa ja vähät julkaistut videot ovat lähinnä toimittajien oman aloitteellisuuden tulosta. (Hakala 2019.)

Videoita on silloin tällöin tehty sivuillemme, nykyään niiden toteuttamiseen tosin on vähemmän aikaa kuin aiemmin. Erillisiä kuvagallerioita nettiin ei juurikaan ole tehty, mutta joissakin julkaistuissa jutuissa saattaa olla mukana enemmän kuvia kuin printtilehden jutuissa. (Berg 2019.)

3 METODOLOGIA

Hollolan Sanomien ja Uuden Lahden lukijoille suunnattu verkkokysely muodostaa tämän opinnäytetyön rungon. Kyselyyn on otettu vaikutteita vertailun helpottamiseksi aiemmista Hollolan Sanomien ja Uuden Lahden lukijatutkimuksista. Merkittävänä erona tässä kyselyssä aiempiin lukijatutkimuksiin verrattuna on se, että kysymyksillä ei pyritä niinkään kartoittamaan lukijoiden tottumuksia, vaan lukijoiden halut ja toivomukset ovat pääosassa.

Kyselyä mainostettiin Hollolan Sanomien ja Uuden Lahden lehdissä, verkkosivuilla ja Facebook-sivuilla. Kysely oli avoinna 6.3–28.3.2019. Kysely löytyy liitteenä opinnäytetyön lopusta (Liite 1).

3.1 Kyselytutkimuksen toteutus

Toteutetussa verkkokyselyssä on monivalintakysymyksiä, asteikollisia kysymyksiä ja avoimia kysymyksiä. Asteikolliset kysymykset pitävät sisällään useita eri kohtia, joiden tärkeyttä tyypillisesti vertaillaan toisiinsa. Vastausvaihtoehtoina on pääosin seuraava viisiportainen asteikko: ei lainkaan tarpeellinen, ei kovin tarpeellinen, jokseenkin tarpeellinen, tarpeellinen ja erittäin tarpeellinen. Tarkoituksena oli selvittää, kuinka tärkeinä lukijat pitävät erilaisia lehden ominaisuuksia ja sisältöjä suhteessa toisiinsa sekä saada vastaajilta vertailukelpoista informaatiota aiempiin lukijatutkimuksiin nähden.

Kysymyksissä käsiteltävien asioiden laajuuden johdosta monivalintakysymykset ja asteikolliset kysymykset olivat hyvä valinta kyselyn rungoksi. Näiden kysymystyyppien lisäksi kyselyssä on kahdeksan avointa kysymystä, jotka pääosin liittyvät suoraan niitä edeltäviin suljettuihin kysymyksiin.

Vastauksille lasketaan aritmeettiset keskiarvot, jolloin ei lainkaan tarpeellinen = 1, ei kovin tarpeellinen = 2, jokseenkin tarpeellinen = 3, tarpeellinen = 4 ja erittäin tarpeellinen = 5. Kyselyn tuloksia käsittelevässä osiossa lehtien vastauksia käsitellään yhdistettynä, mutta kun lehtien vastauksien keskiarvoerot ovat 0,20 tai enemmän, ne käsitellään tarkemmin.

3.2 Kysymykset

Kysymysten aiheita, luokitteluita ja sisältöjä suunnitellessa kävin läpi Hollolan Sanomien ja Uuden Lahden sisältöjä. Millainen niiden rakenne on? Millaisia juttutyyppisiä löytyy? Millaisia aiheita käsitellään usein? Pysin luomaan myös vertailukelpoisuutta teemojen ja taustatietojen osalta aiempaan Hollolan Sanomien lukijatutkimukseen. Kysymyksiä on yhteensä 26 ja ne on jaoteltu neljään eri ryhmään.

Kyselyn taustatiedot-osiossa vastaavat supistetussa muodossa lehtien vanhoja lukijatutkimuksia. Hollolan Sanomat ja Uusi Lahti ovat perinteisesti olleet suosituimpia vanhempien ihmisten keskuudessa (Tietoykkönen 2014a, 2014b). Modernit mediat kuitenkin tarvitsevat uusia nuoria lukijoita säilyttääkseen elinkelpoisuutensa myös tulevaisuudessa. On tärkeää vertailla, nouseeko eri ikäryhmien välille eroja.

Lehtien sisältöä kartoittavassa osiossa kysytään kaupunkilehtien ominaisuuksista, juttutyypeistä, aiheista ja ääneen pääsevistä ihmisryhmistä. Tarkoituksena on hahmottaa, kuinka tärkeiksi vastaajat kokevat esimerkiksi erilaisia abstrakteja lehden ominaisuuksia.

Lisäksi selvitetään erilaisten yleisten juttutyyppien suosiota lukijoiden keskuudessa. Tällaisia ovat esimerkiksi henkilökuva, uutinen ja yleisönosastokirjoitus. Tässä osiossa kysytään myös, mille tahoille lukijat haluavat antaa äänen, ja mistä aiheista he haluavat lukea. Oletuksena paikallisuus korostuu vastauksissa. Voi olla myös mielenkiintoista nähdä, korreloiko poliitikoille toivottava tila poliittisten aiheiden koetun tärkeyden kanssa.

Verkkosisällöt-osiossa tarkastellaan lukijoiden nykyistä verkon käyttämistä ja selvitetään kuinka tarpeellisiksi he kokevat eri verkkoalustat. Hollolan Sanomissa ja Uudessa Lahdessa verkkosisältöihin on panostettu vähemmän resursseja kuin paperilehtiin (Hakala 2019; Berg 2019). Tämä voi vaikuttaa verkkosisältöjen suosioon. Verkkosisällöt ovat kuitenkin nousseet tärkeäksi osaksi mediakenttää, joten on syytä selvittää, millaista verkkoläsnäoloa lukijat haluavat (Newman ym. 2018).

Valokuvia ja videoita käsittelevässä osassa selvitetään videoiden ja kuvien tarpeellisuutta sekä sisältöjä, joita niissä halutaan nähdä. Ihmiset puhuvat lehtivalokuvia arvioitaessa mieluiten aiheista (Ristimäki 2010). Päädyin tässä kyselyssä pääosin aihepohjaiseen kategorisointiin eri valokuvasisältöjen tarpeellisuutta selvittävässä kysymyksessä.

3.3 Kyselyn heikkoudet

Verkossa ollutta kyselyä mainostettiin Hollolan Sanomien ja Uuden Lahden lehdissä, verkkosivuilla ja Facebook-sivuilla. Verkkokyselyluonteensa takia tutkimuksen vastaajien joukko ei välttämättä ole edustava otos lehden lukijoista, sillä verkkoa vierastavat henkilöt jäävät helposti kyselyn tavoittamattomiin. Tämä voi korostua vielä senkin takia, että keskimääräinen lehteä lukeva henkilö ei ole nuori. Tämän seurauksena keskimääräinen kyselyyn vastannut henkilö voi olla poikkeava keskimääräiseen lehden lukijaan verrattuna, erityisesti verkkoa käsittelevissä kysymyksissä.

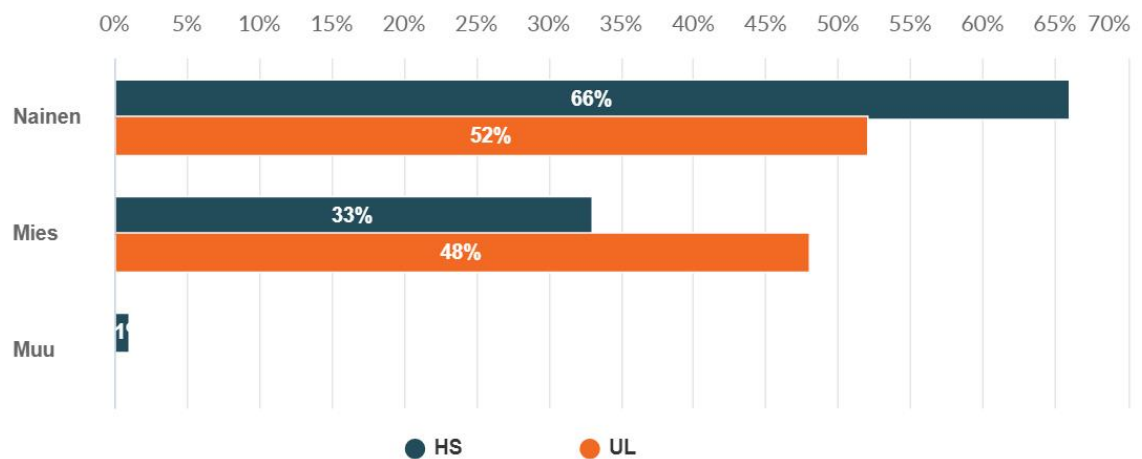
Kyselystä kiinnostuva ja siihen vastaava henkilö on myös todennäköisesti jo lähtökohdaisesti aktiivisempi lehden lukija. Kyselyn pituus on voinut myös karsia vähemmän kiinnostuneita vastaajia pois. Aktiivisimpien lukijoiden mielipiteet ovat tärkeitä, mutta heikommin tavoitettavien henkilöiden kommentit voisivat myös olla arvokkaita ja kehittäviä.

Yksi tutkimuksen tavoitteista oli selvittää, millaisia nuoret ovat kaupunkilehtien lukijoina, mitä he haluavat ja eroavatko he muista esimerkiksi verkkokäyttäjytymisessä. Kyselyyn vastasi vain seitsemän alle 30-vuotiasta henkilöä, joten vertailun yleistettävyyttä olisi ollut pienen vastaajajoukon takia huono.

Kyselyä testattiin useampien sekä vanhempien että nuorempien henkilöiden kanssa erilaisten mahdollisten epäselvyyksien karsimiseksi. Tarkoituksena oli luoda kysely, johon vastaaminen olisi monenlaisille ihmisryhmille helppoa. Testaamisesta huolimatta jotkut kysymykset ovat saattaneet olla osin epäselviä ja avoimien kysymysten olisi pitänyt olla yksinkertaisempia. Avoimissa kysymyksissä oli paikoitellen paljon vastauksia, jotka eivät suoraan liittyneet kysymykseen.

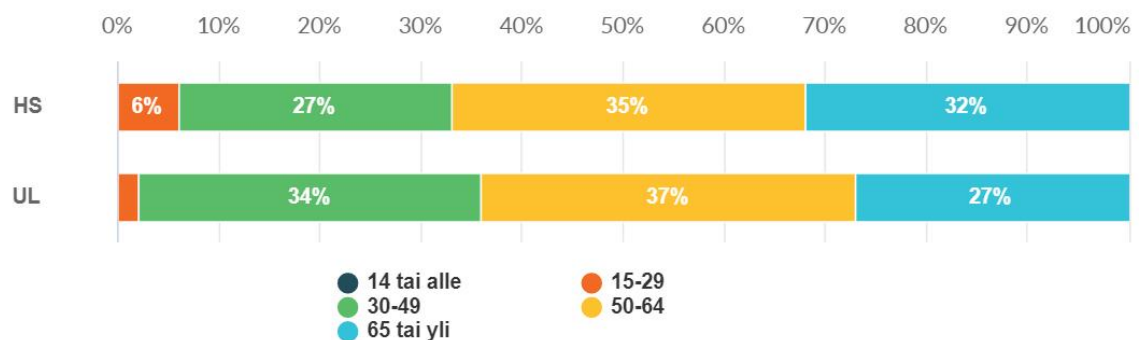
4 KYSELYN TULOKSET

Vastaajia oli yhteensä 181. Kyselyn pituuden takia pakolliseksi kysymykseksi määritin ainoastaan kysymyksen, jonka perusteella vastaajat jaettiin joko Hollolan Sanomien (HS) tai Uuden Lahden (UL) lukijoiksi. Kysymyksiin ja niiden yksittäisiin kohtiin vastaajien ihmisten määrä ei ole vakio, jonka takia vastaajien määrät ilmoitetaan jokaisen kysymyksen kohdalla erikseen.



Kuvio 1. Vastaajien sukupuoli. HS (n=85) ja UL (n=96).

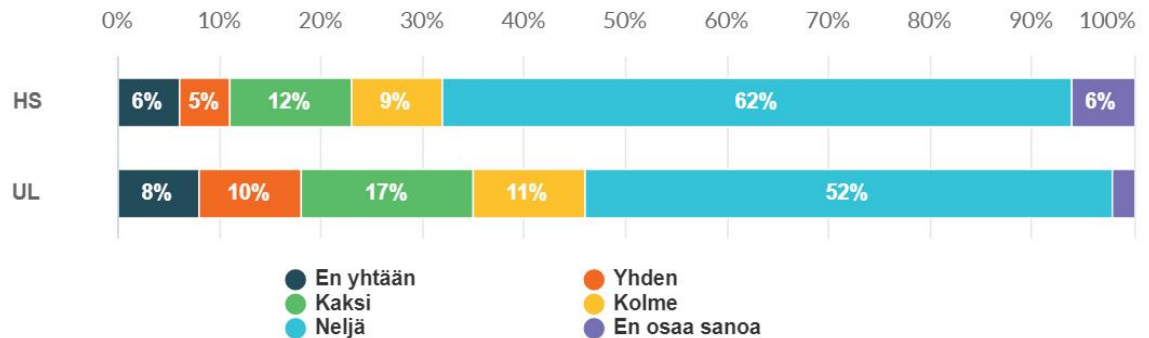
Suurin osa kyselyn vastaajista oli naisia. Hollolan Sanomimien vastaajista jopa kaksi kolmasosaa oli naisia.



Kuvio 2. Vastaajien ikä. HS (n=85) ja UL (n=95).

Vastaajien ikäjakauma painottui vahvasti yli kolmeen kymmeneen (Kuvio 2). Alle 15-vuotiaita vastaajia ei ollut lainkaan ja 15–29-vuotiaita oli yhteensä vain seitsemän. 65-vuotiaista tai vanhemmista naisia oli 47 %, 50–64-vuotiaista 57 %, 30–49-vuotiaista 65 % ja 15–29-vuotiaista täydet 100 %.

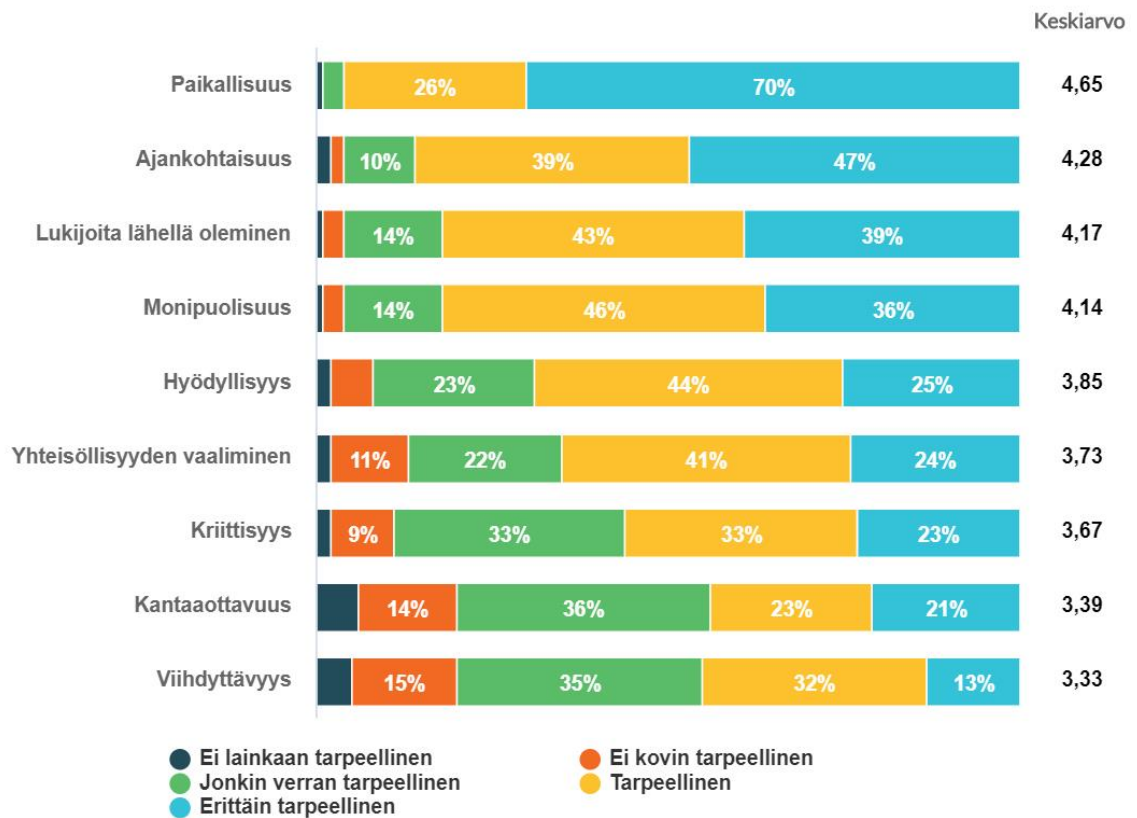
Suurin osa vastaajista asui Lahdessa, Hollolassa tai niiden ympäristökunnissa. Vastaajia oli myös kauempaakin, esimerkiksi Varkaudesta, Tampereelta ja Kuopiosta.



Kuvio 3. Kuinka monta lehteä vastaaja on lukenut ainakin osittain edellisistä neljästä Hollolan Sanomien tai Uuden Lahden lehdistä. HS (n=85) ja UL (n=94).

Molempien lehtien vastaajista yli puolet olivat lukeneet kaikkia edellisen kuukauden aikana julkaistuja lehtiä (Kuvio 3). Vastaajien lukuaktiivisuus heijastelee aiempia lukijatutkimuksia. Vuonna 2014 Hollolan Sanomien vastaajista 97 prosenttia oli lukenut vähintään yhtä lehteä kuukauden aikana ja Uuden Lahden lukijoista 95 prosenttia.

4.1 Lehden sisältö



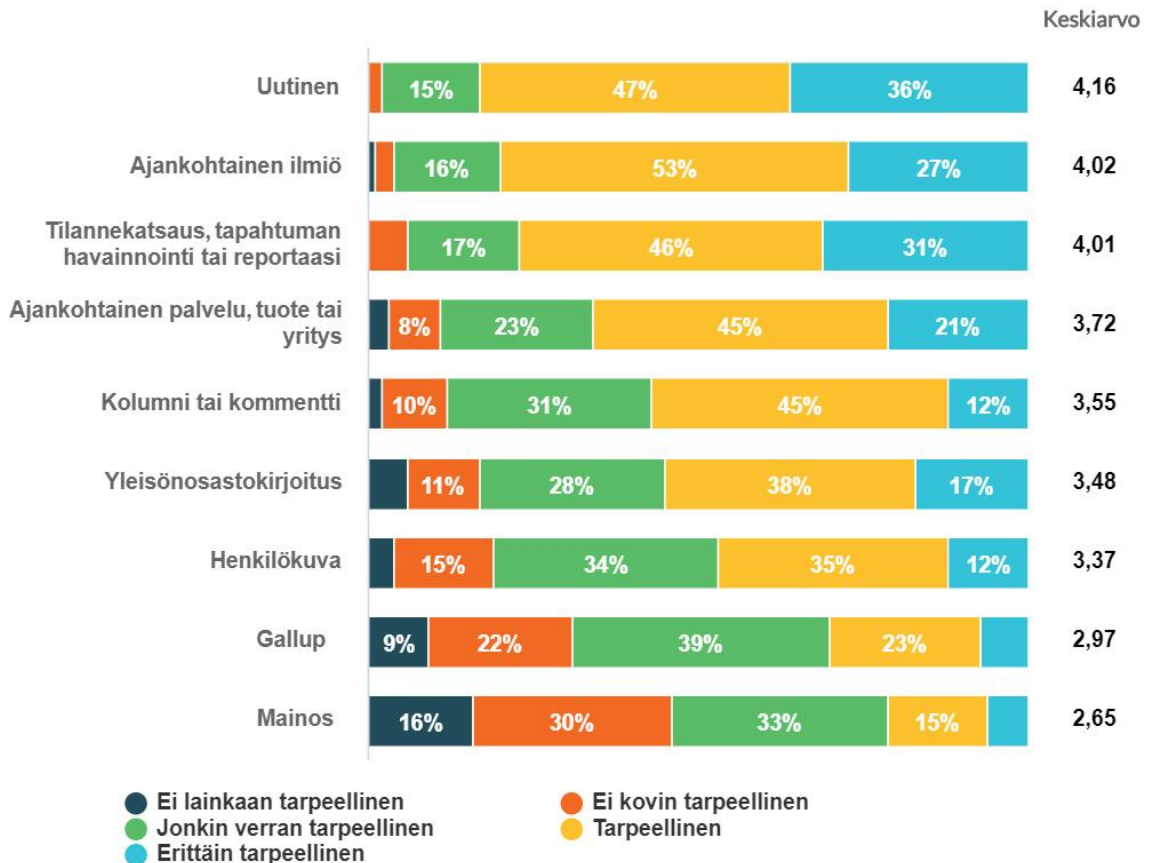
Kuvio 4. Tärkeiksi koetut ominaisuudet. (n=171–176)

Paikallisuus, ajankohtaisuus, lukijoita lähellä oleminen ja monipuolisuus koettiin tärkeimmiksi ominaisuuksiksi (Kuvio 4). Edellisissä lukijatutkimuksissa paikallisuus, ajankohtaisuus ja lukijoita lähellä oleminen olivat kolme eniten molempiin lehtiin assosioitua ominaisuutta (Tietoykkönen 2014a, 2014b).

Hollolan Sanomien ja Uuden Lahden lukijat mukailevat pääosin toisiaan, mutta profiloitumiserot lehdissä nousevat esiin kriittisyydessä ja kantaaottavuudessa. Uuden Lahden lukijoista kriittisyyttä piti erittäin tarpeellisena tai tarpeellisena 62 % ja kantaaottavuutta 56 %, kun ei lainkaan tai ei kovin tarpeellisena niitä pitivät 10 % ja 12 %. Hollolan Sanomien vastaavat luvut olivat 50 % ja 30 % sekä 12 % ja 28 %. Viihdyttävyyttä Uuden Lahden lukijoista piti erittäin tarpeellisena tai tarpeellisena 51 % ja ei lainkaan tai ei kovin tarpeellisena 18 %, kun Hollolan Sanomien vastaavat luvut olivat 39 % ja 22 %.

Kysymyksen yhteydessä oli avoin kysymys, johon vastaajat (n=49) saivat vastata kokevatko he tarpeettomaksi tai tarpeelliseksi jonkun muun asian. Kysymyksessä ilmeni kaksi

ongelmaa. Kyselyn ensimmäisenä avoimena kysymyksenä tähän vastattiin usein täysin kysymyksen ohi. Lisäksi vastauksissa ei aina kerrottu, että vastattiinko tarpeelliseksi tai tarpeettomaksi koettuja asioita. Mikään teema ei noussut muiden yli, mutta mainintoja vastaajilta saivat avoimuus, neutraalius ja kyseenalaistaminen: ”tärkeää on katsoa asioita mahdollisimman neutraalisti ja tuoda se esiin juttua kirjoittaessa”.



Kuvio 5. Tärkeiksi koetut juttutyypit. (n=172–176)

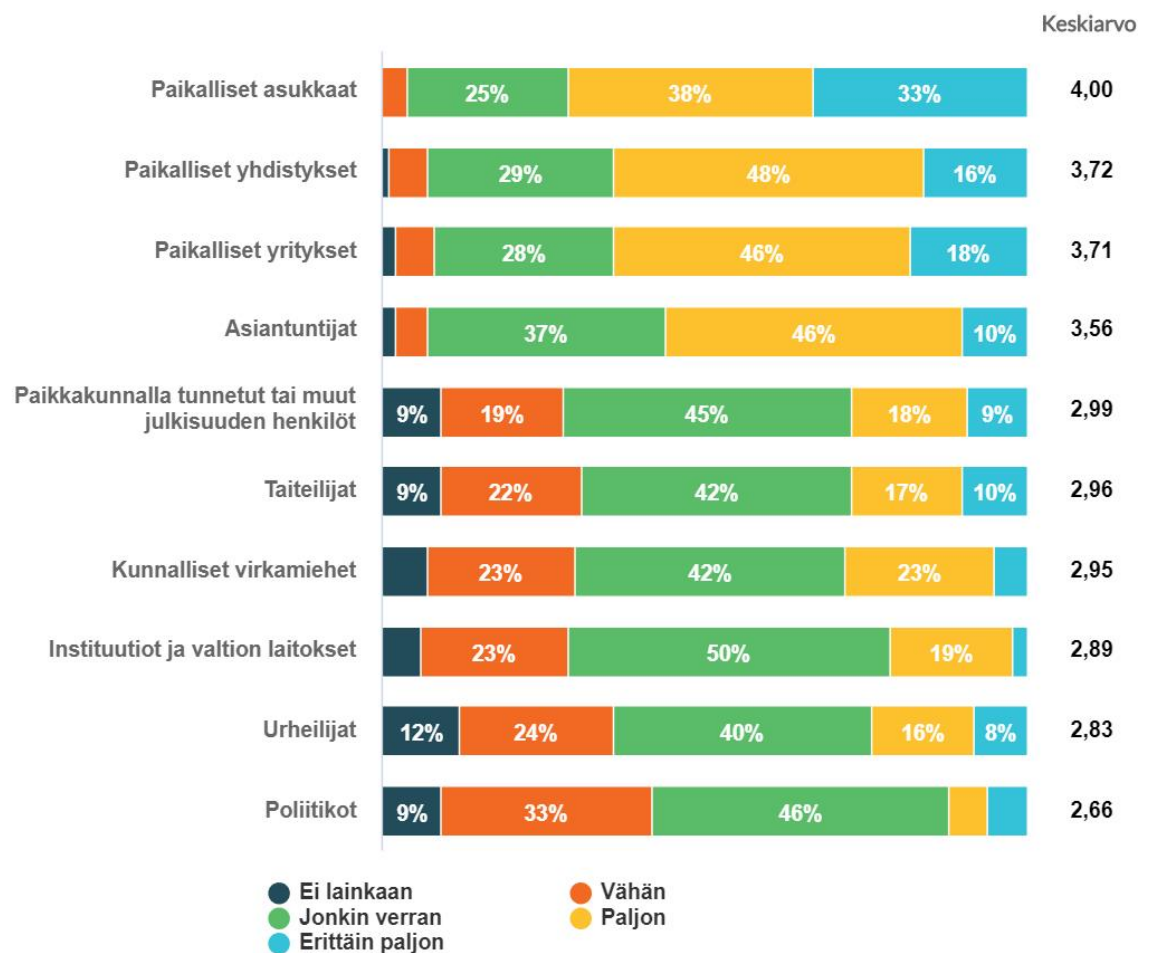
Kuviossa 5 perinteiset journalistiset juttutyypit kuten uutinen, reportaasi ja ajankohtainen ilmiö koettiin tärkeiksi. Gallupeita ja mainoksia pidettiin vähiten tärkeinä. Vanhoihin lukijatutkimuksiin verrattuna (Tietoykkönen 2014a; 2014b) tulos oli loppupään osalta yllättävä. Niissä gallupit ja henkilökuvat olivat molemmissa lehdissä luetuimpien vakiojuttujen kolmen kärjessä vielä viisi vuotta sitten.

Lehtien välille eroja muodostui eniten kohdassa kolumni tai kommentti, jossa Uuden Lahden profiloituminen kantaaottavuuteen näkyy. Uuden Lahden lukijoista kolumneja tai kommentteja piti tarpeellisena tai erittäin tarpeellisena 63 % ja ei lainkaan tai ei kovin tarpeellisena 9 %. Hollolan Sanomien vastaavat tulokset olivat 49 % ja 16 %. Kohdassa

ajankohtainen ilmiö suurin ero tuli siitä, että sitä piti erittäin tarpeellisena Uuden Lahden lukijoista 34 % ja Hollolan Sanomien lukijoista 19 %.

Pidin kysymystä sikäli hankalana, että keskimääräinen lukija ei välttämättä hahmota eri journalistisia juttutyyppejä. Tämä saattaa osittain selittää henkilökuvan ja mainoksen tuloksien eroa vanhoihin lukijatutkimuksiin. Tästä oli myös avoin kysymys, jonka vastauksissa (n=28) ongelma näkyi. Kuten edellisessä avoimessa kysymyksessä, tässäkin ei noussut mitään merkittävästi esille. Henkilökuvat paikallisista sekä tavallisten ihmisten haastattelut mainittiin positiivisina asioina. Lisäksi yleisönosastokirjoituksia vastusti yksi henkilö, ”yleisönosaston merkittävyys laskee siitä syystä, että kirjoittajana melkein joka toisella jutulla samat nimet”, ja toinen puolusti:

Olisi hienoa nähdä enemmän juttuja, jotka aktivoivat keskustelua ja voisi syntyä jonkinasteista interaktiivisuutta, mitä välillä näkee mielipide-palstalla, kun ihmiset tuovat esiin asiaa eri näkökulmista.

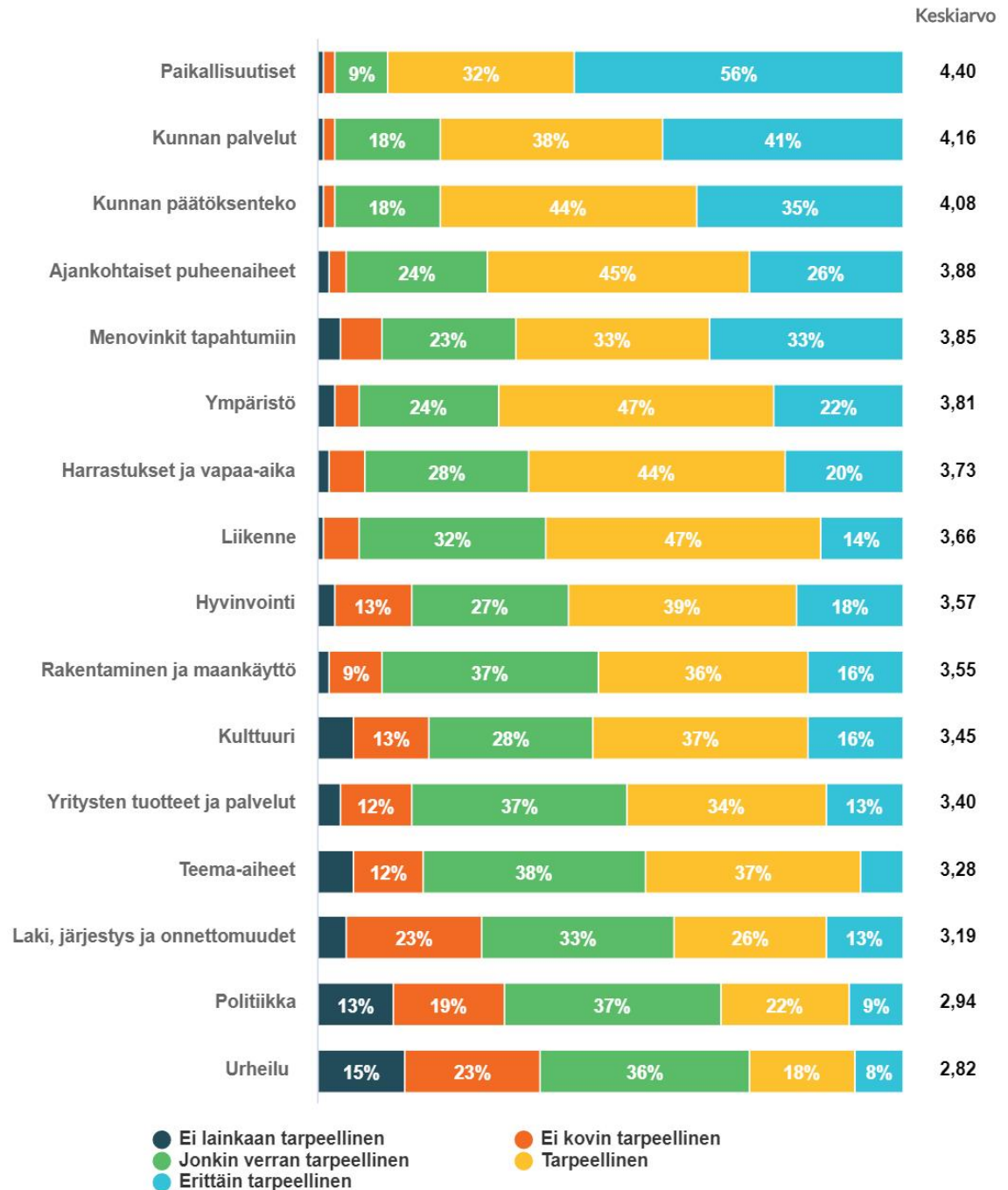


Kuvio 6. Kuinka paljon eri ryhmien tulisi saada näkyvyyttä lehdessä. (n=174–178)

Kuviossa 6 paikallisuus korostuu myös tämän kysymyksen vastauksissa. Paikallisille yhdistyksille, asukkaille ja yrityksille toivottiin eniten näkyvyyttä. Poliitikoille toivottiin vähiten tilaa lehdestä, eikä urheilijoita, kunnallisia virkamiehiä tai instituutioita ja valtion laitoksia arvostettu korkealle muihin verrattuna. Hollolan Sanomiin verrattuna Uuden Lahden vastaajat halusivat enemmän näkyvyyttä paikkakunnalla tunnetuille tai muille julkisuuden henkilöille. Uuden Lahden vastaajista erittäin paljon tai paljon näkyvyyttä tälle ryhmälle toivoi 32 % ja ei lainkaan tai vähän vastasi 24 %. Hollolan Sanomien vastaavat luvut olivat 23 % ja 32 %.

Avoimessa kysymyksessä Hollolan Sanomien vastaajat (n=31) toivoivat lisää näkyvyyttä muun muassa nuorille, vanhuksille, harrastajille ja ylipäätensä paikkakunnan omalle väelle. Esimerkiksi: "Kuntalaiset junioriurheilijat ja harrastajat. Tietoa eri lajeista ja niiden harrastajista." Myös: "Vanhuksista lisää juttuja: haastatteluja, joissa tallennetaan Hollolan paikallishistoriaa."

Uuden Lahden vastaajat toivoivat erityisesti juttuja tavallisista paikallisista ihmisistä: "tavalliset kansalaiset kuviin ja haastateltaviksi!"



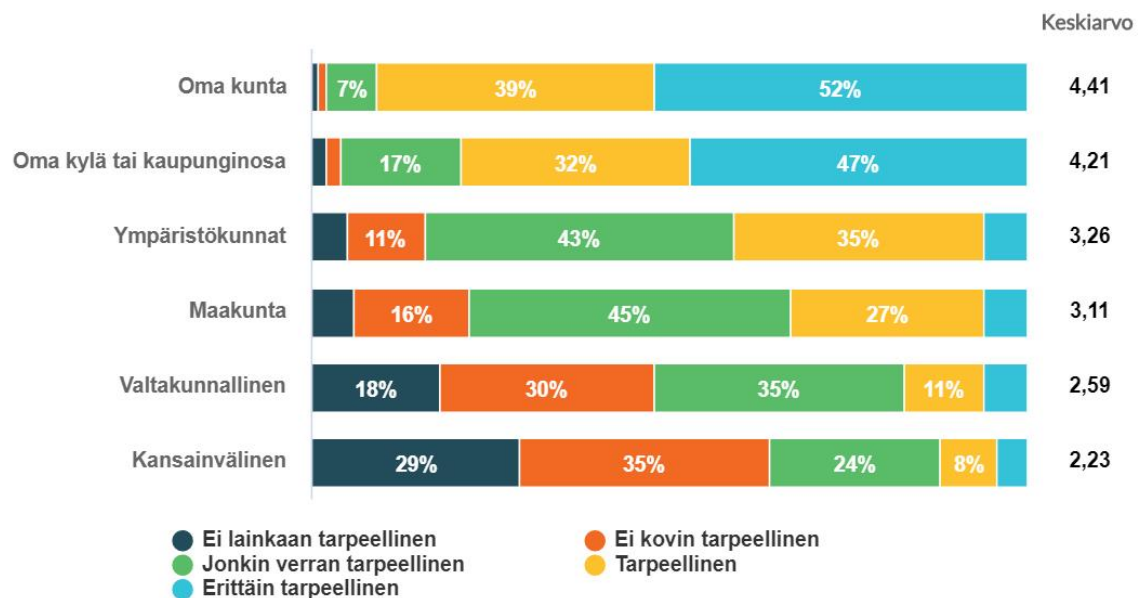
Kuvio 7. Aihealueiden tarpeellisuus. (n=174–178)

Aihealueiden vertailussa paikallisuus on jälleen ylitse muiden (Kuvio 7). Myös kunnan palvelut ja päätöksenteko kiinnostivat vastaajia. Urheilu ja politiikka löytyvät joukon häniltä. Poliitikan tuloksessa mielenkiintoista on se, että tiiviisti politiikkaan sidoksissa olevat kunnan palvelut ja päätöksenteko kuitenkin kiinnostavat vastaajia erittäin paljon. Toisaalta on mahdollista, että vastausaikana ovella kolkuttaneet vaalit ovat aiheuttaneet

politiikkaähkyä vastaajille. Mahdollista on sekin, että politiikka yhdistettiin poliitikoihin, joille kyselyn vastauksissa toivottiin eri ihmisryhmistä kaikkein vähiten käsittelyä lehtien sivuille (Kuvio 6).

Vähintään tarpeellisina Uuden Lahden vastaajista ajankohtaisia puheenaiheita piti 75 % ja ei lainkaan tai ei kovin tarpeellisina 2 %. Hollolan Sanomien lukemat olivat 66 % ja 10 %. Politiikassa vastaavat lukemat olivat Uuden Lahden osalta 36 % ja 26 % sekä Hollolan Sanomien vastaajien 25 % ja 39 %. Hollolan Sanomien lukijat olivat kiinnostuneempia hyvinvoinnista: 61 % piti sitä vähintään tarpeellisena ja 8 % ei lainkaan tai ei kovin tarpeellisena. Uuden Lahden vastaavat luvut olivat 53 % ja 22 %.

Avoimessa kysymyksessä (n=12) mainintoja saivat luontokuvat, paikallisasiheet, palstaviljely ja liikenne.

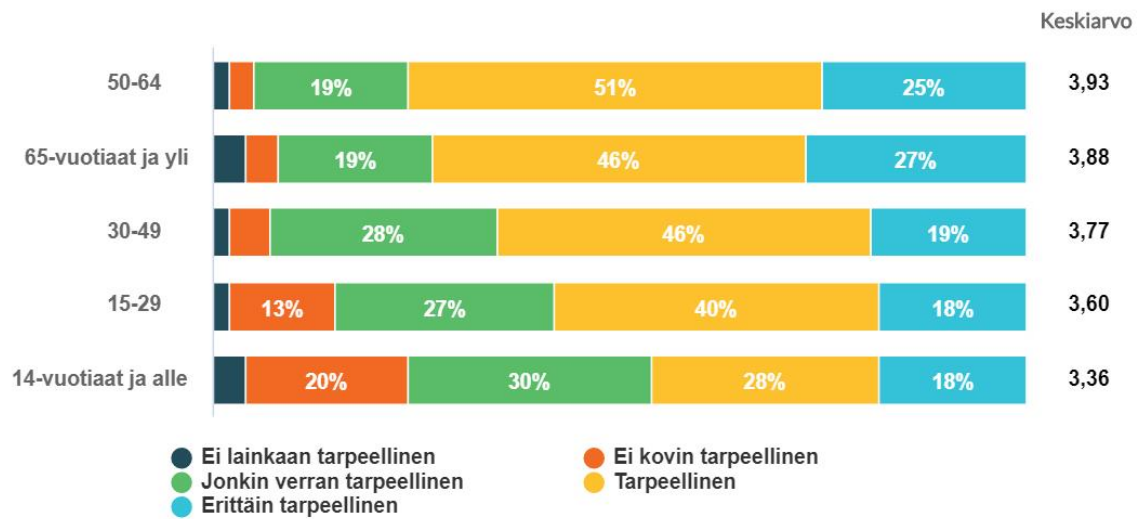


Kuvio 8. Aiheiden maantieteellisen läheisyyden merkitys. (n=172–176)

Aiemmassa Ojajärven (2014) raportissa ja tämän kyselyn vastauksissa (Kuvio 4; 6; 7) paikallisuuden tärkeys on noussut esiin, eikä tämä kysymys tuottanut poikkeusta. Oma kunta, kylä tai kaupunginosa olivat vastaajien mukaan kaikkein tarpeellisimpia (Kuvio 8). Mitä kauemmas paikallisuudesta mentiin, sitä vähemmän tarpeelliseksi vaihtoehdot miellettiin.

Hollolan Sanomien vastaajat pitivät ympäristökuntien käsittelyä tärkeämpänä. 45 % piti ympäristökuntien asioita vähintään tarpeellisena ja 12 % korkeintaan ei kovin tarpeellisena. Uuden Lahden vastaajista 37 % piti sitä vähintään tarpeellisena ja 20 % ei lainkaan

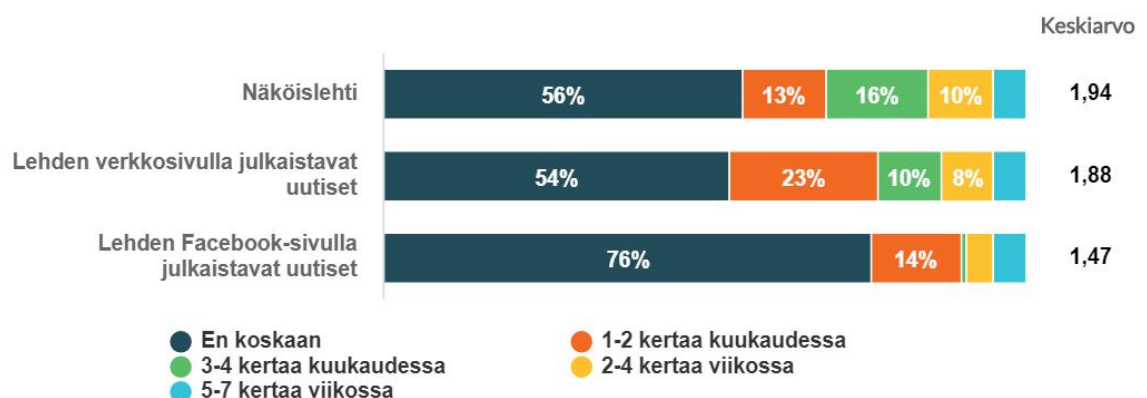
tai ei kovin tarpeellisenä. Eroa voi selittää se, että Lahti on asukasluvultaan selvästi Hollolaa suurempi.



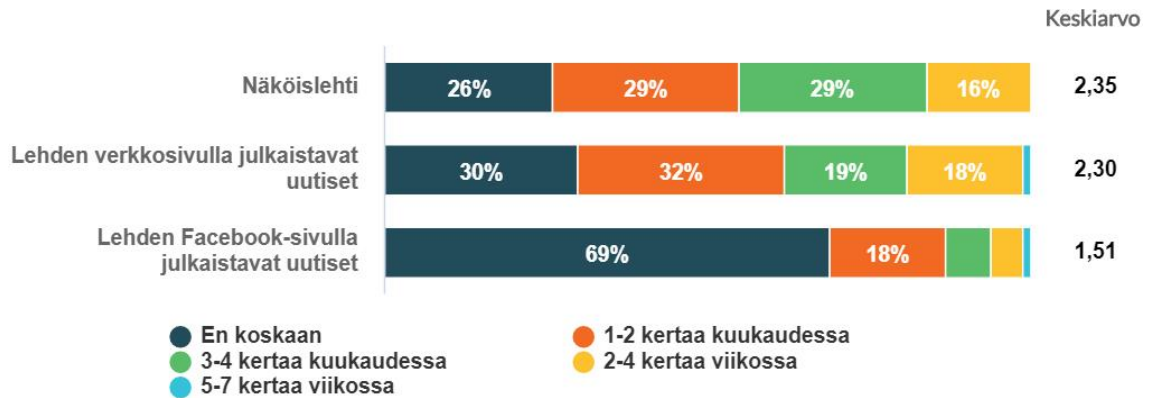
Kuvio 9. Eri ikäryhmiä koskevien aiheiden tärkeys. (n=171–176)

Vähiten tärkeinä pidettiin niitä ikäryhmiä koskevia aiheita, joiden vastaajiakin oli selvästi muita vähemmän (Kuvio 9). Toisaalta asian voi nähdä niinkin, että vaikka alle 30-vuotiaita vastaajia oli yhteensä vain seitsemän, näitä ryhmiä pidettiin silti melko tärkeinä. Lehtien välillä ei ollut merkittäviä eroja.

4.2 Verkkosisällöt



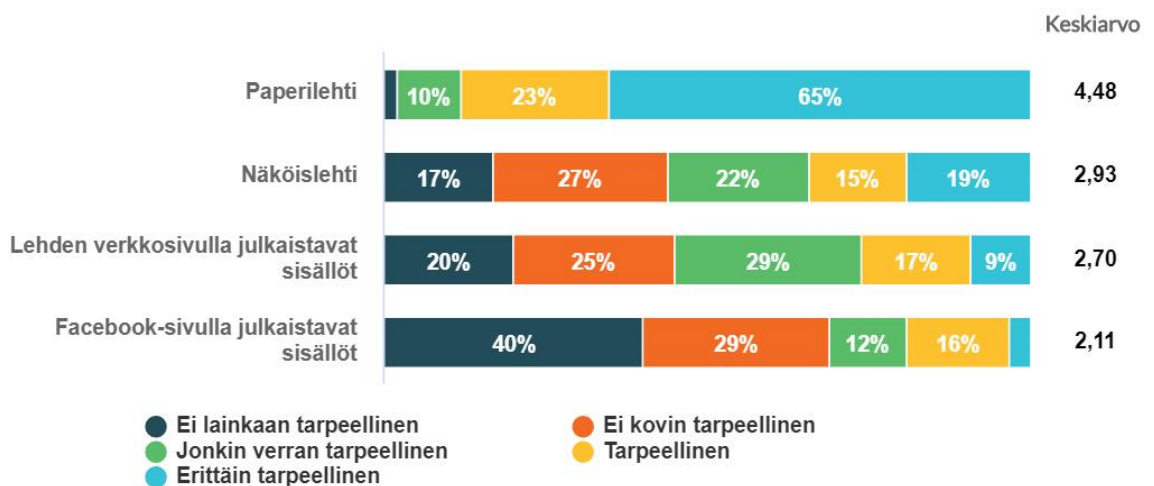
Kuvio 10. Kuinka usein Hollolan Sanomien (Seutunelosten) verkkosisältöjä luetaan keskimäärin. (n=81–82)



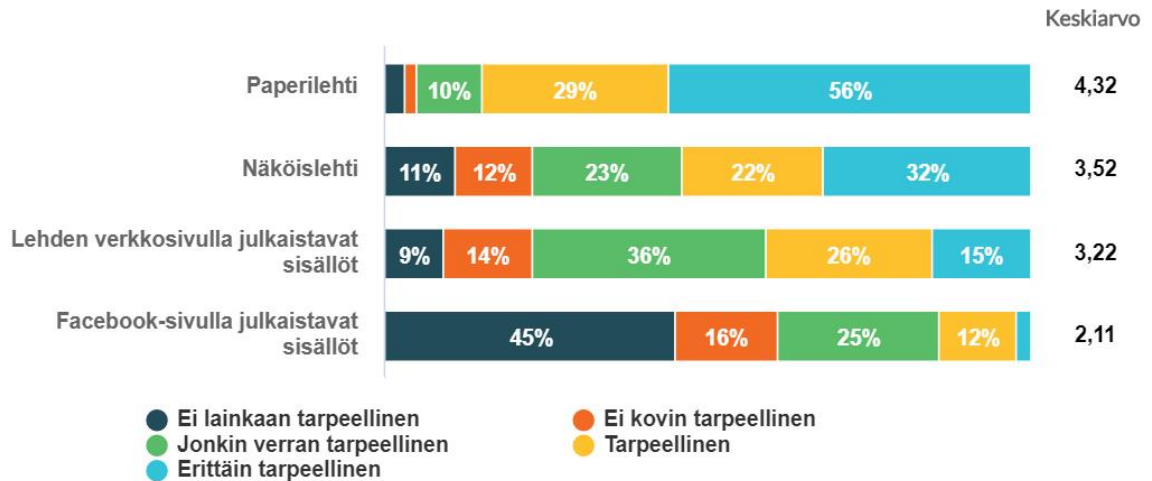
Kuvio 11. Kuinka usein Uuden Lahden verkkosisältöjä luetaan keskimäärin. (n=87–93)

Vastaajat eivät ole lukeneet lehtien verkkosisältöjä kovinkaan usein (Kuvio 10; 11). Syynä luultavasti on osittain se, että kuten päätoimittajat ovat kertoneet, verkkosisältöihin ei ole käytettävissä paljoakaan resursseja (Berg 2019; Hakala 2019). Tulos saattaisi olla toisenlainen, jos verkkosisältöihin olisi käytetty enemmän aikaa.

Hollolan Sanomien kohdalla jopa yli puolet vastanneista ei ole koskaan lukenut näköislehteä, verkkosivulla julkaistuja uutisia tai Facebookissa julkaistuja uutisia. Osaltaan eroja Hollolan Sanomien ja Uuden Lahden vastaajien välillä voi selittää lehtien erot verkkojulkaisumäärissä. Aikavälillä 1.1.2019–9.5.2019 Uuden Lahden verkkosivuilla on julkaistu 99 juttua. Näiden lisäksi löytyy 121 kolumnia tai kommenttia, joista suuri osa on peräisin lukijoilta. Seutunelosten verkkosivuilla, joissa Hollolan Sanomienkin aiheet julkaistaan, on ollut puolestaan 71 julkaisua samalla aikavälillä.

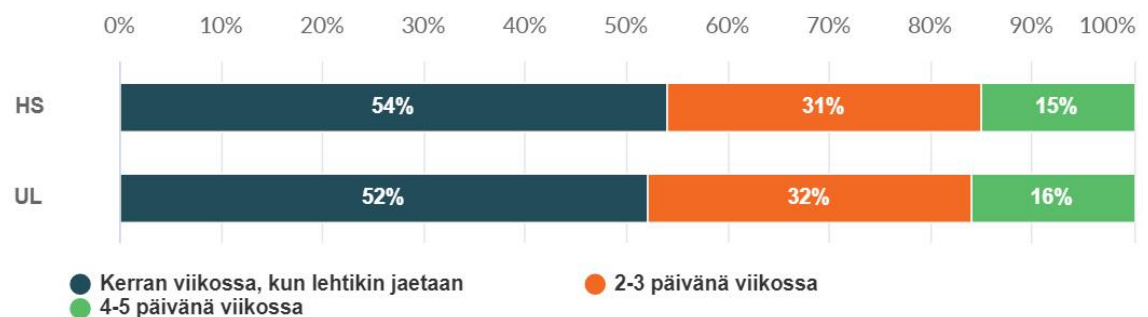


Kuvio 12. Hollolan Sanomien eri julkaisualustojen tärkeys. (n=81–83)



Kuvio 13. Uuden Lahden eri julkaisualustojen tärkeys. (n=89–91)

Suhteellisen vähäiset lukumäärät näkyivät myös verkkojulkaisualustojen koetussa tärkeydessä (Kuvio 12; 13). Perinteinen paperilehti nähtiin selvästi tärkeimpänä alustana näköislehden ollessa suosituin verkkoalusta. Edellisen kysymyksen tuloksia heijastellen Hollolan Sanomien vastaajat pitivät verkkoalustoja vähemmän tärkeinä kuin Uuden Lahden vastaajat. Yli 60 % molempien lehtien vastaajista piti Facebook-julkaisuja ei lainkaan tarpeellisina tai ei kovin tarpeellisina.



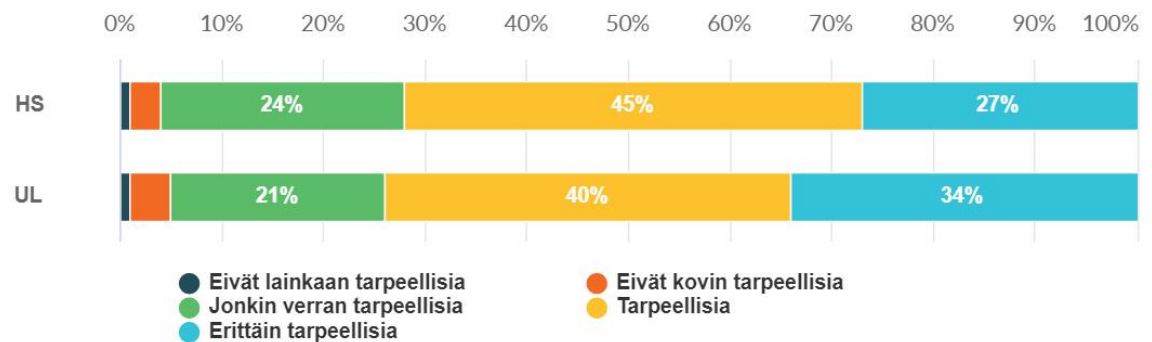
Kuvio 14. Kuinka usein verkossa pitäisi julkaista sisältöä. HS (n=81) ja UL (n=92).

Enemmistö molempien lehtien vastaajista piti riittävänä, että verkossa julkaistaisiin sisältöä vain kerran viikossa (Kuvio 14). Vastaajien vähäinen verkkosisältöjen lukuaktiivisuus luultavasti selittää osittain tätä tulosta. Esimerkiksi näköislehteä ei koskaan lukevista (n=68) 60 % piti kertaa viikossa riittävänä, kun 2–4 kertaa viikossa näköislehteä lukevista (n=22) vain 27 % oli tyytyväisiä verkkosisällön julkaisuun kerran viikossa.

Verkko-osion päätteeksi vastaajilta kysyttiin avoimena kysymyksenä, millaista sisältöä he haluaisivat verkkoon (n=26). Yleisimpänä teemana joka neljäs vastaaja painotti

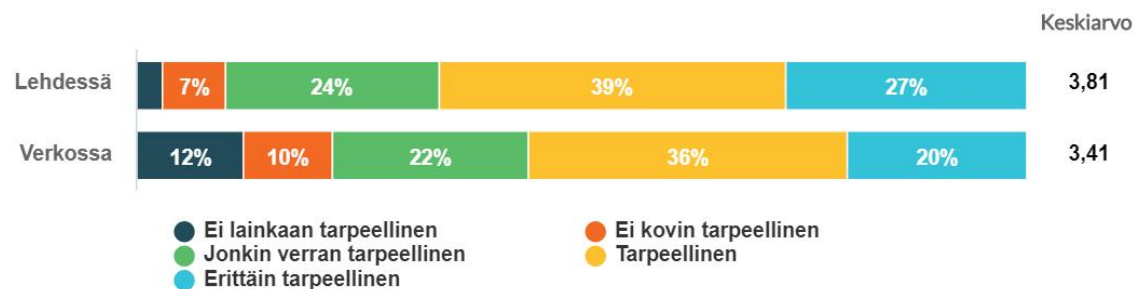
jollain tavalla paikallisuuden tärkeyttä, esimerkiksi ”enemmän paikallista, vähemmän yleishömpää”. Myös ajankohtaisuutta pidettiin tärkeänä. Osa vastaajista korosti, etteivät he lue verkkosisältöjä, ”käyttäkö joku oikeasti jotain facebookkia, yök”. Mainintoja saivat myös hupailut, harrastukset, henkilökuvat, interaktiivisuus ja lukijoiden valokuvat.

4.3 Videot ja kuvat



Kuvio 15. Kuvien tarpeellisuus. HS (n=82) ja UL (n=91).

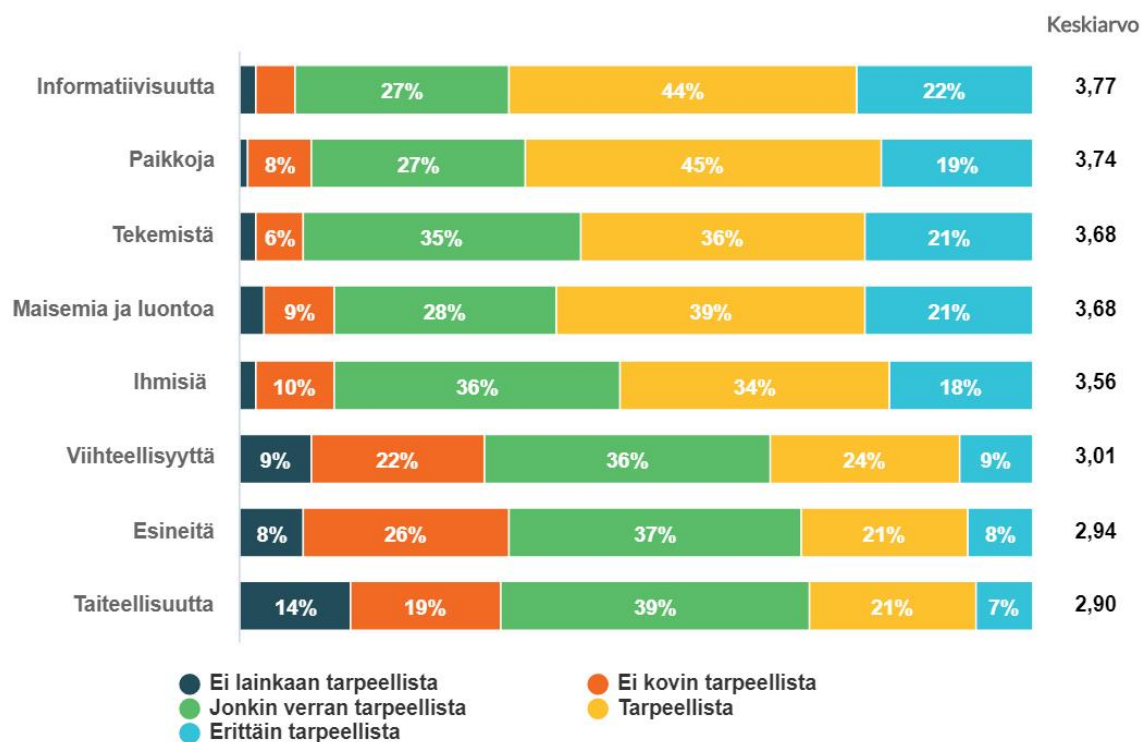
Kuten Kuvio 15 näkee, kuvat koettiin oleellisiksi uutisten komponenteiksi. Yli 70 % molempien lehtien vastaajista piti valokuvia tarpeellisina tai erittäin tarpeellisina.



Kuvio 16. Kuvapainotteisten juttujen tarpeellisuus. (n=169–178)

Ehkä yllättäen kuvapainotteiset jutut koettiin tärkeämmäksi lehdessä kuin verkossa, vaikka verkossa niiden toteuttaminen on tilarajoitteiden puuttumisen takia helpompaa (Kuvio 16). Lehtien välillä ei ollut merkittäviä eroja.

Tämän kysymyksen kohdalla olisi voinut olla perusteltua määritellä tarkemmin, mitä kuvapainotteisella jutulla käytännössä tarkoitetaan. Ehkä olisi ollut myös syytä luoda useampi eri vaihtoehto, esimerkiksi 3–5 kuvaa ja yli 5 kuvaa.

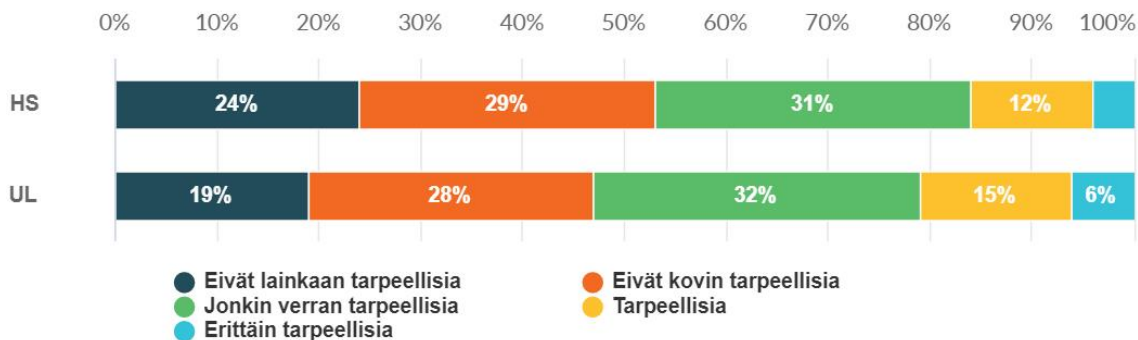


Kuvio 17. Mitä kuvissa halutaan nähdä. (n=171–176)

Journalistisiin kuviin perinteisesti liitetyt ominaisuudet olivat vastauksissa vahvoilla (Kuvio 17). Viihteellisyydelle, esineille ja taiteellisuudelle nähtiin vähemmän tarvetta.

Uuden Lahden vastaajat pitivät jokaista asiaa esineitä lukuun ottamatta tarpeellisempina kuin Hollolan Sanomien vastaajat. Tekemistä, paikkoja, viihteellisyyttä ja informatiivisuutta Uuden Lahden vastaajista piti vähintään tarpeellisena 63 %, 72 %, 38 % ja 74 %. Hollolan Sanomien vastaajista niitä vähintään tarpeellisena piti 50 %, 56 %, 27 % ja 56 %.

Avoimessa kysymyksessä tiedusteltiin, haluavatko vastaajat (n=14) nähdä kuvissa jotain muuta. Kaksi mainintaa saivat grafiikka, eläimet ja ilmakuvat. Yhden maininnan saivat julkikset, historia, luonto, ihmiset, eläimet, tarinat, piirroset, kauneuskilpailut, ruoat ja paikallisten taiteilijoiden kuvitus ja tilannekuvat tapahtumista.



Kuvio 18. Lyhyiden uutisiin liittyvien videoiden tarpeellisuus verkossa. HS (n=82) ja UL (n=93).

Likimain viisikymmentä prosenttia molempien lehtien lukijoista pitivät videoita vähintään jonkin verran tarpeellisina (Kuvio 18). Videot koettiin Facebook-sisältöjä tarpeellisemmiksi, vaikka videomateriaalia tuotetaan kummassakin lehdessä hyvin vähän verrattuna muuhun verkkomateriaaliin ja Facebook-julkaisuihin.

Vastaajilta (n=33) kysyttiin lisäksi avoimella kysymyksellä, millaiset videot heitä ylipääntänsä kiinnostaisivat. Lyhyys ja tapahtumat olivat suosituimpia vastauksia neljällä maininnalla. Kolme vastaajaa toivoi urheiluvideoita, henkilöhaastatteluita ja luontovideoita.

Kyselyn päätteeksi vastaajilta (n=51) kysyttiin, miten Hollolan Sanomat tai Uusi Lahti voisivat heidän mielestään kehittyä. Suurimmat lukijoiden huolenaiheet liittyivät lehtien jakelun säännöllisyyteen kolmellatoista maininnalla, eikä niinkään itse lehtien laatuun. Hollolan Sanomien vastaajista neljä korosti paikallisuutta, ”mahdollisimman paljon paikallisuuden kannustamista ja tapahtumiin osallistumista. Kolme toivoi paksumpaa lehteä, ”tulla paksummaksi tai isommaksi, ilmestyä kaksi kertaa viikossa”. Kolmelta Hollolan Sanomien vastaajalta tuli ruusuja, ”lehti on tällä hetkellä ihan kivaa luettavaa ja aiheet ovat olleet hyviä”.

Uudelle Lahdelle kiitosta antoi neljä vastaajaa, esimerkiksi: ”Teette lehteä ammattimaisesti ja välillä pilke silmäkulmassa. Jatkaa samaa rataa!” Paikallisuus korostui kolmessa Uuden Lahden lukijan vastauksessa, ”paikallisuus etukenossa”.

5 POHDINTA

Lukijakyselyn valossa on perusteltua sanoa, että paikallisuus on kaupunkilehden elinehto. Paikallisuus on tärkeä ominaisuutena (Kuvio 4), se on tärkeää jutuissa näkyvissä henkilöissä (Kuvio 6) ja se on tärkeää myös uutisaiheena (Kuvio 7). Kuten yksi vastaaja tiivistä asiaan: ”paikallisuus, paikallisuus, paikallisuus”. Kaupunkilehtien toivotaan keskittävän paikallisuuteen ja jättävän etenkin valtakunnalliset ja kansainväliset aiheet takalalle (Kuvio 8). Sekä Hollolan Sanomien että Uuden Lahden omien toimitusten tuottamassa sisällössä on hyvin vahva paikallisuusfokus. Osa vastaajista kuitenkin toivoi vielä enemmän paikallisuutta. Tähän on todennäköisesti syynä se, että lehtien sisältö ei ole kokonaan lehtien toimittajien omaa tuotantoa, vaan joukossa on myös materiaalia muualta. Kuten vastaajien toivoman lisäsisällön kanssa, näihin toivomuksiin voi olla hankalaa vastata ilman suurempia resursseja.

Kaisa Hynysen (2012, 33–34) tutkielmassa selvitettiin sanomalehti Forssan Lehden lukijoiden nettikäyttäytymistä 90 vastaajan kyselyssä. Enemmistö kävi lehden verkkosivulla seuratakseen paikallisia uutisia ja paikallinen tapahtuma tai uutinen sekä mielenkiintoinen otsikko olivat yleisimpiä syitä klikata uutinen auki. Markus Pakala (2018, 16) on selvittänyt opinnäytetyössään Turun Sanomien maksullisten verkkosisältöjen käyttöä. Yli tuhannen vastaajan kyselyssä vastaajien lukemista TS+ -jutuista 42 % liittyi Turkuun, kun Varsinais-Suomen osuus oli 34 % ja Suomen 24 %. Paikallisuus näkyy olevan erittäin tärkeää kaupunkilehdille, mutta sillä vaikuttaa olevan merkityksensä myös muillekin lehdille, kuten suuremmalle maakunnalliselle lehdelle.

Tämän opinnäytetyön kyselyyn vastanneet pitivät paperilehteä erittäin tärkeänä, mutta käänteisesti verkkoalustat koettiin vähemmän kriittisiksi (Kuvio 12). Tämä näkyi myös vastaajien vähäisissä verkkosisältöjen lukumäärissä (Kuvio 10; 11). Yksi Hollolan Sanomien vastaaja oli kommentoinut verkkosisältöjä seuraavasti: ”pitäisi olla todella ajankohdasta asiaa ja tunnettuus sellaisen toimittajana, jotta edes tulisi seurattua kaiken mediassa seassa”. Tässä kiteytyy verkkosisältöjen ongelma. Voidaanko verkkosisältöjen suosiolle odottaa kasvua, jos niihin ei panosteta enemmän ja huolehdita niiden säännöllisyydestä? Kannattaako niihin edes panostaa rajallisten resurssien takia?

Vaikka suurin osa vastaajista piti lähinnä paperilehteä tärkeänä, miten on asia tulevaisuudessa? Yli viidentuhannen vastaajan tutkimuksessa kartoitettiin eri ikäryhmien me-

diankäyttöä. Alle 25-vuotiailla internetin osuus oli 230 minuuttia päivässä, kun painettujen sanoma- ja aikakauslehtien osuus oli 16 minuuttia. Yli 44-vuotiailla kyseiset osuudet olivat 120 minuuttia ja 37 minuuttia. (CCS Finland 2018). 2010-luvulla painettujen sanoma- ja aikakauslehtien lukeminen on vähentynyt vuosi vuodelta, mutta ne ovat yhä tietokonetta, matkapuhelinta ja tablettia suositumpia. Matkapuhelimet ja tabletit ovat kuitenkin kasvattaneet paljon osuuttaan tällä vuosikymmenellä. (Kantar TNS 2018). Vastaaajien vähäiset lukumäärät verkossa (Kuvio 10) eivät välttämättä ole juuri tällä hetkellä ongelma kaupunkilehdille, mutta ne saattavat olla sitä tulevaisuudessa.

Yli 70 % molempien lehtien vastaajista piti valokuvia vähintään tarpeellisina (Kuvio 15) ja suurimman osan mielestä kuvapainotteisilla jutuilla on paikkansa (Kuvio 16). Vaikka kummassakaan lehdessä ei ole ammattikuvaajia, koetaan kuvat kuitenkin tärkeiksi lisäyksiksi juttuihin. Vastauksissa korostuivat myös informatiivisuuden tärkeys kuvissa sekä taiteellisuudelle annettu vähäinen merkitys (Kuvio 17). Tulokset mukailevat lehtivalokuvausta tutkineen Ristimäen (2010, 62–63) teemahaastattelun havaintoja: journalistinen valokuva mielletään objektiiviseksi ja kuvien muuntelu kuuluu iltapäivälehtiin. Noin puolet vastaajista piti videoita ei lainkaan tai ei kovin tarpeellisina (Kuvio 18). Toisaalta Hollolan Sanomat ja Uusi Lahti ovat julkaisseet videoita hyvin vähän, joten videoiden tarpeellisuutta voisi pitää jopa yllättävän suurena. Ehkä videoilla voisi saada enemmän kävijöitä verkon puolelle, mutta videoidenkin tekeminen vaatii resursseja.

Yksi tämän opinnäytetyön tavoitteista oli tarjota toimeksiantajille informaatiota nuorten lukukäyttäytymisestä ja toiveista. Tästä ryhmästä vastaajia oli kuitenkin niin vähän, että analyysien tekeminen ei olisi ollut mielekästä. Mahdollisissa jatkoselvityksissä olisikin erittäin mielenkiintoista koittaa tavoittaa juuri nuorempi yleisö. Tähän kyselyyn vastanneet olivat pääosin aktiivisia lukijoita (Kuvio 3). Voisi olla hyödyllistä kuulla myös sellaisten henkilöiden mielteitä, jotka eivät jostain syystä lue kaupunkilehtiä. Verkkokyselytutkimuksen sijaan jokin muu tutkimusmenetelmä voisi olla parempi ratkaisu.

LÄHTEET

Berg, T. (2019). Päätoimittaja Tommi Bergin haastattelu sähköpostitse 13.3.2019. Lahti: Uusi Lahti.

CCS Finland (2018). *Median käyttö eri ikäryhmissä*. Viitattu 10.5.2019. Saatavilla: <https://media-kasvatus.fi/wp-content/uploads/2019/03/DDS-Mediankäyttö-ikäryhmittäin-2018.pdf>

Hakala, V. (2019). Päätoimittaja Ville Hakalan haastattelu sähköpostitse 20.3.2019. Lahti: Seutu-neluset.

Hynynen, K. (2012). *Verkkolukijatutkimus Forssan Lehdelle – yleisön toiveet Forssan Lehden verkkosivuille*. Opinnäytetyö. Viestinnän koulutusohjelma. Turku: Diakonia-ammattikorkeakoulu. Viitattu 10.5.2019. Saatavilla: https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/51667/Hynynen_Kaisa.pdf

Sanomalehtien Liitto (2018). *Mieluisimmat mainonnan kanavat*. Viitattu 10.5.2019. Saatavilla: <https://www.sanomalehdet.fi/sanomalehtitieto/mediamainonta/>

Kaartinen, K. (2009). *Kuinka pysäyttää lukijan vilkaisu – Uudenkaupungin Sanomien kuvien sisällön kehittäminen*. Opinnäytetyö. Viestinnän koulutusohjelma. Turku: Diakonia-ammattikorkeakoulu. Viitattu 10.5.2019. Saatavilla: https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/4968/Kaartinen_Katja.pdf

Kantar TNS (2019). *Kansallinen Mediatutkimus 2018 -raportti*. MediaAuditFinland. Viitattu 10.5.2019. Saatavilla: http://mediaauditfinland.fi/wp-content/uploads/2019/03/KMT_2018_lukija-maarat.pdf

Keskinen, J. (2012). *Kaupunkilehdet Suomessa*. Opinnäytetyö. Viestinnän koulutusohjelma. Satakunta: Satakunnan ammattikorkeakoulu. Viitattu 10.5.2019. Saatavilla: <https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/46854/Opinnaytetyo+Theseus+23.5.pdf?sequence=1>

MediaAuditFinland (2018). *75 % suomalaisista lukee painettua sanomalehteä tai aikakauslehteä joka viikko*. Viitattu 10.5.2019. Saatavilla: <http://mediaauditfinland.fi/75-suomalaisista-lukee-painettua-sanomalehteä-tai-aikakauslehteä-joka-viikko/>

Newman, N., Fletcher, R., Kalogeropoulos, A., Levy, D. & Nielsen, R. (2018). *Reuters Institute Digital News Report 2018*. Oxford: University of Oxford. Viitattu 10.5.2019. Saatavilla: http://www.medialiitto.fi/files/4493/Reuters_Institute_Digital_News_Report_2018.pdf

Ojajärvi, S. (2014). *Suomalainen paikallislehti – Perhealbumista journalismin uudistajaksi?* Raportti. Helsinki: viestinnän tutkimuskeskus CRC, Helsingin yliopisto. Viitattu 10.5.2019. Saatavilla: https://blogs.helsinki.fi/crc-centre/files/2014/04/suomalainen_paikallislehti_raportti.pdf

Ristimäki, J. (2010). *Lehtivalokuva kohtaa lukijan – Miten sanomalehden lukijat lukevat lehtikuvia ja antavat merkityksiä?* Pro gradu -tutkielma. Viestintätieteiden laitos. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto. Viitattu 10.5.2019. Saatavilla: <https://jyx.jyu.fi/bitstream/handle/123456789/26759/URN%3aNBN%3afi%3ajyu-2011041110615.pdf>

Ruotsalainen, H. (2018). *Facebook on edelleen ylivoimaisesti Suomen suurin sosiaalinen media..* Viitattu 10.5.2019. Saatavilla: <https://www.carat.com/fi/fi/uutiset/facebook-on-edelleen-ylivoimaisesti-suomen-suurin-sosiaalinen-media/>

Salo, A. (2015). *Kilpailija vai kirittäjä? – Case-tutkimus sosiaalisen median mahdollisuuksista osallistuvaan journalismiin alueellisissa sanomalehdissä*. Pro gradu -tutkielma. Viestintätieteiden laitos. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto. Viitattu 10.5.2019. Saatavilla:

<https://jyx.jyu.fi/bitstream/handle/123456789/46079/URN%3aNBN%3afi%3ajyu-201505272052.pdf>

Sanomalehtien Liitto (2019). Journalismi. Viitattu 10.3.2019. <https://www.sanomalehdet.fi/sanomalehtitieto/journalismi/>

Seutuneluset (2019). Seutunelosiin kuuluvat lehdet. Viitattu 10.5.2019. Saatavilla: <https://www.seutuneluset.fi>

Sinkko, A. (2012). *Imagotutkimus – Case: Uusi Lahti -kaupunkilehti*. Opinnäytetyö. Liiketalouden koulutusohjelma. Lahti: Lahden ammattikorkeakoulu. Viitattu 10.5.2019. Saatavilla: https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/39855/Sinkko_Anna.pdf

Smolander, M. (2011). *Kaupunkilehti mainonnan välineenä – Case: Vartti Itä-Uusimaa*. Opinnäytetyö. Liiketalouden koulutusohjelma. Lahti: Lahden ammattikorkeakoulu. Viitattu 10.5.2019. Saatavilla: https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/37140/Smolander_Mia.pdf

Tietoykkönen (2014a). *Hollolan Sanomat – Lukijatutkimus 2014*. Lahti: Mediatalo ESA.

Tietoykkönen (2014b). *Uusi Lahti – Lukijatutkimus 2014*. Lahti: Mediatalo ESA.

Kyselylomake

Sivu 1/5 - taustatiedot

1. Sukupuoli

- Nainen
- Mies
- Muu

2. Ikäryhmä

- 14 tai alle
- 15-29
- 30-49
- 50-64
- 65 tai yli

3. Kotikunta

4. Kumman lehden lukija olet ensisijaisesti? Vastaa jatkossa tämän lehden näkökulmasta kysymyksiin. *

- Hollolan Sanomat
- Uusi Lahti

5. Olen lukenut ainakin osittain edellisistä neljästä Hollolan Sanomien tai Uuden Lahden lehdistä

- En yhtään
- Yhden
- Kaksi
- Kolme
- Neljä
- En osaa sanoa

Sivu 2/5 - lehden sisältö

6. Kuinka tärkeiksi koet seuraavat ominaisuudet Hollolan Sanomissa tai Uudessa Lahdessa?

	Ei lainkaan tarpeellinen	Ei kovin tarpeellinen	Jonkin verran tarpeellinen	Tarpeellinen	Erittäin tarpeellinen
Ajankohtaisuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Paikallisuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hyödyllisyys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kriittisyys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kantaaottavuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Monipuolisuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Viihdyttävyyys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lukijoita lähellä oleminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Yhteisöllisyyden vaaliminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

7. Koetko tärkeäksi tai tarpeettomaksi jonkun muun asian? Minkä?

8. Millaiset juttutyypit koet tärkeiksi?

	Ei lainkaan tarpeellinen	Ei kovin tarpeellinen	Jonkin verran tarpeellinen	Tarpeellinen	Erittäin tarpeellinen
Yleisönosastokirjoitus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kolumni tai kommentti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tilannekatsaus, tapahtuman havainnointi tai reportaasi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Uutinen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Henkilökuva	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ajankohtainen ilmiö	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ajankohtainen palvelu, tuote tai yritys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gallup	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mainos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

9. Koetko tärkeäksi tai tarpeettomaksi jonkin muun juttutyypin? Minkä?

10. Kuinka paljon seuraavien ryhmien tulisi saada näkyvyyttä lehdessä?

	Ei lainkaan	Vähän	Jonkin verran	Paljon	Erittäin paljon
Poliitikot	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kunnalliset virkamiehet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Paikalliset yritykset	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Paikalliset yhdistykset	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Paikalliset asukkaat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Asiantuntijat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Taiteilijat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Paikkakunnalla tunnetut tai muut julkisuuden henkilöt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Instituutiot ja valtion laitokset	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Urheilijat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

11. Tarvitseeko jokin muu ryhmä vähän tai paljon näkyvyyttä lehdessä? Mikä?

Sivu 3/5 - lehden sisältö

12. Mitkä aihealueet koet tarpeellisiksi lehdessä?

	Ei lainkaan tarpeellinen	Ei kovin tarpeellinen	Jonkin verran tarpeellinen	Tarpeellinen	Erittäin tarpeellinen
Kunnan päätöksenteko	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kunnan palvelut	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ajankohtaiset puheenaiheet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Yritysten tuotteet ja palvelut	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menovinkit tapahtumiin	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Politiikka	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Paikallisuutiset	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Urheilu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Harrastukset ja vapaa-aika	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kulttuuri	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hyvinvointi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Liikenne	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Teema-aiheet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Laki, järjestys ja onnettomuudet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rakentaminen ja maankäyttö	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ympäristö	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

13. Onko jokin muu aihe tarpeeton tai tarpeellinen? Mikä?

14. Kuinka tärkeitä eri maantieteellisillä etäisyyksillä lukijasta olevat aiheet ovat?

	Ei lainkaan tarpeellinen	Ei kovin tarpeellinen	Jonkin verran tarpeellinen	Tarpeellinen	Erittäin tarpeellinen
Oma kylä tai kaupunginosa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Oma kunta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ympäristökunnat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Maakunta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Valtakunnallinen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kansainvälinen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

15. Kuinka tärkeitä eri ikäryhmiä koskevat aiheet ovat?

	Ei lainkaan tarpeellinen	Ei kovin tarpeellinen	Jonkin verran tarpeellinen	Tarpeellinen	Erittäin tarpeellinen
14-vuotiaat ja alle	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
15-29	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
30-49	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
50-64	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
65-vuotiaat ja yli	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Sivu 4/5 - verkkosisällöt

16. Kuinka usein luet Hollolan Sanomien (Seutunelosten) tai Uuden Lahden verkkosisältöjä keskimäärin?

	En koskaan	1-2 kertaa kuukaudessa	3-4 kertaa kuukaudessa	2-4 kertaa viikossa	5-7 kertaa viikossa
Näköislehti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lehden verkkosivulla julkaistavat uutiset	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lehden Facebook-sivulla julkaistavat uutiset	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

17. Kuinka tärkeiksi koet seuraavilla alustoilla julkaistavat sisällöt?

	Ei lainkaan tarpeellinen	Ei kovin tarpeellinen	Jonkin verran tarpeellinen	Tarpeellinen	Erittäin tarpeellinen
Näköislehti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lehden verkkosivulla julkaistavat sisällöt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Facebook-sivulla julkaistavat sisällöt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Paperilehti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

18. Kuinka usein verkossa pitäisi julkaista sisältöä?

- Kerran viikossa, kun lehtikin jaetaan
- 2-3 päivänä viikossa
- 4-5 päivänä viikossa

19. Millaista sisältöä haluaisit Hollolan Sanomien tai Uuden Lahden verkko- ja Facebook-sivuille?

Sivu 5/5 - valokuvat ja videot

20. Kuinka tärkeitä kuvat ovat?

- Eivät lainkaan tarpeellisia
- Eivät kovin tarpeellisia
- Jonkin verran tarpeellisia
- Tarpeellisia
- Erittäin tarpeellisia

21. Ovatko kuvapainotteiset jutut tarpeellisia?

	Ei lainkaan tarpeellinen	Ei kovin tarpeellinen	Jonkin verran tarpeellinen	Tarpeellinen	Erittäin tarpeellinen
Lehdessä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Verkossa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

22. Mitä haluat nähdä kuvissa?

	Ei lainkaan tarpeellista	Ei kovin tarpeellista	Jonkin verran tarpeellista	Tarpeellista	Erittäin tarpeellista
Ihmisiä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tekemistä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Paikkoja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Maisemia ja luontoa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Esineitä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Viihteellisyyttä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Informatiivisuutta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Taiteellisuutta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

23. Haluaisitko nähdä kuvissa jotain muuta? Mitä?

24. Ovatko verkossa julkaistavat uutisiin liittyvät lyhyet videot mielestäsi tarpeellisia?

- Eivät lainkaan tarpeellisia
- Eivät kovin tarpeellisia
- Jonkin verran tarpeellisia
- Tarpeellisia
- Erittäin tarpeellisia

25. Jos haluaisit nähdä videoita, minkälaiset videot olisivat mielestäsi kiinnostavia?

26. Miten Hollolan Sanomat tai Uusi Lahti voisivat mielestäsi kehittyä?