

Opinnäytetyö (AMK)

Media-alan koulutus

2024

Atte Pöytäkanas

Mikä journalistinen sisältö houkuttelisi paperilehden lukijoita verkkolehden käyttäjiksi?

– Kyselytutkimus Savon Sanomien lukijoille

Opinnäytetyö (AMK) | Tiivistelmä

Turun ammattikorkeakoulu

Media-alan koulutus

2024 | 40 sivua

Atte Pöytä kangas

Mikä journalistinen sisältö houkuttelisi paperilehden lukijoita verkkolehden käyttäjiksi?

– Kyselytutkimus Savon Sanomien lukijoille

Paperilehden kustannusten noustessa ja siitä saatujen tulojen kutistuessa mediatalot ovat siirtämässä painopistettä entistäkin enemmän verkkopalveluihin. Tämän kehityksen seurauksena sanomalehdet haluavat kannustaa paperilehden lukijoita siirtymään verkkolehden puolelle.

Tässä opinnäytetyössä etsitään vastausta kysymykseen, mitä journalistista sisältöä maakuntalehti Savon Sanomien verkkolehdessä pitäisi olla, että paperilehden lukijat siirtyisivät sinne. Tutkimuksessa ei keskitytä muihin sisällön ulkopuolisiin tekijöihin, kuten alustan helppokäyttöisyyteen.

Vastausta haetaan kyselytutkimuksella, jossa lukijoita pyydetään arvioimaan verkkolehden sisältöjä ja niiden kiinnostavuutta. Kyselytutkimus tehtiin verkossa maaliskuussa 2024. Vastauksissa korostui perusasiat kuten paikallisuuden tärkeys, haastattelut, verkkolehden etusivun parempi priorisointi ja klikkijournalismin kritiikki.

Ongelmaksi muodostui pieni vastaajamäärä. Kyselyyn vastasi kahden viikon aikana 25 henkilöä. Tästä johtuen yksin tämän tutkimuksen perustella ei voida vetää luotettavia johtopäätöksiä. Sitä voidaan kuitenkin hyödyntää jatkotutkimusten tai muiden aihetta sivuavien tutkimusten tukena.

Asiasanat:

Maakuntalehti, Savon Sanomat, verkkojournalismi, kyselytutkimus, journalismi

Bachelor's Thesis | Abstract

Turku University of Applied Sciences

Journalism

2024 | 40 pages

Atte Pöytäkangas

What kind of journalistic content would attract readers of printed newspapers to digital platforms?

– Internet survey for the readers of Savon Sanomat

As the costs of the print newspaper increase and the income from it shrinks, media companies are shifting their focus even heavier towards online services. As a result of this development, media companies want to lure the readers of printed news to digital platforms.

This thesis is looking for ways to attract print newspaper readers of the regional newspaper Savon Sanomat to their news website with journalistic content. The research does not focus on other factors outside of news content.

This is done through a survey asking readers to rate the content of the online news website. The survey was conducted online in March and April 2024. The responses highlighted the basics such as the importance of locality, interviews, better prioritization of the news website's front page and criticism of click journalism.

A problem turned out to be the small number of people participating in the survey. Over a two-week period, 25 people responded to the survey. As a result, no reliable conclusions can be drawn from this study alone. However, it can be used to support further research or other studies related to the topic.

Keywords:

Regional newspaper, Savon Sanomat, online journalism, survey research, journalism

Sisältö

1 Johdanto	6
2 Journalismin kehitys digisiirtymän aikakaudella	8
2.1 Rahoituskeinojen metsästys	9
2.2 Yleisökeskeisen journalismin aika	10
3 Savon Sanomat	13
3.1 Lehden esittely	13
3.2 Verkkopalvelu ja sen sisältö	14
4 Kyselytutkimus verkkolehden sisällöistä	17
4.1 Kyselyn tausta	17
4.2 Kysymykset	18
5 Kyselyn tulokset	19
5.1 Taustakysymykset	19
5.2 Verkkolehden sisältö	22
6 Pohdinta	27
7 Tutkimuksen arviointi	30
Lähteet	31

Liitteet

Liite 1. Kyselylomake

Liite 2. Savon Sanomien verkkolehden tilaajien luetuimmat artikkelit 1.1.–

7.4.2024

Kuviot

Kuvio 1. Vastaajien tilaajastatus (n=25).	19
Kuvio 2. Ikäjakauma (n=25).	20
Kuvio 3. Verkkolehden lukuaktiivisuus (n=25).	21
Kuvio 4. Verkkolehden käytön lisääminen parin viimeisen vuoden aikana (n=23).	21
Kuvio 5. Syyt verkkolehden käytön lisäämiselle (n=10).	22
Kuvio 6. Arvosanat Savon Sanomien verkkolehden journalistiselle sisällölle (n=25).	23
Kuvio 7. Verkkolehden sisällön huonot puolet paperilehteen verrattuna (n=25).	23
Kuvio 8. Mitä verkkolehden sisältöjä halutaan nähdä enemmän? (n=25).	24
Kuvio 9. Pelkästään verkkolehdestä löytyvien sisältöjen kiinnostavuus (n=25).	25
Kuvio 10. Paperilehdestä luopuminen (n=6).	25

1 Johdanto

Journalismin siirtyminen digitaalisille alustoille viimeisten vuosikymmenien aikana on muuttanut journalistista mediaa merkittäväällä tavalla.

Mediatalouden muutokset kuten kustannusten nousu (Heikkilä ym. 2023, 165) sekä sanomalehtien kokonaislevikin ja nettomyynnin lasku (Hellman 2021, 103–104) ovat johtaneet tilanteeseen, missä mediatalot etsivät säästökohteita erityisesti henkilöstöstä ja printtilehdestä. (Ala-Fossi ym. 2020, 51–112; Heikkilä ym. 2023, 165–166; Yle 2023a.)

Paperilehden kustannusten noustessa mediatalot ovat siirtäneet painopisteen digitaalisiin tuotteisiin (Heikkilä ym. 2023, 22). Monet sanomalehdet ovat lakkauttaneet pelkän paperilehden tilaukset kokonaan (Suomen Lehdistö 2016).

Mediataloilla on motiivi ja halukkuutta kannustaa lukijoita siirtymään digitaalisille alustoille (Heikkilä ym. 2023, 166–180). Tämä luo samalla myös tarpeen ymmärtää printtilehden lukijoiden kiinnostuksia ja tarpeita digitaalisten sisältöjen osalta.

Tämän opinnäytön tarkoituksena on selvittää toimeksiantona Savon Sanomille, minkälaisilla digisisällöillä paperilehden lukijoita saisi houkutelua verkkolehden käyttäjiksi. Työskentelin itse Savon Sanomien verkkotoimittajana ennen tämän opinnäytetyön kirjoittamista. Minulla on siis omakohtaista kokemusta ja tietoa lehden toiminnasta ja sisällöistä.

Ensimmäisessä taustoittavassa luvussa käydään läpi sanomalehtien digisiirtymää, sen historiaa ja mediamarkkinoita. Toisessa luvussa käsitellään journalismin muutoksia digisiirtymän aikana. Lopulta tutustumme lyhyesti Savon Sanomiin, minkä kautta pääsemme sen lukijoihin kohdistettuun kyselytutkimukseen lehden digisisällöistä.

Lähdemateriaalina taustoittavassa osuudessa käytetään pääasiassa Tilastokeskuksen dataa, alan kirjallisuutta, uutisartikkeleita ja tiedeartikkeleita.

Taustoittavan osuuden jälkeen käydään läpi kyselytutkimuksen tuloksia sekä pyritään tekemään havaintoja ja päätelmiä niiden pohjalta. Onko sisällöillä ylipäättään mahdollista houkutella paperilehtiä suosivia lukijoita digialustoille? Jos on, mitä ne keinot ovat? Kuinka suuri osa paperilehteä suosivista voisi kuvitella tulevaisuudessa luopuvansa paperilehdestä?

Tavoitteena on, että Savon Sanomat saisi tuloksista hyödyllistä tietoa ja ideoita verkkopalveluiden kehittämiseen. Merkittäväksi haasteeksi kyselytutkimuksessa muodostui kyselyyn vastanneiden vähäinen määrä, mikä johti lopulta analyysin toteuttamiseen pika-aikataululla.

2 Journalismin kehitys digisiirtymän aikakaudella

Sanomalehtien siirtyminen verkkoon alkoi kunnolla 1990-luvun puolivälissä. Siitä tuli lehtitalojen ykkösvalinta uudeksi teknologiseksi välineeksi tiedonvälitykseen. (Weber 2017, 86–87; Boczkowski 2005, 51; Winter & Alpar 2018.)

Seurauksena oli merkittävä journalismin kulutustottumusten muutos. Alun perin tarkoitus oli saavuttaa uutta yleisöä. Verkkouutisointi ei kuitenkaan antanut merkittävää kilpailuetua. Siitä tuli silti välttämätöntä, ettei itse jääty alakynteen. Lukijat tottuivat pitkälti ilmaiseen, aina saatavilla olevaan sisältöön. (Winter & Alpar 2018.)

Mainostajille internet tarjosi paremmin kontrolloitavissa olevan alustan tavoittaa haluttu yleisö. Lehtien verkosta saamat mainostulot kasvoivat, mutta eivät riittäneet korvaamaan printtilehden vastaavia menetyksiä. (Weber 2017, 87.)

Lehtien määrä, levikit ja ilmoitusmyynti ovat kaikki laskeneet viimeisen runsaan kahden vuosikymmenen aikana (Heikkilä ym. 2023, 21). Vaikka Suomi on ollut vahva sanomalehtimaa (Tilastokeskus 2020, 1), täälläkin perinteisten uutislähteiden pitkään jatkunut laskutrendi on selvä. Vielä vuodesta 2015 vuosikymmenen vaihteeseen asti niiden viikkotavoittavuus laski nopeasti, minkä jälkeen se vaikuttaa tasoittuneen. (Reunanen ym. 2023, 8.)

Vuonna 2004 17–24 vuotiaista suomalaisista 37 prosenttia oli käyttänyt internetiä uutissivustojen lukemiseen viimeisen kolmen kuukauden aikana (Tilastokeskus 2023). Tilastoitua ikäjakaumaa laajennettiin vuonna 2013 ikävuosiin 16–89. Siitä huolimatta vuonna 2023 lukema oli jo 86. (Suomen virallinen tilasto 2023).

Pääasiallisena uutislähteenään verkkoa käyttää tänä päivänä reilu puolet suomalaisista. Lähes neljännes suomalaisista seuraa uutisia pelkästään verkosta. (Reunanen ym. 2023, 8.)

2.1 Rahoituskeinojen metsästys

Mediaympäristön muuttumisen yhteydessä mediatalot ovat etsineet uusia tapoja tehdä tulosta.

Sanomalehtien tulot ovat perinteisesti koostuneet pääasiassa mainosrahoista ja tilauksista (Heikkilä ym. 2023, 23; Karppinen ym. 2015, 134). Sisältöjä on myyty lukijoille ja lukijoista koostuvaa yleisöä mainostajille. Tätä ansaintamallia on mediatalouden tutkimuksessa klassisesti kutsuttu toimimiseksi kaksilla markkinoilla (Karppinen ym. 2015, 134; Lehtisaari 2014, 8).

Kuten aiemmassa luvussa on jo mainittu, uutisten siirtyessä verkkoon ne olivat luettavissa ilmaiseksi. Vähitellen mediatalot ovat siirtäneet verkkosisältöään, joko osittain tai kokonaan, niin sanotun maksumuurin taakse.

Tällä tavalla perinteinen malli, jossa lehti myy sisältöjä lukijalle ja lukijoita verkkomainostajille, säilyi pitkälti entisellään. Karppisen ja Moen (2014, 331–332) mukaan siihen on kuitenkin lisätty uusia puolia. Näin on haluttu tehdä, että pysytään yleisön dataa kolmansille osapuolille myyvien uusien toimijoiden vauhdissa. Myös Lehtisaari (2014, 8) kirjoittaa, että malli ei toimi enää entisellä tavallaan lukijoiden siirtyessä pois perinteisten sanomalehtien parista.

Samalla kun verkkosisältöä on viety maksumuurien taakse, paperilehden hintaa on nostettu. Painetun lehden hinta on noussut vuosituhaten vaihteesta asti. Näin digitilaus on muuttunut hintansa puolesta vuosi vuodelta houkuttelevammaksi vaihtoehdoksi siitä huolimatta, että myös digitilauksen hinta on noussut. (Tilastokeskus 2022.)

Yksi keino tehostaa taloudellista tuottoa on ollut kustannuksissa säästäminen. Toimituksissa on vähemmän väkeä kuin aikaisemmin (Ala-Fossi ym. 2020, 51) ja julkaisupäiviä on karsittu (Tilastokeskus 2023b).

Lisää säästöjä on haettu painetun lehden formaatin ja valmistustapojen muutoksista. Esimerkiksi Etelä-Suomen Sanomat teki aikaisemmin arkipäivisin kaksiosaisesta lehdestä yksiosaisen (Yle 2023b.)

Paperilehden kustannusten nousu siis pakottaa mediatalot panostamaan verkkoon. Käytännössä keinot pyrkiä korvaamaan menetettyjä tuloja ovat olleet siis kulujen vähentäminen ja hintojen nosto.

Yrityksistä huolimatta tulovirrat eivät ole pystyneet korvaamaan perinteisen paperilehden pienetyneitä rahavirtoja (Heikkilä ym. 2023, 9 Henrikssonin 2021 mukaan; Tilastokeskus 2020, 15). Mainoshinnoittelu on muuttunut entistä tulosperusteisemmäksi ja mediatalot joutuvat kilpailemaan mainosrahoista kansainvälisten toimijoiden kuten Googlen ja Facebookin kanssa (Seemer ym. 2016, 6).

Heikkilän ja kollegoiden (Heikkilä ym. 2023, 23) mukaan kaikista vaikeuksista huolimatta lehtitalojen toiminta on silti yleisesti varsin kannattavaa. Tilanne vaihtelee kuitenkin voimakkaasti eri alatoimialojen välillä (Ala-Fossi ym. 2020, 38).

2.2 Yleisökeskeisen journalismin aika

Digisiirtymällä on väistämättä ollut vaikutus myös journalistiseen sisältöön, vaikka perinteinen uutisformaatti onkin pysynyt hyvin samanlaisena. Moni mediatalo on ilmoittanut toimivansa digi edellä. Tämä tarkoittaa, että uutisten julkaisussa painotetaan ensisijaisesti sähköisiä alustoja. (Heikkilä ym. 2023, 21.)

Digi edellä toimiminen antaa mahdollisuuden toteuttaa journalismia ilman paperisen lehden rajoitteita. Lehteen tehtyä juttua ei ainoastaan kopioida luettavaksi digitaalisessa muodossa, vaan ne tehdään lähtökohtaisesti verkkoa ajatellen. Paperilehteen sen sijaan laitetaan, mitä jutusta mahtuu ja voidaan siirtää painettuun formaattiin.

Tämä on tärkeää esimerkiksi siksi, että tutkimusten perusteella digitaalinen laite voi vaikuttaa luetunymmärtämiseen (Delgado ym. 2018). Lisäksi on pystyttävä ymmärtämään algoritmien vaikutusta juttujen leviämiseen sosiaalisessa

mediassa. Verkko edellä tehtäviä juttuja voidaan lähtökohtaisesti miettiä ottaen huomioon näiden kaltaisia tekijöitä.

Vuosien aikana ollaan nähty lukuisia mitä erikoisempia digitaalisia journalistisia sisältömuotoja, kuten uutispelejä, virtuaalitodellisuutta ja 360 °-uutisvideoita. Immersiivinen journalismi on ollut toistaiseksi kuitenkin lähinnä kokeellista (Valtonen O. 2023, 5). Digitaalinen innovaatio nähdään kuitenkin laajasti ratkaisuna journalismin kriisiin (Fang K. & Repnikova M. 2021).

Juha Herkmanin (2009, 32) mukaan myös median ideologisissa lähtökohdissa on tapahtunut muutoksia ja journalismin moraalinen tehtävä kansalaisten tiedonvälittäjänä on väistynyt median taloudellisten prioriteettien tieltä. Yleisöstä on tullut toimituksen puhetta ja toimintaa määrittävä tekijä. (Heikkilä ym. 2023, 31.)

Heikkilä ja kollegat (2023, 31 Costera Meijerin 2020 mukaan) kirjoittavat, että jos ennen toimittajat olivat huolissaan journalismin laadusta, nyt he miettivät ainoastaan, mistä yleisö on kiinnostunut. Kiinnostavaa on se, mikä myy, ei se, mikä on esimerkiksi yhteiskunnan kannalta tärkeää (Herkman 2009, 41).

Tämän ja monien muiden vastaavien opinnäyteiden kyselytutkimukset ovat vain yksi osoitus kiinnostuksesta yleisön näkemyksiä kohtaan. Oman kokemukseni perusteella klikkimäärien seuraaminen on lehdissä normaali osa juttujen toimivuuden arviointia.

Viestintäteoreetikko James W. Carey (2007, 12) kutsui yleisöä jumal-termiksi, jota ilman millään ei ole väliä, ja jolla journalistit oikeuttavat toimintansa. Historiallisesti katsottuna toimittajat ovat välittäneet hyvin vähän siitä, mitä yleisö uutisilta haluaa (Heikkilä, ym. 2023, 31 Schlesingerin 1997, 106 mukaan; Nelson J. L. 2019). Yleisöön pidettiin etäisyyttä, koska mieltymysten tietämisen ajateltiin rapauttavan ammatillista ja toimituksellista itsenäisyyttä (Dvir-Gvirsman & Tsuriel 2022).

Näyttää siis siltä, että journalistiset sisällöt ovat muuttuneet digitaalisilla alustoilla toimituksellisten prioriteettien mukana. Journalismin muutos on siis

seurausta sekä digitaalisen alustan tarjoamista mahdollisuuksista että liikevoiton periaatteista.

3 Savon Sanomat

3.1 Lehden esittely

Savon Sanomat on sitoutumaton Savon maakuntalehti, jonka päätoimitus sijaitsee Kuopiossa. Lehti on perustettu vuonna 1907 (Lehto 2006, 23) ja se kuuluu Mediakonserni Keskisuomalaiseen (Keskisuomalainen Oyj 2024). Lehden levikkialueeseen kuuluu Pohjois-Savon kuntien lisäksi Pyhäjärvi, Rantasalmi, Heinävesi ja Pieksämäki.

Maakuntalehtien tehtävä on kertoa alueen uutiset, paikallistaa valtakunnalliset uutiset ja toimia alueen äänenä valtakunnassa. Tavoitteena on tehdä se nopeammin ja paremmin kuin muut. (Hujanen 2000, 226.)

Savon Sanomat tekee sisältöjä verkkolehteen, painettuun lehteen ja sosiaaliseen mediaan. Lisäksi yhteistyötä tehdään radiokanava Savon Aaltojen kanssa. Savon Aaltojen radiostudio sijaitsee lehden toimituksen kanssa samoissa tiloissa.

Savon Sanomat on yksi maan suurimmista sanomalehdistä ja Pohjois-Savon luetuin uutismedia. Kansallisen mediatutkimuksen (KMT) mukaan sen kokonaistavoittavuus vuonna 2023 oli 300 100. Keskimääräisellä painetulla lehden numerolla oli lukijoita 83 500. (Media Audit Finland 2023.) Alkuvuonna 2024 savonsanomat.fi-palvelu on tavoittanut useamman kerran yli 300 000 suomalaista viikossa (Savon Sanomat 2024a).

Lehden nykyinen vastaava päätoimittaja ja sisältöjohtaja Matti Pietiläinen aloitti roolissaan toukokuussa 2023. Pietiläinen seuraa tehtävässä eläkkeelle jäänyttä Seppo Rönkköä. (Savon Sanomat 2023a.) Pietiläinen on halunnut viedä tehtävässään eteenpäin median digitaalista kehitystä (Yle 2023c).

3.2 Verkkopalvelu ja sen sisältö

Savon Sanomien ensimmäiset uutiset julkaistiin verkossa vuonna 1998 (Savon Sanomat 2018). Uutiset pysyivät pääosin ilmaisina vuoteen 2013 asti. Sen jälkeen verkkosivuilla oli mahdollista lukea viisi artikkelia ilmaiseksi joka viikko ennen kuin verkkolehti oli tilattava. (Yle 2013.)

Vuonna 2017 maksumuuria kiristettiin ja yhä enemmän sisältöä siirrettiin sen taakse. (Suomen Lehdistö 2017; Savon Sanomat 2017). Viiden jutun mittaroidusta mallista on myöhemmin luovuttu (Murtasaari 2024).

Nyt arviolta 75–80 prosenttia Savon Sanomien verkkolehden sisällöstä on maksullista (Murtasaari 2024). Ilmaiselle puolelle jää pääasiassa tiedotteiden pohjalta tuotettuja uutisia ja kaikille tärkeimmät tiedot esimerkiksi paikallisista vaaratilanteista tai onnettomuuksista. Myös kolumnit ja pääkirjoitukset ovat kaikkien luettavissa.

Verkkolehden julkaistavasta sisällöstä osa on Savon Sanomien omaa tuotantoa ja osa tulee talon ulkopuolelta. Jutut koostuvat pääasiassa teksteistä ja kuvista. Niissä voi olla myös upotettuja videoita tai audioita.

Verkkotoimittajat keskittyvät pääasiassa lyhyeen ja nopeaan uutistuotantoon, jonka tiedonhankinta ei vaadi muutamaa puhelinsoittoa enempää. Tästä esimerkkinä voi käyttää vaikka pelastuslaitoksen hälytystehtäviä. Muu lehden toimitus keskittyy lähtökohtaisesti laajempien, mahdollisesti juttukeikkaa vaativien juttujen tekemiseen.

Oman tuotannon lisäksi Savon Sanomissa julkaistaan STT:n, Uutissuomalaisen, Teemasuomalaisen ja SUSUn sisältöä. SUSU on useiden Keskisuomalainen-konsernin lehtien ajankohtaisjournalismin toimitus, joka tunnettiin aiemmin Sunnuntaisuomalaisena. Se uudelleenbrändättiin vuonna 2023, minkä yhteydessä myös sen toimitusta kasvatettiin ja painopiste siirrettiin digitaaliseen, joka päivä verkossa julkaistavaan sisältöön. (Savon Sanomat 2023b.)

SUSUn uudistuksessa oli kysymys jo aikaisemmin mainitusta digi edellä - ajattelusta. Aikaisemmin printtilehti mielessä sisältöä tuottaneen toimituksen ensisijainen jakelukanava on nyt verkko ja mobiili. (Savon Sanomat 2023b.)

Myös paikallista sisältöä jaetaan muiden konsernin lehtien kanssa. Juttuja tuodaan muista konsernin lehdistä yleensä silloin, kun niissä on myös savolaista yleisöä kiinnostavia ilmiöitä, tapahtumia tai henkilöitä.

Vuonna 2023 Savon Sanomien verkkolehdestä tehtiin useita uusia sisällöllisiä kokeiluja. Alkuna saivat esimerkiksi paikalliset ravintola-arviot. Viedotuotantoja on tehty epäsäännöllisesti vuodesta 2008 asti, mutta syksyllä suoria lähetyksiä alettiin tehdä enemmän esimerkiksi urheilu- ja kulttuuritapahtumista.

Lisäksi lanseerattiin Uutisstudio-konsepti, jossa videolähetyksessä keskustellaan ajankohtaisista Savon alueellisista asioista (Savon Sanomat 2023c). Sisältöpäällikkö Jussi Murtasaari kommentoi Savon Sanomien uutisessa maaliskuussa 2024, että hän uskoo juuri julkaistun uuden mobiilisovelluksen antavan entistä enemmän tilaa visuaalisille elementeille ja arvelee videotuotannon kehityksen jatkuvan. (Savon Sanomat 2024b.)

Savon Sanomilta ei enää ole mahdollista tilata ainoastaan printtilehteä. Vaihtoehtoina ovat digi- tai yhdistelmätilaus. Huomattava osa yhdistelmätilauksen mukana tulevista digitunnuksista jää kuitenkin kokonaan aktivoimatta. Näin käy siitä huolimatta, että verkkosivuja ja -sisältöjä pyritään jatkuvasti elävöittämään.

Savon Sanomissa on siis tahtoa kehittää digipalveluita ja tarvetta ymmärtää yleisön reaktioita uusiin sisältömuotoihin. Lukijoiden halutaan kiinnostuvan digipalveluista ja heitä halutaan kannustaa niiden käyttöön.

Viime vuosina journalismissa vahvan aseman saaneista data-analyseistä (Heikkilä ym. 2023, 13) saadaan eniten irti, kun käyttäjät rekisteröityvät ja kirjautuvat verkkopalveluun. Heistä saatavia datapisteitä voidaan käyttää ja hyödyntää personoinnissa (Lehtisaari ym. 2016, 42–43). Vaikka analytiikan avulla voidaankin seurata lukijoiden käyttäytymistä verkossa, se ei tarjoa

vastauksia kaikkeen eikä anna suunvuoroa itse seurannan kohtelle, mikä voi johtaa strategisiin virheisiin.

4 Kyselytutkimus verkkolehden sisällöistä

4.1 Kyselyn tausta

Kyselytutkimukseni päätehtävä oli selvittää, mitä journalistisia sisältöjä verkkolehdessä pitäisi olla, että paperilehden lukijat siirtyisivät sinne. Kyselyssä myös digilehdellä tarkoitettiin verkkolehden sisältöjä, ei näköislehteä.

Hain vastausta pääkysymykseen kysymyksillä, jotka keskittyivät eroihin verkkolehden ja paperisen lehden sisällöissä. Myös verkkolehden lukijat saivat vastata kyselyyn, mikä mahdollisti heidän vastausten vertailun paperilehteä suosivien näkemyksiin. Verkkolehden lukijoiden mielipiteiden kuuleminen on myös itsessään Savon Sanomille kiinnostavaa ja hyödyllistä dataa.

Tutkimus toteutettiin verkkokyselynä, joka tehtiin Webropol-kyselytyökalulla. Verkkokysely on sopiva aineiston keräämisen tapa, kun tutkittavia on paljon ja he ovat hajallaan (Vilka 2007, 28). Se on helppo, nopea ja kustannustehokas tapa tutkia suurta kohderyhmää. Savon Sanomien lukijat on iso ryhmä ihmisiä, ja heidän näkemyksistään haluttiin saada hyvä kokonaiskuva.

Myös tulosten analysointi onnistuu kätevästi Webropolin työkaluilla. Vastaukset kerättiin anonyymisti, eikä vastaajien yhteystietoja kysytty. Kyselyyn sai vastata vain kerran.

Kyselyn jakelusta ja markkinoinnista vastasi Savon Sanomat. Lähetettyäni valmiin kyselyn lehdelle heillä oli vapaat kädet levittää kyselyä kuten parhaaksi näkivät.

Kysely pyöri Savon Sanomien verkkosivujen eri mainospaikoilla 23.3.–6.4.2024. Se nähtiin noin 185 000 kertaa. Kyselyä klikattiin mainospaikkojen kautta 230 kertaa. Lisäksi tehtiin Facebook-markkinointikampanja, joka oli kohdistettu vain tilaajille. Kampanja tavoitti 1500 tilaajaa, joista 9 klikkasi kyselyä.

Kysely oli auki 21 päivää. Se avattiin aamulla 23.3.2024 kello 5.00 ja suljettiin illalla 12.4.2024 kello 23.59. Vastauksia tuli melko tasaisesti kyselyn aukioloajan

aikana 6.4. asti, jolloin viimeinen vastaus on tallennettu. Kysely avattiin yhteensä 521 kertaa ja vastaaminen aloitettiin 31 kertaa. Vastauksia tuli 25.

4.2 Kysymykset

Kyselyn tekoa varten opettelin käyttämään Webropolin kyselytyökalua Youtube-tutoriaalien ja Turun Amk:n luentotallenteiden avustuksella. Taustaksi tutustuin myös aiempiin aihetta sivuaviin opinnäytetöihin, joissa hyödynnettiin kyselytutkimusta.

Kysymysten laatiminen oli yllättävän haastavaa. Minkälaisia asioita selvittämällä olisi mahdollista parsia kasaan uskottava kokonaiskuva tutkimuksen pääkysymykseen? Miten teen sen niin, että kyselystä ei tule liian pitkä? Entä miten vältän tutkimasta epäolennaisia asioita?

Kun olin tehnyt kyselyn itsenäisesti valmiiksi, testasin sitä itse useita kertoja useilla erilaisilla vastaajaprofiileilla. Ennen julkaisua keskustelin kysymyksistä opinnäytetyöni ohjaajan ja toimeksiantajan kanssa. Toimeksiantajan pyynnöstä kyselyyn lisättiin kysymys sukupuolesta ja yhtä vastausvaihtoehtoa muotoiltiin uudelleen. Lisäksi kaikki kysymykset merkittiin pakollisiksi, millä vältettiin vastausten vaillinaisuus.

Lopulliseksi kysymysten määräksi muodostui 14. Ne koostuivat valintakysymyksistä, monivalintakysymyksistä, kahdesta avoimesta kysymyksestä ja yhdestä arvointiasteikosta. Puolet kysymyksistä olivat taustoittavia ja puolet koskivat lehden digisisältöä.

5 Kyselyn tulokset

Esittelen tässä luvussa vastaukset suurpiirteisesti yksi kerrallaan. Tarkemmat luvut ja vastausjakaumat esitän kuvioina ja taulukoina. Kaikki kyselyn kysymykset ja vastausvaihtoehdot löytyvät tämän työn lopusta löytyvistä liitteistä (Liite 1).

Avoimien vastausten osalta teen summaukset huomattavimmista teemoista, joita nousee esiin. Nostan niistä myös luettavaksi joitain esimerkkivastauksia suorina lainauksina. Koska vastaajamäärä on pieni eikä se ole jokaisen kysymyksen kohdalla vakio, ilmoitetaan vastaajamäärät jokaisen kysymyksen kohdalla erikseen.

5.1 Taustakysymykset

Kuviosta 1 nähdään, että kyselyyn vastanneista 14 oli verkkolehden tilaajia. Paperilehden ja verkkolehden yhdistelmätilaajia oli kuusi. Loput viisi vastaajaa olivat ilmaislukijoita.

	n
Digi	14
Lehti ja digi	6
Lehti viikonloppuisin ja digi	0
En ole tilaaja	5

Kuvio 1. Vastaajien tilaajastatus (n=25).

Jaoin vastaajat Webropol-alustan vertailuominaisuudella kahteen ryhmään: vain verkkolehteä lukeviin (n=19) ja paperilehteä lukeviin (n=6). Tämä ryhmäjako mahdollisti vertailun ja analysoinnin sekä molempien ryhmien osalta erikseen että yhdessä.

Vastaajien ikäjakauma kallistui vanhempiin ikäluokkiin (kuvio 2). Tämä ei tullut yllätyksenä ottaen huomioon maakuntalehtien tyypillisen tilaajakunnan.

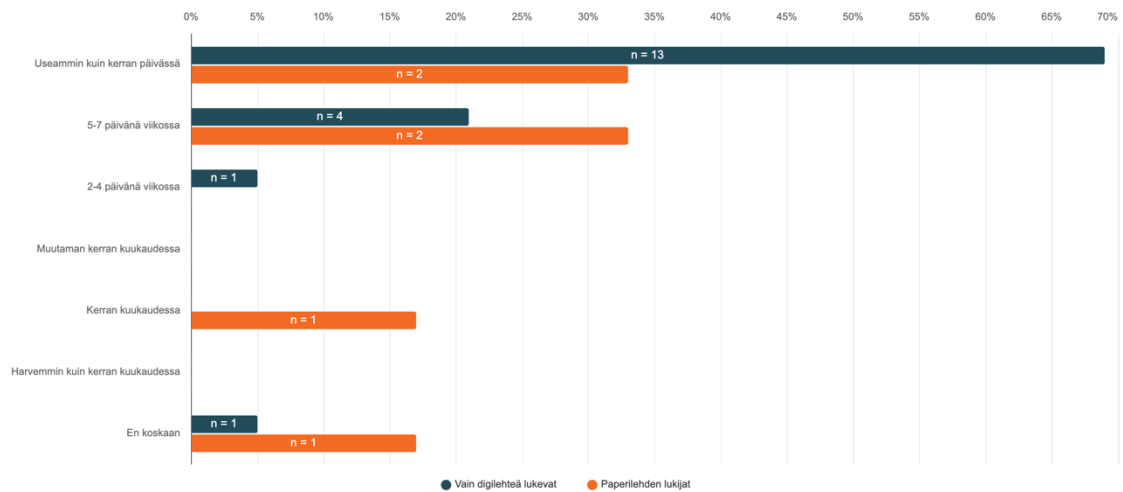
Digitaalisten uutisten tilaajien keski-ikä on lähes 50 vuotta (Reunanen ym. 2022, 5).

18–45-vuotiaita vastaajia ei ollut lainkaan. Enemmistö oli 66-vuotiaita tai vanhempia. Naisia vastaajista kertoi olevansa 15 ja miehiä 10.

	Vain digilehteä lukevat	Paperilehden lukijat	Yhteensä
17 tai nuorempi	0	0	0
18-25	0	0	0
26-35	0	0	0
36-45	0	0	0
46-55	3	1	4
56-65	6	2	8
66 tai vanhempi	10	3	13
Yhteensä	19	6	25

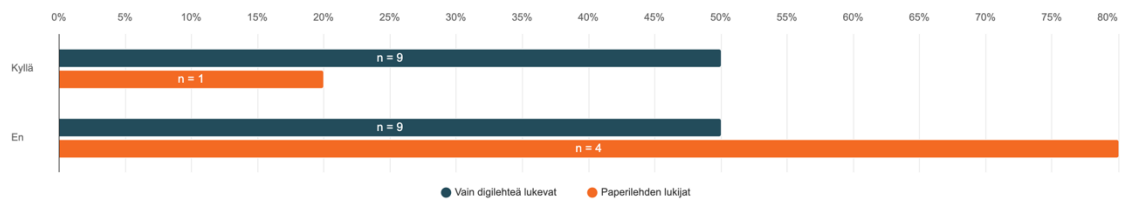
Kuvio 2. Ikäjakauma (n=25).

Mitä tulee lukuaktiivisuuteen, reilusti yli puolet vastaajista (n=15) kertoi lukevansa Savon Sanomien verkkolehteä useammin kuin kerran päivässä (kuvio 3). Osuutta nostaa pelkästään verkkolehteä lukevat, joista noin kaksi kolmannesta (n=13) lukee useammin kuin kerran päivässä. Kaksi vastasi, että ei lue verkkolehteä koskaan. Heistä toinen ei ole tilaaja. Näyttää siltä, että verkkolehteä lukevat käyttävät sivustoa aktiivisesti. Vain harvakseltaan verkkolehteä lukevia on vähän.



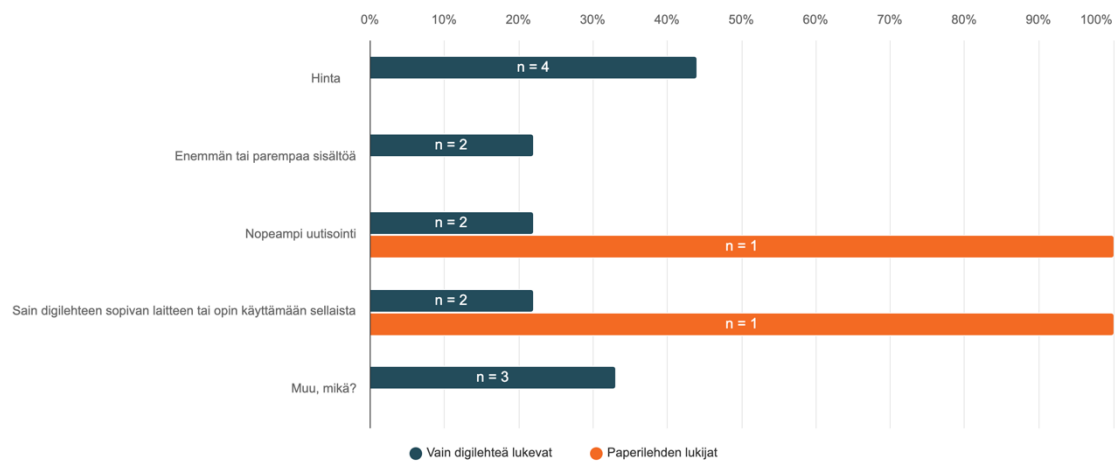
Kuvio 3. Verkkolehden lukuaktiivisuus (n=25).

Seuraava kysymys esitettiin kaikille paitsi niille kahdelle, jotka kertoivat etteivät koskaan lue verkkolehteä. Hieman alle puolet vastaajista kertoi aloittaneensa digitilauksen, lisänneensä verkkolehden käyttöä tai vaihtaneensa digitilaukseen ilman paperilehteä viimeisen parin vuoden aikana (kuvio 4).



Kuvio 4. Verkkolehden käytön lisääminen parin viimeisen vuoden aikana (n=23).

Heiltä, jotka vastasivat kuvion 4 kysymykseen kyllä, kysyttiin sille syitä monivalintakysymyksellä (kuvio 5). Vastaukset jakaantuivat kaikille tarjotuille vaihtoehdoille. Suurimmaksi syyksi muodostui hinta.



Kuvio 5. Syyt verkkolehden käytön lisäämiselle (n=10).

Muun syyn valinneet tarkensivat vastausta avoimessa vastauskentässä seuraavasti:

Ulkomailla töissä, paperilehti ei mahdollinen.

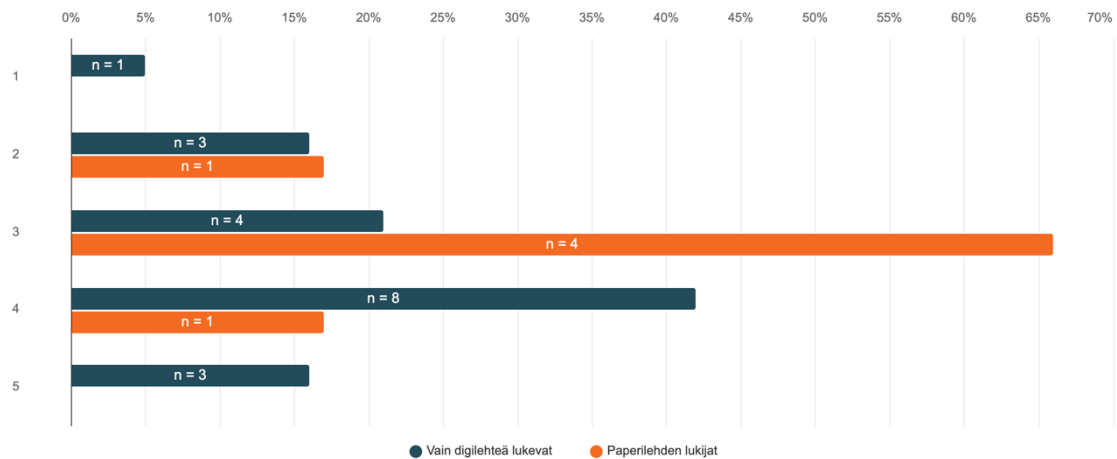
Helppo käyttää matkaillessa.

Paperilehdessä vanhoja juttuja, jotka jo diginä voinut lukea esim. juhlapyhien mitättömät digiversiot seuraavalla viikolla lehdessä ja hinta.

Syyt verkkolehden käytön lisäämiselle ovat olleet näiden vastausten perusteella pääosin sisällön ulkopuolisia.

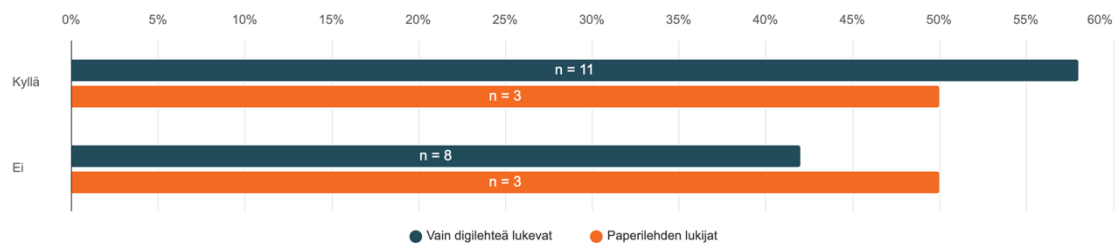
5.2 Verkkolehden sisältö

Seuraavaksi päästiin varsinaisiin kysymyksiin verkkolehden sisällöistä. Ensimmäisenä vastaajia pyydettiin antamaan arvosana digilehden journalistiselle sisällölle asteikolla 1–5. Vastaukset kasaantuivat odotetusti arvosanoihin 3 ja 4 (kuvio 6).



Kuvio 6. Arvosanat Savon Sanomien verkkolehden journalistiselle sisällölle (n=25).

Yllätyin sen sijaan hieman siitä, kuinka suuri osa vastaajista koki, että paperilehdellä on sisällöllisiä etuja verkkolehden verrattuna. Paperilehden lukijoista puolet ja verkkolehden lukijoistakin yli puolet oli sitä mieltä, että verkkolehden sisällöissä on jotain huonoa paperilehden verrattuna (kuvio 7).



Kuvio 7. Verkkolehden sisällön huonot puolet paperilehden verrattuna (n=25).

Huonoja puolia löytäneitä (n=14) pyydettiin tarkentamaan avoimella kysymyksellä, mikä verkkolehdessä on huonompaa. Vastauksista selviää, että verkkolehden heikkoudeksi nähdään turhuuksien, hömpän ja tyhjänpäiväisyyksien määrä. Paperilehden etu on, että siitä on karsittu kaikki edellä mainittu ja jäljellä on vain tärkeimmät uutiset.

Hömppäjutut. Toistetaan, mitä joku on kirjoittanut fb:ssa.

Hömppää ja vanhat jutut liian kauan sekavalla sivustolla.

Nämä ns. juhlapyhien lukemistot on niin jonninjoutavia, että parempi kun jättäisitte julkaisematta.

Myös samojen uutisten pyöriminen liian pitkään toistui.

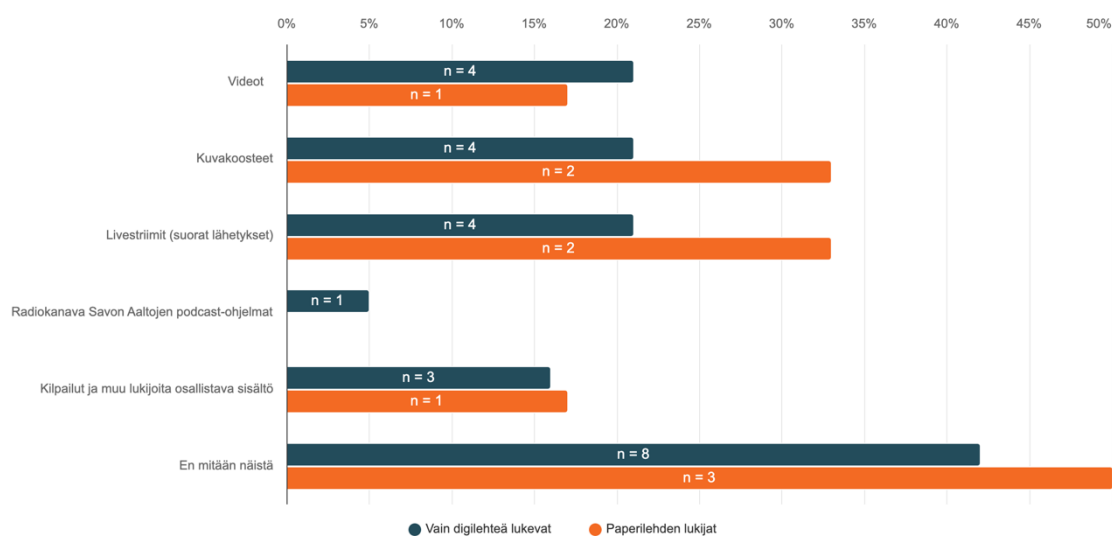
Jotkut samat jutut ja kuvat pyörivät jopa kuukausitolkulla.

Samoja vanhoja "uutisia" ja juttuja useiden viikkojen ajan, siis tyyppiä kuinka perhe mahtuu kolmioon, kuinka löylyhuoneesta näkee kadulle, millaiseksi talo remontoitiin jne.

Lisäksi valiteltiin mainoksia, urheilun määrää, klikkiotsioita, joidenkin sisältöjen puuttumista ja sisältöjen runsautta.

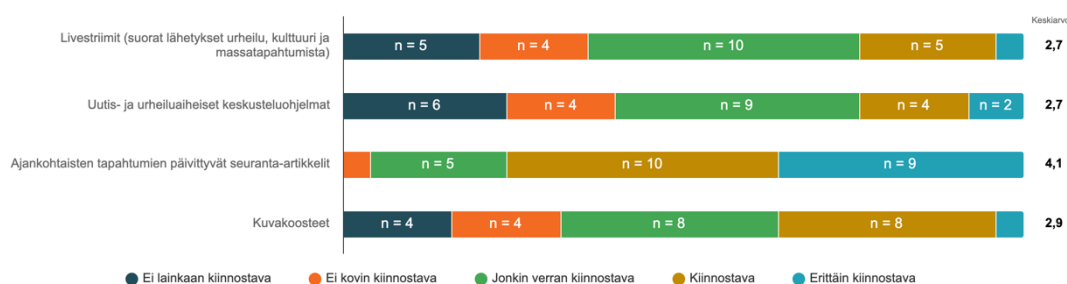
Tapanne tehdä klikkiotsikot on lukijaa halveeraava. Esimerkki: Kun useissa otsikoissa on sana savolainen eri muodoissaan, poistun sivulta. Sanavalinta on toimittajalle helppo keino huijata lukija klikkaamaan. Ylipäänsä on paikallaan kysyä, kuuluvatko klikkiotsikot journalismiin. Minusta eivät. Keski-suomalainen tulee taloudellisesti toimeen ilman, että lukijoita huijataan. Videot pääosin turhia, samoin podcastit ynnä muut. Niille on paikka muualla.

Seuraavaksi lukijoilta tiedusteltiin monivalintakysymyksellä, mitä he haluaisivat nähdä verkkolehdestä enemmän. Vaihtoehtoiksi annettiin sisältöjä, joita löytyy ainoastaan verkkolehdestä. Jos lukija valitsi vaihtoehdon "en mitään näistä", muut vaihtoehdot poistuivat käytöstä. Siitä huolimatta se sai selvästi eniten vastauksia (kuvio 8). Muut vaihtoehdot keräsivät vastauksia melko tasaisesti, poikkeuksena Savon Aaltojen podcastit, joita toivoi lisää vain yksi vastaaja.



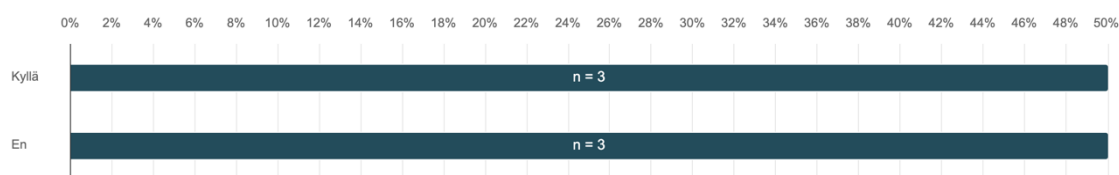
Kuvio 8. Mitä verkkolehden sisältöjä halutaan nähdä enemmän? (n=25).

Kiinnostavimpina verkkolehdestä löytyvinä sisältöinä pidettiin ylivoimaisesti eniten ajankohtaisten tapahtumien päivittyviä seuranta-artikkeleita (kuvio 9). Se oli kaikkien kyselyyn vastanneiden mielestä vähintään jonkun verran kiinnostava. Ne ovat uutisartikkeleita, jotka päivittyvät reaaliajassa sitä mukaa kun aiheesta saadaan lisää tietoa. Tämä tulos on ymmärrettävä, sillä nopeus on ehkä kiistattomin verkkolehden etu. Muut vaihtoehdot jäivät keskimääräisesti lähelle toisiaan.



Kuvio 9. Pelkästään verkkolehdestä löytyvien sisältöjen kiinnostavuus (n=25).

Toiseksi viimeinen kysymys esitettiin ainoastaan printtilehden tilaajille (n=6). Heiltä kysyttiin, voisiko vastaaja kuvitella luopuvansa paperilehdestä tulevaisuudessa, jos verkkolehti kehittyi hänen mielestään oikeaan suuntaan. Puolet vastasi kyllä.



Kuvio 10. Paperilehdestä luopuminen (n=6).

Viimeiseksi kaikkia vastaajia pyydettiin avoimella kysymyksellä kertomaan, mitä he haluaisivat Savon Sanomien verkkolehden sisällöltä tulevaisuudessa. Ainoat vastauksissa selvästi toistuneet teemat olivat haastattelut ja paikallisuus.

Enemmän ihmis aiheita, haastatteluja.

Mielenkiintoiset haastattelut ja hyötyjutut sekä kiinnostavat reportaasit.

Henkilöhaastatteluja.

Paljon paikallisisältöä. Tv-ohjelmat.

Ajankohtaisten ja paikallisten uutisten ja tapahtumien ripeämpää ulostuloa.

Siis paikallisuutisia ja uutisia, eikä tuutintäydeltä urheilua. Verkkolehden tilaus päättyy kesällä, eikä tule missään nimessä enää tilausta jatkamaan. Surkea esitys esimerkiksi siis juurikin paikallisuutisten osalta - Etusivun juttuja ovat pääasiassa ainoastaan paikallisten urheiluseurojen menestys tai menestymättä jääminen ja muutenkin turha urheiluhöpinä.

Paikallisuutta. On turhauttavaa, että Savon Sanomat on ihan sama lehti kuin mikä tahansa Keskisuomalaisen lehti. Mauton ja etäinen.

Lisäksi yksittäisissä vastauksissa toivottiin enemmän sääuutisia ja otsikoita, jotka pitävät paikkansa. Loput toiveista olivat ympäripyöreitä, epäselviä tai koskivat täysin sisällön ulkopuolisia asioita. Vastauksissa toivottiin esimerkiksi ”oikeaa” lehteä myös juhlapyhinä.

6 Pohdinta

Hypoteesini työhön lähtiessäni oli, että tämä kyselytutkimus tulisi vahvistamaan aiempaa käsitystäni siitä, että syyt paperilehden suosimiselle eivät ole lehden sisällössä. Tästä johtuen verkkolehden on myös vaikeaa houkutella lukijoita paperilehdestä verkkolehden sisältöjen avulla. Sen olisi oltava jotain sellaista, josta paperilehden lukija ei missään nimessä voi jäädä paitsi.

Kyselyn vastauksissa nousi esiin muutama seikka: paikallisuus, haastattelut ja uutisoinnin nopeus. Näistä ainoa verkkolehdelle ominainen ominaisuus on nopeus. Mikään näistä ei tarjoa kovin selkeitä uusia ratkaisuja journalistisiin sisältöihin, joilla paperilehden lukijoita voitaisiin houkutella verkkolehden. Etusivulla olevien paikallisuutisten osuutta ja mahdollista korostamista voisi kuitenkin pohtia.

Tilasto Savon Sanomien verkkolehden tilaajien suosituimmista artikkeleista välillä 1.1.–7.4.2024 tukee vastausten uskottavuutta jossain määrin (Liite 2). Sinä aikana paikalliset uutiset täyttivät kaikki sijat tilaajien kymmenen luetuimman artikkelin listalla. Niissä toistuu erityisesti onnettomuusutiset. Myös jutut paikallisista terveyspalveluista, ravintolaelämästä ja politiikasta keräävät lukukertoja.

Ymmärrän täysin sekä paperi- että digilehden lukijoilta tulleen palautteen klikkiotsikoista ja otsikoinnin tarkkuudesta. On täysin normaali käytäntö esimerkiksi piilottaa otsikosta olennaisia tietoja suurempien klikkimäärien keräämiseksi. Kymmenen luetuimman uutisen listan otsikoista viisi on otsikoitu tiedonpimitystekniikkaa hyödyntäen. Niissä kerrotaan, mitä tapahtuu tai mitä tehdään, mutta piilotetaan olennainen tieto kuten esimerkiksi kuka tekee. Se tuntuu lukijasta tahalliselta kiusanteolta.

Esimerkiksi otsikossa ”Hurja kulukuuri iskee, nämä terveysasemat ovat lakkautuslistalla Pohjois-Savossa” terveysasemia kerrotaan olevan lakkautuslistalla, mutta ei sanota mitkä niistä. Lisäksi näiden terveysasemien kunnat tai kunta on piilotettu Pohjois-Savon alle. Lukijan on siis klikattava juttu

auki, että näihin kysymyksiin saa vastauksen. Verkkolehden lukeminen on kieltämättä turhauttavaa, jos tämä ei miellytä.

Eriyisesti paperilehden lukijat vaikuttavat suhtautuvan kädenlämpöisesti uusiin sisältömuotoihin, kuten videoihin, livestriimeihin ja radiopodcasteihin. Se ei kuitenkaan tarkoita, että niitä ei kannattaisi hyödyntää. Digitaalisen innovaation voi ajatella olevan enemmän suunnattu jo digitaalisen lehden omaksuneille, pitämään heidän mielenkiintoa yllä, pidentämään tilaajasuhteen kestoa ja ehkä houkuttelemaan uusia digitilaaajia.

Koska kyselyn otos oli pieni, voi olla että riittävän merkittävä osa digilukijoista pitää näistä sisällöistä. On huomioitava, että kiinnostus esimerkiksi videosisältöihin voi olla myös ikäkysymys. Tähän kyselytutkimukseen ei osallistunut nuoria lukijoita ja juuri heidän houkuttelu tilaajiksi on maakuntalehdille elintärkeää.

Paperilehden lukijat korostavat perusasioita kuten paikallisuutta, haastatteluita, erilaista juttujen priorisointia etusivulla ja otsikoiden todenmukaisuutta. Heiltä ei tullut avoimissa kysymyksissä yhtäkään uutta avautusta tai ideaa uudenlaisista sisältömuodoista. Toisaalta heiltä ei sellaista voi odottaakaan. Tilaaajat lukevat, mitä sivuilla näkyy. On journalismin ammattilaisten tehtävä lukea, Steve Jobsin kuuluisaa sitaattia mukaillen, mitä sivulla ei vielä ole.

Yleisin syy verkkolehden käytön lisäämiselle tai siihen vaihtamiseen oli hinta. Emme tiedä, kuinka moni näin vastanneista on aikaisemmin ollut paperilehden lukija. Lienee turvallista kuitenkin olettaa, että hinta voi olla merkittävä kannustin verkkolehden siirtymiselle. Sitä tukevat myös Sohvi Auvisen (2019) ja Kaisa Kaarnan (2023) Etelä-Suomen Sanomille tekemät kyselytutkimukset. Hinta ei kuitenkaan vastaa kysymykseen sisällöistä.

Valitettavasti kyselystä ei voi vetää luotettavia johtopäätöksiä pienen vastaajamäärän vuoksi. Tökin kuitenkin hieman muurahaispesää ja heidän vastausten pohjalta ilmoille yhden ajatuksen. Paperilehden lukijoiden houkuttelemiseksi ei ehkä ole välttämätöntä keksiä mitään uutta sisältömuotoa. Päinvastoin voisi olla hyvä palata perusasioihin, niiden korjaamiseen ja

laadukkaan paikallisisällön tuottamiseen paperilehden lukijoiden tässä kyselyssä esiin tuomia toiveita enemmän mukailleen.

Laatua ei tässä tapauksessa määritellä klikkimäärien kautta, vaan niin kuin se tehtiin ennen yleisökeskeisen journalismin aikaa. Tässä kohtaa voidaan toimituksissa joutua tekemään valintoja. Onko se paperilehdissä kiinni olevien lukijoiden miellyttämisen arvoista?

Kannattaisiko sen sijaan keskittyä täysillä digilehden tilaajien palvelemiseen, jotka todennäköisesti kuuluvat myös tulevaisuuden kannalta tärkeään nuorempaan lukijakuntaan?

Itselleni yllättävää kyselyn vastauksissa oli se, että jopa puolet paperilehden tilaajista vastasi voivansa kuvitella luopuvansa siitä tulevaisuudessa, jos verkkolehti kehittyy heidän mielestään oikeaan suuntaan.

7 Tutkimuksen arviointi

Pienestä vastausmäärästä ja aikataulupaineista huolimatta onnistuin tekemään nopeasti tulkintoja vastausten pohjalta. Ne eivät kuitenkaan ole luotettavia eikä niistä yksin voi vetää uskottavia yleistyksiä, joten en voi kutsua tutkimusta onnistuneeksi. Tämän kyselyn tuloksia voidaan kuitenkin hyödyntää jatkotutkimusten tai muiden aihetta sivuavien tutkimusten tukena.

En osannut odottaa vastausmäärän muodostuvan merkittäväksi ongelmaksi, sillä tein mielestäni hyviä tietoisia valintoja, joilla pyrin minimoimaan juuri tämän riskin. Kysely oli tarkoituksella lyhyempi kuin moni muu vastaava maakunta- ja kaupunkilehdille toteutettu kysely. Tällä pyrin välttämään vastausväsymystä. Kysely oli myös anonyymi, minkä pitäisi rohkaista ihmisiä vastaamaan pienemmällä kynnyksellä. Kysely oli auki kolme viikkoa ja näkyi kaksi viikkoa verkkosivujen eri mainospaikoilla.

Kaksi viikkoa pitäisi olla riittävä aika keräämään enemmän kuin 25 vastausta. Jatkossa vastaavia kyselyitä toteutettaessa näkisin välttämättömäksi tarjota lukijoille palkintoja kannustimeksi. Kaikkiin kyselyn kohtiin oli pakko vastata. Se ei kuitenkaan mielestäni selitä pientä vastausmäärää, koska se näkyisi kesken jääneiden vastausten määrässä. Kyselyä olisi voitu vielä mainostaa erillisellä uutisjutulla verkossa ja printtilehdessä. Tällä kertaa niin ei kuitenkaan tehty.

Kysymyksissä pyrittiin keskittymään mahdollisimman paljon sisällöllisiin asioihin. Tässä kyselyssä jätettiin tarkoituksella mahdollisimman pienelle huomiolle sisällön ulkopuoliset tekijät paperilehden suosimisen taustalla.

Taustoittavan osuuden aineiston kasaaminen ja tutkimus oli mielenkiintoista ja löysin lopulta mielestäni laadukasta materiaalia erilaisista lähteistä. Käsitelty aihepiiri oli laaja, mutta lopputulos oli mielestäni loogisesti kulkeva ja perusteltu pohjustus tälle kyselytutkimukselle.

Aihetta voisi tutkia lisää esimerkiksi keskittymällä nuoriin lukijoihin, jotka jäivät kokonaan tämän tutkimuksen ulkopuolelle. Itseäni jäi kiinnostamaan, olisivatko nuorten vastaukset erottuneet muista millään tavalla.

Lähteet

- Ala-Fossi, M.; Lehtisaari, K.; Hellman, H. & Grönlund M. 2020. Media- ja viestintäpolitiikan seurantaraportti 2019. Helsinki: Liikenne- ja viestintäministeriö. <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-243-581-1>.
- Auvinen, S. 2019. Mitä lukijat haluavat maakuntalehden verkkopalvelulta? : case ESS.fi. Viitattu 13.4. <https://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-2019052913128>.
- Boczkowski, P. J. 2004. Digitizing the News: Innovation in Online Newspapers. Cambridge, Massachusetts: MIT Press.
- Carey, J. 2007. A Short History of Journalism for Journalists: A Proposal and Essay, 12. Harvard International Journal of Press/Politics. Vol 12, 3–16. <https://files.unepportfolio.org/wp-content/uploads/sites/2153/2020/01/Carey-A-History-of-Journalism.pdf>.
- Delgado, P.; Vargas, C.; Ackerman, R. & Salmerón, L. 2018. Don't throw away your printed books: A meta-analysis on the effects of reading media on reading comprehension. Educational Research Review. Vol. 25, 23–38.
- Dvir-Gvirsman, S. & Tsurriel, K. 2022. In an Open Relationship: Platformization of Relations Between News Practitioners and Their Audiences. Journalism Studies. Vol. 23, 1308–1326. Viitattu 7.4.2024. <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1461670X.2022.2084144>.
- Fang, K. & Repnikova, M. 2021. The State-Preneurship Model of Digital Journalism Innovation: Cases from China. Vol. 27. Viitattu 7.4.2024. <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1940161221991779>.
- Herkman, J. 2009. Journalismi markkinoilla. Konserni- ja mediajournalismia. Teoksessa Väliverronen, E. (toim.) journalismi murroksessa. Helsinki: Gaudeamus, 32–49.
- Heikkilä, H.; Hellman, K. & Ovaska, L. 2023. Mä lehden luin: Yleisön suhde painettuun ja digitaaliseen sanomalehteen. Tampere: Tampere University Press. <https://urn.fi/URN:ISBN:978-952-359-044-1>.

Hellman, H. 2021. Lehtiketjut ja lehdistön ”uusi normaali”: Keskittymisen mittaaminen ja sanomalehdistön keskittyminen Suomessa 2009–2019. *Media & Viestintä* 44(2021): 2, 92–116. <https://urn.fi/URN:NBN:fi:tuni-202108166568>.

Hujanen, J. 2000. Journalismin maakunnallisuus: Alueellisuuden rakentuminen maakuntalehtien teksteissä ja tekijöiden puheessa, 226. *Jyväskylä Studies in Communication* 11. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.

Kaarna, K. 2023. Miksi tilasin? : tutkimus Etelä-Suomen Sanomien lukijoiden digitilaukseen johtavista syistä. Viitattu 13.4.2024. <http://urn.fi/URN:NBN:fi:ju-202402121804>.

Karppinen, K.; Ala-Fossi, M.; Alén-Savikko, A.; Hildén, J.; Jääsaari, J.; Lehtisaari, K. & Nieminen, H. 2015. *Kenen media? : johdatus viestintäpolitiikan tutkimukseen*. Tampere: Vastapaino.

Karppinen, K. & Moe, H. 2014. What We Talk about When We Talk about “The Market”: Conceptual Contestation in Contemporary Media Policy Research. *Journal of Information Policy* (2014) 4: 327–341.

Keskisuomalainen Oyj 2024. *Mediat*. Viitattu 8.4.2024. <https://keskisuomalainen.com/mediat/>.

Lehtisaari, K. (toim.) 2014. *Sanomalehti uudessa mediamaisemassa*. Helsinki: TAT-ryhmä.

Lehtisaari, K.; Grönlund, M. Villi, M. & Linden, C-G. 2016. Uutismedian uudet liiketoimintamallit Pohjoismaissa. Viitattu 7.4.2024. <http://hdl.handle.net/10138/175292>.

Lehto, K. 2006. Aatteista arkeen: Suomalaisten seitsenpäivästen sanomalehtien linjapapereiden synty ja muutos 1971–2005. *Jyväskylä Studies in Humanities* 48. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.

Media Audit Finland 2023. *KMT 2023 lukijamäärät*. Viitattu 8.4.2024. <https://mediaauditfinland.fi/wp-content/uploads/2023/09/KMT-2023-lukijamaarat.pdf>.

Murtasaari, J. 2024. *Sisältöpäällikkö Jussi Murtasaaren haastattelu sähköpostitse* 9.4.2024. Kuopio: Savon Sanomat.

- Nelson, J. L. 2019. The next media regime: The pursuit of 'audience engagement' in journalism.
<https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1464884919862375?journalCode=joua>.
- Reunanen, E.; Alanne, N.; Helske, H. Lappalainen, E.; Niemi, M.K.; Petterson, M. & Seuri, V. 2022. Uutismedia verkossa 2022. Reuters-instituutin Digital News Report - Suomen maaraportti. Viitattu 14.4.2024.
<https://urn.fi/URN:ISBN:978-952-03-2483-4>.
- Reunanen, E.; Alanne, N.; Huovinen, T.; Järvi, U.; Nevalainen, R.; Puolimatka, R. & Vehkasalo, V. 2023. Uutismedia verkossa 2023. Reuters-instituutin Digital News Report – Suomen maaraportti. Viitattu 22.3.2024.
<https://urn.fi/URN:ISBN:978-952-03-2961-7>.
- Savon Sanomat 2017. Verkkopalvelu uudistuu tiistaina – Savon Sanomien tilaaja saa jatkossa eniten. Viitattu 8.4.2024.
https://www.savonsanomat.fi/paikalliset/3441910#cxrecs_s.
- Savon Sanomat 2018. Savon Sanomat alkoi ilmestyä verkossa 20 vuotta sitten – "Tarve digisisällöille kasvaa". Viitattu 14.4.2024.
<https://www.savonsanomat.fi/paikalliset/2924278>.
- Savon Sanomat 2023a. Matti Pietiläisestä Savon Sanomien uusi päätoimittaja. Viitattu 8.4.2024. <https://www.savonsanomat.fi/paikalliset/5743524>.
- Savon Sanomat 2023b. Sunnuntaisuomalainen uudistuu ja löytyy jatkossa verkosta joka päivä. Viitattu 8.4.2024.
<https://www.savonsanomat.fi/uutissuomalainen/6040366>.
- Savon Sanomat 2023c. Savon Sanomat aloittaa Uutisstudio-keskustelut: Ensimmäisenä aiheena lasten liikkumattomuus – lähetä kysymyksesi asiantuntijoille. Viitattu 10.4.2024.
<https://www.savonsanomat.fi/paikalliset/6253328>.
- Savon Sanomat 2024a. Savon Sanomat julkaisi uuden uutissovelluksen – Voit ladata sen tästä. Viitattu 8.4.2024.
<https://www.savonsanomat.fi/paikalliset/6609429>.

Savon Sanomat 2024b. Savon Sanomat julkaisi uuden uutissovelluksen – Voit ladata sen tästä. Viitattu 8.4.2024.

<https://www.savonsanomat.fi/paikalliset/6609429>.

Savon Sanomat 2024c. Savon Sanomat verkkolehden lukijatilastot. Kuopio.

Seemer, J.; Halonen, A. & Passi, P. 2016. Mediamarkkinoiden tila ja kilpailukyky – suomalaisen median kansainvälinen vertailu, taloudellinen tila ja kilpailuedellytykset. Valtioneuvoston kanslia. Viitattu 7.4.2024.

<http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-287-308-8>.

Suomen Lehdistö 2016. Päivälehdet luopumassa pelkän printtilehden myynnistä. Viitattu 9.4.2024. <https://suomenlehdisto.fi/paivalehdet-luopumassa-pelkan-printtilehden-myyynnista/>.

Suomen Lehdistö 2017. Maksumallien hybridi yleistyy verkossa – uusimpana Savon Sanomat lisäsi maksullisten juttujen osuutta. Viitattu 8.4.2024.

<https://suomenlehdisto.fi/maksumallien-hybridi-yleistyy-verkossa-uusimpana-savon-sanomat-lisasi-maksullisten-juttujen-osuutta/>.

Suomen virallinen tilasto: 13ud -- Väestön tieto- ja viestintätekniikan käyttö sukupuolen ja ikäluokan mukaan, 2013-2023. Viitattu 7.4.2024.

<https://pxdata.stat.fi:443/PxWeb/sq/5eacd3ee-a247-4803-8009-1473f28fe0ef>

Tilastokeskus 2020. 2/2020 Sanomalehdet ovat menettäneet dramaattisesti tulojaan 2010-luvulla. Viitattu 22.3.2024.

https://pxhopea2.stat.fi/sahkoiset_julkaisut/joukkoviestintatilasto/pdf/teksti_02_2020.pdf.

Tilastokeskus 2022. Sanomalehtien tilaushinnat 2000–2022. Viitattu 7.4.2024.

https://pxhopea2.stat.fi/sahkoiset_julkaisut/joukkoviestintatilasto/html/suom0001.htm.

Tilastokeskus 2023. Internetin mediakäyttö 2004–2022. Viitattu 7.4.2024.

https://pxhopea2.stat.fi/sahkoiset_julkaisut/joukkoviestintatilasto/html/suom0005.htm.

Tilastokeskus 2023b. Suomessa ilmestyvät sanomalehdet päiväisyyden mukaan 1990–2022. Viitattu 7.4.2024.

https://pxhopea2.stat.fi/sahkoiset_julkaisut/joukkoviestintatilasto/html/suom0001.htm.

Yle 2013. Savon Sanomien verkkopalvelu muuttuu maksulliseksi. Viitattu 8.4.2024. <https://yle.fi/a/3-6874091>.

Yle 2023a. Onko paperinen sanomalehti pian historiaa? Keskisuomalainen ei lopeta printtilehtien sunnuntaijakelua lähivuosina, lupaa konsernijohtaja. Viitattu 9.4.2024. <https://yle.fi/a/74-20027246>.

Yle 2023b. Etelä-Suomen Sanomat ja Hämeen Sanomat muuttivat arkipäivien painettua sanomalehteä – ”tuo säästöjä ja helpottaa lehden tekoa”. Viitattu 7.4.2024. <https://yle.fi/a/74-20048564>.

Yle 2023c. Savon Sanomien uudeksi päätoimittajaksi valittu Matti Pietiläinen panostaa digitaaliseen kehitykseen. Viitattu 8.4.2024. <https://yle.fi/a/74-20019181>.

Valtonen, O. 2023. ”Semmoinen pieni luova hulluus siinä, että kokeillaan ihan nyt mitä vaan” : lisätty todellisuus osana suomalaista journalismia. Maisterintutkielma. Kieli- ja viestintätieteiden laitos. Journalistiikka. Jyväskylän yliopisto. Viitattu 7.4.2024. <https://jyx.jyu.fi/bitstream/handle/123456789/85113/URN%3aNBN%3afi%3ajyu-202301201413.pdf?sequence=1>.

Vilkka, H. 2007. Tutki ja mittaa: määrällisen tutkimuksen perusteet. Helsinki: Kustannusyhtiö Tammi.

Weber, M. S. 2017. The tumultuous history of news on the web. Teoksessa Brügger, N. & Schroeder, R. 2017. The Web as History. Using Web Archives to Understand the Past and the Present. London: UCL Press, 83–100.

Winter, P. & Alpar P. 2018. On the relationship between print and mobile channels for newspapers. Vol. 28, 79–92. <https://link.springer.com/article/10.1007/s12525-017-0263-4>.

Kyselylomake

Kysely: Savon Sanomien digilehti

Pakolliset kysymykset merkitty tähdellä (*)

Tässä kyselyssä selvitetään Savon Sanomien tilaajien näkemyksiä digilehdestä. Tässä kyselyssä digilehdellä tarkoitetaan lehden verkkosisältöjä, ei näköislehteä. Tarkoituksena on kehittää journalistista sisältöä ja selvittää, mikä saisi myös paperilehden lukijat siirtymään digilehden käyttäjiksi.

Vastaukset kerätään anonymisti, kyselyssä ei kysytä yhteystietoja. Kyselyyn vastaamiseen menee noin viisi minuuttia, ja siihen voi vastata vain kerran.

Tutkimus on osa Turun ammattikorkeakouluun valmistuvaa journalismin opinnäytetyötä. Tutkimuksen tekee Atte Pöytä kangas. Lisätietoja saa tarvittaessa sähköpostilla osoitteesta atte.poytakangas@edu.turkuamk.fi.

Kiitos kaikille vastaajille!

Tausta ja tottumukset

1. Mikä Savon Sanomien tilaus sinulla on? *

- Digi
- Lehti ja digi
- Lehti viikonloppuisin ja digi
- En ole tilaaja

2. Ikäsi? *

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

3. Sukupuoli? *

-

- Mies
- Nainen

4. Kuinka usein luet Savon Sanomien digilehteä? *

- Useammin kuin kerran päivässä
- 5-7 päivänä viikossa
- 2-4 päivänä viikossa
- Muutaman kerran kuukaudessa
- Kerran kuukaudessa
- Harvemmin kuin kerran kuukaudessa
- En koskaan

5. Oletko lisännyt digilehden käyttöä, aloittanut digitilauksen tai vaihtanut digitilaukseen ilman paperilehteä viimeisen parin vuoden aikana? *

- Kyllä
- En

6. Mikä saisi sinut siirtymään digilehden lukijaksi? Voit valita useita. *

- Edullisempi hinta
 - Parempi sisältö
 - Jos omistaisin lukemiseen sopivan laitteen
 - Jos digilehti olisi helpompi käyttää
 - Jos digitaalista tekstiä olisi mukavampi lukea
 - Ei mikään
 - Muu, mikä?
-

7. Miksi olet lisännyt digilehden käyttöä tai vaihtanut digitilaukseen? Voit valita useita. *

- Hinta
- Enemmän tai parempaa sisältöä
- Nopeampi uutisointi

-
- Sain digilehteen sopivan laitteen tai opin käyttämään sellaista
- Muu, mikä?
-

Digilehden sisältö

8. Minkä arvosanan antaisit Savon Sanomien digilehden journalistiselle sisällölle asteikolla 1-5? Arvosana 1 on heikoin ja 5 on paras. *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

9. Onko digilehden sisällössä jotain huonoa paperilehteen verrattuna? *

- Kyllä
- Ei

10. Mikä digilehden sisällössä on huonompaa kuin paperilehdessä? Kerro omin sanoin. *

11. Mitä seuraavista haluaisit nähdä digilehdessä enemmän? Voit valita useita. *

- Videot
- Kuvakoosteet
- Livestriimit (suorat lähetykset)

- Radiokanava Savon Aaltojen podcast-ohjelmat
- Kilpailut ja muu lukijoita osallistava sisältö
- En mitään näistä

12. Arvioi kuinka kiinnostavina pidät alla listattuja, ainoastaan digilehdestä löytyviä, sisältöjä. *

	Ei lainkaan kiinnostava	Ei kovin kiinnostava	Jonkin verran kiinnostava	Kiinnostava	Erittäin kiinnostava
Livestriimit (suorat lähetykset urheilu, kulttuuri ja massatapahtumista)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Uutis- ja urheiluaiheiset keskusteluohjelmat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ajankohtaisten tapahtumien päivittyvät seuranta-artikkelit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kuvakoosteet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

13. Voitko kuvitella luopuvasi paperilehdestä tulevaisuudessa, jos digilehti kehittyä haluamaasi suuntaan? *

- Kyllä
- En

14. Kerro omin sanoin, mitä haluaisit Savon Sanomien digilehden sisällöltä tulevaisuudessa? Voit esittää tässä omia toiveitasi ja palautetta vapaasti. *

Savon Sanomien verkkolehden tilaajien luetuimmat artikkelit 1.1.–7.4.2024

Nro.	Otsikko	Kategoria
1.	Vakava liikenneonnettomuus Lapinlahdella Viitostiellä – kolme ihmistä menehtyi	Paikallinen, onnettomuus
2.	Yksi ihminen kuoli onnettomuudessa – valtatie 9 on avattu jälleen liikenteelle Kuopiossa	Paikallinen, onnettomuus
3.	VR:n työntekijä menehtyi tavarajunan ja rekan törmäyksessä Kuopion Kurkimäessä – junaliikenne oli useita tunteja poikki	Paikallinen, onnettomuus
4.	Hurja kulukuuri iskee, nämä terveysasemat ovat lakkautuslistalla Pohjois-Savossa	Paikallinen, terveyspalvelut
5.	Kuopion kolarin uhrin henkilöllisyys selvisi – turman syystä ei tietoa	Paikallinen, onnettomuus
6.	Kuopion lentokentälle tuli yllätysvieras – poliisit hälytettiin paikalle	Paikallinen, liikenne
7.	Maailmanlaajuinen pikaruokaketju avaa uuden ravintolan Kuopiossa	Paikallinen, ravintolat
8.	Kuopion märkä murheenkryyni turahti taas – Kaupungilta meni nyt hermot: ”Huonoimmassa tapuksessa mennään oikeuteen”	Paikallinen, liikuntapalvelut
9.	Toimistosihteeri Laurasta, 34, tuli Kuopion kuuma Nana – ”Ajattelin, että onpas helppoa rahaa”	Paikalliset, henkilöt, vapaa- aika
10.	Kuopiolaisyrittäjä Ismo Apell aikoo taistella hotellilaivan nurkille kuseksivia koiria vastaan yllättävällä keinolla	Paikalliset, yrittäjät, henkilöt