

Suomalainen paikallislehti

Perhealbumista journalismin uudistajaksi?

Sanna Ojajärvi

Viestinnän tutkimuskeskus CRC
Communication Research Centre CRC
Sosiaalitieteiden laitos
Helsingin yliopisto

| | |
|---|---|
| Julkaisija: | |
| Viestinnän tutkimuskeskus CRC, Sosiaalitieteiden laitos, Helsingin yliopisto | |
| Tekijä | |
| © Sanna Ojajärvi | |
| Julkaisun nimi: | Julkaisun laji: |
| Suomalainen paikallislehti Perhealbumista journalismin uudistajaksi? | Tutkimusraportti |
| Asiasanat: | |
| paikallislehdistö, paikallisjournalismi, mediatalous, journalismi, journalismin murros | |
| Sarjan nimi ja numero: | |
| Viestinnän tutkimusraportteja 1/2014 | |
| ISSN: | ISBN: |
| ISSN-L 1799-7933 ISSN 1799-7933 (painettu) ISSN 1799-7941 (verkkojulkaisu) | ISBN 978-952-10-9850-5 (nid.) ISBN 978-952-10-9851-2 (PDF) |
| Kokonaissivumäärä: | Kieli: |
| 100 | Suomi |
| Taitto: | Painopaikka ja painovuosi: |
| Pauliina Shilongo | Unigrafia Helsinki 2014 |
| Verkkoaineiston osoite: | |
| http://helsinki.fi/crc/julkaisut/index.html | |
| | |

Alkusanat

Suomalaisilla mediakäyttäjillä on melko varmasti aktiivinen suhde johonkin noin 140 Suomessa ilmestyvästä paikallislehdestä. Minun varhaisin paikallislehden liittyvä muistoni on hämmennys: miksi uudenkarheaan lähiökerrostaloasuntomme postiluukusta putoaa viikoittain kaksi pientä lehteä, joissa kerrotaan pienten suomalaisten maaseutukylien elämästä. Toinen ilmestyi kesänviettopaikkakunnallamme, toinen kauppalassa, jossa perheemme oli asunut muutaman vuoden. Muistossa kiteytyy jotain olennaista paikallislehtien olemuksesta. Paikallislehtien keskeinen tehtävä on pitää yllä sidettä lukijalle merkitykselliseen paikkakuntaan, oli hän sitten paikkakunnan asukas tai sen muutoin läheiseksi kokeva. Paikallislehden syntynyt side ei katkea, vaikka paikkakunta vaihtuukin.

Muistoni ajoittuu 1970-luvulle. Paikallislehden ydintehtävä on säilynyt hyvin pitkälti samana vielä uudella vuosituhannekin: paikkakunnalle kiinnittäminen, paikallisdentiteetin rakentaminen ja yhteisön kiinteyden ylläpitäminen ovat vielä 2000-luvulla merkittäviä perusteluja paikallislehtien olemassaololle. Jotain on kuitenkin muuttunut olennaisesti. Paikallislehtien kilpailutilanne sekä mediakentällä että yksittäisillä paikkakunnilla on radikaalisti erilainen kuin viisikymmentä vuotta sitten, paikallislehden alkuajoista puhumattakaan. Lukijoiden huomiota tavoittelevat tilattavan paikallislehden ohella muun muassa ilmaiseksi jaettavat kaupunkilehdet ja verkkosivujen sisällöt. Paikallinen maailma on avautunut myös entistä enemmän ajasta ja paikasta riippumattomille mediatuotteille ja näiden rakentamille yhteisöille.

Paikallislehti oli aikoinaan paikallinen ylpeydenaihe. Lehtien perustajat ja omistajat olivat sitoutuneita paikkakuntansa sivistämiseen ja elinkeinoelämän edistämiseen. Omistajien kytkös paikkakuntaan oli selkeä. Toisin on nyt. Paikallislehtien omistus on siirtynyt yksityisomistuksesta kansallisille ja kansainvälisille mediamarkkinoille, suurille mediayhtiöille. Suunta on selvä: nykyisellään noin 60 prosenttia paikallislehdistä kustannetaan suurissa mediayhtiöissä, kun luku vielä kymmenisen vuotta sitten oli 40 prosenttia. Omistuksen etääntyminen, ajan ja paikan merkityksen muuttuminen, muuttoliike suuriin kasvukeskuksiin sekä ihmisten laventuneet työssäkäyntialueet muuttavat ajatuksia paikallisuudesta. Mihin paikallislehteä nykyään enää tarvitaan?

Paikallislehti on kuitenkin edelleen paikallinen ylpeydenaihe: lehtien tekijät ovat sitoutuneet paikallisen elämänmenon seuraamiseen ja siihen vaikuttamiseen. Kunnianhimoinen journalismi ja paikkakunnan ilmiöiden ja ihmisten herkkä kuunteleminen ovat nousseet paikallislehtien ohjenuoraksi. Lehtien levikkipeitto ilmestymisalueillaan on edelleen korkea. Paikkakunnasta välittäminen ja yhteisöön kuulumisen tunne ovat paikallislehden jatkuvuuden eilinehtoja. Tutkimus paikallislehdistä on yksi tapa lisätä ymmärrystä paikallisjournalismin merkityksestä. Paikallisjournalismilla on sekä kulttuurishistoriallista että journalismin tulevaisuutta luotaavaa voimaa.

Tutkimuksen on rahoittanut Helsingin Sanomain Säätiö. Kiitos kiinnostuksesta ja panostuksesta paikallislehdistöön! Lisäksi kiitokset kuuluvat tutkimuksen käynnistäneelle ohjausryhmälle, professori Hannu Niemiselle Helsingin yliopistosta ja yliopistotutkija Heikki Heikkilälle Tampereen yliopistosta. Tutkimusaineistojen keräämisessä ja luokittelussa korvaamattomaksi avuksi oli tutkimusavustaja Satuanna Tikkanen. Erityiskiitos Juha Herkmanille rohkaisevista kommentteista tutkimusraportin viimeistelyvaiheessa sekä mittavaa määrällistä aineistoa viime metreillä työstäneille Paula Häkämiehelle ja Pauliina Shilongolle. Ilman teitä raportti olisi jäänyt puolitiehen.

Punavuoren kaupunginosassa ja Tuuvalan kylässä helmikuussa 2014

Sanna Ojajärvi

Sisällys

| | | |
|-----------|---|-----------|
| | JOHDANTO..... | 7 |
| 1. | TOIMITUS KESKELLÄ ”KYLÄÄ” – OMISTUS YHÄ KAUEMPANA. | 13 |
| | Paikallislehdistön sietämätön moninaisuus | 14 |
| | Paikallislehden määritelmä ja tutkimuksen aineistot..... | 16 |
| | Paikallisuuden rakennusaineiden ja merkitysten analyysi | 18 |
| 2. | OSTA/MYY PAIKALLISLEHTI – PAIKALLISLEHTI LIIKETOIMINTANA | 25 |
| | Paikallislehtien levikkikehitys | 25 |
| | Paikallislehdistön tuottorakenne | 28 |
| | Paikallislehti osana mediakonsernien liiketoimintaa..... | 29 |
| | Paikallislehtien asema konserneissa | 32 |
| | Paikallislehdet kauppatarvikkeina..... | 33 |
| 3. | PAIKALLISUUS NUMEROINA - JUTTujen PAIKALLISUUS, LAJITYYPIT, AIHEALUEET JA TOIMIJA..... | 35 |
| | Paikallisuus: lähipaikallisuus nousussa, valtakunnallisuus joidenkin lehtien erityispiirre | 36 |
| | Lajityypit: lehtien välisiä painotuseroja..... | 39 |
| | Aihealueet: muutostrendejä, ajallista vaihtelua ja kestoaiheita..... | 41 |
| | Toimijat: keskiössä paikalliset asukkaat ja yhdistykset, yrityselämä kasvussa..... | 43 |
| | Paikallislehti kiinni ajassa ja paikassa | 46 |
| 4. | PAIKALLISUUDEN IDEA – ARKINEN, ARVOTTAVA JA OSALLISTAVA PAIKALLISUUS | 49 |
| | Arkinen paikallisuus: uutissähkeiden ja yleisaikakauslehden rajapinnalla..... | 50 |
| | Arvottava paikallisuus: arvokeskusteluja ja erotteluja meihin ja muihin..... | 53 |
| | Osallistava paikallisuus: meidän kaikkien hyväksi..... | 55 |
| 5. | PAIKALLISLEHTI PÄÄTOIMITTAJIEN PUHEESSA | 61 |
| | Päätöksentekoa ja elinkeinoelämää valvova paikallisuus..... | 63 |
| | Ihmisiä yhteen kokoava paikallislehti..... | 65 |
| | Kansalaisia osallistava paikallisuus..... | 66 |
| | Paikallisyhteisön palveluksessa | 68 |
| | Paikallislehti menee verkkoon..... | 69 |
| | Tulevaisuuden paikallislehti päätoimittajien puheessa..... | 70 |
| | Maantieteellinen sijainti, paikkakunnan kilpailutilanne ja omistuksen keskittyminen | 75 |

| | |
|--|-----------|
| 6. MIKSI PAIKALLISLEHTI ON ERITYINEN MEDIA? | 79 |
| Välttämättömästä, mutta tylsästä väistämättömän kiinnostavaksi?..... | 82 |
| Yhteisöllistä journalismia?..... | 83 |
| LÄHTEET | 89 |
| LIITTEET | 92 |
| LIITE 1: Haastattelut..... | 92 |
| LIITE 2: 1-3 -päiväiset paikallislehdet mediayhtiöiden omistuksessa vuosina 2007 ja 2012..... | 92 |
| LIITE 3: Koodausrunko sisällönanalyysiin..... | 97 |

JOHDANTO

Paikallislehti. Lähellä lukijaa ja lukijalle olennaisia teemoja. Kotiseutunostalgiaa. Tavallista elämää. Kosketus taaksejääneeseen kotipaikkakuntaan. Paikallisuuden puolella. Vaikuttamisen väline. Menneen ajan media. Tulevaisuuden tabloidi.

Paikallislehti on kaikkea tätä ja paljon muuta.

Tämän tutkimuksen tavoite on kartoittaa paikallislehden nykytilaa, tulkita paikallislehtien sisältöjä paikallisuuden ulottuvuuksien ymmärtämiseksi sekä esittää näkemyksiä paikallislehdistön tulevaisuudesta journalismin murroksen kontekstissa. Paikallislehteä pidetään tässä tutkimuksessa monin tavoin merkittävänä mediana suomalaisessa mediakentässä.

Paikallislehdistö on olennainen osa suomalaista mediakenttää. Ihmistä lähelle tuleva, keskimäärin viitisen tuhatta (keskilevikki noin 5400 kpl – LT2013) lukijaa tavoittava 1–3 kertaa viikossa ilmestyvä paikallislehti on vakiintunut suomalaiseen sanomalehdistöön. Ilman paikallislehtiä suomalainen mediakenttä olisi huomattavasti köyhempi. Alueellinen ja valtakunnallinen journalismi eivät edes paikallisuuteen panostaessaan pysty kattamaan pienten paikkakuntien tapahtumia samalla tarkkuudella ja intensiteetillä kuin paikallislehti.

Paikallislehtiä ilmestyy lähes koko maassa. Eteläisin paikallislehti ilmestyy Suomenlahden rannikolla Loviisassa ja pohjoisin Lapissa Kemijärvellä. Aivan kaikissa kunnissa paikallislehtiä ei ilmesty, ja paikallislehtien ja muiden medioiden välinen kilpailutilanne vaihtelee kunnasta toiseen. Historiallisesti vahva alue paikallislehdistölle on rakentunut Satakunnan ja Hämeen seuduille. Tälle alueelle perustettiin Suomen ensimmäiset paikallislehdet, ja nykyisin alueen lehdet ovat vahvoilla vuotuisessa Paikallislehtikilpailussa.

Tässä tutkimuksessa paikallislehden määritelmää on hiukan kavennettu; paikallislehtinä tarkastellaan 1–3 kertaa viikossa ilmestyviä, kotiin tilattavia paikallislehtiä, joiden lukumäärä on viimeisimpien tietojen mukaan noin 140 kappaletta (LT2012 ja Lt 2013, Sanomalehtien liitto, Suomen paikallismedia)¹. Kerrasta kolmeen viikossa ilmestyviä paikallislehtiä voi pitää ”tyypillisenä paikallislehtenä”, joka edustaa paitsi lukumääräisesti myös kilpailutilanteen näkökulmasta erityistä lehtityyppiä. Siinä missä 4–6 -päiväiset lehdet (6 kpl LT2013) vertautuvat ensisijaisesti päivälehtiin, voi 1–3 -päiväisen lehden katsoa erottuvan päivälehdistä ja esimerkiksi jäävän jälkeen alati kiihtyvässä uutiskilpailussa – ainakin nopeuden osalta. Tyypillisen paikallislehden ansiot ovat muualla: niillä on katsottu olevan merkittävä rooli paikallisyhteisön ja -identiteetin rakentajana ja paikkakunnan puolesta puhujana.

Paikallislehtien erikoisuuksiin kuuluu se, että yksittäinen paikallislehti tavoittaa ai-noastaan joitakin tuhansia tilaajia muutaman kerran viikossa. Yksittäinen paikallislehti on lopulta hyvin pieni toimija mediakentällä. Mediakilpailun kiristyminen viime vuo-

¹ Levikintarkastus (LT2013) on maaliskuuhun 2013 mennessä laskenut levikit 71 kerrasta kolmeen viikossa ilmestyvästä paikallislehdestä, lisäksi tarkastamattomia paikallislehtiä lienee lähes yhtä paljon (LT2012, Suomen Paikallismediat Oy).



sikymmeninä on näkynyt paikallislehtiömistuksen keskittymisenä. Yhä useampi paikallislehti on päätyntä yksityis- ja säätioömistuksesta osaksi suurten mediakonsernien lehtiketjuja.

Paikallislehti on kuitenkin edelleen leimallisesti paikkakuntaan sidottu media. Paikallislehtien määrä ei ainakaan toistaiseksi ole vähentynyt samassa suhteessa kuin kuntien. Melkeinpä päinvastoin, paikallislehtien merkityksen paikallisen identiteetin ja yhteisökiinteyden kannalta voi olettaa jopa kasvavan kuntaliitosten kauemmas kar- kaavan palvelu- ja päätöksentekorakenteen myötä.

Yksittäinen paikallislehti on olennainen osa suomalaista mediakäyttöä. Paikal- lislehdistöstä on koottu jo vuosikymmenten ajan markkinointitarkoitukseen kerättyä seurantatietoa. Suomen Paikallismediat Oy julkaisee vuosittain Valtakunnallisen pai- kallislehtitutkimuksen, jossa selvitetään puhelinhaastattelujen avulla paikallislehtien lukemista ja mielikuvia paikallislehdistä. Näiden selvitysten perusteella mainostajille myydään ilmoitustilaa lehdissä, joiden viikkotavoittavuus, lukemistarkkuus, lukemis- kerrat ja lehtien säilyttäminen sekä asema tietolähteenä ylittävät kirrkaasti muiden sa- nomalehtityyppien vastaavat indikaattorit. Tästä näkökulmasta onkin kiinnostavaa, että paikallislehdistö on jäänyt journalismitutkimuksen katvealueelle.

Paikallislehden lukijasuhde on kiinteä, läheinen ja henkilökohtainen. Etenkin suu- rimpien kaupunkien ulkopuolella paikallislehdet ovat saavuttaneet näkyvän aseman: paikallislehden toimitus sijaitsee usein keskeisellä paikalla pääkadun varrella tai sen liepeillä, ja paikallislehden toimittajat ovat tuttuja kasvoja paikkakunnan tapahtumissa.

Paikallislehti on paikalla lapsen ensimmäisissä hiihtokilpailuissa, siitä voi lukea paikkakunnan olennaisista tapahtumista, sen ovat tilanneet isovanhemmat paikkakun- nalta ammuin poismuuttaneille vanhemmille, se kuuluu kesäviettopaikkakunnan va- kiolukemistoon, siinä ilmoittelevat paikkakunnan pikkuliikkeet... Listaa voisi jatkaa lo- puttomiin. Nostalgisen, pienelle paikkakunnalle kiinnittymisen sijaan muistot ja miel- leyhtymät voivat olla myös kielteisiä: paikallislehti on kuntapäätäjien asialla tai kulkee paikallisten kauppiaiden talutusnuorassa, paikallislehtijournalismi on luokatonta, ei voisi vähempää kiinnostaa. Niin tai näin, paikallislehti herättää tunteita ja mielipiteitä. Täytyy myös muistaa, että yhtä näkemystä paikallislehdestä ei ole, sillä paikallislehdis- tö muodostaa ilmestymistiheydeltään, laadultaan ja paikalliselta merkittävyydeltään hyvin kirjavan median.

Paikallislehdellä on monilla paikkakunnilla pitkiin perinteisiin nojaava asema, joka liittyy paikallisen tiedon välittämiseen ja kotiseutuhengen nostattamiseen. Paikallisleh- distön vahvuudeksi on tapana mainita sitoutunut ja suhteellisen vakaa lukijakunta ja paikallinen sisältö, joka on ainakin toistaiseksi jäänyt muiden medioiden kiinnostuksen ulkopuolelle. Paikallislehdistön vakaus liittyy myös maakuntien ja pienten paikkakun- tien väestön ikääntymiseen ja näiden ikääntyneiden lukijoiden uskollisuuteen. Juuri nämä piirteet tekevät paikallislehdistön asemasta erityisen.

Mediakilpailussa mukana pysyminen edellyttää sekä vakiintuneiden lukijoiden että potentiaalisten uusien lukijoiden puhuttelua. Miten paikallislehti puhuttelee potenti- aalisia lukijoita, jotka eivät ole valmiita tilaamaan paperilehteä kotipostilaatikoihinsa? Asettuvatko nuoret lukijat ja internet-sivustoja selailevat mediakäyttäjät ratkaisevaan rooliin paikallislehden tulevaisuudessa?

Paikallisen sisällön merkitys osana paikallislehdistön sitouttavaa roolia tunnustetaan, mutta sen konkreettisista ilmenemismuodoista tiedämme hyvin vähän. Sisältö ei kai voi olla samanlaista paikkakunnasta riippumatta?

Paikallislehdistön asema mediakentällä vaatii kartoittamista. Paikallislehdistöä kokonaisuutena ei ole Suomessa tutkittu. Yksittäisissä tutkimuksissa on lähestytty jotakin tiettyä paikallislehteä joko sen yleisöjen tai rajattujen sisältöjen, esimerkiksi urheilujournalismin, näkökulmista. Siinä missä journalismin murros (Väliverronen 2009) ja vaikkapa maakuntalehtien asema sanomalehdistössä ja journalismin kehityksessä (Heikkilä 2001, Hujanen E. 2007 ja Hujanen J. 2000, Nordenstreng & Wiio 2012, Salovaara-Moring 2004) ovat kiinnostaneet journalismin ja mediakulttuurin tutkijoita, on paikallislehti jäänyt pääsääntöisesti näiden tutkimusten reunahuomautukseksi. Poikkeuksen muodostaa kansalaisjournalismin käytäntöjä eri sanomalehtityypeissä tarkasteleva, jossa 6-päiväistä paikallislehteä (*Itä-Häme*) tarkastellaan rinnakkain aluelehden ja valtakunnallisen sanomalehden kanssa. (Ahva 2010). Paikallislehdistön, ja etenkin 1–3 -päiväisten lehtien, tutkimus rakentuu pitkästi tapaustutkimuksista tai paikallislehdistön historian kuvauksista (Fritze 2012, Grönroos 1976, Hagerlund 2005, Hämäläinen 2008, Kupiainen 2004, Marttinen 2010, Rautio 1990, Tommila 1985). Siksi yleiskuvaa alan trendeistä ja sanomalehdistön muutosten kohdentumisesta paikallislehdistöön ei ole olemassa.

Paikallislehdistö ansaitsee tulla nähdyksi sekä omana, muuta mediakenttää täydentävänä lehtiryhmänä että yksittäisinä, kulttuurisesti merkittävänä lehtinimikkeinä, joilla on olennainen merkitys paikallisuuden tulkkeina (vrt. Kivikuru 1990). Tämän tutkimuksen tavoite, paikallislehdistön nykytilan ja tulevaisuudennäkymien tulkinta journalismin murroksen kontekstissa, täytyy siis aloittaa paikallislehtien kokonaisuuden kartoittamisella.

Paikallislehdistö on murroksessa. Paikallislehdistöön kohdistuu tänä päivänä paineita ja muutoksia, jotka koskevat koko printtijournalismia: omistuksen keskittyminen, omistajien kasvaneet tuottovaatimukset, kilpailu lukijoiden ajankäytöstä ja uudet digitaaliset julkiasukanavat ovat haastaneet paikallislehtiä siinä missä muutakin sanomalehdistöä. Paikallislehti on siis entistä tiiviimmin mukana sanomalehdistöä ja koko mediakenttää koskevassa kilpailussa. Paikallislehtiä haastavat nykyisessä ja tulevassa mediakulttuurissa tiukentuneen talouden ja lisääntyneen kilpailun ohella sekä mediakentän rakenteeseen että mediasisältöihin liittyvät seikat.

Hyvällä syyllä voi esimerkiksi kysyä, minkälaiseksi paikallislehden ja paikallisuuden tiukka kytkös tulevaisuudessa muuntuu, kun paikallislehden tekeminen ei enää automaattisesti kiinnity paikkakuntaan maantieteellisessä mielessä. Kiinnittymistä haurastavat paikasta riippumattomat digitaaliset julkaisukanavat ja yhteisöt, jotka tekevät paikallislehdenkin yleisösuhteesta entistä moninaisemman ja monikenttäisemmän. Paikallislehden lukijoiden ja tekijöiden potentiaalinen sijainti paikkakunnan ulkopuolella saattaa murtaa tiukan paikallisuuden rajoja ennennäkemättömillä tavoilla. Myös paikallislehtien omistuksen siirtymisellä enenevässä määrin paikkakuntien ulkopuolelle saattaa olla samansuuntaisia, paikallisuuden merkitystä kyseenalaistavia tai muuttavia seurauksia.



Tässä tutkimuksessa paikataan joitakin edellä esitettyjä tutkimuksen aukkokohtia. Suomalaisessa mediakentässä keskeinen paikallislehdistö ansaitse huomiota myös tutkimuksen pääasiallisena kohteena. Paikallislehdistö kokonaisuudessaan on syytä ymmärtää merkittäväksi osaksi mediakenttää: kaiken kaikkiaan paikallislehtien yhteenlaskettu levikki ja yhteenlaskettu liikevaihto rakentavat merkittävän osan ainakin joidenkin mediayhtiöiden tuotoista.

Paikallislehtien kiinnittyminen maantieteellisesti selkeärajaisille alueille tekee paikallislehdistöstä edelleen erityisen. Mediakentän kiihtyvän keskittymisen ja lisääntyvän yhteistyön aikana paikallislehdistö puolustaa paikkaansa mediana, jonka tehtäviä mikään muu taho ei toistaiseksi ole hoitanut.

Mediakentän rakenteellisten, taloudellisten, kulttuuristen ja teknologisten muutosten ymmärtäminen paikallislehtien kannalta on tämän tutkimuksen keskeinen tavoite. Paikallislehdistön tulevaisuutta pohditaan kolmesta näkökulmasta. Ensinnäkin huomio kiinnitetään konkreettisiin rakenteisiin ja omistussuhteisiin liittyviin muutoksiin, joita taloudellisten resurssien kiristyminen ja mediakentän sisäinen kilpailu ovat paikallislehdistölle aiheuttaneet. Toiseksi tutkimuksessa tarkastellaan paikallislehtien sisältöllisiä painotuksia ja muutoksia muun muassa paikallisuuden ideassa ja lukijoiden kiinnittämisessä vuosina 2000–2009. Kolmanneksi siinä annetaan ääni paikallislehtien päätoimittajille, heidän näkemyksilleen paikallislehtien nykyisestä roolista ja käsitksilleen paikallislehtien tulevaisuudesta.

Paikallislehtien taloudellisten reunaehtojen lisäksi tutkimuksessa rakennetaan siis kuvaa siitä, minkälaisin sisällöin paikallislehtien lukijat kiinnitetään lehtien uskollisiksi ja sitoutuneiksi lukijoiksi. Oleellista on kiinnittää huomiota sekä paikallislehdistöä yhdistäviin piirteisiin että eri paikkakunnilla ja erilaisissa toimintaympäristöissä sijaitsevien paikallislehtien välille rakentuviin eroihin. Tarkemmin tutkimuksessa haetaan vastausta seuraaviin temaattisiin kysymyksiin:

Rakenteelliset reunaehdot:

- Minkälaisia ovat olleet paikallislehtien levikkikehitys ja tuottorakenteen muutokset vuosina 2000–2012 ja omistusrakenteen muutokset vuosina 2000–2013?
- Miten paikallislehdistön omistusrakenne on muuttunut vuosina 2000–2012?

Paikallisuuden idea:

- Miten paikallislehtien sisällöt ovat muuttuneet vuosina 2000–2009?
- Minkälaisia eroja paikallislehtien välille rakentuu?
- Minkälaisista aineksista paikallisuuden idea lehdissä rakentuu?

Toimintaympäristö ja paikallislehden kilpailuvaltit:

- Miten paikallinen toimintaympäristö ja mediakilpailu vaikuttavat paikallislehden tulevaisuudennäkymiin?
- Miten paikallisuus voi kääntyä hyödyksi mediakilpailussa?

Paikallislehtien taloudellisiksi reunaehdoiksi luetaan ensisijaisesti lehtien tuottorakenne, johon kuuluvat sekä ilmoitus- että levikkituotot. Rakenteellisina reunaehtoina tarkastellaan paikallislehtien omistusrakennetta ja sen muutosta 2000-luvulla. Paikal-

lisuuden ideaan pureudutaan kahdeksan paikallislehtikilpailussa vuosina 2000–2009 palkitun 2–3 -päiväisen paikallislehden määrällisen ja laadullisen sisällönanalyysin avulla. Paikallisuuden ideaa avaavat myös edellä mainittujen paikallislehtien päätoimittajien haastattelut. Toimintaympäristön vaikutuksia paikallislehden toimintaedellytyksiin tulkitaan paikkakuntakohtaisten väestötilastojen ja päätoimittajien haastattelupuheen avulla.

Lähtökohtana on se, että paikallislehdet muodostavat merkittävän, mutta samalla tutkimuksellisesti jokseenkin tuntemattoman osan suomalaista sanomalehdistöstä. Tutkimus kiinnittää huomiota paikallislehdistön toimialan erityispiirteisiin suhteessa muuhun mediaan ja käynnissä olevaan median murrokseen. Paikallislehtien tulevaisuutta hahmoteltaessa olennaista on paikallislehtien erityisyyden lisäksi ymmärtää paikallisen kontekstin erityisyys – paikallislehtien tulevaisuutta määrittävät journalismin taloudellisen, rakenteellisen ja sisällöllisen murroksen lisäksi paikalliset reunaehdot. Esimerkiksi etäisyys kasvukeskuksesta tai muuttoliike kunnan sisällä näkyvät paikallislehden kulttuurisessa asemassa, uusien tilausten määrässä ja ilmoittelun laajuudessa.

Sanomalehdistön murroksesta, jopa kuolemasta, on puhuttu jo muutama vuosikymmenen ajan. Murros on liitetty ensisijaisesti teknologiseen kehitykseen ja lukijoiden muuttuneisiin mediakäyttötapoihin. Lisäsävynsä murrokselle on antanut vuonna 2008 alkanut taloudellinen epävakaus, joka kääntyi taantumaksi vuonna 2010. Sanomalehdistössä talouden laskusuunta on näkynyt sekä ilmoitus- että levikkituottojen pienenemisenä. Sanomalehdistö on reagoinut murrokseen rakenteellisesti ja sisällöllisesti. Organisaatiouudistuksilla, kuten fuusioilla, yrityskaupoilla ja -myynneillä, toimistusten ja muiden osastojen yhdistämisellä, henkilöstön irtisanomilla ja eläkejärjestelyillä on pyritty mukautumaan heikentyneeseen talouskehitykseen. Sisältöuudistuksilla ja formaattimuutoksilla on pyritty entistä lukijalähtoisempään journalismiin. Verkkolehtien ja verkon ansaintamallin kehittämiseen kohdistuu tilaajapohjaisissa sanomalehdissä suuria odotuksia. Tässä tutkimuksessa selvitetään paikallislehtien ja median murroksen välistä suhdetta. Tutkimus pyrkii vastaamaan kysymykseen paikallislehtien tulevaisuudesta. Pyrkimys saattaa tosin johtaa pikemminkin uusiin kysymyksiin kuin varsinaisiin vastauksiin. Muuttuneessa toimintaympäristössä jokaisen paikallislehden on syytä arvioida huolella roolinsa ja tehtävänsä yhtäältä mediakentän ja toisaalta paikkakunnan näkökulmasta. Tämä tutkimus toivottavasti auttaa arviointityössä.

Tässä tutkimuksessa lähdetään liikkeelle paikallislehdistön erityislaatuudesta. Paikallislehti nähdään omana, erityisenä mediana, jolla toki on yhteytensä mediakentän murrokseen mutta jota tulee myös tarkastella sen omista lähtökohdista. Paikallislehdet etsivät kuumeisesti selviytymisratkaisuja tilanteessa, jossa kilpailu markkinoita on kiristynyt, potentiaalisten lukijoiden lukemistottumukset ovat muuttuneet ja resursseja työn tekemiseen on yhä vähemmän. Miten tehdä vähemmällä enemmän ja entistä kilpailukykyisempää?

Teoriassa voidaan nojata kulttuuris-moraaliseen ajatukseen hyvästä ja innovatiivisesta journalismista: ”Huomisen päivän menestyvä paikallislehti on se, joka pystyy parhaalla mahdollisella tavalla oivaltamaan paikallisuuden ja perinteisen paikallislehden vahvuudet ja rakentamaan oivallukselleen hyvän verkossa ja paperilla toimivan kokonaisuuden” (Tiitinen 2011, 34). Käytännössä paikallislehti on toistaiseksi vahvoilla



omalla tontillaan: mikään muu taho ei ole uutisoinnissaan jalkautunut yhtä paikalliselle tasolle. Tulevaisuuden keskeinen kysymys on, ovatko paikallislehden lukijat ja potentiaaliset lukijat yhtä mieltä paikallistason uutisoinnin merkityksellisyydestä ja onnistuuko lehti tavoittamaan lukijat myös itseään hyödyttävällä tavalla. Toistaiseksi taloudelliset realiteetit ovat saaneet paikallislehtien toimitukset karsimaan ennestäänkin niukkoja henkilöresurssejaan ja tinkimään muun muassa verkkolehden kehittämisestä. Kiristynyt kilpailu on omistuksen keskittymisen myötä myös kiinnittänyt paikallislehdistön entistä tiiviimmin suurten mediayhtiöiden "markkinoituneeseen konsernijournalismiin" (vrt. Herkman 2005).

Tässä tutkimuksessa tarkastellaan mediakentän murroksen vaikutuksia paikallisjournalismin rakenteisiin, sisältöihin ja toiminnan reunaehtoihin. Raportissa edetään seuraavasti:

Luvussa 1 esitellään aineistot ja analyysin keskeiset perusteet.

Luvussa 2 rakennetaan tilastoihin perustuen kuvaa paikallislehdistön yleisistä muutostrendeistä, joista keskeisimpiä ovat omistussuhteiden muutokset, levikkikehitys, tuottorakenteen muutokset. Näiden perusteella tehdään tulkintoja paikallislehdistön asemasta mediakilpailussa.

Luvussa 3 tarkastellaan kahdeksan paikallislehtikilpailussa palkitun lehden sisältöjä. Määrällinen analyysi rakentaa yleiskuvaa paikallislehtien rakenteesta ja sisällöistä, kuten juttujen lajityypeistä, aihealueista, toimijoista ja näiden välisistä keskustelusuhteista.

Luvussa 4 luetaan paikallislehden sisältöjä laadullisesti. Pyrkimyksenä on ymmärtää, minkälaisia ovat paikallisuuden ulottuvuudet, miten paikallisuudella puhutellaan ja miksi paikallisuus on tärkeää.

Luvussa 5 pureudutaan päätoimittajien käsityksiin paikallislehtien roolista mediakentällä yleensä ja tietyllä paikkakunnalla erityisesti. Luvussa rakennetaan kuvaa yhtäältä paikallislehdille yhteisistä piirteistä ja toisaalta nostetaan esiin toiminnan leimallisesti paikkakuntakohtaisia reunaehtoja.

Luvussa 6 pohditaan paikallislehdistön erityislaatua ja esitetään arvioita paikallislehden tulevaisuudesta.

Tavoitteena on tuoda suomalaisen mediakentän "pienen tuntemattoman" tilanetta näkyväksi ja näin lisätä paikallislehdistön mahdollisuuksia selvittää kiristyneessä mediakilpailussa.

1. TOIMITUS KESKELLÄ ”KYLÄÄ” – OMISTUS YHÄ KAUEMPANA.

Suomalainen pikkukaupunki ja sen keskustaa halkova katu. Ruokabaari, kebab-pizzeria, suuren kauppaketjun päivittäistavarakauppa, rautakauppa ja paikallislehden toimitus. Noin sadanneljänkymmenen suomalaiskaupungin keskustasta löytyy paikallislehden toimitus.

Kuva 1.1. Nokian Uutisten toimitus



Kuva: Katariina Kuivainen

Paikallislehtien määrä Suomessa lisääntyi erityisesti 1950-luvulta 1990-luvulle, mutta 2000-luvulle tultaessa paikallislehtien määrä on hiljakseen laskenut lehtien yhdistymisen tai lakkauttamisen myötä (Nordenstreng & Wii 2012). Paikallislehdellä on vanhastaan ollut merkittävä tehtävä sekä paikkakunnan kaupallisen elämän ylläpitäjänä että asukkaiden sivistäjänä. Varhaisimmat paikallislehdet olivat yksittäisten, paikkakunnan sivistyksestä kiinnostuneiden, henkilöiden perustamia. Tällaisten lehtien omistajatahoina yleisiä olivat perheyrietykset tai pienen ryhmän perustamat osakeyhtiöt. Paikallislehtien taustayhdistyksiä vaikuttivat aina 1960-luvulle saakka paikalliset kotiseutu- ja museohankkeet, opintorahayhdistykset, Lions-klubit, urheiluseurat tai toimihenkilökerhot. (Tommila 1985, 129.) Varhaisten paikallislehtien perustajakunta koostui yhtäältä maaseudun akateemista sivistyneistöstä (opettajat ja papit). Toisaalta



lehtiä perusti omiin tarkoituksiinsa taloudellinen eliitti (kauppiaat, pankinjohtajat). Pienellä paikkakunnalla lehden perustajilla oli hyvä käsitys lehden potentiaalisista lukijoista sekä selkeä näkemys lehden tehtävästä paikkakunnalla.

Paikallislehtien omistusrakenne alkoi muuttua jo 1970-luvulla, jolloin yhä useampi paikallislehti siirtyi maakuntalehtien, ja myöhemmin suurten media-alan yritysten omistukseen. (Nordenstreng & Wiio 2012.) Konsernisoituminen etenee paikallislehdistössä, ja vuonna 2012 noin 60 prosenttia paikallislehdistä oli lehtikonsernien omistuksessa. Noin 20 prosenttia kustannettiin paikallisten osakeyhtiöiden toimesta ja noin kymmenen prosenttia on perheyriyten omistuksessa. Loput kymmenen prosenttia ilmestyi paikallisten yhdistysten kustantamina. (Sanomalehtien Liitto 2013.)

Paikallislehdistö on näihin päiviin saakka säilyttänyt ominaispiirteitä, jotka erottavat sen muusta sanomalehdistöstä. Kirjava omistustausta, pieni ja maantieteellisesti tiivis levikkialue ja siitä johtuen lähes henkilökohtainen suhde lukijoihin leimaavat paikallislehdistöä yhä edelleen. Yhtä lailla leimallista on mediakenttää yhdistävä murros. Kiihtyvä konserniomistus ja kiristynyt kilpailu lukijoista ja ilmoittajista ovat kiinnittäneet paikallislehdistön olennaiseksi osaksi muun media-alan kehitystä.

Suomessa sanomalehdistö on aikoinaan syntynyt edistämään kansakunnan poliittista ja kulttuurista hyvinvointia ja paikallislehdistön historia on suorastaan rakentunut sivistysajattelun varaan. Satavuotinen historia on vakiinnuttanut paikallislehden keskeisen roolin ilmestymispaikkakunnallaan. Paikallislehden on kuitenkin yhä kiristyneessä kilpailussa lunastettava uudestaan ja uudestaan paikkansa lukijoiden arjessa; sekä taloudellinen kilpailu että journalistiset paineet ovat kiristyneet 1990-luvulta lähtien. Viime vuosikymmeninä kiihtynyt, paikallislehdistöäkin koetteleva laskeva levikki-kehitys kertoo omaa karua kieltään.

PAIKALLISLEHDISTÖN SIETÄMÄTÖN MONINAISUUS

Paikallislehdistö on tutkimuskohteena amebamainen: lehtinimikkeiden runsas määrä, yksittäisen lehden pieni painoarvo mediamarkkinoilla ja omistustaustan kirjavuus tuottavat vaikeuksia muodostaa kokonaiskuvaa paikallislehdistöstä. Paikallislehdistön osana onkin ollut päätyä ensisijaisesti päivälehtiin fokusoivien tutkimusten reu-nahuomautukseksi (Heikkilä 2001, Heikkilä ym. 2013, Hujanen, E. 2007, Hujanen, J. 2000) tai yksittäiseksi luvuksi suomalaista mediamaisemaa kartoittavissa perusteoksissa (Nordenstreng & Wiio 2012, vrt. Grönroos 1976, Rautio 1990). Paikallislehti on näissä tutkimusasetelmissa rakentunut eräänlaiseksi maakuntalehden kainalojutuksi. Pääsääntöisesti paikallislehtiin on keskitytty opinnäytetöissä tai alan omissa julkaisuissa (Fritze 2012, Hämäläinen 2008, Alakangas & Sillanpää 2011, Marttinen 2010).

Kun katsotaan paikallislehdistöä kokonaisuutena, on sen yhteenlaskettu osuus suomalaisista mediamarkkinoista kuitenkin merkittävä (Graafisen alan taloustilasto 2009, Grönlund 2014, Nordenstreng & Wiio 2012). Paikallislehdistön tehtäviksi on tiivistetty paikallisen tiedonvälityksen lisäksi paikallisen identiteetin rakentaminen ja paikkakunnan puolesta puhuminen (Tommila 1985, vrt. Aldridge 2007, Fenton ym. 2010, Frank-

lin 2006). Markkinointitarkoituksiin tehdyissä lukijatutkimuksissa on tuotu esiin, että paikallislehtien lukijat ovat keskimääräistä sanomalehden lukijaa sitoutuneempia: paikallislehti luetaan kannesta kanteen ja siihen palataan yhä uudestaan (Valtakunnallinen paikallislehtitutkimus 2011).

Tällaisten yleisten luonnehdintojen lisäksi paikallislehdistöä on lähestytty etenkin oppinäytetöissä yksittäisiin lehtiin keskittyvinä tapaustutkimuksina, tavallisimmin paikallisjournalismin tai paikallislehden yleisösuhteen näkökulmista. Paikallislehtien urheilu-uutisia ja urheilutoimittajien näkemyksissä urheilujuttujen keskeiseksi tehtäväksi nousevat positiivisen yhteisöllisyyden ja paikallisen identiteetin vahvistaminen. Sisällönanalyysin perusteella tämä tapahtuu journalismin ihanteiden kustannuksella (Fritze 2012). Paikallislehti ei ole juurikaan niittänyt kiitosta journalistisilla ansioiltaan. Päinvastoin, paikallisjournalismin laatua on epäilty ja paikallislehti ja kriittisyys on ollut tapana nähdä toistensa vastakohtina (Hämäläinen 2008).

Suomalaisessa paikallislehtitutkimuksessa on varsin voimakkaasti korostettu paikallislehden roolia yhteisöllisyyden rakentamisessa ja yhteisen arvoperustan vahvistamisessa: paikallislehden on ajateltu tarjoavan lukijoilleen materiaalia, joka helpottaa yhteisön instituutioihin sopeutumisessa ja vahvistaa yhteisön näkökulmaa ympäröiviin tapahtumiin. Näkemyksiä paikallislehden tehtävistä on viimeistään nyt syytä päivittää. Vaikka paikallislehti edelleen puhuu paikallisen yhteisön puolesta, korostaa yhteisön arvoja ja kirjaa ylös paikkakunnan historiaa, sen on väitetty muodostavan myös entistä selkeämmin foorumin erilaisille arvokeskusteluille ja näkökulmille (vrt. Kupiainen 2004, 8). Uudella vuosituhanella paikallislehden tehtäväkenttä on laajentunut kattamaan journalistiset, sosiaaliset, alueelliset ja kaupalliset ulottuvuudet (Nikkilä 2003, 24-25). Journalistisista tehtävistä keskeisin on ihmisläheinen tiedonvälitys. Nikkilä kiinnittää lisäksi huomiota siihen, että paikallislehti herättää keskustelua tuomalla julkisuuteen keskenään risteäviä mielipiteitä.

Suomalainen keskustelu on alkanut lähentyä angloamerikkalaista näkemystä paikallislehdistä: yhdysvaltalaisessa ja brittiläisessä tutkimuksessa paikallislehden rooliksi on määritetty nimenomaan keskustelujen herättäjänä toimiminen ja demokratian toteuttaminen, koska paikallislehtien julkisuustila on nähty olennaiseksi osaksi paikallistason demokraattista päätöksentekoa. (Aldridge 2007, Fenton ym. 2010, Franklin 2006.) Tämän näkemyksen mukaan paikallisia julkisuuksia tarvitaan demokratian toteutumiseksi. Osallistuminen on paikallistason toimintaa, sillä suuri osa ihmisistä ei kuulu poliittisiin puolueisiin eikä ole muutoinkaan poliittisesti aktiivisia. Silloinkin kun on, poliittinen aktiivisuus on nimenomaan paikallista. Etenkin angloamerikkalaisessa tutkimuskirjallisuudessa paikallismedian rooli on nähty habermasilaisen julkisuuden ihanteen kautta: paikallinen media toimii välittäjänä systeemimaailman ja paikallisen elämämaailman välillä (Habermas 2004). Paikallisten uutisten perusteella tehdään yksittäisen ihmisen kannalta keskeisiä, esimerkiksi lasten koulutukseen tai päivähoitoon liittyviä valintoja. Parhaimmillaan paikallinen julkisuus toimii jopa eräänlaisena vastajulkisuutena valtamedialle (Atton & Wickenden 2005; Aldridge 2007; Coleman & Ross 2010) Tämä on kuitenkin pikemminkin ihannetila kuin arkipäivää; todellisuudessa niukat resurssit ja osin vapaaehtoisvoimin tuotetut jutut saattavat hyvistä pyrkimyksistään huolimatta pitää yllä valtamedian hierarkkisia rakenteita. Tä-



hän vaikuttavat muun muassa vakiintuneet lähdekäytännöt ja muut journalistiset työkäytännöt, joita myös paikallislehdissä noudatetaan.

Paikallislehtiä koskeva tutkimus- ja muu kirjallisuus aiheuttaa hämmennystä, mikä johtuu paikallislehdistön moninaisuudesta ja siitä, miten ilmiselvän vaikeaa paikallislehdistöä on tutkimuksen keinoin kuvata. Tämän tutkimuksen innoittajana toimii yhdysvaltalaisia paikallislehtiä toimittajahaastattelujen avulla esittelevä teos *Emus loose in Egnar: Big Stories from Small Towns* (2011). Teoksen kirjoittaja, toimittaja Judy Muller, kirjoittaa vierailuistaan paikallislehtien toimituksissa yhdysvaltalaisissa pikkukaupungeissa Montanasta Alaskaan. Kertomuksissa paikallislehdet sijoittuvat osaksi paikkakuntien historiaa, mediakilpailua ja ihmishuheverkostoa, ja siinä on tavoitettu jotain olennaista paikallislehden paikallisuudesta. Huolimatta siitä, että paikallislehdet muistuttavat toisiaan ja niiden tehtävät levikkialueillaan ovat samankaltaisia, paikallislehtien toiminnan reunaehdot ovat paikallisia. Paikallislehden toimintaympäristöä määrittävät paikkakunnan elinkeinoelämä, päätöksenteko, mediakilpailu ja lukijoiden sitoutuminen. Pienellä paikkakunnalla näillä kaikilla on myös henkilökohtainen ulottuvuus, kun paikallislehden toimittajat, lehden suurimmat ilmoittajat, vaikutusvaltaisimmat päätöksentekijät ja aktiivisimmat yleisönosastokirjoittajat mitä suurimmalla todennäköisyydellä tuntevat toisensa.

Paikkakuntien vuorovaikutusverkostojen lisäksi paikallislehdet on toki sijoitettava osaksi mediamarkkinoita ja journalismin yleisiä toimintaedellytyksiä. Paikallislehtien sisältöjen muutokset, ja muutosalttius, liittyvät mediakentän kiristyvään kilpailuun. Median murroksen eri ulottuvuudet osuvat myös paikallislehdistöön tavoilla, jotka kaipaavat selvittämistä. Tänä päivänä paikallislehti on entistä selkeämmin liiketoimintaa eikä lehden ilmestymisen perusteluksi enää riitä pelkkä paikallishengen nostattaminen tai paikallisten uutistapahtumien raportointi. Arvoa sinänsä ei ole myöskään kansalaisjournalismin kehittämisellä, mikäli sillä ei onnistuta kääntämään laskevan levikkikehityksen tai ilmoitusmyynnin suuntaa. Paikallisjournalismilla on edelleen uskollinen lukijakuntansa, mutta säilyäkseen suomalaisella mediakentällä sen tulee saavuttaa tällainen jatkossakin.

PAIKALLISLEHDEN MÄÄRITELMÄ JA TUTKIMUKSEN AINEISTOT

Tässä tutkimuksessa tavoitellaan ymmärrystä paikallislehdistöstä ja sen asemasta mediamarkkinoilla yleensä. Samalla pyritään tuomaan näkyväksi myös paikallislehden erityisyys, sen kiinnittyminen juuri tietynlaisen paikkakunnan olosuhteisiin. Tämän vuoksi tutkimuksessa on päädytty kahdenlaiseen paikallislehtikentän rajaukseen.

Kokonaiskuvaa paikallislehdistön levikkikehityksestä ja omistusrakenteen muutoksista 2000-luvulla rakennetaan kaikkien Suomessa ilmestyvien 1–3 -päiväisten lehtien levikitietojen ja saatavilla olevien taloustietojen perusteella. Yksi- ja kaksipäiväiset lehdet muodostavat paikallislehdistön ytimen, sillä niitä ilmestyi vuonna 2013 yhteensä 106 lehtinimikettä (53 + 53 kappaletta). Kolmepäiväisiä lehtiä ilmestyi 16, nelipäiväisiä yksi, viisipäiväisiä kuusi ja kuusipäiväisiä neljä nimikettä. (LT2012.)¹

¹ Rajauksen perusteella tutkimuskohteeksi päätyneiden lehtien lukumäärä ei täysin vastaa todellista paikallislehtien lukumäärää: kaikkien paikallislehtien levikkejä ei ole tarkastettu Levikintarkastuksen

Toinen raja on tehty sisällönanalyysia ja haastattelututkimusta varten: tutkimukseen valikoitiin vuosina 2000–2009 vuosittaisessa Paikallislehtikilpailussa palkitut kaksi tai kolme kertaa viikossa ilmestyvät paikallislehdet. Näitä löytyi kahdeksan kappaletta. Paikallislehtikilpailu nostettiin laadullisen aineiston valintakriteeriksi muun muassa siksi, että kilpailuun osallistuneiden lehtien oletettiin olevan kiinnostuneita paikallisjournalismin kehittämistä. Paikallislehtipalkinnoin tarkoitus on alusta alkaen ollut paikallislehdistön kehittäminen, ja uusien arviointikriteerien mukaan lehtiä palkitaan nimenomaan niiden ammattimaisuudesta. Paikallislehtikilpailuun on 2000-luvulla osallistunut vuosittain yli puolet kaikista paikallislehdistä (vuonna 2013 osallistuneita lehtiä oli 81 kappaletta). Aineistonkeruuta varten tehty raja ei tietenkään tarkoita sitä, etteikö kunnianhimoista ja ammattimaista journalismia löytyisi myös kilpailuun osallistumattomista paikallislehdistä.

Aineistoa rajattiin lisäksi laadullisin perustein. Sisällönanalyysia varten kerättiin aineisto kahdeksasta paikallislehdessä 2000-luvun ensimmäiseltä vuosikymmeneltä. Lehdet valittiin Jyväskylän yliopiston ja Sanomalehtien liiton vuosittaisessa Paikallislehtikilpailussa menestymisen perusteella.

Aineistoon valitut lehdet ovat:

Kunnallislehti Paimio-Sauvo-Kaarina (paras kaksipäiväinen vuosina 2000 ja 2006, toiseksi paras 2005 ja kolmanneksi paras 2001 ja 2008),

Loviisan Sanomat (palkittu parhaista verkkosivuista vuosina 2007–2009),

Nokian Uutiset (useammin kuin kaksi kertaa viikossa ilmestyvien sarjan voittaja vuodelta 2006 ja kolmas vuodelta 2000),

Sisä-Suomen Lehti (useampipäiväisten sarjan kakkonen vuosina 2003 ja 2006 ja kolmonen vuosina 2001–2002),

Sotkamo-lehti (kaksipäiväisten sarjan kolmonen vuosina 2002, 2006 ja 2007)²,

Tyrvään Sanomat (useammin ilmestyvien sarjan kolmonen vuodelta 2003 ja kaksipäiväisten sarjan voittaja 2008 ja kakkonen 2009),

Uutis-Jousi (paras kaksipäiväinen vuonna 2007 ja toiseksi paras vuonna 2004) sekä

Ylä-Satakunta (paras kaksipäiväinen 2003–2004).³

Tutkittavien lehtien rajaaminen nimenomaan kaksi tai kolme kertaa viikossa ilmestyviin asettaa omat reunaehdonsa paikallislehdistä tehtäville tulkinnoille. Rajausta jo siinäkin rakentaa oletuksen paikallislehdessä erityisenä lehtityyppinä, joka ei välttämättä kilpaile päivälehden kanssa samankaltaisella uutissisällöllä tai yhtä tiheällä uutisten päivittämisvauhdilla. Rajausta perustuu myös oletukseen, että 2–3 kertaa viikossa ilmestyvillä lehdillä on ilmestymistiheyden ja resursseihin liittyvää kilpailuetua 1-päiväisiin paikallislehtiin verrattuna⁴.

Tutkimuksen monitahoisiin tavoitteisiin vastaan siis lopulta kolmenlaisin aineistoin, jotka ovat:

edellyttämällä tavalla eikä niitä näin ollen löydy Levikintarkastuksen tilastoista. Raportissa on pyritty käyttämään viimeisimpiä saatavilla olevia levikkitietoja. Paikallislehdistön tiedot päivittyvät muita lehtiryhmiä hitaammin, joten joissain yhteyksissä tämä on tarkoittanut LT2012 ja joissain LT2013 perustuvia tietoja.

2 Sotkamo-lehden päätoimittaja Martti Huuskola ei saatu haastatteluun tutkimusajanjaksolla. Lehti on kuitenkin mukana laadullisessa sisällönanalyysissä.

3 Samat lehdet ovat esiintyneet palkittujen listoilla myös vuoden 2009 jälkeen. Viimeksi vuoden 2013 parhaimmistoon lukeutuivat Loviisan Sanomat, Nokian Uutiset, Sisä-Suomen Lehti ja Tyrvään Sanomat.

4 Ilmestymistiheyden muutokset tarjoavat paikallislehdille keinon reagoida ulkoisiin paineisiin. Vuosina 2011–2013 on 1–3 -päiväisten lehtien osuus koko paikallislehdistöstä hiukan noussut, kun lehdet ovat vähentäneet viikoittaisia ilmestymiskertojaan.



Tilastoaineisto: tutkimusta varten kerättiin 1–3 -päiväisten Suomessa ilmestyvien paikallislehtien talous- ja levikkiedot vuosilta 2000–2013. Lisäksi koottiin paikallislehtiliiketoimintaa koskevat tiedot mediakonsernien vuosikatsauksista sekä omistajavaihdoksia koskevat lehdistötiedotteet.

Paikallislehtien sisältö: tutkimusta varten koottiin kahdeksan valitun paikallislehden sisältö vuosina 2000–2009. Aineisto koottiin otantamenetelmällä siten, että valikoiduista kahdeksasta paikallislehdestä kerättiin vuosilta 2000–2009 kaksi numeroa viikoilta 10 ja 37. Kolmesti viikossa ilmestyvistä lehdistä otettiin mukaan viikon ensimmäinen ja viimeinen numero. Näin joka vuodelta mukaan otettiin neljä numeroa. Aineisto rakentui lopulta 320 lehdestä. Luokiteltujen juttujen määrä oli 9949. Mahdollisten muutosten havaitsemiseksi määriteltiin tarkastelun aikajänteeksi määriteltiin kymmenen vuotta. Lisäksi kartoitettiin kaikkien 2–3 kertaa viikossa ilmestyvien paikallislehtien verkkosivujen tilanne sekä vuonna 2009 että 2013.

Haastatteluaineisto: Tutkimuksessa haastateltiin sisällönanalyysin valittujen paikallislehtien päätoimittajia kahteen otteeseen, vuosina 2011 ja 2014.

Tilastot kuvaavat paikallislehdistön trendejä, kuten asemaa mediakonserneissa, omistussuhteiden muutoksia ja levikkikehitystä. Määrällinen sisällönanalyysi toimii tutkimuksen yleisiä linjoja rakentavana tausta-aineistona, jonka perusteella pyritään ensisijaisesti hahmottamaan rakenteellisia ja sisällöllisiä muutoksia kymmenen vuoden ajalta. Laadullinen tekstianalyysi puolestaan kiinnittää katseen tiiviisti siihen, minäkalaisia ulottuvuuksia paikallisuudelle lehdistä rakennetaan. Haastattelujen tehtävä on ensisijaisesti sijoittaa lehti paikkakunnalle. Lisäksi haastattelut rakentavat yhdessä tilastojen ja sisällönanalyysin kanssa käsitystä paikallislehden asemasta mediakentällä ja lukijayhteisössä.

Paikallislehtikilpailu

Paikallislehtikilpailu sai alkunsa vuonna 1963. Tällöin kilpailun fokuksessa oli lehtien ulkoasu. Kilpailuun osallistui kaksikymmentä lehteä ja sen tuomareina toimivat lehdistöopin opettajat. Sittemmin raatia vahvistettiin toimittajilla ja tiedottajilla, ja 1990-luvulla tuomarointivastuu siirtyi Jyväskylän yliopiston toimittajakoulutukselle. Vuonna 2013 lehtien arviointi toteutettiin Tampereen yliopiston COMET-tutkimuskeskuksen ja tamperelaisen opiskelijaryhmän yhteistyönä. Arvioinnin painopiste on vuosikymmenten varrella siirtynyt lehtien ulkoasusta sisältöön. Tuoreimpia uudistuksia kilpailussa ovat 2000-luvulla aloitettu lehtien verkkosivujen arvioiminen sekä kilpailun arviointikriteerien täsmentäminen arvioinnin yhtenäistämiseksi. Uudistetussa kilpailussa arvioidaan muun muassa lehden paikallisuuden rakentumista ja sen esittämisen ammattimaisuutta, kielellistä ja visuaalista esittämistä, lehden vuorovaikutusta lukijoiden kanssa sekä paperilehden yhteyttä verkkoon.

PAIKALLISUUDEN RAKENNUSAINEIDEN JA MERKITYSTEN ANALYYSI

Paikallisuus ymmärretään tässä tutkimuksessa kahdella tavalla. Yhtäältä kyseessä on fyysinen alue, jolla paikallislehti toimii. Tästä näkökulmasta olennaisia tietoja ovat pai-

kallislehden levikkialue asukasluokineen, lehden tilausten ja ilmoitusten muodostama lehden tuottorakenne ja lehden olennaiset sidosryhmät ja kilpailijat. Näitä selvitetään tilastojen ja paikallislehtien päätoimittajien haastattelujen avulla.

Toisaalta paikallisuus ymmärretään kulttuurisena konstruktiona ja mentaalisenä tilana, jonka rakentamiseen paikallislehden jutut osallistuvat. Media määrittelee käsittelemiään ilmiöitä monella tasolla. Se muun muassa jäsentää ympäröivää maailmaa aihevalinnoillaan – tarkentaessaan katseensa paikallisuuteen, paikallislehti samalla määrittelee niitä aineksia, joista paikallisuus rakentuu. Media jäsentää myös toimijoita. Myös paikallislehti antaa äänen kulloisessakin asiayhteydessä olennaiseksi katsomalleen taholle, esimerkiksi paikalliselle päättäjälle, yrittäjälle, asukkaalle tai vierailijalle. Näistä toimijavalinnoista rakentuvat paikallisen yhteisön subjektit ja objektit – toimijat ja toiminnan kohteet tai toimintaa seuraavat.

Lehtijuttujen määrällisen analyysin (n=9949) tavoitteena oli kartoittaa

- mitkä ovat paikallislehtien keskeiset juttutyypit?
- mistä paikallislehdissä kirjoitettiin (aihealueet)?
- ketkä pääsivät jutuissa ääneen (toimijat)?
- miten moniäänisiä jutut olivat (keskusteleavuus)?
- miten lukijoita puhuteltiin (osallisuuden osoittaminen) (ks. luokitusrunko Liite 1)?

Lisäksi oltiin kiinnostuneita vuosien 2000 ja 2009 välillä tapahtuneista muutoksista yllä mainittujen kysymysten osalta.

Laadulliseen sisällönanalyysiin valittiin vuoden 2009 lehdet, joita luettiin lähiluvun keinoin *paikallisuuden idean* tavoittamiseksi. Laadullinen aineisto rakentui määrällisen aineiston otantamenettelyn perusteella kerätyistä lehdistä eli lähilukuun lehtiä päätyi neljä numeroa kustakin kahdeksasta paikallislehdessä. Lähiluvun pääasiallinen huomio suunnattiin siihen, minkälaisiin yhteyksiin paikallisuus journalistisesti kiinnitetään ja minkälaisia ulottuvuuksia paikallisuus näin saa lehdissä. Lähiluvun tarkoitus oli tuoda esiin paikkakunnasta ja paikallisuudesta tehtyjä journalistisia tulkintoja sekä niiden yleisiä ja paikallisia ulottuvuuksia. Tavoitteena oli myös pohtia keinoja, joilla paikallisuuden ideaa voisi entistä selkeämmin hyödyntää mediakilpailussa.

Paikallislehtien päätoimittajien haastattelut toteutettiin teemahaastatteluin kullakin paikkakunnalla. *Nokian Uutisten* päätoimittajan haastattelua lukuun ottamatta haastattelut tehtiin paikallislehtien toimituksissa. Tällainen järjestely toi mahdollisuuden sijoittaa paikallislehti kontekstiinsa: kunkin lehden ilmestymispaikan etäisyys lähimmästä kasvukeskusta konkretisoitui juna- ja bussimatkoilla paikkakunnille. Monesti asemalla vastassa ollut päätoimittaja ja lyhyt autokyyti toimitukseen loivat haastatteluille oman, erityisen tunnelmansa. Haastatteluille leimallista oli lisäksi se, että ne joko aloitettiin tai päätettiin toimituksessa tehtävällä kierroksella. Näin tarjoutui samalla tilaisuus nähdä lehteä tekevä tiimi (toimittajat, toimitussihteerit, ilmoitusmyyjät). Paikallislehti tuli lähelle myös tutkijaa.

Haastattelut kestivät kukin noin kaksi tuntia. Ne toteutettiin teemahaastatteluina, joissa olennaista oli järjestyksestä riippumatta keskustella käsillä olevan paikallislehden roolista paikkakunnalla sekä sen keskeisistä haasteista ja toiminnan reunaehdois-

ta. Lisäksi pyrin haastatteluissa saamaan käsityksen siitä, minkälaisia asioita paikkakunnalla on tapana nostaa julkisuuteen ja minkälaiset jäävät useammin julkisuudelta piiloon.

Täytyy muistaa, että haastateltavana oli kunkin lehden päätoimittaja, jonka puheeseen asiantuntijarooli jätti jälkensä. Paikkakuntaa ainoastaan tilastotietojen ja ensivaikeutelman kautta tunteva haastattelija ei välttämättä osannut aina edes kysyä oikeanlaisia jatkokysymyksiä paikkakunnan ”kipupisteisiin” liittyvistä, julkisuuden ulottumattomiin jäävistä aiheista. Samanlainen sokea piste saattoi toki olla myös päätoimittajalla: itseä lähellä olevia asioita ei useinkaan näe kovin helposti tai niistä ei haluta puhua.



KUNNALLISLEHTI / PAIMIO-SAUVO-KAARINA / PÄÄTOIMITTAJA TAINA TUKIA

- perustettu v. 1916
- levikki 6152 (LT2013)
- levikkialue 1920-luvulta Paimio, Sauvo ja Piikkiö, vuodesta 2009 kuntaliitoksen seurauksena Piikkiön tilalla Kaarina



LOVIISAN SANOMAT / LOVIISA / PÄÄTOIMITTAJA ARTO HENRIKSSON

- perustettu v. 1916
- levikki 4368 (LT2012)⁵
- levikkialue Lapinjärvi ja Loviisa



NOKIAN UUTISET / NOKIA / PÄÄTOIMITTAJA MINNA ALA-HEIKKILÄ

- perustettu v. 1913 Pirkkalan Sanomat –nimisenä
- levikki 7828 (LT2013)
- levikkialue Nokia

5 Loviisan Sanomien levikkiedot vuodelta 2013 puuttuivat raportin mennessä painoon.



SISÄ-SUOMEN LEHTI / ÄÄNEKOSKI / PÄÄTOIMITTAJA EIJA VARTEVA

- perustettu vuonna 1960
- levikki 6664 (LT2013)
- levikkialue Äänekoski ja Konnevesi



SOTKAMO-LEHTI / SOTKAMO / PÄÄTOIMITTAJA MARTTI HUUSKO

- levikki 4880 (LT2013)
- levikkialue Sotkamo



TYRVÄÄN SANOMAT / SASTAMALA / PÄÄTOIMITTAJA MINNA ALA-HEIKKILÄ (VUOTEEN 2013 SAAKKA, NYKYISIN HANNU VIRTANEN)

- perustettu v. 1894, Suomen vanhin paikallislehti
- levikki 8032 (LT 2013)
- levikkialue: Kiikoinen, Lavia, Sastamala (ent. Vammala, Äetsä, Mouhijärvi ja Suodenniemi)



UUTIS-JOUSI / SIILINJÄRVI / PÄÄTOIMITTAJA SEPPO TIMONEN

- perustettu v. 1967
- levikki 6056 (LT2013)
- levikkialue Maaninka ja Siilinjärvi



YLÄ-SATAKUNTA / PARKANO / PÄÄTOIMITTAJA VELI-MATTI HEINISUO

- perustettu v. 1933 Parkanon Sanomat –nimellä; muutettiin v. 1942 Ylä-Satakunnaksi
- levikki 6969 (LT2012)⁶
- levikkialue Karvia, Kihniö, Parkano

Ensisilmäyksellä tutkimuksen laadulliseen osuuteen valikoituja paikallislehtiä yhdistää niiden sijainti paikallislehdistön historiallisella ydinalueella, Hämeen ja Satakunnan rajamaalla. Eroja löytyy niin lehtien perustamisajankohdista, levikeistä ja levikkipeitoista kuin omistajistakin.

Joillain paikallislehdillä on pitkä, yli satavuotinen historia paikkakunnallaan. Toisaalta joukosta löytyy myös uudempia, paikallislehtien kukoistuskaudella 1960-luvulla perustettuja lehtiä. Joidenkin paikallislehtien levikkialueet ovat muuttuneet kuntaliitosten myötä. Esimerkiksi Kaarina tuli osaksi *Kunnallislehden* levikkialuetta Piikkiön ja Kaarinan yhdistyttyä vuonna 2009, ja samana vuonna *Tyrvään Sanomien* levikkialue laajeni kuntaliitosten yhdistämän Sastamalan kaupungin myötä.

Omistuspuhjan kirjavuus ja omistussuhteiden muutostrendi näkyy näinkin pienessä aineistossa: seitsemästä lehdestä neljä on siirtynyt konserniomistukseen 2000-luvulla. Lehdistä yksi, *Ylä-Satakunta*, on säilyttänyt säätiöomistuksensa. Yksittäisten paikallislehtien perustiedot konkretisoivat seuraavassa luvussa tarkasteltavia paikallislehdistön muutostrendejä, omistuksen keskittymistä ja laskevaa levikkikehitystä. Samalla yksittäiset paikallislehdet muistuttavat niistä ristiriidoista, jotka tekevät paikallislehdistön yleisen tason kuvaamisen haastavaksi: sirpaleinen omistusrakenne, toisistaan huomattavasti eroavat toimintaympäristöt ja kuntaliitosten vaikutusten ennalta-arvaamattomuus kuvaavat paikallislehdistön lähtökohtaista moninaisuutta.

⁶ Ylä-Satakunnan levikkitiedot vuodelta 2013 puuttuivat raportin mennessä painoon

Kuva 1.2. Palkittujen paikallislehtien ilmestymispaikkakunnat ja lähimmät kaupungit.



Paikkakuntien sijainti kartalla on viitteellinen. Karttapohja © Suomen kansallismuseo.

Oheinen kartta havainnollistaa vuosina 2000-2009 palkittujen paikallislehtien maantieteellisen sijainnin. Esimerkiksi kasvukeskuksen läheisyyden ja paikallisen mediakilpailun yhteyksistä keskustellaan tarkemmin päätoimittajien haastatteluihin perustuvassa luvussa 5.



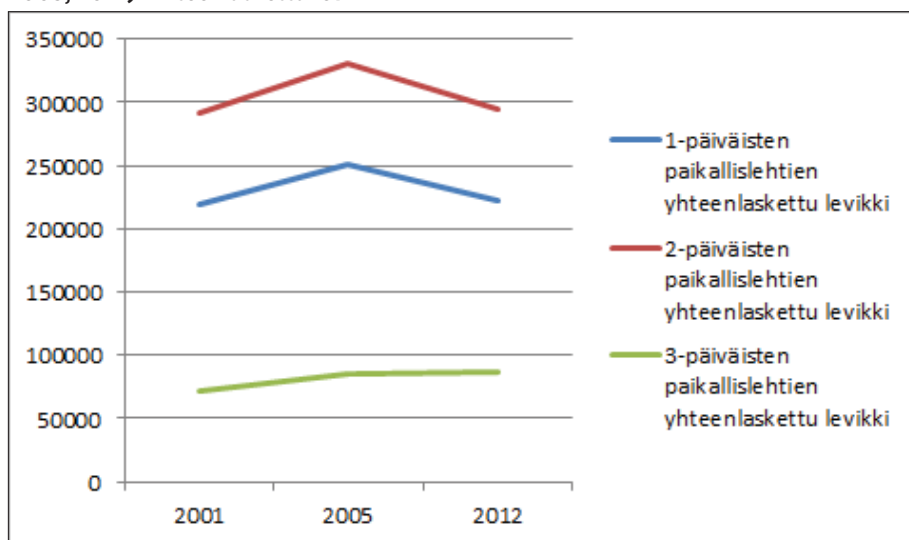
2. OSTA/MYY PAIKALLISLEHTI – PAIKALLISLEHTI LIIKETOIMINTANA

Media-alan moninainen murros kohdistuu myös paikallislehdistöön. Yhtenä murroksen keskeisenä piirteenä on nähty mediatuotannon liiketaloudellistuminen: paikallislehdentekeminen on entistä selkeämmin omistajilleen voittoja tavoittelevaa liiketoimintaa. Paikallislehteä liiketoimintana lähestytään tässä luvussa kahdesta suunnasta. Ensin sitä tarkastellaan ikään kuin sisältä käsin paikallislehtien levikkikehityksen näkökulmasta. Tämän jälkeen luodaan katse paikallislehtien omistussuhteiden muutoksiin, jotka asettavat paikallislehden alttiiksi mediakonsernien sisäiselle liiketoiminnalle.

PAIKALLISLEHTIEN LEVIKKIKEHITYS

Kuten jo aiemmin on todettu, paikallislehtien levikit ovat muutaman tuhannen luokkaa¹. Näin ollen pienetkin muutokset levikeissä ovat suhteellisen suuria. Laskeva levikkikehitys on selkeä myös paikallislehdistössä, vaikka levikkien lasku ei olekaan ollut aivan yhtä dramaattista kuin suuremmilla sanomalehdillä. Seuraavat tiedot perustuvat levikintarkastustietoihin vuodelta 2012, sillä vuoden 2013 tietoja ei ole vielä tilastoitu kaikista paikallislehdistä. Näiden tietojen merkittävin anti on mahdollisuus eri lehtikategorioiden levikkien muutostrendien vertailuun.

Kuvio 2.1: 1–3-päiväisten paikallislehtien levikkikehitys vuosina 2001–2012 (LT 2001, 2005, 2012). Yhteenlaskettu levikki



¹ Paikallislehtien levikit ovat useimmiten varsin pieniä. Vuonna 2011 Suomen Paikallismediat Oy:n markkinointiketjuun kuuluvien 133 paikallislehden levikkien keskiarvo oli vajaat 5 500 kappaletta.

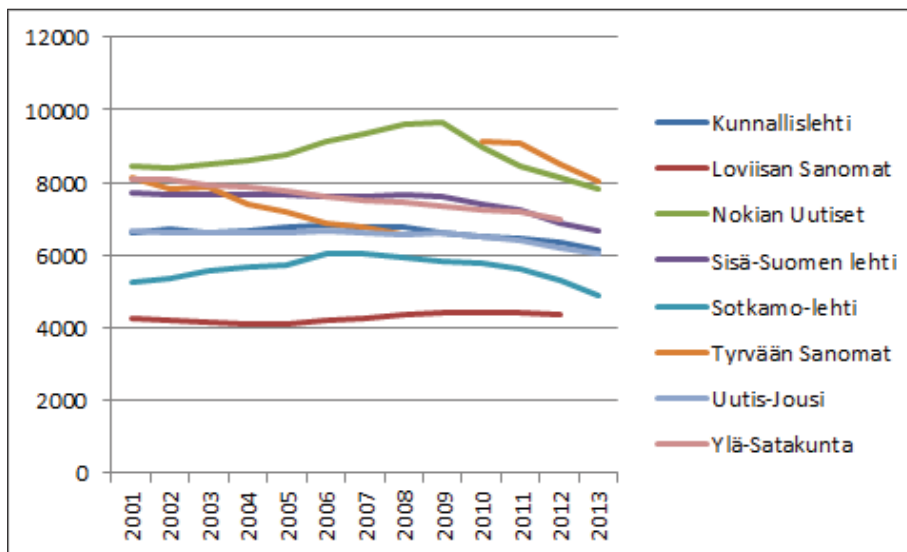
**Taulukko 2.1: Tarkastettujen lehtien lukumäärä**

| | 2001 | 2005 | 2012 | 2013 | Keskilevikin lasku 2001-2013 |
|-----------------------------|------|------|------|------|---------------------------------|
| 1-päiväiset paikallislehdet | 47 | 55 | 53 | 29 | 8,5 % |
| 2-päiväiset paikallislehdet | 46 | 54 | 51 | 32 | 11 % |
| 3-päiväiset paikallislehdet | 11 | 13 | 14 | 10 | 5,4 % |

Kuvion perusteella 2-päiväisten lehtien yhteenlaskettu levikki muodostaa merkittävän osuuden paikallislehtien yhteenlasketusta levikistä. Kolmepäiväisten lehtien pientä levikkiä selittää lehtien vähäinen lukumäärä (16 kappaletta). Paikallislehtien yhteenlasketut levikit ovat 2000-luvun ensimmäisen vuosikymmenen aikana ensin nousseet, minkä jälkeen ne ovat vuoteen 2011 mennessä päätyneet jotakuinkin vuoden 2001 tasolle. Vuonna 2013 yhteenlasketut levikit ovat jo laskeneet alle vuoden 2001 tason.

Suurimmat levikkien laskut ovat kohdistuneet laajalevikkisiin päivälehtiin. Vertailun vuoksi katseen voi kääntää 7-päiväisiin sanomalehtiin. Sanomalehtien kentällä rajuin levikinlasku on kohdannut *Helsingin Sanomia*: lehden levikki on laskenut jopa 30 prosenttia vuodesta 2001 (446 380) vuoteen 2013 (313 062). Samalla aikavälillä *Keskisuomalaisen* levikki on laskenut 77 135:sta 61 163:een (2 prosenttia) ja *Hufvudstadsbladetin* 52 523:sta 39 662:een (24 prosenttia).

Päivälehtiin suhteutettuna paikallislehtien levikkilasku on varsin maltillista. Kiintoisaa on, että kolmepäiväisten paikallislehtien levikkilasku on pienempää kuin 1- tai 2-päiväisten. Ovatko 3-päiväisten lehtien lukijat sitoutuneempia kuin muiden lehtien tilaajat? Onko 3-päiväisten lehtien ilmestymistiheydessä jotain hyvää: lehti ei ilmesty lukijoiden ja esimerkiksi uutiskilpailun kannalta liian harvoin, muttei kustannusten kannalta liian useinkaan? Onko kysymys paikkakuntaakohtaisista eroista, sillä vertailtavia lehtinimikkeitä on 3-päiväisten ryhmässä ainoastaan hiukan yli kymmenen kun taas 2- ja 3-päiväisiä lehtiä ilmestyy lähes viisikymmentä kumpaistakin? Paikallislehtien suhteellisen vakaa asema saattaa olla yksi syy mediakonsernien paikallislehtiin kohdistamalle kiinnostukselle.

Kuvio 2.2: Kahdeksan paikallislehden levikkikehitys vuosina 2001–2013 (LT 2013).²

Prosenttilukuina esitettynä lehtien levikkikehitys vuosien 2001 ja 2012 (ja vuosien 2010 ja 2012) välillä näyttää seuraavalta:

| | |
|-------------------|------------------------------------|
| Kunnallislehti | -4,0 prosenttia (-2,4 prosenttia) |
| Loviisan Sanomat | +2,1 prosenttia (-1,1 prosenttia) |
| Nokian Uutiset | -3,3 prosenttia (-8,9 prosenttia) |
| Sisä-Suomen lehti | -10,5 prosenttia (-6,9 prosenttia) |
| Sotkamo-lehti | +1,2 prosenttia (-9,5 prosenttia) |
| Tyrvään Sanomat | +5,1 prosenttia (-6,4 prosenttia) |
| Uutis-Jousi | -7,5 prosenttia (-4,9 prosenttia) |
| Ylä-Satakunta | -13,8 prosenttia (-3,8 prosenttia) |

Kymmenen vuoden aikavälillä tarkasteltuna paikallislehtien levikkikehitys ei ole ollut yksioikoisesti laskevaa. Ainoastaan Ylä-Satakunnan levikki on ollut yksinomaan laskusuunnassa, ja se levikin kokonaislasku (-10,8 %) onkin huomattavasti suurempi kuin muilla tarkastelluilla lehdillä. Tyrvään Sanomien levikki puolestaan nousi eniten (+5,1 %) tarkastelujakson aikana. Kunnallislehden levikki nousi hetkellisesti vuosina 2005-2006, samoin Nokian uutisten vuosina 2003-2009, Sisä-Suomen lehden 2005, Sotkamo-lehden 2002-2006, Tyrvään Sanomien 2009, Uutis-Jousen 2004 ja 2006. Vuoden 2001 tasoa korkeampi levikki on tällä hetkellä Loviisan Sanomilla, Sotkamo-lehdellä ja Tyrvään sanomilla.

Yksittäisten lehtien levikkien nousua tai keskimääräistä hitaampaa laskua selittää yleensä kuntaliitos, joka laventaa automaattisesti lehden levikkialuetta. Näin on tapahtunut esimerkiksi Kunnallislehden ja Tyrvään Sanomien levikkialueilla. Paikallislehtien tasaisesti laskevien levikkien voi olettaa pääsääntöisesti noudattavan sanomalehdistön yleistä trendiä.

² Tyrvään Sanomien tarkistetut levikkiedot puuttuvat vuodelta 2009 ja Loviisan Sanomien ja Ylä-Satakunnan tarkistetut levikkiedot puuttuvat vuodelta 2013.



Lyhyellä, muutaman vuoden aikavälillä tarkasteltuna laskeva trendi näyttää vakiintuneen ainakin tarkastelun alla oleviin lehtiin vuonna 2010, minkä jälkeen yksikään lehti ei ole säästynyt levikkitalpooilta. Laskevan levikkikehityksen trendin voi sanoa olevan jatkuvaa, sillä vuoden 2013 levikintarkastuksessa ei yksikään paikallislehti päässyt voiton puolelle. Tämä on syytä ottaa vakavasti paikallislehden tulevaisuudennäkymiä pohdittaessa. Trendi lienee ainakin konserniomistuksessa olevien lehtien levikkikehityksen (ks. tuonnempana s. xx) perusteella yleistettävissä muihinkin paikallislehtiin.

PAIKALLISLEHDISTÖN TUOTTORAKENNE

Sanomalehdistön tuottorakenne muodostuu noin puoliksi levikki- ja puoliksi ilmoitustuotoista (Suomen lehdistö5/2013 ja Sanomalehtien Liitto). 1-3 -päiväistä sanomalehteä kustantavien yritysten tuottorakenteesta 53,8 prosenttia muodostui ilmoitusmyynnistä vuonna 2009. Tilausmyynnin osuus tuottorakenteesta oli 46,0 prosenttia ja irto-numeromyynnin osuus vain 0,3 prosenttia. 1-3 kertaa viikossa ilmestyvien sanomalehtien tuottorakenteen suurimmissa ryhmissä tapahtui vain muutaman prosenttiyksikön suuruisia muutoksia edelliseen vuoteen verrattuna, kun ilmoitusmyynnin osuus laski ja tilausmyynnin vastaavasti nousi hieman. (Graafisen alan taloustilasto 2009.) Yksittäisten paikallislehtien tasolla tuottorakenne vaihteli suurestikin³. Tuotot muodostuvat pääosin tilaustuottojen ja ilmoitustuottojen summasta, joiden suhteellinen osuus vaihteli 40/60:n ja 50/50:n välillä. Suhteellisen pienenä liiketoimintana paikallislehti on myös haavoittuvainen: pienetkin muutokset ilmoitusten tai tilausten määrässä aiheuttavat suhteellisen suuren loven talouteen. Paikallislehden kustantaminen on suhteellisen pientä liiketoimintaa. Liikevaihto 2–3 kertaa viikossa ilmestyvillä paikallislehdillä on miljoonan euron luokkaa.

Talouden alkava taantuma näkyi sanomalehtialalla erityisesti vuonna 2009 ilmoitustuottojen romahtamisena. Myös 1-3 -päiväisten sanomalehtien kokonaisilmoitustuotot laskivat selvästi tänä vuonna. Ilmoitusmyynti laski edellisvuoden 68 miljoonasta eurosta 57 miljoonaan euroon vuonna 2009. Aiempi loivasti laskeva trendi siis vahvistui 1-3 -päiväisten lehtienkin kohdalla. (Graafisen alan taloustilasto 2009, 29.) Tilanne on sittemmin muuttunut jälleen hiukan vakaammaksi, mutta ilmoitustuottojen trendi ei ole lähtenyt ainakaan selkeään nousuun talouden epävakauden jatkuessa. 1–3 kertaa viikossa ilmestyvät, pääasiallisesti pienet paikalliset sanomalehdet ovat kuitenkin pärjänneet mediamainontamarkkinoilla 4–7-päiväisiä sanomalehtiä paremmin, sillä niiden osuus mediamainonnasta on 2000-luvulla laskenut vain hieman ja pysynyt yli neljässä prosentissa (Grönlund 2014, Joukkoviestimet 2011). Vuoden 2013 ensimmäisellä puoliskolla (tammi-kesäkuu) mediamainonta kaiken kaikkiaan laski 10,5 prosenttia edellisvuoden vastaavasta jaksosta. Mainonta kaupunki- ja sanomalehdissä laski jopa 17,2 prosenttia vertailukaudesta. (TNS Media Intelligence.)

3 Käsitykseni perustuu paikallislehtien päätoimittajien haastatteluihin, joissa sain nähdäkseni tai minulle kerrottiin myös lehtien taloustietoja. Lehtien tuottorakenne vaihteli huomattavastikin siten, että ilmoitustuottojen osuus saattoi olla jopa 60-70 % tuotoista. Ilmoitustuottojen osuus on hiljalleen laskenut 1980-luvulta alkaen, ja paikallislehtien tuottorakenne on alkanut muistuttaa isompien päivälehtien 50/50 – tuottorakennetta. Paikallislehtien tuottorakenteen muutos noudattaa päivälehtien trendiä, sillä 1990-luvulla myös päivälehdissä ilmoitustuottojen osuus oli 60-70 % kokonaistuotosta (Joukkoviestimet 2011).

Oletus paikallislehtien muuta sanomalehdistöä vakaammasta asemasta näyttää ainakin taloustietojen valossa pitävän paikkansa. Myös paikallislehtien levikit ovat laskeneet vähemmän kuin muiden lehtiryhmien levikit. Selitystä on haettu muun muassa siitä, että eniten ovat vähentyneet luokitellut ilmoitukset, joita paikallislehdistä on suhteellisen vähän muihin sanomalehtiin verrattuna. Selitystä voi hakea myös paikallisten yritysten ja yhteisöjen merkittävällä roolilla paikallislehtien ilmoitusmyynnissä.

Suuri paikallislehti-ilmoittelua koskeva muutos on tapahtunut perinteisesti vahvan kunnallisen ilmoittelun piirissä, sillä kunnallisten ilmoitustulojen on arvioitu tuovan paikallislehdille keskimäärin 5–20 prosenttia koko lehden tuloista. Nimenomaan nämä ilmoitustulot ovat laskeneet jo pidemmän aikaa (Hentilä 2011, 75). Kuntailmoitusten vähenemisen lisäksi kahden suuren kaupparyhmittymän, S-ryhmän ja K-ryhmän ilmoitusten lakkauttaminen tai radikaali vähentäminen on osunut voimakkaasti paikallislehtien talouteen.

Paikallislehtien taloudellinen tilanne on eittämättä entistä tiukempi, kun talouden taantuma ja muutokset tilaajien lukutottumuksissa osuvat samanaikaisesti ja vaikuttavat samansuuntaisesti. Ilmoitusmyynnin hidastumisen ja levikkien laskun ohella taloudellisen uhan paikallislehdille muodostavat vuoden 2013 alusta toteutettu arvonnäkövapauden poistaminen ja veron lisääminen lehtien tilaushintoihin sekä näköpiirissä oleva jakelukustannuksen reilu nousu, jolla olisi toteutuessaan vaikutusta etenkin haja-asutusalueiden jakelukustannuksiin. Arvonnäköveron todelliset lehtien levikkeihin ovat toistaiseksi todentamatta.

PAIKALLISLEHTI OSANA MEDIAKONSERNIEN LIIKETOIMINTAA

Paikallislehtien lukumäärä lisääntyi erityisesti 1950-luvulta 1990-luvulle, mutta 2000-luvulle tultaessa paikallislehtien määrä on hiljakseen laskenut lehtien yhdistymisen tai lakkauttamisen myötä. (Nordenstreng & Wiio 2012, LT2012). Syitä voi hakea esimerkiksi kuntarakenteen uudistamisesta, paikallislehtien pienistä resursseista, kiristyneestä mediakilpailusta ja ihmisten muuttuneista mediakäyttötavoista.

Paikallislehtien omistusrakenne alkoi muuttua jo 1970-luvulla, jolloin yhä useampi paikallislehti siirtyi maakuntalehtien, ja myöhemmin suurten media-alan yritysten omistukseen. (Nordenstreng & Wiio 2003.) Konsernisoituminen etenee paikallislehdistössä, mutta edelleen lähes puolet paikallislehdistä kustannetaan suurten media-yhtiöiden ulkopuolella paikallisten yrittäjien, yksityishenkilöiden, säätiöiden tai yleishyödyllisten järjestöjen ja seurojen omistuksessa.

Talouden näkökulmasta paikallislehtien merkitys sanomalehtien kokonaisuudessa ei ole aivan pieni. Paikallislehtien markkinointia keskitetysti hoitavan Suomen Paikallismediat Oy:n jäsenlehtien (131 kpl) levikki oli vuonna 2012 yhteensä 704 350 kpl (LT 2012)⁴. Vertailun vuoksi Suomen suurimman sanomalehden *Helsingin Sanomien* levikki oli 337 962, ja kymmenenneksi suurimman, *Savon Sanomien*, 59 298 kpl (LT

⁴ Merkittävä muutos on kuitenkin meneillään, sillä sekä lehtien määrän että levikkien trendi on 2000-luvulla ollut hiljakseen laskeva. Edellisestä levikintarkastuksesta paikallislehtien lukumäärä vähentyi kahdella ja yhteenlaskettu levikki lähes 30 000 kappaleella. Levikintarkastuksen 2011 mukaan lehtien lukumäärä oli 133 kpl ja yhteenlaskettu levikki 730 776 kpl.



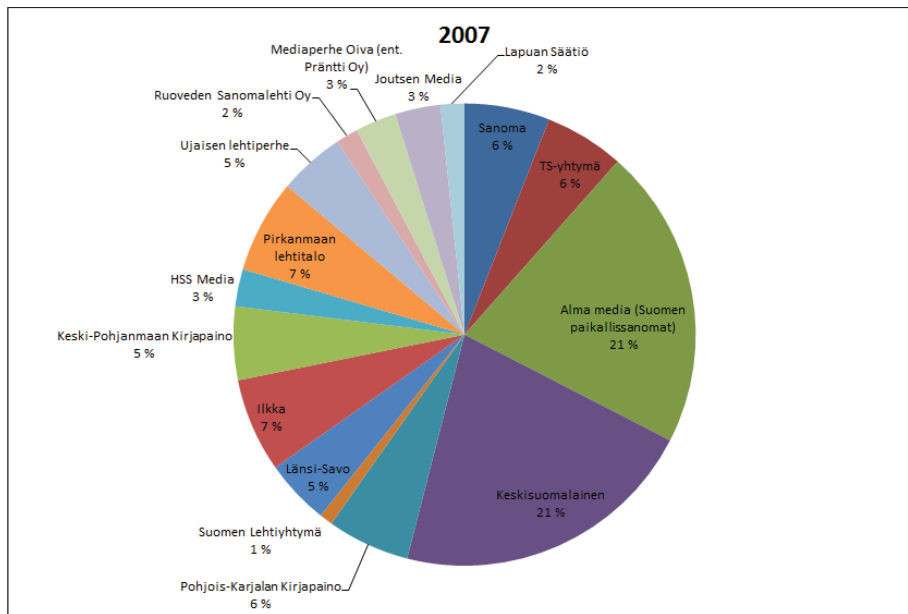
2012). Tarkastettujen sanomalehtien yhteenlaskettu levikki vuodelta 2012 oli 2 519 129 kappaletta. Yksittäinen paikallislehti on varsin pieni tekijä mediamarkkinoilla mutta yhteenlaskettuna paikallislehtien voi ajatella muodostavan merkittävän osan suomalaista sanomalehdistöä (ja mediakonsernien liikevaihtoa).

Vuoden 2007 ja 2013 omistussuhteiden ja levikintarkastustietojen vertailusta (ks. kuvio) näkee, että paikallislehtien konserniomistus on yleistynyt tällä aikavälillä. Kun vuonna 2007 mediakonserneihin kuului 72 paikallislehteä, oli lukumäärä noussut 80:aan vuonna 2013.

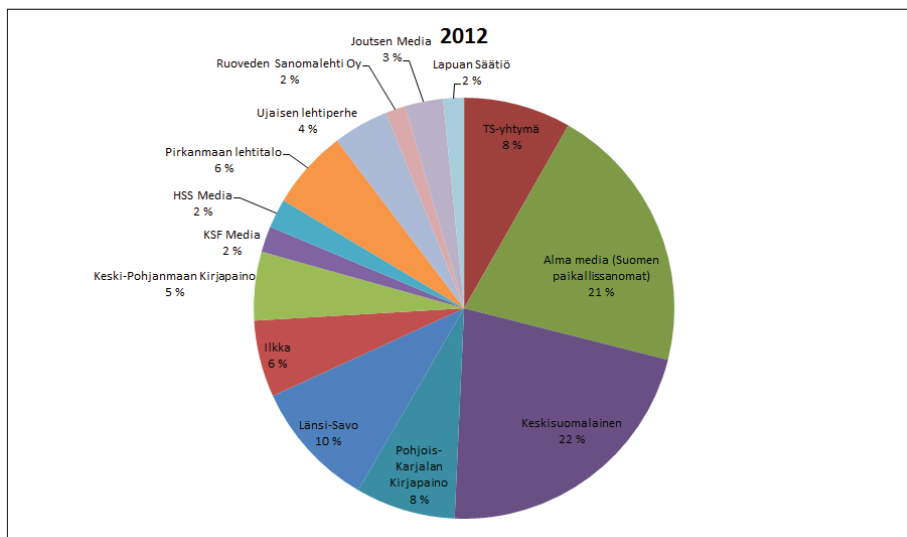
Aiemmin yksityisomistuksessa olleita paikallislehtiä on myyty isoille mediataloille.

Kunnallislehti Paimio-Sauvo-Piikkiö siirtyi yksityisomistuksesta konserniomistukseen, kun TS-yhtymän tytäryhtiö *Salon Seudun Sanomat* alkoi kustantaa sitä vuonna 2009. Samoin kävi kun *Tyrvään Sanomat* siirtyi Alma Median omistukseen keväällä 2010. Ruotsinkielinen KSF Media puolestaan osti osake-enemmistön *Loviisan Sanomista* elokuussa 2012. Omistajavaihdoksia on tapahtunut myös konsernien välillä. Esimerkiksi Sanoma News luopui paikallislehdistä myydessään ne yhtä lukuun ottamatta Länsi-Savo -konsernille joulukuussa 2010. Vaikka kysymys on yksittäisten lehtien omistajamuutoksista, on ilmiö osa laajempaa sanomalehdistön muutosta.

Kuvio 2.3: Mediayhtiöt paikallislehtien kustantajina vuonna 2007.



Kuvio 2.4: Mediatyhtiöt paikallislehtien kustantajina vuonna 2012.



Osuutensa paikallislehtimarkkinoilla ovat säilyttäneet vuosien 2007 ja 2012 välillä Alma Media ja Keski-suomalainen. Osuuttaan on kasvattanut eniten Länsi-Savo ja muutamalla prosenttiyksiköllä Pohjois-Karjalan kirjapaino, TS-yhtymä ja KSF Media. Sanoma puolestaan on luopunut paikallislehtien kustantamisesta. Tarkasteluajanjaksoilla kahdeksan paikallislehteä on siirtynyt säätiöomistuksesta konserniomistukseen. Yksityisomistuksessa kustannettavien paikallislehtien lukumäärästä ei ole tarkkaa tietoa. Arviolta konserniomistuksen ulkopuolella ilmestyy pari-kolmekymmentä paikallislehteä. Tällaisia ovat esimerkiksi Lapin alueella ilmestyvät ”Tunturi-Lapin Huiput”: Enontekiön Sanomat, Kittilälehti ja Luoteis-Lappi ja Keski-Suomessa ilmestyvä Korpilahti-lehti. Lehtien tarkan lukumäärän laskemista vaikeuttaa se, että kaikki yksityisomistuksessa olevat paikallislehdet eivät kuulu Sanomalehtien Liittoon eikä niistä tehdä levikintarkastusta. Näin ollen tiedot niiden olemassaolosta ovat varsin sattumanvaraisia.

Omistuksen keskittyminen on kiinnittänyt paikallislehdet entistä tiiviimmäksi osaksi media-alan sisäistä kilpailua: paikallislehdistä on omistuksen keskittymisen myötä viimeistään 2000-luvulla tullut osa medialiiketoimintaa. Paikallislehdistä tai kokonaisista paikallislehtipaketeista on tullut entistä selkeämmin kauppatavaraa. Tilajaat ja ilmoittajat ovat toki ennenkin olleet paikallislehtien elinehto, mutta uutta kehityksessä on ”paikallislehtipakettien” siirtyminen omistajalta toiselle. Siinä missä paikallislehdet saattoivat aikaisemmin mediatalouden kahden kierron mukaisesti myydä sisältöjä lukijoilleen (mediatalouden 1. kierto) ja lukijoita ilmoittajilleen (2. kierto), on mukaan tullut ostamisen ja myymisen uusi ulottuvuus (Kunelius 2010). Kuten on käynyt ilmeiseksi, konsernit voivat painopistealueitaan terävöittäessään myydä koko paikallislehtipakettinsa kilpailevalle konsernille.

PAIKALLISLEHTIEN ASEMA KONSERNEISSA

Mediayhtiöiden näkökulmasta yksittäisellä paikallislehdellä tuskin on suurta painoarvoa. Sen sijaan paikallislehdet yhdessä muodostavat kokonaisuuksia, joilla voi olla olennainen rooli mediayhtiön talouden tai brändin näkökulmasta. Mediayhtiöt tavoittelevat erilaisilla sanomalehtiperheiden omistuksilla maakunnan levikkipeittoa. Omistajavaihdokset ovat jakaneet mediayhtiöt 2000-luvulla kahteen ryhmään: niihin, jotka ovat karsineet paikallislehdet pois liiketoiminnastaan ja niihin, jotka ovat kasvattaneet omistamiensa paikallislehtien määrää.

Seuraavassa tarkastellaan konsernin paikallislehtien levikkejä suhteessa konsernin ykköslehden vuosien 2007 ja 2012 levikkeihin perustuviin tietoihin nojaten. 1–3 -päiväisten paikallislehtien levikkien tarkastelu suhteessa mediakonsernin ykköslehden rakensi huomattavia eroja suurten mediayhtiöiden välille.

Joissain konserneissa ykköslehden levikki on selkeästi suurempi kuin paikallislehtien yhteenlaskettu levikki kun taas toisissa tilanne on päinvastoin eli paikallislehtien yhteenlaskettu levikki muodostuu suuremmaksi kuin konsernin ykköslehden levikki. Omaa luokkaansa olivat Sanoma ja TS-yhtymä, joiden sanomalehtilevikeistä paikallislehdet muodostivat ainoastaan murto-osan. Sanoman sisällä paikallislehtien yhteenlaskettu levikkiosuus (23 808; LT 2007) oli ainoastaan kuuden prosentin luokkaa *Hel-singin Sanomien* levikistä (419 791; LT 2007). Sittenkin Sanoma-konserni luopuikin kokonaan paikallislehdistään. TS-Yhtymän kustantamien 1–3 -päiväisten paikallislehtien yhteenlaskettu levikki (22 213; LT 2007) ylsi noin kahteenkymmeneen prosenttiin *Turun Sanomien* levikistä (112 419; LT 2007). TS-yhtymä on tarkasteluajanjakson paikallislehtikaupoillaan lisännyt paikallislehtien levikkiosuutta konsernissa siten, että niiden yhteenlaskettu levikki (32 775; LT 2012) oli jo noin kolmannes (33 prosenttia) *Turun Sanomien* levikistä (99 220; LT 2012).

Vuonna 2007 Alma Median tytäryhtiön Suomen Paikallissanomien (myöhemmin Alma Aluemedian) kustantamien paikallislehtien yhteenlaskettu levikki oli 84 042 (LT 2007) eli noin 60 prosenttia Alma Median suurimman sanomalehden, *Aamulehden*, levikistä (139 165; LT 2007). Vertailun vuoksi on hyvä huomata, että 1–3 -päiväisten paikallislehtien yhteenlaskettu levikki oli yli kaksinkertainen verrattuna yhtiön julkaisemaan *Lapin Kansaan*, jonka levikki vuonna 2007 oli 34 738 kappaletta.

Levikkilaskusta kertovat muutamaa vuotta myöhäisemmät vertailuluvut 121 135 (*Aamulehti*, LT 2012) ja Alma Aluemedian julkaisemien 1–3 -päiväisten paikallislehtien yhteenlaskettu levikki 82 219 (LT 2012). Paikallislehtien levikkiosuus (68 prosenttia) suhteessa *Aamulehteen* oli tässä ajassa kasvanut kahdeksan prosenttiyksikköä.

Keskisuomalainen -konsernin tytäryhtiön Maakunnan Sanomien kustantamien 1–3 päiväisten paikallislehtien yhteenlaskettu levikki 92 236 (LT 2007) ylitti jo vuonna 2007 maakuntalehti *Keskisuomalaisen* levikin 74 945 kappaletta (LT 2007). Levikintarkastuksessa 2012 ero oli kasvanut, kun Keskisuomalaisen levikki oli laskenut (65 327) ja Maakunnan Sanomien kustantamien lehtinimikkeiden määrä puolestaan kasvattanut paikallislehtien yhteenlaskettua levikkiä (92 698) konsernissa. Pienempiin

lehtiin keskittyneissä konserneissa paikallislehtien osuus voi muodostaa huomattavan osan liiketoiminnasta. Esimerkiksi Länsi-Savo -konsernissa paikallislehtien yhteenlaskettu levikki (38 853) ylitti vuoden 2012 levikintarkastuksessa aluelehti *Länsi-Savon* levikin (23 319).

Levikkien mukaan tarkasteltuna paikallislehtien rooli konsernin liiketaloudessa jakaa mediatilat kahteen ryhmään: niihin, joissa paikallislehtien painoarvo on suhteellisen pieni ja niihin, joissa paikallislehtien voi tulkita edustavan keskeistä liiketoiminnan aluetta. Merkityksettömänä paikallislehtien roolia ei voi pitää kummassakaan ryhmässä, sillä omistuksen keskittymiskehitys, käytännössä paikallislehtien siirtyminen suurten mediayhtiöiden omistukseen, on jatkunut edelleen myös ensin mainittujen mediatilojen sisällä. Paikallislehtien merkitys konserneille näkyy lähinnä niiden kokonaisuutena, ei niinkään yksittäisten paikallislehtien omistuksessa. Paikallislehtien niiputtamisella voi olla kauaskantoiset seuraukset myös yksittäisille paikallislehdille. Voi esimerkiksi olettaa, ettei yksittäinen paikallislehti juurikaan paina silloin, kun toimintaa päätetään tehostaa vaikkapa toimitustyötä keskittämällä.

PAIKALLISLEHDET KAUPPATAVARANA

Paikallislehdistä on omistuksen keskittymisen myötä viimeistään 2000-luvulla tullut osa medialiiketoimintaa. Tämä merkitsee sitä, että paikallislehdistä tai kokonaisista paikallislehtipaketeista on tullut entistä selkeämmin kauppatavaraa. Se, mitä konserniomistus ja etenkin konserniomistuksen keskittyminen tietyille konserneille loppujen lopuksi paikallislehdistön kannalta tarkoittaa, on toistaiseksi arvailujen varassa. Konserniomistukseen päätyneitä paikallislehtiä ei toistaiseksi ole lakkautettu. Myöskään maakuntalehdistöstä tuttuja yhteisiä sisältöjä ei toistaiseksi ole paikallislehtikentällä toteutettu. Konserniomistus on näkynyt paikallislehdistössä lähinnä painettujen lehtien ulkoasujen yhtenäistymisenä ja yhtenäisinä verkkolehti-ilmeinä. Maakuntalehtien tasolla toimintaa on tehostettu toimituksia yhdistämällä, ja lieneekin vain ajan kysymys, milloin tällainen toiminnan tehostaminen ulottuu paikallislehtiin saakka. Toiminnan tehostamista tapahtuu konsernien sisällä, mutta myös konsernien välillä. Esimerkiksi pohjoisen ja läntisen Suomen maakuntalehtiä kustantavat yhtiöt ovat yhdistäneet voimansa ja perustaneet helmikuussa 2014 Lännen Media –yhtiön, jonka tarkoitus on tuottaa yhteisiä politiikkaa, taloutta ja yhteiskuntaa koskevia uutisia kaiken kaikkiaan kahdelletoista sanomalehdelle. Lännen Mediassa ovat mukana *Aamulehti*, *Satakunnan Kansan*, *Lapin Kansan*, *Kainuun Sanomat*, *Pohjolan Sanomat*, *Turun Sanomat*, *Kaleva*, *Ilkka*, *Pohjalainen*, *Hämeen Sanomat*, *Forssan Lehti* ja *Keskipohjanmaa*. Yhteistyön tiivistämisen on ainakin ennakoitu tarkoittavan sitä, että lehtien omissa toimituksissa pystytään paremmin keskittymään paikalliseen uutistuotantoon.

Yhteistyön tiivistäminen ja sanomalehtialan tiukentunut tilanne näkyvät sanomalehtien kokonaishenkilöstömäärien supistumisena. Sanomalehtien Liittoon kuuluvien 4–7 –päiväisten sanomalehtien kokonaishenkilöstömäärä (toimituksellinen ja muu henkilöstö) on vähentynyt noin 16 prosenttia vuosien 2008 ja 2012 välisenä aikana. Samana ajanjaksona on 1–3-päiväisten sanomalehtien toimituksellisen henkilöstön mää-



rä kasvanut reilut kahdeksan prosenttia, noin 550 henkilöön. Niiden kokonaishenkilöstömäärä on kuitenkin tarkasteluajanjaksolla laskenut hieman yli 12 prosenttia 930 henkilöön. Vuosien 2013 ja 2014 aikana jatkuneiden yt-neuvottelujen ja irtisanomisten seurauksena on todennäköistä, että sekä toimialan kokonaishenkilöstömäärä että toimituksellisen henkilöstön määrä tulevat tulevaisuudessakin laskemaan. (Grönlund 2014.)

Paikallisuuteen panostaminen esiintyy yhä selkeämmin myös maakuntalehtien strategioissa. Viimeistään nyt on paikallislehdissäkin pysähdyttävä miettimään, mitä paikallisuus niiden tulkinnoissa nyt ja tulevaisuudessa tarkoittaa. Median käynnissä oleva murros konkretisoituu paikallislehdissä monilla tavoin. Laskeva levikkikehitys, ilmoitustuottojen väheneminen, omistuksen keskittyminen ja sen myötä entisestään kovenevat tulostavoitteet pakottavat miettimään sekä lehden yleisösuhdetta että ansaintalogiikkaa. Paikallislehdillä on yksi vahvuus ylitse muiden: paikallislehden intressialue ei ole minkään muun median tavoitettavissa. Toistaiseksi. Tämän vuoksi paikallislehdissä täytyy myös vakavasti pohtia, miten tämä vahvuus parhaalla (ja tuottavimmalla) tavalla kohtaisi intressialueen ja sen piiriin kuuluvien lukijoiden tarpeet.

Paikallislehtijournalismi on paikallisuuden asiantuntija. Paikallisuuskaan ei kuitenkaan ole sisällöllisesti yhdenmukainen eikä yhdenlainen, vaan se muuttuu ajassa ja paikassa. Nyt on korkea aika pysähtyä miettimään, minkälaisella paikallisuudella paikallislehdet puhuttelevat lukijoita. Paikallisuuden ideaa tarkastellaan seuraavaksi alkuun numeroina, jotka kuvaavat paikallislehtien aihepiirejä, paikallisuuden tasoa ja toimijoiden välisiä keskusteluja. Tämän jälkeen tuotetaan laadullisen lähiluvun keinoin kuva paikallisuuden ulottuvuuksista lehdissä.

3. PAIKALLISUUS NUMEROINA - JUTTUJEN PAIKALLISUUS, LAJITYYPIT, AIHEALUEET JA TOIMIJAT

Tutkimuksen määrällisen aineiston muodostivat kahdeksan paikallislehden otantamenettelyllä valikoidut numerot vuosilta 2000-2009. Luokiteltuja juttuja kertyi kaiken kaikkiaan 9949 kappaletta (ks. tarkemmin luku 1). Määrällisen analyysin tarkoitus oli kartoittaa paikallislehtien itselleen määrittelemää toimintaympäristöä (paikallisuuden taso), paikallislehtien luonnetta (juttutyypit ja aihepiiri) ja asemaa paikallisen keskustelun foorumina (toimijat ja keskustelevuus). Lisäksi haluttiin tarkastella näillä ulottuvuuksilla tapahtuneita muutoksia. Tämä tehtiin analysoimalla paikallisuuden, lajityyppien, aihepiirien ja juttujen sisäisen keskustelevuuden suhteellisten osuuksien muutoksia vuosina 2000 – 2009?). Tähän lukuun on koottu keskeisimpiä havaintoja ulottuvuuksien muutoksista.

Tarkastelun kohteina olivat kaikki kahdeksan paikallislehteä yhtenä joukkona ja kukin paikallislehti erikseen. Juttujen lukumäärät vaihtelivat vuosittain seuraavasti:

Taulukko 3.1. Juttujen lukumäärät lehdittäin

| Lehti/Juttujen lukumäärä | -00 | -01 | -02 | -03 | -04 | -05 | -06 | -07 | -08 | -09 | Yht. |
|--------------------------|------------|------------|------------|-------------|------------|------------|-------------|-------------|------------|-------------|-------------|
| Kunnallislehti | 96 | 89 | 89 | 130 | 100 | 113 | 126 | 142 | 84 | 169 | 1138 |
| Loviisan Sanomat | 164 | 158 | 157 | 156 | 155 | 146 | 170 | 168 | 161 | 204 | 1639 |
| Nokian Uutiset | 135 | 111 | 100 | 126 | 111 | 97 | 118 | 127 | 109 | 110 | 1144 |
| Sisä-Suomen Lehti | 109 | 113 | 119 | 104 | 133 | 129 | 118 | 106 | 104 | 112 | 1147 |
| Sotkamo-lehti | 103 | 79 | 85 | 85 | 89 | 79 | 108 | 106 | 49 | 101 | 884 |
| Tyrvään Sanomat | 95 | 111 | 136 | 154 | 137 | 122 | 120 | 116 | 139 | 153 | 1283 |
| Uutis-Jousi | 158 | 160 | 146 | 141 | 137 | 159 | 145 | 137 | 174 | 156 | 1513 |
| Ylä-Satakunta | 120 | 116 | 123 | 118 | 123 | 137 | 115 | 110 | 108 | 131 | 1201 |
| Yhteensä | 980 | 937 | 955 | 1014 | 985 | 982 | 1020 | 1012 | 928 | 1136 | 9949 |

Aineiston nopea selailu piirsi verkkokalvolle kuvan suomalaisen pikkukaupungin keskeisistä elementeistä. Lehtien kuvituksissa nousivat esiin kunnantalo ja terveyskeskus sisältä ja ulkoa, paikallinen urheiluhalli sisältä ja ulkoa ja paikallinen koulu sisältä ja ulkoa. Neliskulmaisissa nelivärikuviissa lehtien loppuosissa hymyilivät viikon syntymäpäiväsankarit, ikähaitarilta noin yhdestä kahteentoista. Mikäli paikkakunnalla oli menestyvä urheilujoukkue tai kaksi, oli lehdestä varattu useampi sivu urheilu-uutisten raportoimiseen. Takuuvarmasti lehtien alkupäästä löytyi lehden linjaa rakentava pää-



kirjoitus, paikkakunnan vaikuttajahenkilön kolumni ja lyhyitä tekstiviestimielipiteitä pursuava lukijapalsta. Lehdet etenivät pikku-uutisten, muutaman isomman kunnan päätöksentekoa tai elinkeinoelämää kommentoivan jutun kautta kohti viimeisen sivun kunnallista ilmoittelua.

Lehtien pikainen selailu toi näkyviin myös sen, miten vielä vuonna 2000 varsin täsmentymätön osastojako sai vuosikymmenen kuluessa yhä useammassa lehdessä uutta ryhtiä ulkoasu-uudistusten myötä. Vuoden 2009 paikallislehdistäkin osastot erottuivat toisistaan lähinnä sivuja kääntelemällä, sillä varsinaisia nimettyjä osastoja olivat pääsääntöisesti mielipidekirjoitukset (pääkirjoitus, lukijan ääni ja kolumnit). Tarkastelluista lehdistä Tyrvään Sanomissa oli selkein, eksplisiittinen osastojako. Ylä-Satakunta ja Nokian uutiset puolestaan erosivat hiukan suuremmalla koolla muille paikallislehdille tyypillisestä tabloid-muodosta.

Paikallislehtiä tarkastellaan siis seuraavassa jutuissa rakentuvan paikallisuuden tason, lajityyppien, aihepiirien, toimijoiden ja näiden välisen keskusteleavuuden ulottuvuuksilla.

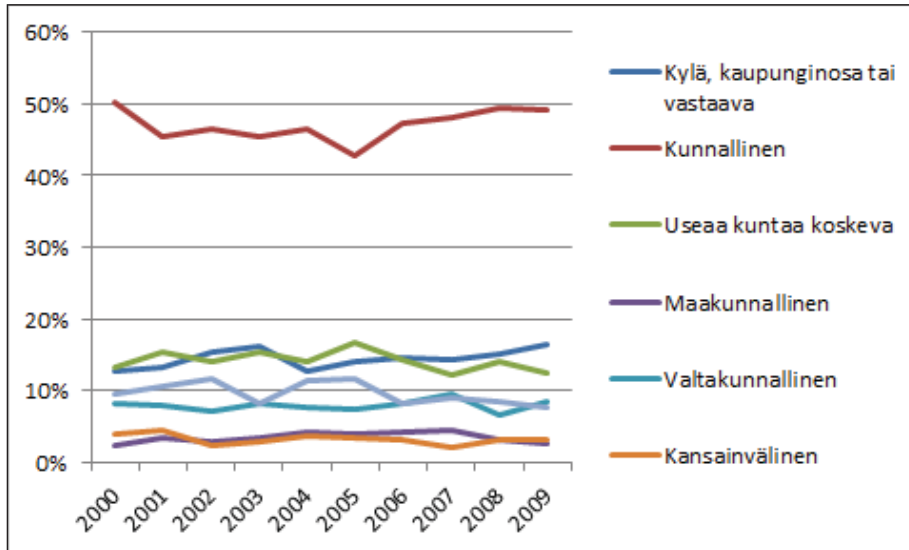
Paikallislehden voi olettaa rakentuvan paikallistason sisällöstä. Juttujen paikallisuuden tason (kylää/kaupunginosaa koskeva, kunnallinen tai useaa kuntaa käsittelevä, maakunnallinen, valtakunnallinen, kansainvälinen) erittelyllä haluttiin ymmärtää, mikä lopulta on se paikallisuuden taso, jolle paikallislehtien jutut sijoittuvat. Paikallisuuden tason oletettiin lähtökohtaisesti yhdistävän paikallislehtiä keskenään pikemminkin kuin erottavan niitä toisistaan. Lajityyppien keskinäisissä suhteissa mahdollisesti tapahtuneiden muutosten ajateltiin konkretisoivan sekä lehtien luonnetta että niiden keinoja puhutella yleisöjä. Juttujen aihepiirien puolestaan odotettiin valaisevan paikallisesti merkittävissä teemoissa tapahtuneita muutoksia ja lehtikohtaisia (=paikallisia) eroja keskeisissä aihealueissa.

Lopulta kiinnitettiin huomiota paikallislehdissä rakennettuihin toimija-asemiin sekä toimijoiden välisiin suhteisiin luokittelemalla erilaisia toimijoita (mm. poliitiko, virkamies, paikallinen yritys, yhdistys tai asukas) sekä eri toimijoiden lukumäärää juttujen sisällä. (ks. Liite xx – luokitusrunko). Näin haluttiin selvittää paikallislehden roolia keskustelufoorumina ja erilaisten intressien kohtaamisten ja neuvottelujen paikkana.

PAIKALLISUUS: LÄHIPAIKALLISUUS NOUSUSSA, VALTAKUNNALLISUUS JOIDENKIN LEHTIEN ERITYISPIIRRE

Paikallislehtien paikallisuus tarkoittaa ensisijaisesti kuntatasoa. Koko aineiston tasolla jutuista noin puolet ankkuroitui yhden kunnan alueelle eikä paikallisuudessa tältä osin esiintynyt juurikaan eroja tarkastelujaksolla 2000–2009. Tarkastelujaksolla selkein muutos juttujen paikallisuudessa oli kylää tai kaupunginosaa koskevien juttujen suhteellisen osuuden lievä nousu. Tällaiseen ”lähipaikallisuuteen” kytkettyjä juttuja luokiteltiin vuonna 2000 jutuista 12,7 prosenttia ja vuonna 2009 hiukan enemmän, 16,5 prosenttia jutuista.

Kuvio 3.1: Muutokset juttujen paikallisuuden tasossa vuosina 2000-2009; koko aineisto



Yksittäisten lehtien tarkastelu toi näkyviin lehtikohtaisia eroja paikallisuuden tulkinnoissa.

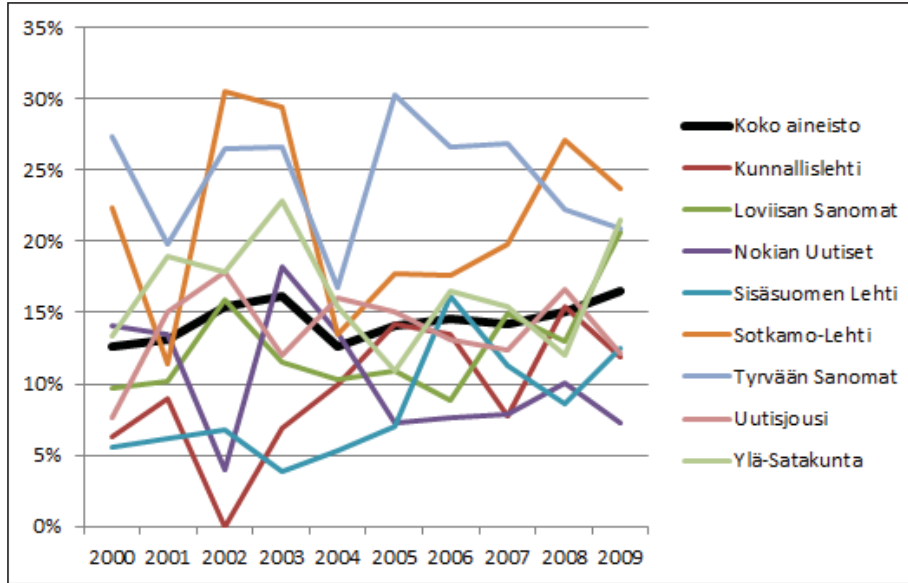
Yhtä kuntaa koskevat jutut muodostivat myös yksittäisten paikallislehtien merkittävimmän paikallisuuden tason, mutta kunnan suhteellinen osuus juttujen tapahtumalueena vaihteli varsin paljon.

Kunta rakentui tapahtumapaikaksi vuonna 2000 *Tyrvään Sanomissa* 33,7 prosentissa jutuista, kun *Ylä-Satakunnan* jutuista kiinnitettiin kuntatasolle 65 prosenttia. Vuonna 2009 kunta kuntatason juttujen osuus *Tyrvään Sanomissa* oli 54,2 prosenttia ja *Ylä-Satakunnassa* 43,8 prosenttia. Suurin vaihteluväli kuntatasolle kiinnittyvissä jutuissa vuonna 2009 muodostui *Sotkamo-lehden* 38,6 prosentin ja *Utis-Jousen* 56,4 prosentin välille.

Huomionarvoinen seikka paikallisuuden tulkinnoissa on kylän tai kaupunginosan tasolle ankkuroitujen juttujen suhteellisen osuuden kasvu. Reippainta tämä "lähipaikallisuuden" kasvu on ollut *Loviisan Sanomissa* (9,8 prosentista 20,7 prosenttiin), *Ylä-Satakunnassa* (13,3 prosentista 21,5 prosenttiin) ja *Sisä-Suomen Lehestä* (5,5 prosentista ja 12,5 prosenttiin). Lehdistä erottuvat lisäksi *Sotkamo-Lehti* ja *Tyrvään Sanomat*, joissa kylää koskevien juttujen osuus jutuista oli korkea sekä vuonna 2000 että vuonna 2009. Lähipaikallisuuteen kytkettyjä juttuja on kautta tarkasteluajanjakson ollut vähiten *Nokian Uutisissa* (vuonna 2000 jutuista 14,1 prosenttia ja vuonna 2009 ainoastaan 7,3 prosenttia).



Kuvio 3.2: Muutokset juttujen paikallisuuden tasossa (kylä/kaupunginosa) vuosina 2000-2009; koko aineisto ja lehtikohtaiset muutokset



Valtakunnallisten juttujen osuus jutuista oli pääsääntöisesti alle kymmenen prosenttia. Paikallislehdissä tämä oli oletettavaakin. Siksi huomiota kiinnittää valtakunnallisten juttujen osuuden merkittävä nousu joissakin lehdissä. *Sotkamo-lehdessä* valtakunnalliseksi ankkuroitiin 5,8 prosenttia jutuista vuonna 2000, kun tällaisten juttujen osuus vuonna 2009 oli 11,9 prosenttia. Ero oli huomattava myös *Uutis-Jousen* juttujen valtakunnallisuudessa tarkasteluvuosina (5,7/11,5 prosenttia). *Sisä-Suomen Lehti* ja *Nokian Uutiset* puolestaan kiinnittävät huomiota siksi, että niissä valtakunnallisten juttujen suhteellinen osuus on korkeampi kuin muissa lehdissä sekä vuonna 2000 että vuonna 2009: *Sisä-Suomen Lehti* 10,1 ja 12,5 prosenttia ja *Nokian Uutiset* 11,1 ja 15,5 prosenttia. Loviisan Sanomissa puolestaan valtakunnallisten juttujen osuus oli merkittävästi pienempi vuonna 2009 (4,4 prosenttia) kuin vuonna 2000 (11,0 prosenttia). *Sisä-Suomen Lehti* erottui muista seitsemästä paikallislehdestä kansainväliseksi luokitelluilla jutuillaan, joiden osuus vuonna 2009 oli jopa 10,7 prosenttia jutuista.

Juttujen paikallisuuden perusteella paikallislehti todella toteuttaa tehtävänsä paikallistason mediana ja asemoi itsensä ensisijaisesti välittömälle levikkialueelleen. Kylää tai kaupunginosaa koskevan "lähipaikallisuuden" nousun voi nähdä koko paikallislehdistöä koskevana trendinä, kun taas suhde valtakunnallisiin ja kansainvälisiin juttuihin erottaa lehtiä selkeästi toisistaan.

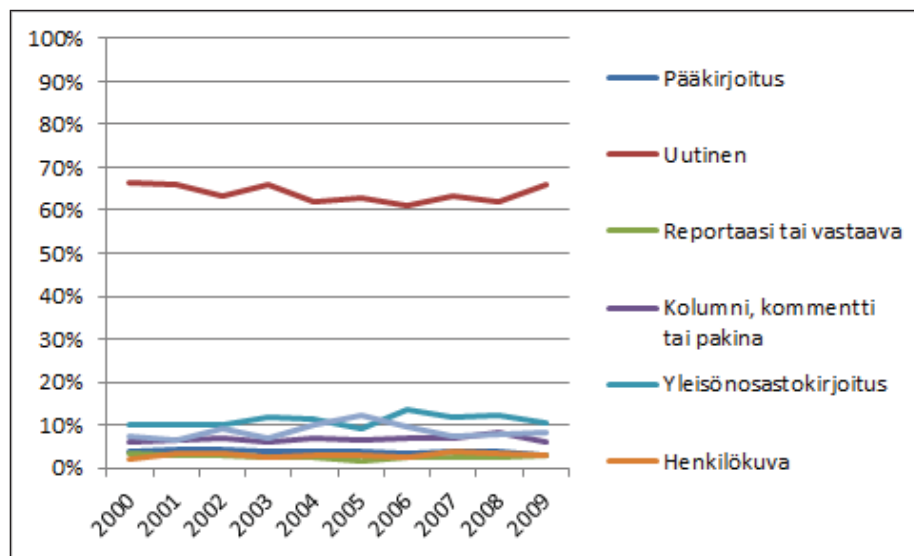
LAJITYYPIT: LEHTIEN VÄLISIÄ PAINOTUSEROJA

Lajityyppien välisten suhteiden oletettiin olevan olennainen osa journalismin murrosta ja lähtökohtaisesti oletettiin, että uutisten osuus on vähentynyt, yleisönosastojen ja mahdollisesti henkilökuvien osuus lisääntynyt.

Paikallislehti oli leimallisesti paikkakunnan uutislehti: odotetusti paikallislehtien (N=9949) jutuista kaksi kolmannesta oli uutisia. Koko aineiston tasolla tarkasteltuna juttutyypeissä ei näyttänyt tapahtuneen juuri lainkaan muutosta: uutinen oli tavallisin juttutyyppi tasaisesti vuosina 2000–2009 (alhaisimmillaan 61,3 prosenttia vuonna 2006 ja korkeimmillaan 66,5 prosenttia vuonna 2000).

Seuraavaksi eniten lehdistä löytyi yleisönosastokirjoituksia, joiden suhteellinen osuus jutuista vaihteli 9,3 prosentin (vuonna 2005) ja 13,5 prosentin (vuonna 2006) välillä.

Kuvio 3.3: Lajityypit vuosina 2000-2009 – koko aineisto

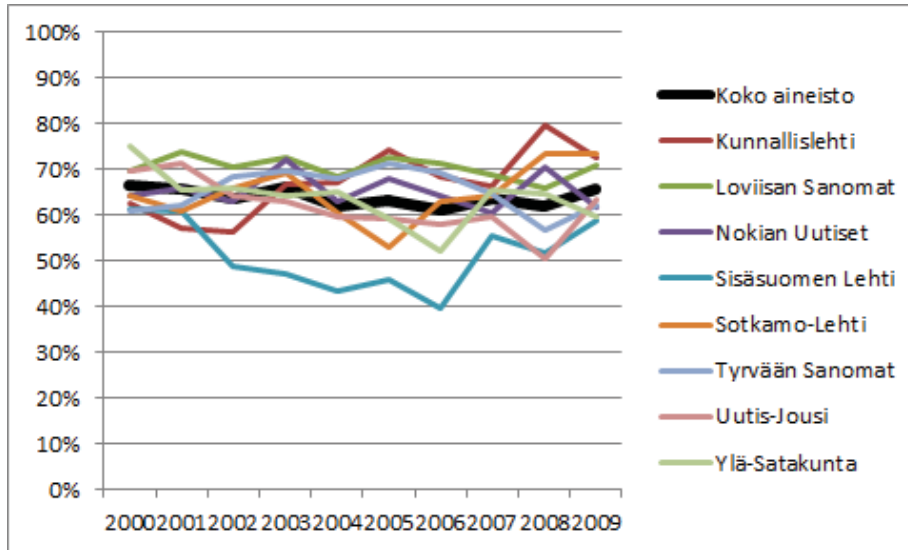


Vasta yksittäisten lehtien analyysi toi esiin jopa melko huomattavia lehtikohtaisia eroja, joita tässä tarkastellaan uutisen ja yleisönosastokirjoituksen välisen suhteen näkökulmasta.

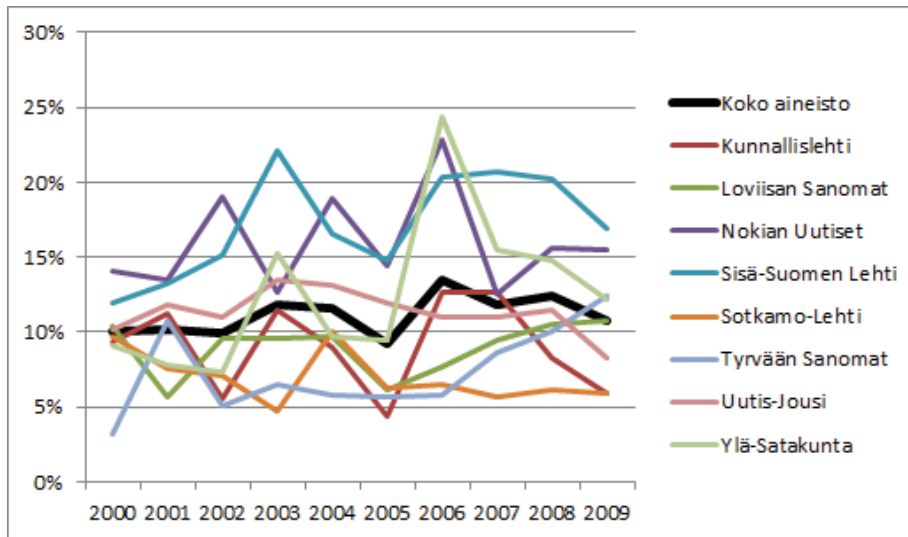
Lehdistä voi erottaa niitä, joissa uutisten osuus oli suhteellisen korkea ja yleisönosastokirjoitusten osuus varsin vähäinen. Tällaisiksi muodostuivat tarkastelujaksolla *Kunnallislehti*, *Loviisan Sanomat*, *Sotkamo-lehti*, *Tyrvään Sanomat* ja *Uutis-Jousi*. Toiseksi erottuivat lehdet, joissa uutisten ja yleisönosastokirjoitusten suhteet näyttivät kytkeytyvän toisiinsa. *Sisä-Suomen Lehdessä* ja *Ylä-Satakunnassa* uutisten suhteellisen osuuden laskusta näytti seuraavan yleisönosastokirjoitusten suhteellisen osuuden kasvu. Kolmantena erottui Nokian Uutiset, jossa yleisönosastokirjoitusten suhteellinen osuus oli kautta linjan muita korkeampi (vaihteluväli 12,6 ja 22,9 prosentin välillä).



Kuvio 3.4: Uutisten osuus lehtien jutuista vuosina 2000-2009



Kuvio 3.5: Yleisönosastokirjoitusten osuus lehtien jutuista vuosina 2000-2009



Uutisten osuus oli laskenut viidessä lehdessä. Huomattava lasku oli havaittavissa *Loviisan Sanomissa* 18,3 prosenttia (vastaavasti yleisönosastokirjoitukset nousseet 9 prosenttia) ja *Ylä-Satakunnassa* 15,5 prosenttia (muiden lajityyppien osuus nousut tasaisesti). Maltillisemmin uutisten osuus oli laskenut *Uutis-Jousessa* 6,1 prosenttia (suurin nousija henkilökuva – yleisönosastokirjoituksetkin laskussa), *Sisä-Suomen Lehdessä* 2,6 prosenttia (suurin nousija yleisönosastokirjoitus 5,1 prosenttia), *Nokian Uutisissa* 2,6 prosenttia (muut lajityypit nousseet tasaisesti).

Kolmessa lehdessä uutisten osuus kaikista juttutyypeistä oli noussut. Suurinta (noin 10 prosenttia) nousu oli *Kunnallislehdessä*, jossa uutisten osuus kaikista lajityypeistä oli 62,5 prosenttia vuonna 2000 ja 72,8 prosenttia vuonna 2009. Lähes yhtä suuri ero (noin yhdeksän prosenttia) löytyi *Sotkamo-lehden* uutisten osuudesta vuosina 2000 (64,1 prosenttia) ja 2009 (73,3 prosenttia). Tasaisimpana uutisten osuus tarkastelu-vuosina pysyi *Tyrvään Sanomissa* (vuonna 2000 uutisten osuus oli 61,1 prosenttia ju-tuista ja vuonna 2009 osuus oli 62,2, %).

Merkittävimmät muutokset olivat tapahtuneet uutisjuttujen ja yleisönosastokirjoi-tusten suhteellisissa osuuksissa. *Loviisan Sanomien*, *Sisä-Suomen Lehden* ja *Tyrvään Sanomien* voi aineiston perusteella tulkita todella nostaneen yleisön äänen kuulumis-ta vuosien 2000 ja 2009 välillä, mikäli yleisönosaston suhteellisuuden osuuden kasvua voi tällaisena mittarina pitää. *Kunnallislehdessä* ja *Sotkamo-lehdessä* suunta oli mää-rällisen aineiston perusteella päinvastainen.

Lajityyppien välisten suhteiden muutosten voi ajatella havainnollistavan journalis-min murresta. Uutisten osuuden laskeminen muiden lajityyppien kustannuksella voisi olla merkki journalismin ilmiöihin ja henkilöihin painottuvan trendin vahvistumisesta. Suoraa korrelaatiota uutisten osuuden laskun ja yleisönosastokirjoitusten osuuden nousun välille ei kuitenkaan aineiston perusteella voi vetää, sillä joissakin lehdissä ta-pahtunut kehitys tukee tätä tulkintaa, mutta toisissa lehdissä tällaista riippuvuutta la-jityyppien välille ei rakennu.

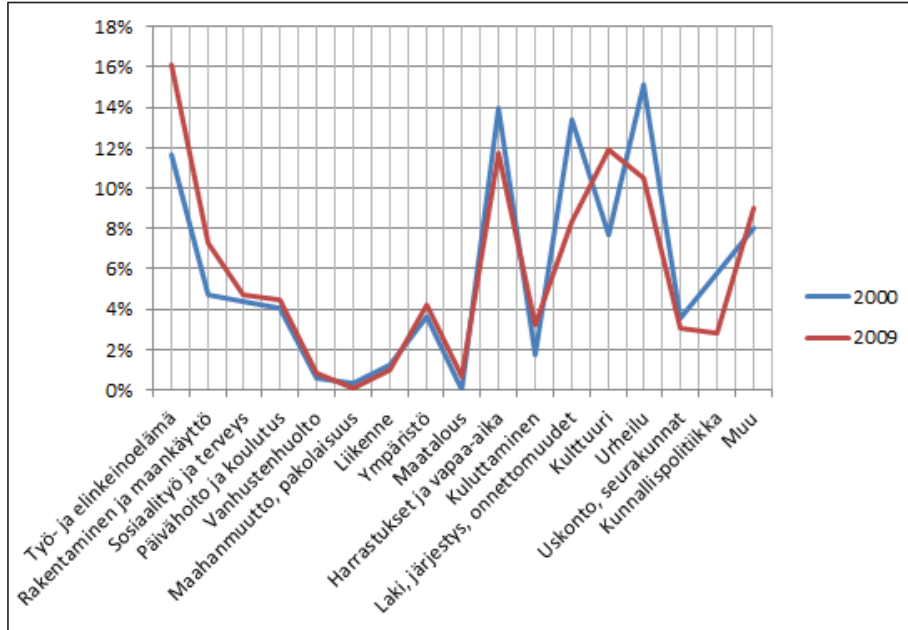
AIHEALUEET: MUUTOSTRENDEJÄ, AJALLISTA VAIHTELUA JA KESTOAIHEITA

Juttujen aihealueiden analyysillä tavoiteltiin paikallislehdille yleensä ja paikkakunnille erityisesti keskeisten teemojen ymmärtämistä. Aihealueiden oletettiin vaihtelevan sekä ajallisesti että paikallisesti.

Juttujen aihealueiden koko aineistoa kuvaaviksi trendeiksi nousevat työ- ja elinkei-noelämää, harrastuksia ja vapaa-aikaa sekä urheilua käsittelevien juttujen huomatta-vasti suurempi osuus vuoden 2009 jutuissa verrattuna vuoden 2000 juttuihin. Lisäksi on huomattava kunnallispolitiikkaa koskevien juttujen merkittävä väheneminen (6,8 prosentista 2,8 prosenttiin) koko aineiston tasolla tarkasteltuna.



Kuvio 3.6: Juttujen aihealueiden suhteelliset osuudet vuosina 2000-2009 - koko aineisto



Lehtikohtaisten erojen tarkastelusta voi vetää kolmenlaisia johtopäätöksiä. Merkittävimpänä havaintona voi pitää sitä, että myös lehtikohtaisesti tarkasteltuna aihealueista erottui muutostrendeiksi katsottavia ajallisia eroja, niin sanottuja "suuria muutoksia". Tällaisia olivat etenkin työ- ja elinkeinoelämää koskevien juttujen suhteellisen osuuden nousu, joka tapahtui lähes kaikissa tarkastelluissa lehdissä (*Tyrvään Sanomat*, *Sisä-Suomen Lehti*, *Sotkamo-lehti*, *Kunnallislehti*, *Uutis-Jousi*) sekä lähinnä onnettomuus- ja rikosuutisista koostuvan "laki ja järjestys" -kategorian juttujen merkittävä väheneminen joissain lehdissä (*Kunnallislehti* ja *Nokian Uutiset*). Myös kunnallispolitiikka itsenäisenä aihealueenaan osoitti laskemisen merkkejä useissa lehdissä.

Paikalliset erot kulloinkin merkityksellisissä keskusteluissa nousivat esiin aihealueiden lehtikohtaisessa tarkastelussa. Esimerkiksi *Sotkamo-lehden* levikkialueella päivähoitoa ja koulutusta koskevien juttujen suhteellinen osuus nousi vuoden 2009 aineistossa huomattavasti (noin 4-5 prosentista 12 prosenttiin) ja harrastuksia käsittelevien juttujen osuus laski tarkasteluajanjaksolla. *Sisä-Suomen Lehdessä* puolestaan rakentamiseen liittyvien juttujen osuus nousi useana vuonna piikinomaisesti yli kymmenen prosenttiin kaikista aiheista. *Kunnallislehti* erottui muista lehdistä suhteellisen suurella kunnallispolitiikkaa koskevalla kirjoittelullaan.

Lisäksi aihealueiden välille näytti rakentuvan eräänlaista "kestovaihtelua". Tällaista voi havaita etenkin urheilu- ja kulttuuriaiheiden välillä useammassakin lehdessä.

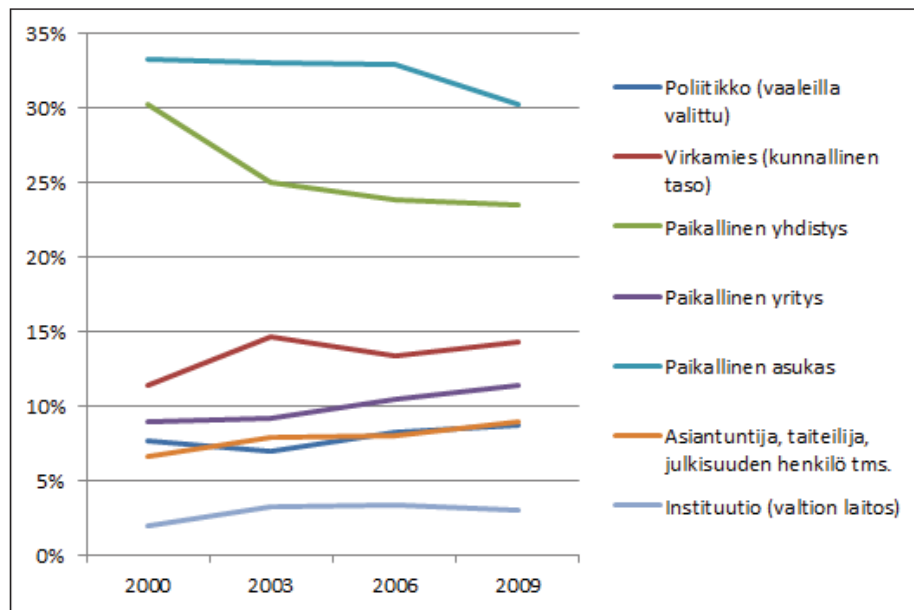
Keskeisten aihealueiden määrittelyn lisäksi paikallislehti määrittelee, keiden ääni paikallislehdissä kuuluu. Tämän selvittämiseksi tarkasteltiin jutuissa esiintyviä toimijoita ja toimijoiden lukumäärää jutuissa. Jälkimmäisen ulottuvuuden tarkoitus oli tuoda näkyviin juttuihin sisäänkirjoitettua keskustellevuutta.

TOIMIJAT: KESKIÖSSÄ PAIKALLISET ASUKKAAT JA YHDISTYKSET, YRITYSELÄMÄ KASVUSSA

Paikallislehti antoi tavalla tai toisella äänen ensisijaisesti paikallisille asukkaille, sillä peräti lähes kaksi kolmasosaa juttujen toimijoista koko aineiston tasolla katsottuna oli paikallisia asukkaita (33,3 prosenttia vuonna 2000 ja 30,3 prosenttia vuonna 2009) tai yhdistyksiä (30,2 ja 23,5 prosenttia). Toisen keskeisen toimijaryhmän muodostivat päätöksentekijät eli kunnan virkamiehet (11,4 prosenttia vuonna 2000 ja 14,3 prosenttia vuonna 2009) sekä vaaleilla valitut poliitikot (7,6 prosenttia vuonna 2000 ja 8,7 prosenttia vuonna 2009).

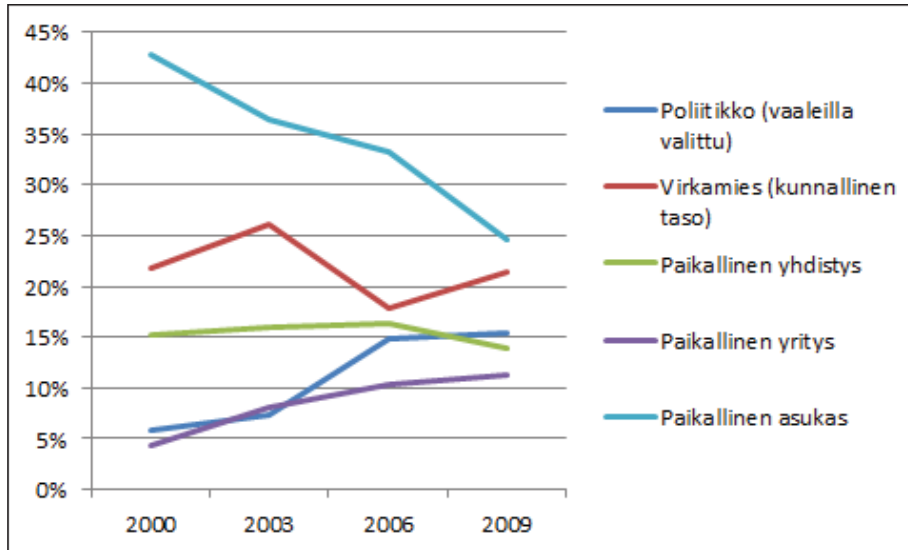
Keskeisinä muutostrendeinä koko aineistosta erottuvat paikallisten asukkaiden ja yhdistysten suhteellisen osuuden lasku ja yritysten suhteellisen osuuden nousu toimijoiden joukossa.

Kuvio 3.7: Toimijat - kaikki lehdet

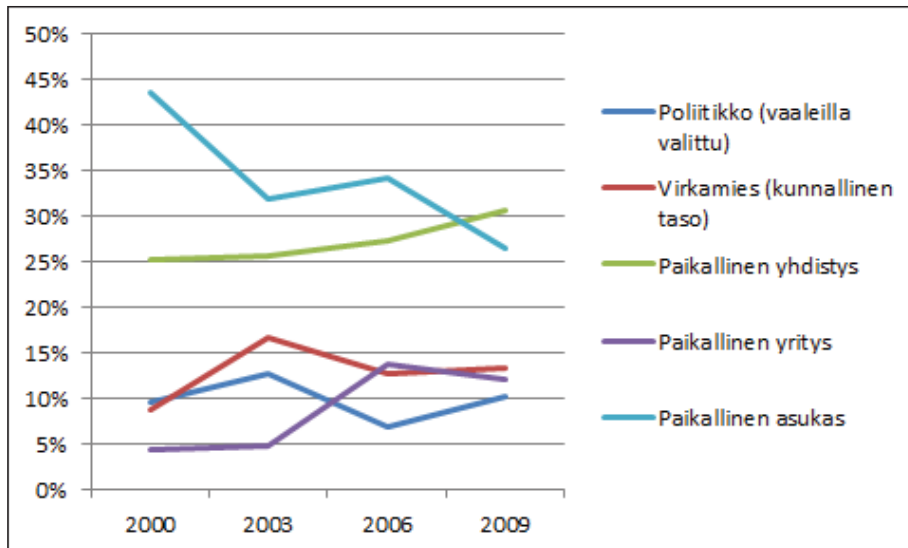




Kuvio 3.8: Toimijat – Kunnallislehti



Kuvio 3.9: Toimijat – Nokian Uutiset



Vaikka paikallisten asukkaiden osuus näytti olevan yleisestikin laskusuunnassa, rakentuivat lehtikohtaiset ja ajalliset erot toimijoiden osalta varsin suuriksi. Esimerkiksi *Kunnallislehdessä* paikallisten asukkaiden osuus oli huomattavasti pienempi vuonna 2009 kuin vuonna 2000 (pudotus 42,7 prosentin osuudesta 24,6 prosenttiin), ja samoin oli *Nokian Uutisissa* (pudotus 43,5 prosentista 26,5 prosenttiin) ja *Tyrvään Sanomissa* (pudotus 45,4 prosentista 31,7 prosenttiin). Poikkeuksen laskevasta suunnasta muodosti *Uutis-Jousi*, jonka jutuissa asukkaiden suhteellinen osuus oli reilusti korkeampi vuonna 2009 kuin vuonna 2000 (nousu 26,9 prosentista 43,2 prosenttiin).

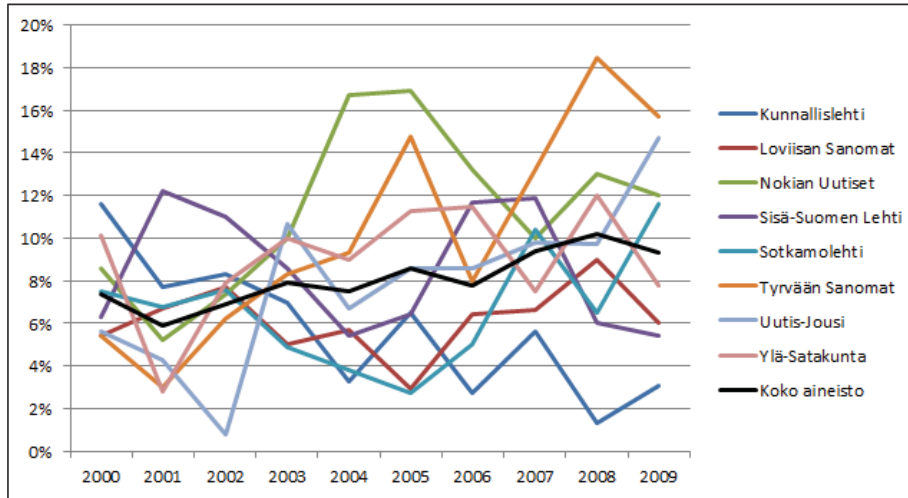
Myös paikallisten yhdistysten suhteellinen osuus vaihteli hyvinkin voimakkaasti sekä ajallisesti että lehtien välillä. Paikallisille yhdistyksille rakentui varsin voimakas rooli *Loviisan Sanomien* (31,3 prosenttia kaikista toimijoista vuonna 2009), *Sotkamo-lehden* (31,0 prosenttia) ja *Nokian Uutisten* (30,6 prosenttia) jutuissa. Kunnallislehti erottui joukosta kautta linjan muita matalammalla yhdistysten osuudella. *Ylä-Satakunnassa* yhdistysten osuus toimijoista väheni tasaisesti tarkasteluajanjakson kuluessa (vuoden 2000 33,9 prosentista vuoden 2009 11,4 prosenttiin).

Yhdenmukaisimmaksi trendiksi nousi yritysten suhteellisten osuuden kasvu juttujen toimijajoukossa. Muutos ei ollut kovin merkittävä (8,9 prosentista 11,4 prosenttiin vuosina 2000–2009), mutta muutokset suunta on selvä. Oletusta nousevasta trendistä vahvistaa edellä aihealueiden trendiksi nostettu työ- ja elinkeinoelämää koskevien juttujen osuuden nousu. Toimija-analyysissä yritysten edustajien suhteellisen osuuden nousu koski Ylä-Satakuntaa lukuun ottamatta kaikkia lehtiä. Eniten yritysten suhteellinen osuus toimijajoukossa nousi Kunnallislehdessä (4,3 prosentista 11,2 prosenttiin), Nokian Uutisissa (4,3 prosentista 12,2 prosenttiin) ja Sotkamo-lehdessä (7,9 prosentista 13,8 prosenttiin).

Ensisijaisesti toimija-analyysi toi näkyviin paikallisen asukkaan keskeisen roolin paikallislehden toimijana. Toimija-analyysin toinen tehtävä oli tuoda esiin keskusteluvuutta juttujen sisällä. Tätä tarkasteltiin kiinnittämällä huomiota siihen, kuinka monta puhujaa kuhunkin juttuun oli kirjoitettu sisään. Puhujien lukumäärän katsottiin tuovan esiin juttuihin kirjoitettujen näkökulmien moninaisuutta. Keskustelun moniäänisyyden näkökulmasta kiinnostavina havaintoina seuraavassa käsitellään luokittelemattomien juttujen osuutta kaikista jutuista sekä sellaisten juttujen osuutta, joissa puhujia oli 3–5 juttua kohden.

Koko aineiston tasolla juttujen sisäisessä keskusteluvuudessa näytti tapahtuneen vain varsin pieniä, lähes merkityksettömiä muutoksia. Tarkasteluajanjaksolla (2000–2009) yli puolet jutuista tuli luokitelluksi kategoriaan ”ei havaittavissa”. Tavallisimmin jutuista löytyi yksi puhuja. Useamman (3–5) puhujan juttujen osuus näytti olevan hienoisessa nousussa. Seuraava kuvio havainnollistaa muutokset 3-5 puhujaa sisältävien juttujen määrissä vuosina 2000-2009.

Kuvio 3.10: Keskustelevuuden suhteellisen osuuden kehitys lehtikohtaisesti sekä koko aineistossa vuosina 2000-2009



Lehtikohtainen tarkastelu jakoi lehdet korkean keskustelevuuden ja vähäisen keskustelevuuden ryhmiin. Korkean keskustelevuuden lehdeksi määriteltiin sellaiset lehdet, joissa 3–5 puhujaa sisältävien juttujen osuus kaikista jutuista oli tarkasteluajanjaksolla korkea (yli 10 prosenttia) ja selkeästi noususuunnassa. Korkean keskustelevuuden lehdeksi määrittyivät näillä kriteereillä Nokian Uutiset, Tyrvään Sanomat, Uutis-Jousi ja Ylä-Satakunta.

Keskustelevuuden ulottuvuutena voi pitää myös niin sanottujen matalan keskustelevuuden eli yhden puhujan varaan rakennettujen juttujen osuutta kaikista jutuista. Korkeimmillaan tällaisten juttujen osuus läheneli 40 prosenttia Sisä-Suomen Lehdessä ja Sotkamo-lehdessä ja 30 prosenttia Kunnallislehdessä.

Keskustelevuuden tarkastelu toimijoiden lukumäärän perusteella rakentaa vain karkean kuvan lehtien sisälle rakentuvista toimija-asetuksista ja toimijoiden välisistä keskusteluista. Eräänlaisena moniäänisyyden edellytyksenä toimijoiden lukumäärää kuitenkin voi pitää.

PAIKALLISLEHTI KIINNI AJASSA JA PAIKASSA

Määrällisen analyysin perusteella paikallislehtien tulkinnot paikallisuudesta, olennaisista aihepiireistä ja keskeisistä toimijoista muuttuvat ajassa ja paikassa. Trendeiksi tulkittujen ajallisten muutosten voi ajatella tuovan näkyviin sen, että paikallislehti on valmis muuttumaan sen toimintaympäristön muuttuessa. Paikalliset erot puolestaan kiinnittävät huomiota siihen että paikallislehti on oman paikkakuntansa tulkki. Kiinnostavaksi nousee etenkin paikallisuuden moninaisuus ja ristiriitaisuus, Paikallisuuden tulkintojen yhteinen nimittäjä on tietenkin paikkakunta, jonka tulkinnot kuitenkin vaihtelevat ajassa ja paikassa. Paikallislehti rakentaa ”meidän paikkakuntaa” raporttoimalla paikallisesta päätöksenteosta, elinkeinoelämästä ja elämänmenosta, ko-

koamalla julkisen paikallisyhteisön sekä edesauttamalla eri toimijoiden välistä julkista keskustelua.

Paikallisuuden muutos entistä tiiviimmäksi, kylää tai kaupunginosaa koskevaksi, on paikallislehden erityisyyden näkökulmasta hyvä asia: mediakentän kilpailun kiristyesä muun median katvealue voi olla olennainen kilpailuvaltti. Sen sijaan paikallismedian avaukset valtakunnallisen keskustelun suuntaan herättävät kysymyksiä: onko paikallismedian resursseilla mahdollista tai tarkoituksenmukaista laventaa keskustelua paikallisesta maakunnalliseen tai valtakunnalliseen. Minkälaisissa tilanteissa?

Paikkakuntaakohtaisia eroja paikallisuuden tulkinnoissa voi selittää ainakin paikallisen elinkeinoelämän, paikallisen mediakilpailun ja yksittäisten tapahtumien avulla.

Paikallisen elinkeinoelämän kannalta merkittävät työllistäjät saattavat luonteeltaan olla kaikkea muuta kuin paikallisia. Kun paikkakunnalla sijaitsee joko kansallisessa tai kansainvälisessä mittakaavassa jollain tapaa merkittävä yritys, kirjoittaa paikallislehtikin juttuja, jotka ankkuroituvat lähi- tai kuntatason paikallisuuden sijaan valtakunnalliselle tasolle. Tällaisiksi selittäviksi tekijöiksi nousevat esimerkiksi Talvivaaran kaivos *Sotkamo-lehden* levikkialueella, Loviisan ydinvoimala *Loviisan Sanomien* levikkialueella, MReal (lopetti toimintansa Äänekoskella vuonna 2011), Valtra ja Mehiläinen *Sisä-Suomen* levikkialueella. Nokian Uutisten levikkialueella sijaitsevien Nokian renkaiden ja Nanson lisäksi paikkakunnalla sattunut "Nokian vesikriisi" vuonna 2007 saattoi lisätä valtakunnalliseksi ankkuroitujen juttujen määrää lehdessä.

Valtakunnalliseksi määriteltyjen juttujen kirjoittaminen selittyy joissain paikallis-lehdissä vielä suhteelliseen helposti. Sen sijaan kansainväliseen yhteyteen liitettyjen juttujen julkaiseminen paikallislehdissä vaikuttaa hämmentävältä. Paikallinen mediakilpailu saattaa olla syynä paikallisuuden laveille, jopa kansainvälisille tulkinnoille. Havainto saattaa kertoa voimistuneesta mediakilpailusta eli siitä, että ainakin suhteellisen kaukana kasvukeskuksesta sijaitseva paikallislehti osallistuu uutiskilpailuun alueen maakuntalehden kanssa. Havainto saattaa kertoa aivan päinvastaisestakin eli mediakilpailun vähäisyydestä. Paikallislehti saattaa olla alueen tilatuin lehti, jolloin se ulottaa sisältönsä maakuntalehtien perinteisesti hallitsevalle tontille, valtakunnallisiin ja ulkomaita koskeviin uutisiin.

Aihealueiden tasolla tarkasteltuna huomionarvoista on kaikkia tarkasteltuja lehtiä yhdistävä kasvu työ- ja elinkeinoelämää koskevien juttujen suhteellisessa osuudessa. Havainnon voi tulkita konkretisoivan toimintaympäristössä tapahtuneita ja tapahtuvia muutoksia. Talous- ja työelämän kysymykset puhuttavat eri paikkakunnilla ympäri Suomen talouden ja työpaikkojen epävakaisuuden aikana. Samalla täytyy tietenkin muistuttaa siitä, että entisestään tiivistynyt kytkös paikalliseen elinkeinoelämään saattaa olla osoitus paikallislehden riippuvuussuhteista.

Aihealueissa esiintyneiden lehtikohtaisten erojen voi puolestaan tulkita konkretisoivan paikallisen toimintaympäristön vaikutuksia paikallislehtien sisältöihin. Tämän havainnon voi ajatella puhuvan myös paikallislehdistön kulttuurisen merkityksen puolesta. Paikallislehti toteuttaa paikallista tehtäväänsä, jos se onnistuu nostamaan esiin paikkakunnalle olennaisia keskustelunaiheita ja vieläpä moninaisesta puhuja-asemasta ja näkökulmasta käsin.



Kansainvälinen tutkimus antaisi olettaa, että paikallislehden merkitys ankkuroituu sen demokratiaa edistävään eli keskustelua herättävään ja keskustelevaan potentiaaliin (Aldridge 2007, Coleman & Ross 2010, Fenton 2010). Tästä näkökulmasta katsottuna paikallislehden olennaisin tehtävä olisi tarjota lukijoille sekä riittävää informaatiota paikallisen päätöksenteon ymmärtämiseksi että keskustelufoorumi paikalliseen päätöksentekoon osallistumiseksi. Määrällinen analyysi tukee tätä olettamusta joiltain osin. Paikalliset asukkaat olivat juttujen tavallisimpia toimijoita, ja niin virkamiehet kuin vaaleilla valitut poliitikot esiintyivät juttujen keskeisinä toimijaryhminä. Paikallisten yrityselämän toimijoiden suhteellisen osuuden hienoinen nousu saattaa kertoa yrityselämän merkityksen kasvusta ja lisääntyneestä kuuntelusta paikallislehdissä.

Helposti voisi esittää myös päinvastaisen tulkinnan, jonka mukaan suomalainen paikallislehti olisi etäännyttänyt paikallisdemokratiasta. Määrällisen analyysin perusteella paikallislehtien paikallisuus on hajoamassa: se on samanaikaisesti tiivistymässä kyläyhteisöjen tasoa että lavenemassa useita kuntia tai todennäköisiä uusia suurkuntia puhuttelevaksi julkisuudeksi.

Paikallislehden levikkialueiden yhä kasvaessa voi hyvällä syyllä kysyä, miten hyvin paikallislehti pystyy seuraamaan yhä kauemmas karkaavaa päätöksentekoa, etenkin kun kunnallispolitiikan seuraaminen näyttää aihealueiden analyysin perusteella vähentyneen.

Määrällinen analyysi toi näkyviin paikallislehdistön yleisiä trendejä ja sekä paikkakuntaakohtaisia että lehtikohtaisia eroja. Ymmärrystä paikallisuuden sisällöistä ja toimintaympäristöjen vaikutuksista paikallislehdistöön syvennetään seuraavissa luvuissa.

4. PAIKALLISUUDEN IDEA – ARKINEN, ARVOTTAVA JA OSALLISTAVA PAIKALLISUUS

Tässä luvussa tarkastellaan paikallisuuden ulottuvuuksia laadullisen lähiluvun keinoin. Aineistona on käytetty kahdeksan palkitun paikallislehden vuoden 2009 otantaan osuneita neljää numeroa kustakin paikallislehdestä. Laadullisen analyysin tarkoitus on kiinnittää huomiota paikallislehdissä rakentuvan paikallisuuden ulottuvuuksiin ja tätä kautta päästä keskustelemaan paikallislehden paikallisista tehtävistä ja vahvuuksista kansallisilla mediamarkkinoilla.

Journalismin sisältöjä on viime aikoina pyritty ymmärtämään muun muassa ihmisläheisyyden käsitteen avulla. Teoreettisessa keskustelussa ihmisläheisyys on ymmärretty yhtäältä markkinaehtoiseksi yleisölähtöisyydeksi, jossa sanomalehti nähdään ensisijaisesti kannattavuuden ja tuottovaatimusten määrittämänä liiketoimintana. (Heikkilä 2001, Hujanen J., 2009) Markkinaehtoinen journalismi kutsuu luokseen lukijoita kertomalla arjesta ja ”tavallisista asioista”, puhuttelemalla lukijaa kuluttajana, harrastajana tai yleisönä, jolle tarjotaan hyötytietoa ja lifestyle-juttuja: menovinkkejä, matkailujuttuja, ilmoituksia ja kuluttamista ohjailevia tuotteita ja palveluita vertailevia juttuja. Markkinalähtöisyys on valunut myös poliittista päätöksentekoa koskevaan journalismiin, jossa perinteisen tiedottamisen sijaan jalkautetaan ja paikallistetaan päätöksenteko keskittymällä sen käytännöllisiin seurauksiin. Keskeisinä markkinaehtoisen journalismin onnistumisen mittareina toimivat sanomalehtien levikkitiedot, tilaajarekisterit ja lukijapalautteet.

Toisesta näkökulmasta katsottuna ihmisläheisyys merkitsee journalismin yhteiskunnallisuutta, joka nostaa aktiivisesti esille yhteiskunnallisesti merkittäviä asioita ja puhuttelee lukijoitaan kansalaisina. Tästä näkökulmasta journalismin velvollisuus on informoida lukijaa, kertoa lukijaa kiinnostavista ja lukijan kokemuksista kumpuavista kysymyksistä sekä aktivoida ja osallistaa häntä. Yhteiskunnallinen journalismi ei vain vastaa lukijoiden tarpeisiin heijastamalla yleistä keskustelua vaan on itse aktiivinen toimija, joka luo ja rakentaa merkityksellisiä keskusteluita. Yhteiskunnallisen journalismin tehtäviin liittyvä tavoite, lukijan auttaminen, opastaminen ja aktivoiminen merkityksellistä tietoa tarjoamalla, ei ole helppo mitattava. Päivänkohtaisten uutisten laajempi kontekstointi, analyysien ja kommentoivien tekstien painoarvo lehdessä sekä aktiivinen mielipiteiden vaihtaminen voivat kuitenkin olla mittareita, joiden perusteella yhteiskunnallisen journalismin näkökulmaa voisi lehdissä arvioida.

Laadullista lähilukua varten paikallislehtien sisällöt on tyypitelty kolmeen toisistaan eroavaan ryhmään. Jaottelu erottelee toisistaan yhteisön arkea raportoivan *arkisen*, erontekojä rakentavan *arvottavan* ja päätöksentekoprosesseja valvovan *osallistavan* paikallisuuden. Temaattisen tyypittelön tarkoitus on tuoda esiin lehtien tuottamia näkökulmia paikallisuuteen ja antaa näin aineksia paikallisuuden idean päi-



vitettyyn pohtimiseen (vrt. Kivikuru 1990, Moring 2000). Paikallisuuden idea on keskeinen, kun halutaan luodata paikallislehden asemaa ja mahdollisuuksia tulevaisuuden mediakilpailussa

Arkinen paikallisuus: uutissähkeiden ja yleisaikakauslehden rajapinnalla

Paikallislehden ytimen muodostavat paikkakunnan arjesta, ihmisistä ja tapahtumista raportoivat sähkeutiset ja pidemmät uutisjutut. Näille jutuille tyypillistä on kuvaileva ote. Jutuissa kerrotaan tapahtuneesta tai esitellään henkilö tai jokin ilmiö ilman erityistä näkökulmaa. Arkisesta paikallisuudesta erottuu kaksi tasoa: perinteinen uutisraportointi ja markkinaehtoista ihmisläheisyyttä noudattava paikallisyhteisön esittely.

Uutisraportoinnissa lukijan huomio kiinnitetään ankkuroimalla tapahtumat konkreettisiin paikannimiin ja osoitteisiin. Lukija voi asemoida itsensä suhteessa tapahtumaan ja uumoilla paikallistuntemuksensa perusteella tapahtuneeseen osallisia henkilöitä. Paikallislehden uutiskriteereitä noudattava perinteinen uutisraportointi tuo lukijalle tiettäväksi paikkakunnalla sattuneet yllättävät tapahtumat, useimmiten hirvieläinkolarit, liikennejuopumukset tai muut liikennerikkomukset, murrot, nuorisojoukkojen riehumisot, pahoinpitelyt ynnä muut rikokset. Perinteinen uutisraportointi kattaa niinkään säännölliset uutistapahtumat, kuten paikallisesta päätöksenteosta raportoimisen ja tulosurheilun, johon sisältyy paikallistason urheilun lisäksi tapahtumapäivien hiihto- ja yleisurheilukilpailujen tulostilat. Tällaiset, usein seikkaperäisesti kuvaillut tapahtumat päätyvät lehteen, jos ne ovat tapahtuneet sen levikkialueen sisäpuolella.

Paljaimmillaan paikallisuus on puettu kyseenalaistamattomaan, "neutraaliin" muotoon: tapahtuma paikkakunnalla riittää tekemään käsitellystä aiheesta paikallisen uutisen. Tämä paikallisuuden rakentamisen tapa on tavallinen esimerkiksi lyhyissä, mutta seikkaperäisissä onnettomuus- ja rikosuutisissa:

Päin ovea: Autokatoksen oveen törmättiin autolla perjantaina aamuyöstä Paimion Mauritzintielle. Oveen jäi sinistä maalia ja paikalle lampun siruja. (*Kunnallislehti* 11.9.2009)

Hirvestä vietiin parhaat palat: Salaa kaadetusta hirvestä vietiin parhaat palat Paakissa. Nuori uroshirvi oli kaadettu Paakin Niskaniitylle vievän tien läheisyyteen. Niskaniitylle menevä tie eroaa Paakinlammentiestä. Kaatopaikka sijaitsee Kontiomäki–Vuokatti -radan länsipuolella, muutaman sadan metrin päässä rautatiestä. (*Sotkamo-lehti* 8.9.2009)

Vapoja vietiin veneestä: Pressulla suojatusta veneestä on anastettu neljä vapaa Loviisan Sahaniemessä. Veneeseen mentiin rikkomalla kate. (*Loviisan Sanomat* 11.9.2009)

Sähkeutisoinnin paikallinen tehtävä on informoinnin ohella esimerkiksi varoittaa lukijoita lähistöllä liikkuvista mökkivarkaista, kiinnittää lukijoiden huomiota vaaralli-

siin kuoppiin tiessä tai ohjeistaa heitä olemaan varovaisia tietyillä tieosuuksilla hirvenmetsästyskauden alettua. Samalla pienen paikkakunnan onnettomuus uutiset saavat lukijan pohtimaan suhdettaan esimerkiksi autokolarin tapahtumapaikkaan tai kolarissa mukana olleisiin henkilöihin. Paikallislehdissä niukimmatkaan rikos- tai onnettomuus uutiset tai routavauriot kylätiellä eivät jätä lukijoita ulkopuolelleen, sillä niiden voi olettaa koskehtavan ainakin välillisesti lähes kaikkia paikkakunnalla asuvia.

Myös paikallislehdistön sisältöön olennaisesti kuuluvat urheilu-uutiset lukeutuvat pääsääntöisesti uutismuotoiseen kirjoitteluun. Paikallinen urheilu on ensisijaisesti tulosurheilua, joka kattaa laajan kirjon seuratasoittelu tuloksia, satunnaisten SM-tason urheilijoiden saavutuksia ja vaikkapa hiihtolomalla tai kevätmarkkinoilla järjestettyjen lasten hiihtokilpailujen tuloksia. Runsain kuvituksin ja nimiluetteloin varustetut urheilutulokset kiinnittävät suuren osan paikkakuntalaisista lehden sisältöihin: osallistujien joukosta löytyy usein joku lähipiiristä tai vähintäänkin tutun tuttu.

Paikallislehdessä niin pikku-uutiset kuin laajemmat kaupunkilaisten tai kuntalaisten asioita koskevat uutisjutut voivat herättää lukijassa yhteisöön kuulumisen, tai jopa yhteisössä toimimisen tunteen.

Toinen arkisen paikallisuuden muodoista esittelee paikallisyhteisöön kuuluvia ihmisiä ja ilmiöitä. Tällainen human interest –sävyinen kirjoittelu kutsuu lukijaa tunnistamaan tekstistä joko itsensä tai lähipiiriinsä kuuluvan ihmisen tai tuntemaan paikallisyhteisöä paikkakunnan merkkihenkilön vuoksi. Tapoja on pääsääntöisesti kolme: 1) Paikkakunnalla asuvasta tai sieltä kotoisin olevasta julkisuuden henkilöstä kirjoitetaan henkilökuva. Etenkin kotipaikkakunnallaan vierailevat muusikot tai näyttelijät ovat tällaisten juttujen aiheena. 2) Toinen tapa rakentaa paikallista *henkilögalleriaa* on kirjoittaa juttuja paikkakunnalla asuvista, tai melkeinpä mieluiten sinne vastikään muuttaneista pienyrityksistä. 3) Kolmas muoto on paikallisten tavallisten ihmisten nostaminen juttuihin esimerkiksi haastateltavina tai jonkin tapahtuman kokijoina.

Niin sanotut tavalliset ihmiset ovat paikallislehtien henkilögallerian olennainen osa. Henkilöiden kautta paikallisuutta rakennetaan esimerkiksi joululahjagallupissa, jossa nimillään ja kuville esiintyvät ihmiset esittelevät lahjavaihtojaan (erotuksena yhteisöllisyyttä rakentavista henkilöjutuista, joiden tarkoituksena on näkökulman valintaan perustuva "hengen nostattaminen").

"Baskerista ompelukoneeseen" – joululahjagallup (*Sisä-Suomen lehti* 24.11.2009)

"Pikakysely: Onko Siilinjärvi turvallinen kunta?" (*Uutis-Jousi* 10.9.2009)

"Puolukkaa kertyy ja kunto nousee" (*Ylä-Satakunta* 8.9.2009)

"Opiskelija säästää ruuasta mutta herkutellakin täytyy" (*Kunnallislehti* 6.3.2009)



"Vauvasukat syntyvät talkootyönä" (*Kunnallislehti* 6.3.2009).

"Kylätalkkari tekee jokamiehen töitä. Tom Ek heittää keikkaa
"munamankelietäisyydellä" (*Loviisan sanomat* 11.9.2009)

"Eläkeläinen ehtii ilman klapikonetta" (*Ylä-Satakunta* 3.3.2009).

Myös paikkakunnalla vierailevat julkisuuden henkilöt (muusikot, kirjailijat, urheilijat) voivat päätyä paikallislehden henkilögalleriaan, vaikka heidän vierailunsa paikkakunnalla jäisikin ainutkertaiseksi kuriositeetiksi:

"Suomen huippuratsastajat kisasivat Vuokatissa" (*Sotkamo* 8.9.2009)

"Rooma-New York-Helsinki-Parkano –Laura Voutilaisen ja Tomi Metsäkedon konsertti" (*Ylä-Satakunta* 5.3.2009)

"Anna Abreu, Michael Monroe ja Yö juhlistavat Kaarinaa"
(*Kunnallislehti* 3.3.2009).

Tällaisissa tapauksissa paikallisesti merkittäväksi nousee se, että paikallislehden ilmestymispaikkakunta on osunut julkisuuden henkilöiden kiertueereitille. Pääsääntöisesti henkilögalleriajournalismissa yksittäisen ihmisen ja paikkakunnan kytkös nousee keskeiseksi jutun sisällöksi. Samastumispintaa tarjoavat ja uteliaisuuteen vetoavat henkilöjutut ovat yleistyneet kaikessa journalismissa henkilöitymiseksi kutsutun kehityksen myötä. Paikallisjournalismia voinee tässä suhteessa pitää edelläkävijänä, sillä paikallisten ihmisten esittely on aina kuulunut paikallislehden ydinsisältöihin (Tommila 1985).

Paikallisten ihmisten kautta päästään usein esittelemään myös paikkakunnalle olennaisia palveluita, esimerkiksi kirjastoa, uimahallia, urheiluhallia tai vaikkapa kaudenhuoltoalaa. Tällaiset esittelyluontoiset jutut tuovat näkyviksi paikallisia palveluita ja niihin tyytyväisiä ihmisiä. Näiden juttujen voi ajatella toimivan myös paikallispolitiikan välineinä, vaikka tällaisia sisältöjä ei itse juttuihin olisi kirjoitettukaan. Kun tyytyväiset asiakkaat kertovat kirjaston tai uimahallin piristävästä merkityksestä, keskustellaan samalla piiloisesti näiden poliittisesta ja kulttuurisesta merkityksestä.

Arkisen paikallisuuden kautta tarkasteltuna paikallislehdet tasapainoilevat uutisvälityksen ja aikakauslehtimäisen ilmiöjulkisuuden välillä. Kaksi tai kolme kertaa viikossa ilmestyvä paikallislehti onnistuu vielä pysyttelemään mukana uutiskilpailussa sen vuoksi, että paikallistason uutisia ei muissa medioissa juurikaan julkaista. Ilmiöjuttujen näkökulmasta ilmestymistiheys on hiukan liiankin tiuha: muutaman tuhannen tai kymmenenkään tuhannen asukkaan paikkakunnalla ihmisiä ja ilmiöitä ei ole loputtomiin. Uusien yrittäjien ja paikkakunnalla asuvien tai siellä vierailevien julkisuuteen nousseiden ihmisten esittely on tärkeää paikallisympäryyden ja positiivisen hengennostattamisen näkökulmasta.

Paikallislehdissä käydään myös eksplisiittisiä keskusteluja paikkakunnalle tyypillisistä piirteistä ja paikkakunnan suhteesta naapurikuntiin ja muuhun maailmaan. Lisäksi lehdissä neuvotellaan paikallisyhteisön sisäisistä järjestyksistä ja eronteista.

Osaksi arkinen paikallisuuden määrittelyä voi lukea myös yleisönosastokirjoitukset, joissa painottuivat etenkin kirjoittajan elämää koskettavat järjestyshäiriöt: Miksi nuorisoo ajaa mopoilla kun nukun? Kuka on tallonut kukkapenkkineni? Miksi pääkadulla ei noudateta nopeusrajoituksia? Mitä voi tehdä uuden yrityksen valomainokselle, joka valaisee pihani yötä päivää?

Arvottava paikallisuus: arvokeskusteluja ja erotteluja meihin ja muihin

Arvottavan paikallisuuden ryhmään on tyypitelty jutut, joissa paikallisuus asetetaan historialliseen kontekstiin tai joissa nostetaan esiin eroja paikallisuuden sisällä. Tällaisia eroja rakennetaan jutuissa, joissa kirjoitetaan vaikkapa paikkakunnalle vastikään muuttaneiden tai kesätöihin saapuneiden kausityöntekijöiden kokemuksia paikkakunnasta ja paikkakuntalaisista. Näille jutuille tyypillistä on yhteisen arvopohjan rakentaminen paikkakunnan historiaan nojaamalla ja meidän ja muiden eroja rakentamalla.

Paikalliseen kulttuurihistoriaan kiinnittävät muun muassa seuraavanlaiset tekstit:

”Millimetriyötä kotiseutuhengessä” (*Sisä-Suomen Lehti* 8.9.2009)

Harjun vanha tuulimylly halutaan kunnostaa. Aktia sijoittaisi pesämunan ja haastaa yrityksiä mukaan talkoisiin” (*Loviisan Sanomat* 11.9.2009)

”Köpbackan kyläyhdistys päivittää kyläsuunnitelmansa. Historiasta saatu paljon lisää tietoa” (*Loviisan Sanomat* 11.9.2009)

Kainuulaiset elävät lyhyen ja sairaan elämän: Suomen maakunnista Kainuussa on suhteellisesti sairain väestö ja eniten tapaturmia sekä itsemurhia. Nälkämaassa on myös valtakunnan matalin elinajanodote vastasyntyneillä lapsilla sekä eniten henkilöitä, jotka siirtyvät ennen aikaisesta eläkkeelle. (*Sotkamo-lehti* 8.9.2009)

Kulttuurihistoriaan kiinnittämisellä on olennainen rooli paikkakunnalle kuulumisen tunnetta rakennettaessa. Näissä jutuissa keskustellaan usein hitusen sisäänpäin lämpiävästi paikkakunnan olemuksesta ja paikallisista luonteenpiirteistä. Tällaiset keskustelut ovat tärkeitä yhteisön kiinteyden ja paikallidentiteetin rakentamisen näkökulmista. Juttujen pääviesti on: ”me olemme tällaisia” ja ”tänne me kuulumme”. Esimerkki kainuulaisista havainnollistaa, miten paikkakunnalle kuulumisen voi näyttäytyä paikallislehdissä myös eräänlaisena kohtalonkysymyksenä.



Historian lisäksi paikkakunnat elävät nykyajassa, ja paikallislehdet päivittävät paikkakunnalle nousseita uusia kulttuurisia erontekoja. Esimerkiksi lisääntynyt maailmanlaajuinen muuttoliike puhuttaa paikallislehdissä:

Vastaanottokeskuksen avoimet ovet kiinnosti

paimiolaisia: Yli kuusikymmentä vuotta Paimiossa asunut mies ymmärtää vastaanottokeskuksen asukkaiden tilanteen varsin hyvin, Johanneksesta kotoisin oleva Väntsi lähti evakkoon sodan alta – koti jäi Kannakselle. – Ei se ole helppoa jättää koti ja kaikki taakseen, kun juuri mitään et saa mukaasi. Tiedän, miltä se tuntuu, Väntsi toteaa. (*Kunnallislehti* 11.12.2009).

Identiteetti ei saa kadota: Museo esittelee entisten kuntien ja kuntaliitosten historiaa. Kuntaliitokset eivät ole uusi asia, vaan niitä on ollut kuntien syntymästä saakka. Myös Äetsä oli Kiikan ja Keikyän yhteenliittymänä kuntaliitoksen tulosta. (*Tyrvään Sanomat* 3.3.2009)

Paikallisyhteisön näkökulmasta voi ajatella, että eronteet toimivat paikallisen yhteisöllisyyden rakentajana ja vahvistajana. Paikallislehdellä on kulttuurista valtaa liittää sisäpuolelle tai sulkea ulkopuolelle. Sisään- ja ulossulkeminen ja paikallisyhteisön rajanveto on muuttunut olennaiseksi osaksi paikallislehtien sisältöjä 2000-luvun kuntarakenneuudistuksen myötä.

Ulkopuolinen katse näkee ne itsestäänselvyydet, joilla paikallisuus puhuttelee. Yksi kirkkaimmista ja yleisimmistä paikallisyhteisön sisä- tai ulkopuolelle rajaavista itsestäänselvyyksistä on oletettu paikallistuntemus. Paikallislehden lukijaoletukseen vastaa lukija, joka tunnistaa paikallisesti olennaiset tilat niiden lempinimistä ja hahmottaa paikkakunnan vaikka silmät suljettuina kuljettuaan siellä koko ikänsä jalan, pyörällä ja autolla. Paikallinen tunnistaa Kaupan Kulman, josta kauppa on kadonnut jo 1970-luvulla tai samoihin aikoihin risteyksestä hävinneen Maitolaiturin.

Yhtiöpaikalliset ilmaisut, jotka edellyttävät historiallista paikallistuntemusta, ovat tavallisia etenkin aiemmin mainituissa arkisissa tapahtumauutisissa ja mielipidekirjoituksissa. Ulkopuolista lukijaa eivät puhuttele ilman osoitetta jätetyt tapahtumapuffit. Tässä piilee myös paikallislehtien paikallisuuden viehäytys; vaille tarkempaa osoitetta jätetyt tapahtumatiedot kutsuvat sisäpiiriin, jonne ei kaikilla ole pääsyä. Ulkopuolelle sulkeminen on ainoastaan yksi mahdollinen tulkinta. Yhtäläillä todennäköistä on se, että paikkakunta – tai ainakin sen keskus, jossa yleensä tapahtuu – on niin pieni, että keskuskadulle tuleminen riittää tapahtumaan osallistumiseksi. On myös mahdollista, että juttua kirjoittava toimittaja ei tule edes ajatelleeksi, että sitä lukisi joku muu kuin paikkakuntaa tunteva ”sisäpiiriläinen”.

Tämä *sitouttava ja kiinteyttä ylläpitävä paikallisuus* on olennainen osa paikallislehtien lukijoilleen tarjoamaa identiteetinrakennusainetta. Yhtiöpaikallisuus rakentuu sekä tiedostamattomista että tietoisista valinnoista. Etenkin journalistiset jutut otta-
vat etäisyyttä paikallisiin itsestäänselvyyksiin vaikkapa paikallista murretta ja sanastoa

esittelevissä jutuissaan. Tietoisia valinnat ovat myös silloin, kun kuntaliitosten yhdistämiä uuskuntalaisia pyritään puhuttelemaan tasapuolisesti siten, että uusien levikki-rajojen sisäpuolelle siirtyneet olisivat yhtäläillä tyytyväisiä kuin siellä ikänsä eläneet.

Yhtiöpaikallisuus saa omat muotonsa yleisönosastokirjoittelussa, jossa rivien välissä osoitetaan paikallistuntemusta ja kommentoidaan nimeltä mainitsemattomien, mutta tunnistettaviksi kuvailtujen, naapureiden tekoja.

”Nimimerkille ”lukija” vastaan, että haja-asutusalueella omalla pihalla ja omalla rahalla saa varmasti ruokkia lintuja naapurisovun rikkoontumatta. Lenkkeilijä ota kivi kengästä ja jatka matkaa.”
linnan ruokkija (*Kunnallislehti* 8.11.2009)

”Hei haloo, Kehonrannan läpiajajat! Kehonranta ei tosiaankaan ole mikään päätie eikä hidasteiden puuttuminen tarkoita sitä, että sen läpi saa ajaa lujaa.” (*Nokian Uutiset* 22.9.2009)

Arvottava paikallisuus on merkittävää yhteisön kiinteyden rakentamisen kannalta. Arvottava paikallisuus merkitsee jatkuvaa neuvottelua siitä, minkälaisia ovat meidän paikallisuutemme rajat – arvottava paikallisuus ei siis ainakaan parhaimmillaan ole paikoilleen pysähtynyttä rajanvetoa, vaan aktiivista neuvottelua sekä konkreettisella paikkakunnalla että abstraktissa paikallisuuden ideassa tapahtuneista muutoksista. Valpas paikallislehti voi auttaa yhteisöä tunnistamaan yhteiskunnassa käynnissä olevia keskusteluja ja helpottaa yksilöiden ja yhteisöjen asemoitumista kaikkia koskeviin muutoksiin. Rajoja määriteltäessä on kuitenkin aina olemassa se vaara, että samalla suljetaan toisin ajattelevia rajojen ulkopuolelle.

Arvottava paikallisuus on kuitenkin yksi paikallislehtiin vakiintunut tapa työstää yksittäisen ihmisen, paikallisyhteisön ja paikallisen päätöksenteon välistä suhdetta. Vielä selkeämmin tällaista työtä tekee paikallislehdistä löytyvä osallistavaa paikallisuutta rakentava kirjoittelu.

Osallistava paikallisuus: meidän kaikkien hyväksi

Osallistavan paikallisuuden kategoriaan kertyneitä juttuja yhdistää paikallisen elämämaailman avaaminen lukijoille siten, että heille tarjoutuu mahdollisuus sekä ymmärtää ympäröivää maailmaa että toimia aktiivisesti ilmiön tai tapahtuman edellyttämällä tavalla. Osallistava paikallisuus kiinnittää ihmisen osaksi ympäristöönsä. Paikallislehdissä tämä voi merkitä esimerkiksi keskustelua paikallisen päätöksenteon prosesseista ja aikatauluista sekä kansalaisten vaikuttamisen mahdollisuuksista. Tyypillisesti tällaiset jutut liittyvät esimerkiksi kaupungin kaavoituskysymyksiin tai paikkakunnan liikennejärjestelyihin. Talouden taantuma 2000-luvulla näkyy paikallislehdissä juttuina, joissa keskustellaan kuntien säästökohteista – esimerkiksi koulujen lakkauttamisista, kaupungin henkilöstön lomautuksista, paikallisen elinkeinoelämän ahdingosta ja työttömyyden lisääntymisestä.



Osallistavalle paikallisuudelle tyypillistä on, että samasta teemasta keskustellaan lehden eri juttutyypeissä: pääkirjoituksissa, yleisönosastokirjoituksissa ja uutisjutuissa. Parhaimmillaan osallistava paikallisuus rakentaa keskusteluja eri toimijoiden ja eri näkemysten välille.

Tässä kohtaa katse kääntyy kuin automaattisesti kohti keskusteluja kansalaisjournalismista. Kansalaisjournalismin ajatus nojaa aktiivisen ja osallistuvan kansalaisen ja journalismin vuorovaikutuksen ihanteeseen. Ihanteen mukaan journalismin tulisi olla kansalaisten ja toimittajien yhteinen foorumi, jolla rakennettaisiin ymmärrystä olenaisista ja merkittävistä, yhteisistä asioista (Heikkilä ym. 2012).

Paikallislehtien osallistava julkisuus on kuitenkin – ainakin toistaiseksi – ollut varsin toimittajavetoista. Myös osallistavuuden aste vaihtelee: esimerkiksi kunnan päätöksentekoprosesseista kirjoitetaan usein raportoivaan sävyyn ja jälkikäteen:

Maakuntavaltuusto jutteli tienpidosta ja omasta toimivallastaan: Osmo Polvinen (vas.) Sotkamosta puolestaan näki, että tiejohtajan listaa olisi syytä kunnioittaa, koska hankkeiden huutokaupassa homma menee aivan sekaisin. –Jos alamme käyttää valtuuston kovinta päätösvaltaa, olemme huonoilla teillä, hän vitsaili. (*Sotkamo-lehti* 8.9.2009)

Kaupunki perui ostosmatkan Keskiselle Parkanon kaupungin vapaa-aikatoimella oli viime viikolla ilmoitus Ylä-Satakunnassa, jossa se ilmoitti järjestävänsä ostosmatkan Keskisille Tuuriin... (Vapaa-aikatoimenjohtaja Reino) Rauhala myöntää, että pelkästään ostosmatkan järjestäminen Parkanon ulkopuolelle ei ole kaupungin harjoittaman elinkeinopolitiikan mukaista toimintaa. Tätä tapausta hän luonnehtii työtaturmaksiksi, eräänlaiseksi yhteensattumien summaksi. (*Ylä-Satakunta* 3.3.2009).

Kylätoimikunta siirtäisi tietä: Kevolan-Pitkäportaan kylätoimikunta jätti Vistan osayleiskaavaluonnoksen esittelytilaisuudessa maanantaina kaupunginhallitukselle esityksen Kevolantien eli Vanhan Kuninkaan tien oikaisemisesta kulkemaan Rekottilan mäen pohjoispuolelta. Myös Rekottilan tilan maanomistaja Timo Lehtinen on samaa mieltä tien siirrosta. (*Kunnallislehti* 6.3.2009).

Paikallislehdestä riippuen kunnanvaltuuston kokouksista uutisoidaan ”sellaisinaan”, lyhyinä uutisina tai niistä kirjoitetaan laajempi uutisjuttu, jossa päätösten seurauksia avataan paikkakunnan tai siellä asuvien näkökulmasta. Seuraamalla paikallista päätöksentekoa ja lopullisia päätöksiä sekä yksilöimällä näiden vaikutuksia paikallislehdet kiinnittävät lukijan osaksi paikallisyhteisöä ja mahdollisuuksien mukaan saavat aikaan osallisuutta ja herättävät keskustelua. Näin toimiessaan paikallislehdet noudattavat journalismin perinteistä, yhteiskunnallista tehtävää. Kriittisen tai vaihtoehtoisen

näkökulman tuominen paikalliseen päätöksentekoon on harvinaista, joskaan ei täysin poissuljettua

Osallistava paikallisuus voi toisinaan merkitä myös pidempikestoista keskustelua levikkialueen keskeisistä, muutosta vaativista asioista:

Ydinvoimakriittiset "Doorikset" eniten äänessä naisten illassa: Ydinvoimahankkeet Loviisan seudulla ovat päivänpolttavia asioita. Nyt naisille haluttiin tarjota mahdollisuus saada tietoa ja kertoa mielipiteitä. (*Loviisan Sanomat* 3.3.2009)

Lukion oppilailta monia parannusehdotuksia koulun sisäilman parantamiseksi: Koulussa on viime viikolla jaettu kaikille opiskelijoille sisäilmaselvityslomake, joka kartoittaa jokaisen opiskelijan kohdalla mahdollista sisäilmasta johtuvaa oireilua tai terveyshaittoja. Lukion jatkavat opiskelijat ... kertovat seuraavassa kokemuksiaan ja ajatuksiaan koulun kunnosta. (*Loviisan Sanomat* 3.3.2009)

Sijaisperheistä on huutava pula: Sijaisperheeksi ryhtyminen lähti alun perin niinkin pienestä kuin lehti-ilmoituksesta, jossa kerrottiin apua tarvitsevista lapsista... Sijaisvanhemmuudesta järjestetään informaatiotilaisuus huomenna lauantaina 12. syyskuuta kello 14-16 lasten kulttuurikeskus Rullassa. (*Nokian Uutiset* 11.9.2009)

Nuorisotilojen lisäaukiolo vaatisi lisätyövoimaa tai vapaaehtoisia: Kaarinan alueen nuorisotilojen aukioloa ja avointa toimintaa ei voida lisätä, ennen kuin nuorisotyöntekijöiden määrää lisätään... Yhteistyö järjestöjen kanssa voisi täydentää nuorisotyöntekijöiden työpanosta, mutta ongelmana on löytää aktiivisia vapaaehtoisia, jotka sitoutuisivat vähintään yhdeksi lukuvuodeksi pitämään nuorisotilaa avoinna. (*Kunnallislehti* 3.3.2009)

Jokainen asukas maksaisi 300 euroa uudesta uimahallista: Verovarjoilla uimahallia ei ainakaan rakenneta moneen vuoteen Kuinka moni sastamalalainen on oikeasti valmis lahjoittamaan satoja euroja uimahallin rakentamiseen? (*Tyrvään Sanomat* 5.3.2009)

Osallistaminen on kokemusta journalismin ja oman elämän kohtaamisesta. Paikallislehdet ovat varsin tukevasti kiinni kansalaisia osallistavassa journalismissa, mikäli osallistaminen määritellään juttujen kyvyksi tarjota aineksia keskusteluun osallistumiselle ja yhteiskunnalliselle toiminnalle (Ahva 2010, Heikkilä ym. 2012). Paikallisleh-



det ovat herkkiä kunnassa kyteville kiistakysymyksille niin päätöksenteon, elinkeinoelämän kuin kuntalaisten näkökulmista.

Osallistava paikallisuus ontuu, jos oletetaan sen merkitsevän kansalaisten osallistumista keskeisten kysymysten määrittelyyn. Paikallislehtien toimittajat tuovat jutuissaan monipuolisesti esiin eri asianosaisten näkökulmia ja edesauttavat näin keskusteleavuutta. Keskusteleavuus voisi kuitenkin rakentua sekä juttujen sisälle että niiden välille. Nykyisellään aktiiviset kuntalaiset saattavat kirjoittaa yleisönosastokirjoituksia tai paikalliselle uutisagendalle päätyviä kannanottoja esimerkiksi koulujen lakkauttamiskysymyksissä. Silti paikallislehdissä kuuluu journalististen tekstien ja toimituksellisten mielipidekirjoitusten ja yleisönosastokirjoitusten välillä on ammottava. Lehtien yleisönosastot ovat omaksuneet yleisönosastoilleen muodon, jossa muutaman pidemmän kirjoituksen ohella julkaistaan yleisön tekstiviestikommentteja otsikolla "Nasevat" (*Kunnallislehti*), "Tekstiviestit" (*Tyrvään Sanomat*) ja "Lukijan kynästä" (*Nokian Uutiset*). Näillä kuntalaisten huudahduksilla on varsin harvoin tekemistä käynnissä olevien keskustelujen kanssa. Silloinkin kun näin on, lyhyt muoto irrottaa kommentit varsinaisesta keskustelusta ja saa ne näyttämään lähinnä peliä hajottavilta irtohuudoilta urheilukatsomossa.

Paikallislehtien verkkosivuilta löytyi helmikuussa 2014 tehdyn kartoituksen perusteella vaihtelevia mahdollisuuksia uutisten kommentointiin. TS-konsernin *Kunnallis-lehdessä* sekä Alma Median julkaisemissa *Nokian Uutisissa*, *Sotkamo-lehdessä* ja *Tyrvään Sanomissa* on mahdollisuus uutisen välittömään kommentointiin lehtien verkkosivuilla. *Loviisan Sanomien* verkkosivuilla uutisia voi kommentoida joko suoraan kirjoittajalle tai toimitukselle, joka päättää kommentin julkaisemista printtilehden sivuilla. Säätiöomisteisen *Ylä-Satakunnan* tai Keskisuomalainen konsernin kustantamien *Sisä-Suomen* tai *Uutis-Jousen* verkkosivuilta ei löydy mahdollisuutta julkaistujen uutisten kommentoimiseksi. Keskisuomalaisen paikallislehtien verkkosivut ohjaavat lehtien sisällöistä kiinnostuneet joko maksullisen näköislehden tai vapaan facebook-keskustelun pariin (*Sisä-Suomen Lehti*) tai printtilehden ääreen (*Uutis-Jousen* verkkosivuilla lukijalle tarjotaan ainoastaan uutisotsikot).

Loviisan Sanomissa lukijoiden kommentit ja keskustelut on kanavoitu lehden facebook-sivuille, jotka ovatkin poikkeuksellisen aktiiviset verrattuna muiden tarkasteltavien lehtien toimittajavetoisiin facebook-sivuihin. Lukijoiden näkemyksiä paikallisuudesta kerätään lehtien verkkosivuilla myös lukijoiden ehdottamien uutisjuttujen ja pyydettyjen uutiskuvien muodossa.

Suhde journalististen juttujen, uutisia kommentoivien tai niistä irrallisten verkkokeskustelujen ja yleisönosastojen välillä on vähintäänkin jännitteinen. Ainakin ilta-päivälehtien ja maakuntalehtien verkkokeskusteluissa mielipiteiden erot kärjistyvät, keskustelut kääntyvät herkästi jyrkiksi vastakkainasetteluiksi eikä yhteyttä journalismin ja verkkokeskustelujen välille ole helppo rakentaa (Nikunen 2011, Ojajarvi & Valtonen 2011). Paikallislehtien verkkosivujen perusteella sama keskustelujen sävy toteutuu näissäkin, mutta keskustelijoiden piiri ja kommenttien määrä on ymmärrettävästi varsin pieni ja moni teema jää vaille keskustelua.

Osallistavan paikallisuuden kehittämiseksi paikallisjulkisuudessa näkyvää eri toimijoiden välistä keskustelua pitäisi jollain opilla kohentaa. Kansalaisjournalismin nä-

kökulmasta keskeinen kysymys on, miten kansalainen pääsee osalliseksi tärkeiden uutisaiheiden määrittelyjä. Paikallislehdillä on kansalaisten osallistamiseksi käytössään samankaltaisia keinoja kuin muillakin lehdillä. Lehdet voivat määrittää keskeiset osallistumisen alueet itse – ja näin ne hyvin pitkälti tekevätkin. Lisäksi lehdet voivat kuunnella lukijoitaan vuorovaikutusta kehittämällä – tällaisia kokeiluja on tehty etenkin lukijoita kuulevien verkkofoorumien muodossa.

Aktiivisemmän roolin antaminen kansalaisille olisi perusteltua paikallisjournalismissa, joka pyrkii nostamaan esiin paikallisyhteisölle merkityksellisiä kiistakysymyksiä ja virittämään julkista keskustelua niiden ympärille. Pyrkimyksistä huolimatta tämänkaltaisen journalismi on osoittautunut hankalaksi toteuttaa, koska se edellyttää sekä yksittäisiltä toimittajilta että toimitusorganisaatioilta merkittävää panostusta. (Heikkilä 2001.) Kiintoisaa on, että kansalaisjournalismin nousu on pystytty paikantamaan talouden taantumakohtiin (1990-luvulle, ja nyt 2000-luvulle). (Ahva 2010, Heikkilä 2001, Sirianni & Friedland 2001). Havainto ei sinänsä ole yllättävä, sillä talouden taantuma on usein yhteydessä levikkien laskuun, jota taas pyritään korjaamaan entistä kiinteämpää yleisösuhdetta rakentamalla. Lisäksi voi olettaa, että kriittinen keskustelu lisääntyy talouden taantumakohdissa, kun jaettavana on ainoastaan niukkuutta.

Seuraavassa luvussa tuodaan esiin seitsemän paikallislehden päätoimittajan näkemyksiä paikallislehden olemuksesta, asemasta ilmestymispaikkakunnilla ja roolista lukijoiden elämänpiirissä.



5. PAIKALLISLEHTI PÄÄTOIMITTAJIEN PUHEESSA

Vierailu seitsemän paikallislehden toimituksessa¹ toi näkyväksi useita tapoja, joilla paikallislehti on integroitunut ilmestymispaikkakunnan arkeen. Lehtien toimitukset sijaitsevat keskellä kaupunkia, mikä paikallislehden tapauksessa tarkoittaa pientä kaupunkia halkovaa ”kylän raittia”. Sijainti keskellä kylää ja hyvät paikoitustilat toimituksen edessä tekevät paikallislehden toimituksesta helposti saavutettavan sekä jalkaisin että autolla liikkuville kuntalaisille. Yleensä paikallislehden toimituksen lähetyvillä sijaitsevat myös muut paikkakunnan merkkirakennukset kunnantalo, kirkko ja kirjasto.

Paikallislehtien toimitukset on tehty helposti saavutettaviksi myös siten, että oven sisälle pääsee kuka tahansa ja toimituksissa istuu asiakaspalvelija, ilmoitusmyyjä ja toimittaja, jonka puheille on helppo päästä. Avoin pääsy paikallislehtien toimituksiin vahvistaa päätoimittajien toistamaa puheenpartta, jonka mukaan ”palaute kävelee ovesta sisään”. Päätoimittajan huone sijaitsee yleensä avokonttorimaisen ilmoitusmyynti- ja toimitustilan takana, joten sinne ei kuka tahansa pääse suoraan kävelemään sisään. Ovi on kuitenkin ahkerassa käytössä.

Kuva 5.1. Sisä-Suomen Lehden väki lehden 50-vuotisjuhlatusunelmassa vuonna 2010



Kuva: Pekka Tiihonen

¹ Tiedot haastatelluista löytyvät LIITTEESTÄ 1.



Kuva 5.2. Loviisan Sanomien tekijät lähellä ihmistä



Kuva: Arto Henriksson

Tunnin-parin mittaisten haastattelujen aikana päätoimittajien oven takana kävi koputtelemassa yleensä muutama toimittaja ja/tai toimitusharjoittelija. Tämän lisäksi puhelin soi, ja soittaja oli useassa tapauksessa kaupunginjohtaja tai jokin muu kaupunkia edustava taho. Lähtipä useampi päätoimittaja haastattelun jälkeen lounaalle kaupunginjohtajan kanssa.

Paikallislehden työtiloista voi aistia paikallislehden keskeisen aseman paikkakunnalla. Toimituksen rooli vaihteli perinteisen lehdenteon ohella löytötavaratoimistosta suhdetoimintaan; joissakin kunnissa paikallislehden toimituksen mainittiin olevan kaupungin asukkaille luonteva paikka toimittaa kadulta löytyneitä avainnippuja ja lompakoita. Paikallislehden toimitus sai välitöntä palautetta, jos joku kadunpätkä oli jätetty auraamatta, jossain päin kaupunkia ulkoilutettiin koiria kytkemättöminä tai mopoautot pitivät liian kovaa meteliä öiseen aikaan. Kaikki palaute ei tietenkään päädy sellaisenaan paikallislehden sivuille, mutta paikallislehden yleisönosastot tarjoavat foorumin palautteen jakamiselle. Paikallislehti toimii siis mitä suurimmassa määrin sekä suhdetoimintaverkostona että portinvartijana.

Päätoimittajien puhetta yhdisti se, että jokainen paikallislehti pyrkii olemaan sekä fyysisesti että mentaalisesti helposti lähestyttävä. Kaikki haastatellut päätoimittajat luonnehtivat paikallislehteään adjektiiveilla ”ihmisläheinen” ja ”ammattimainen”.

Paikallislehdillä on kullakin oma historiallinen kytköksensä ilmestymisalueelleen. Lehden perustamisen historia heräsi eloon päätoimittajien kertomuksissa:

”Lehti [*Sisä-Suomen Lehti*, kirj. huom.] on perustettu 1960-luvulla paikkakuntalaisten voimin. Kaksi pariskuntaa paikkakunnalta perusti lehden ja heidän lapsistaan yksi poika on edelleen töissä lehdessä”.

”*Uutis-Jousen* perusti ”junan tuoma laihialainen” vuonna 1967 keskelle ei-mitään. Koko paikkakunta on rakentunut junantuomista, tämä [*Siilinjärvi*, kirj. huom.]on Savon epäsavolaisin kunta. Lähinnä tämä on monen kunnan laita-alueita, melkeinpä joutomaata. Kotiseutuhenki täällä on ollut vähäistä, tai on se alkanut kiinteytyä, mutta vasta viime vuosina.”

Tällä lehdellä [*Kunnallislehti*, kirj. huom.] on pitkät perinteet varsinaissuomalaisessa kartanokulttuurissa. Lehti perustettiin lähes sata vuotta sitten, ja perustaja toimi 57 vuotta lehden päätoimittajana ja toimitusjohtajana”.

Lehtien historia nivoutui myös päätoimittajien puheessa paikkakunnan historiaan. Konkreettisesti näitä kytköksiä tuotiin näkyviksi muun muassa seinälle kiinnitetyillä perustajien kuvilla. Toimitus, joka on ”aina” sijainnut samalla paikalla keskellä ”kylää”, ankkuroi paikallislehden konkreettisesti tilanteessa, jossa kiihkeästi muuttuvasta mediamaismasta ei saa otetta.

Karkeasti eroteltuna suomalainen paikallislehti ilmestyy joko teollisuus- tai maatalousvaltaisella paikkakunnalla. Elinkeinorakenteella on merkittävät seurauksensa paikallislehden ja sen lukijoiden väliselle suhteelle. Päätoimittajahaastattelujen perusteella teollisuuspaikkakunnilla rakentuu lähes automaattinen vastakkainasettelu kaupungin päätöksenteon ja asukkaiden välille, ja paikallislehdellä on täysi työ tämän vastakkainasettelun purkamisessa. ”Maaseutumainen elämänmeno” puolestaan näkyy ”heikompana yhteisökiinteytenä ja yksittäisinä eturistiriitoina”. Päätoimittajien kuvukset eri tavoin muodostuneilta paikkakunnilta kuvaavat varsin hyvin paikallislehden keskeistä haastetta. Yhteisöt ovat sisäisesti ristiriitaisia ja monimuotoisia, ja paikallislehden tehtävä on tasapainoilla eri toimijoiden välillä ja saada nämä puhaltamaan ”yhteiseen hiileen”.

Sekä perinteiset teollisuuskaupungit että maaseutumaisemmat pikkukaupungit ovat muuttuneet lehtien perustamisen ajoista. Muuttoliike läheisten kaupunkien ja lehtien ilmestymiskaupunkien välillä on lisääntynyt ja tuottanut uudenlaisia ongelmia myös paikallislehdille: ”Kaupungissa työssäkäyvä ei juurikaan ehdi muuta kuin nukkua täällä. Ehkä silloin ei paikallinen päätöksentekokkaan niin kiinnostaa.”



PÄÄTÖKSENTEKOA JA ELINKEINOELÄMÄÄ VALVOVA PAIKALLISUUS

Paikallislehtien riippumattomuutta keskeisistä päättäjistä ja etenkin elinkeinoelämän vaikuttajista on epäilty. Paikallislehdistö on erityisen riippuvainen paikallisista ilmoittajistaan. Niinpä hyvät suhteet etenkin kahteen suureen elinkeinoelämän vaikuttajaan, Keskkoon ja S-ryhmään, ovat olleet olennaisia paikallislehdistön toiminnan kannalta.

”Suurten kauppiaiden periaatepäätös ensin lopettaa ilmoittelu kokonaan ja sitten palauttaa se ainoastaan pienellä volyyymillä selkeytti rooleja.”

Paikallislehdessä raja objektiivisuuteen pyrkivän journalismin ja paikallisyrittäjien puffaamisen välillä on todettu hiuksenhienoksi (Alakangas & Sillanpää 2011). Kun olennainen osa paikallislehtien sisällöistä on paikallisia yrittäjiä koskevia uutisia tai heidän toimintaansa esitteleviä laajempia juttukokonaisuuksia, ollaan eittämättä tekemisissä riippumattoman journalismin perimmäisten kysymysten kanssa. Täytyy muistaa, että sekä journalismi yleensä että paikallislehdistö erityisesti on syntynyt kauppiaiden tiedotustarpeesta (Kunelius 2010). Tästä kuvasta kunnianhimoinen paikallisjournalismi pyrkii eroon tekemällä pesäeroa muun muassa kaupunkilehtiin:

”Ilmajakelulehti oli ensin yrittäjälle houkuttelevampi foorumi, sillä sinne sai juttunsa läpi sellaisena kuin halusi. Suurin osa yrittäjistä on kuitenkin lopulta palannut ilmoituksiin takaisin paikallislehteen, sillä meidän lehemme on laadullisesti parempi.”

Journalismin eettisiä periaatteita noudattavat käytännöt ovat viimeistään kilpailun kiristyessä nousseet paikallisjournalismin ihanteeksi. Luotettavuus ja uskottavuus lukijoiden silmissä rakentuvat avoimuudesta – siitä, että paikallislehti toteuttaa rooliaan vallanpitäjien vahtina.

Paikallislehden päätoimittajan rooli paikkakunnan kriittisenä äänenä ei ole helppo, sillä henkilökohtaiset suhteet ja ammattiroolit on pystyttävä pitämään erillään. Haastattelut päätoimittajat olivat jotakuinkin yhtä mieltä siitä, että yrittäjät, joiden kanssa suhteet ovat välittömän taloudelliset, muodostavat haastavamman sidosryhmän kuin kuntapäätäjät.

Poliitikot ja päättäjät ovat tottuneet siihen, että heitä kritisoidaan. Yrittäjät ovat herkkänahkaisempia. Hyvät suhteet täytyy tietenkin yrittää säilyttää molempiin tahoihin.”

Varmaa ainakin on, että moni pieni lehti joutuu tasapainoilemaan sananvapauden ja omien sidosryhmiensä miellyttämisen välillä. Joutsan Seudun päätoimittaja **Markku Parkkonen** kärjisti asian oivallisesti Julkisen sanan neuvoston mediaillassa Jyväskylässä toissa viikolla: ”Paikallislehden on helpompi arvostella pääministeriä kuin

K-kauppiasta” (Lehtiharava-blogi 11.9.2012/Pasi Kivioja). Pääministerin tai vaikkapa kuntaliitoksia ehdottavan ministerin arvosteleminen lieneekin paikallislehdissä suhteellisen helppoa. Lähelle tulevan päätöksenteon kritisoiminen sen sijaan voi olla kovempi paikka.

Paikallislehden päätoimittaja ja toimittaja ovat näkyviä toimijoita paikkakunnillaan. Henkilökohtaiset suhteet, joskus jopa sukulaisuussuhteet, keskeisten sidosryhmien edustajiin voi nähdä sekä etuna että haittana. Yksityisen ja ammatillisen roolin välinen ero on veteen piirretty viiva, ja päätoimittajan on tarkasti harkittava, mikä ja millä tavoin tietoon tullut asia kuuluu julkisuuteen, mikä ei. Toisaalta esimerkiksi paikallislehden omistuksen etäntyminen – ja tietystä mielessä ammattimaistuminen – merkitsee myös aiempaa suurempaa riippumattomuutta paikallisista sidonnaisuuksista. Paikallislehden onnistuminen paikallisen päätöksenteon ja elinkeinoelämän vallankäyttäjien kriittikkona perustuu ammattimaisuuteen, ja henkisesti hereillä oleva paikallislehden toimittaja puuttuu epäröimättä havaitsemiinsa epäkohtiin. Nykyisin päätöksenteon avoimuuden ja päätöksentekoa koskevan julkisen keskustelun tulisi niin päätöksenteon kuin journalismin ihanteiden mukaisesti olla pikemminkin sääntö kuin poikkeus.

Käytännössä paikallislehden mahdollisuudet ja rahkeet tuoda näkyväksi päätöksenteon perusteita ovat paikkakuntakohtaisia. Kunnan talous saattaa esimerkiksi olla lähes täysin riippuvainen suuresta työnantajasta, jonka toimien valvominen kansalaisten puolesta toki kuuluu paikallislehdistön tehtäviin. Paikkakunnan puolesta puhumisen eetos saattaa kuitenkin paikallislehden ihanteiden mukaan ainakin joissakin tilanteissa ajaa valtaapitävien valvonnan eetoksen ohi. Paikallislehti ei tässä ole yksin, sillä myös suomalaisen valtamedian on kritiikin sijaan todettu pikemminkin rakentavan konsensus-Suomea (Suikkanen & Syrjälä 2010).

Tänä päivänä paikkakunnan puolesta puhuva paikallislehdistö tarjoaa lukijalle välineitä osallistua paikkakunnan keskeisiin arvokeskusteluihin. Tällaisena voi toimia yhtäläillä paikkakunnan historiaa avaava artikkelisarja kuin kaavoituskysymyksiä tai paikkakunnalle muuttaneita perheitä esille tuova juttukokonaisuus. Olennaista on rakentaa paikkakunnalle kuulumisen tunnetta kaikkien lukijoiden mielissä.

IHMISIÄ YHTEEN KOKOAVA PAIKALLISLEHTI

Haastatellut päätoimittajat näkivät paikallislehden poikkeuksetta aktiivisena toimijana, joka pystyy sekä tuomaan yleisellä tasolla esiin yksittäisten ihmisten välisiä kiistoja että toiminaan välittäjänä kansalaisten ja kaupungin/kunnan viranomaisten välillä. Päätoimittajien usko paikallisjournalismin olennaiseen, lähiympäristöä reflektoiavaan ja tulkitsevaan rooliin oli vankkumaton. Samalla päätoimittajat muistuttivat siitä, miten tärkeää on, että paikallislehti elää samaa arkea lukijoidensa kanssa eikä asetu näiden yläpuolelle.

Varhaisen paikallislehdistön paternalistinen tehtävä lukijoiden sivistäjänä on aikojen kuluessa muovautunut pikemminkin refleksiivisen kanssakulkijan rooliksi. Ilmiöiden esiin nostaminen, yksityisten tarinoiden yleiselle tasolle muokkaaminen ja lukijoi-



ta kiinnostavien asioiden esiin kaivaminen nousivat olennaisiksi paikallislehtien sisältöjen määrittäjiksi. Voiko tämän perusteella väittää, että paikallislehti on olennainen ja korvaamaton osa suomalaista mediakenttää? Siinä mielessä voi, että paikallistason yksittäiset henkilöt ja ilmiöt jäisivät ilman paikallislehtiä varmasti mediajulkisuuden ulkopuolelle.

Aiemman paikallislehtitutkimuksen valossa nousee kiinnostavaksi, etteivät päätoimittajat juurikaan nostaneet esiin paikallislehden roolia paikkakunnan puolestapuhujana. Tämän hiukan nostalgiseksi hokemaksi jääneen puheenparren tilalle oli selkeästi noussut ajatus paikallislehdestä kriittisenä journalistisena foorumina:

”Paikallislehden tehtävä on nostaa esiin sellaisten ihmisten tarinoita, joista media ei yleensä kirjoita.”

”Paikallislehden täytyy valppaasti paljastaa epäkohtia, esimerkiksi koulujen homeongelmia, vaikkeivät kaupungin virkamiehet siitä pitäisikään”.

”Toimittaja määrittelee sen, mistä kirjoitetaan, eivät paikkakunnan suuretkaan yrittäjät.”

Ihmisläheisyys, ”pienen ihmisen” puolesta puhuminen ja taloudellinen riippumattomuus rakentuivat paikallislehden keskeisiksi ihanteiksi päätoimittajien puheessa. Paikallisuuden kulttuurisesta merkityksestä oltiin kyseenalaistamattoman yksimielisiä eikä paikallislehden tehtävää paikallisten uutisten ja tapahtumien muistiin merkitsijänä kyseenalaistanut kukaan. Riippuvuus talouselämästä on kuitenkin kaikkia medioita koskeva konkreettinen realiteetti nykyisessä mediakilpailussa, eikä paikallislehtien voi olettaa toimivan täysin tämän realiteetin ulkopuolella.

KANSALAISIA OSALLISTAVA PAIKALLISUUS

Paikallislehdillä on keskeinen rooli kaupungin päätöksentekoa sekä vaikutusvaltaisten yrittäjien ja kansalaisten keskusteluja yhteen kokoavana foorumina. Näin ainakin ihannetilanteessa.

”Aiemmista kunnanvaltuuston kokousten referoinnista on siirrytty keskustelelevampaan tyyliin. Kunnanvaltuuston kokous ei ole uutinen, mutta päätöksenteon vaiheet kiinnostavat lukijoita.”

”Päätöksenteko ei pienillä paikkakunnilla etene aina demokratian parhaassa hengessä. Paikallislehti voi kertoa kansalaisille, miten päätökset pitäisi tehdä.”

Julkista keskustelua vireillä olevista hankkeista käydään paikallislehdissä vaihtelevasti. Päätöksentekoa edeltävä julkinen keskustelu edellyttää yhteistyötä kaupungin virkamiesten ja muiden osallisten kanssa. Kuntalaisten kannalta olennainen päätöksenteko liittyy usein esimerkiksi tonttikauppoihin, joiden asiakirjat ovat julkisia ja periaatteessa kaikkien katsottavia. Paikallislehti palvelee lukijoitansa astumalla papereihin perehtymisen askeleen heidän puolestaan ja kirjoittamalla etukäteen olennaisista, kuntalaisia koskevista maakaupoista.

Paikallislehdistön uutishankintaverkostossa itseoikeutetun kiinteät suhteet on solmittu muun muassa kaupunginvaltuuston, poliisiasemien, virastojen, seurakunnan ja keskeisten yrittäjien kanssa (Helle 2009). Paikallislehden uutisverkko on haasteellinen ainakin kahdella tavalla. Paikkakunnan vakiintuneiden uutishankinnan suhteiden haasteena on säilyttää niihin journalistin etäisyys, joka mahdollistaa kiusallistenkin asioiden nostamisen keskusteltavaksi. Toisena haasteena on löytää ne paikkakunnalle keskeiset puheenaiheet, ilmiöt ja ihmiset, jotka eivät kuulu tähän vakiintuneeseen verkostoon.

”Usein ihmisiltä napsahtavat suut kiinni, kun päätoimittaja saapuu tilaisuuteen. Välillä olen jättäytynyt kotiin ihan siksi, että ihmiset voisivat olla rennosti keskenään.”

Paikallislehtien päätoimittajat jakavat näkemyksen siitä, että ihmisiä tulee kyllä kuunnella herkällä korvalla, mutta että toimittajan tehtävä on tuottaa jo valmiiksi mietittyä ymmärrystä siitä, mikä ympäröivässä maailmassa on olennaista:

”Valmiiksi suodatettu journalismi ei välttämättä ole passivoivaa. Osallistavaa voi olla myös se, että kirjoitetaan oikeista asioista oikealla tavalla, siten, että lukija tunnistaa jotain olennaista sekä yhteiskunnasta että itsestään.”

Päätoimittajien haastattelujen perusteella oletus paikallislehtien lukijoista perustuu ihmislähtöiseen uutisointiin: lukijoiden oletetaan haluavan entistä enemmän ”ihmisten elämää kuvailevia ilmiöjuttuja”. Sen sijaan ajatus kansalaisvetoisesta journalismista ei päätoimittajia juurikaan innostanut:

”Eivät ihmiset halua olla aktiivisesti tekemässä juttuja ja määrittelemässä, mitä lehdessä lukee. Kyllä toimittajien tehtävä on valikoida ne tärkeät asiat. Uutisten kommentointi verkkosivuilla on järjetön palvelu; en minä ainakaan haluaisi koko ajan kommentoida uutisia.”

”Kokeiltu on. Alun alkaen lehden verkkosivujen keskustelu oli avointa. Se oli heti niin luokatonta, että nykyisin sivulle pitää rekisteröityä omalla nimellään ja silti keskustelua pitää aktiivisesti moderoida. Meillä on aika vähän resursseja siihen.”



Paikallislehtien päätoimittajien näkökulmasta yleisö on yhtä aikaa läheinen ja etäinen: paikallisesti olennaiset teemat tulevat toimittajien tietoisuuteen henkilökohtaisissa kohtaamisissa, joita tapahtuu sekä toimituksissa että vapaamuotoisissa tilanteissa. Päätoimittaja ja lehden muu toimituskunta on tavallaan koko ajan töissä, sillä kasvot ovat tuttuja kaikkialla. Toimittajien ammattimaisuus puolestaan tulee näkyviin siinä, miten hyvin henkilökohtaiset kontaktit pystyy kääntämään koko yhteisöä hyödyttäväksi ja oikeudenmukaisesti ja tasapuolisesti kohtelevaksi paikallisjournalismiksi.

PAIKALLISYHTEISÖN PALVELUKSESSA

Kiinteä yleisösuhde on leimallinen paikallislehdille mutta mitä sillä oikeastaan tarkoitetaan? Päätoimittajien puheessa lehtien yleisösuhde on yhtä ristiriitainen kuin muussakin journalismissa: lukijat ovat yhtä aikaa lähellä ja kaukana. Konkreettisesti lukijoiden koettiin olevan lähellä. Tästä läheisyydestä esimerkkinä käytettiin pääsääntöisesti ilmaisua ”palaute kävelee ovesta sisään”. Toisaalta samanaikaisesti huoleksi nähtiin tilaajien ikääntyminen ja uusien tilaajien, nuorten että uuspaikkakuntalaisten, tavoittamattomuus

Vuorovaikutusta lukijoiden kanssa ja erilaisia osallistavia foorumeita (mielipidekirjoitukset, tekstiviestipalstat ym.) pidettiin keskeisinä paikallislehtien yleisösuhteen kehittämisen näkökulmasta. Vuorovaikutussuhde ei ole paikallislehdissä yhtään sen mutkattomampi kuin muussakaan mediassa. Päätoimittajien puheesta kaikui jopa pieni kaiho menneeseen, kun he pohtivat sitä, miten paljon vapaita keskustelufoorumeita, uutisten kommentointipalstoja ja tekstiviestipalstoja täytyy moderoida ja miten toimitusvetoisuus kuitenkin on edelleen paikallisjournalismin ydin. Toistaiseksi kokemukset moderoimattomista tekstiviesteistä ja keskustelupalstoista eivät ole päätoimittajien puheen perusteella olleet kovin lupaavia.

Suhteet paikalliseen elinkeinoelämään ja päätöksentekoon puhuttivat paikallislehtien päätoimittajia. Palkitut paikallislehdet ovat ottaneet aktiivisen roolin journalistisen näkökulman ensisijaisuuden korostamisessa. Useammassa lehdessä annettiin esimerkkejä kirjoitetuista tai kirjoittamattomista jutuista, joiden seurauksena paikallinen yrittäjä oli vetänyt mainoksensa pois. Sidosryhmäsuhteissa olennaisimpana nähtiin ”kaikkien tasapuolinen kuuleminen” ja juuri sidosryhmäsuhteet muodostivat eroja paikkakuntien välille. Etenkin teollisuuspaikkakunnilla paikallislehden tehtäväksi nähtiin ”kansalaisten muistuttaminen siitä, että päätöksentekijät eivät ole aina väärässä”. Kiivaan mediakilpailun paikkakunnilla suurimmat jännitteet rakentuivat paikallisten suuryritysten/paikallisen elinkeinoelämän ja lehden journalistisen linjan välille: ”kyllä ne aina välillä siirtää ilmoituksensa kaupunkilehteen, mutta moni on palannut takaisin meille, kun on huomannut meidän juttumme loppujen lopuksi asiallisemmiksi.”

Paikallislehtien tekijät uskovat vakaasti tuotteeseensa: ”Jos lehteä ei olisi, kuka huolehtisi siitä, että eri toimijat saavat tiedon toistensa aikeista? Ja kuka rakentaisi tunteen paikkakunnalle kuulumisesta?” Paikallislehtien päätoimittajien puheessa toistuvat sanat vuorovaikutus, sitouttaminen, aktiivisuus (sekä lehden että lukijoiden aktiivisuus puheenaiheiden nostattajana), läheisyys, tavallisuus ja keskusteleavuus. Päätoimittajien

puheessa paikallislehti oli ”sisäänpäin lämpiävä lehti: elämää kuvataan pienen ihmisen, kuntalaisen kautta – olennaista on elää samaa todellisuutta lukijoiden kanssa”. Paikallislehti näyttäytyi haastattelupuheessa myös foorumina, jolla ”voidaan keskustella niistä ihmisistä, jotka eivät ole niin menestyviä ja niistä aiheista, jotka muutoin jäävät näkymättömiin: epäoikeudenmukaisuudesta, hyvinvointiyhteiskunnan aukkopaikoista”. Kysyessäni esimerkkejä jutuista, jotka edustaisivat keskusteluissa esille tulleita arvoja, vastauksena oli useimmiten hiljaisuus, hämmentynyt hymähdys, ja taas hiljaisuus. Paikallislehtien ihanteita oli säännönmukaisesti vaikea konkretisoida. Niinpä päädyimme puhumaan siitä, miten päätoimittajat näkivät lehden roolin paikkakunnalla.

Paikallislehti on myös paikkakunnalle kiinnittämisen väline. Uusille asukkailla lehteä markkinoidaan moninaisin tarjouksin: ”Jos paikkakuntalaiset eivät kiinnostu meistä, kuka sitten?” Huoli tulevista lukijoista koskee myös paikallislehtiä. Ammattimaistunut paikallislehti rakentaa vuorovaikutusta lukijoidensa kanssa tavoilla, joissa kaikuvat kaikki tämän hetken mediamurroksen trendit:

1. yleisön entistä herkempi kuunteleminen ja huomioiminen,
2. uudistumisen paine: lehdissä tehtiin suhteellisen tiuhaan ulkoasu-uudistuksia ja sisällöllisiä kokeiluja vuorovaikutteisemmän yleisösuhteen saavuttamiseksi. Tällaisia olivat esimerkiksi kuvakilpailut ja tekstiviestipalstat sekä verkon kautta lähetettävät juttuvinkit,
3. sisällölliset muutostrendit: enemmän ilmiöitä, enemmän kuvia, vähemmän uutisia, lyhyempiä juttuja,
4. vuorovaikutuksen kehittäminen: lisää keskustelevuutta juttujen sisälle, lisää osallistumisen mahdollisuuksia (verkkosivut, sosiaalinen media).

Kirstyvässä mediakilpailussa paikallislehden asema paikallisesti merkittävänä uutislähteenä ja paikkakunnan yhteisön kiinteyden vahvistajana ei kuitenkaan ole yksiselitteinen. Lukijoiden muuttuneet mediankäyttötavat konkretisoituvat levikkilaskuina eikä asumispaikkakuntaan sitoutuminen ole enää itsestäänselvyys.

Tulevaisuuteen kurkottavat paikallislehdet eivät entisaikojen tapaan voi menestyä silkalla paikallisella sivistystehtävällä tai paikallisen elinkeinoelämän tukemisella. Lukijat äänestävät helposti euroillaan, jos paikallislehden linja ei miellytä tai hinta nousee liian korkeaksi. Paikallislehtien tilaushintojen kipurajana pidetty 100 euroa vuodessa on koetuksella nyt ja tulevaisuudessa, sillä tilaushintoihin suoraan siirretty arvonlisäveronkorotus on jo johtanut ainakin joidenkin lehtien kohdalla ”yllättävänkin runsaasti tilausten peruutuksiin”. Yhtenäistä johtopäätöstä veronkorotuksen seurauksista ei voi vetää, sillä joissakin paikallislehdissä ”laskeva trendi ei siitä heilahtanut”. Sen sijaan murroksessa oleva postin varhaisjakelu voi aiheuttaa lähivuosina uusia paineita hinnankorotuksille ja lehtien jakelulle haja-asutusalueilla ylipäätään. Tästäkin syystä voisi kuvitella verkkolehden kehittämisen olevan paikallislehdissä houkutteleva vaihtoehto.



PAIKALLISLEHTI MENEÉ VERKKOON

Paikallislehtien päätoimittajien oli hyvin helppo puhua paikallisuuden merkityksestä. Sen sijaan kysymykset paikallisuudesta ja median murrokseen liittyvästä verkkoleh-
ten kehittämisen tarpeesta herättivät hämmennystä haastattelutilanteessa. Verkkoleh-
destä puhumisen nihkeys selittyy ainakin osin sillä, että paikallislehtien panostus verk-
kosivuihin on toistaiseksi ollut varsin vajavaista. Haastatteluissa kävi myös ilmi, että
kokoneiden toimittajien some-osaaminen, tai kiinnostus sosiaaliseen mediaan ylipää-
tään, ei välttämättä ollut aivan ajantasaista. Paikallislehdissä teknologian hyödyntä-
minen on varsin vähäistä muuhun mediaan verrattuna, mikä ei välttämättä ole ongel-
ma juuri nyt, kun pääosa lehtien lukijoistakaan ei lukeudu somen suurkuluttajiin, mut-
ta entä tulevaisuudessa?

”Ollaan me menty Facebookiin, mutta ongelma on oikeastaan se,
että ”vanhan kaartin” toimittajat eivät oikein tiedä, mitä siellä
kuuluisi tehdä.”

”Verkkolehti on vasta kehitteillä, oikeastaan lähinnä siksi, ettei
kenelläkään ole aikaa miettiä mikä olisi siellä olennaista sisältöä.”

Hitaahko reagointi ei välttämättä ole ollut huono asia, sillä toistaiseksi suurem-
matkin sanomalehdet vielä kehittelevät verkkosisältöjään ja pohtivat verkon ansaintamal-
leja. Peesaajan roolista voi olla hyötyäkin.

Uusi teknologia tuo tullessaan uusia mahdollisuuksia, mutta paikallisjournalismin
perusidea se ei muuta. Olennaisinta paikallislehden tekijöiden näkökulmasta on edel-
leen paikallisen sisällöntuotannon jatkuvuuden turvaaminen. Keskeinen kysymys liit-
tyy siihen, kuinka valmiita lukijat ovat sitoutumaan paikallisiin sisältöihin. Muuttuva
mediamaisema ja sanomalehtien suhde median digitalisoitumiseen nousevat voimak-
kaasti esiin mediayhtiöiden toimintakertomuksissa ja osavuosisikatsauksissa. Sanoma-
lehtien toimitusjohtajien ja päätoimittajien tulevaisuudennäkymissä viitataan etenkin
ansaintamallin muutokseen. Tulevaisuudessa nimenomaan digitaalisen markkinoinnin
odotetaan kasvavan (Grönlund & Lehtisaari, tulossa). Miten digitalisoituminen konk-
reettisesti näkyy paikallislehdissä ja kuuluu paikallislehtien päätoimittajien puheessa?

Paikallislehdissä on toteutettu tai harkittu erilaisia vaihtoehtoisia malleja. Paikallis-
lehden yleisin sähköinen muoto on edelleen joko lehden verkkosivuilla esitetty kokoel-
ma painetun sanomalehden uutisotsikoita tai maksullinen näköislehti. Laajamuotoi-
sempia ja kunnianhimoisempiakin verkkolehtiä löytyy. Esimerkiksi *Loviisan Sanomi-*
en verkkosivusto on luonteeltaan paikallisportaali, joka on ottanut tehtäväkseen koota
paikkakuntaa koskevia uutisia ja keskusteluja sekä muuta paikallista aineistoa laajem-
paan jakeluun. Joissain lehdissä (esimerkiksi *Nokian Uutisissa* ja *Tyrvään Sanomissa*)
osa paikallisesta uutisoinnista (esimerkiksi poliisitiedotteet liikenneonnettomuuksis-
ta) hoituu verkossa, jolloin myös tämänkaltainen sähköuutisointi paperilehdessä vähe-
nee. Jotkin paikallislehdet (esimerkiksi *Kunnallislehti*, *Loviisan Sanomat* ja *Sisä-Suo-*
men Lehti) ovat viime vuosina aloittaneet maksullisen verkkosisältönsä kokeilemisen
nimenomaan maksullisista näköislehdistä. Lukijoita on totutettu verkkosisältöihin esi-

merkiksi keskustelujen, blogien ja uutissähkeiden tarjonnalla. On ilmeistä, että paikallislehdissä pohditaan ainakin lähitulevaisuudessa aktiivisesti verkkoon sopivien sisältöjen ja muotojen kehittämistä.

TULEVAISUUDEN PAIKALLISLEHTI PÄÄTOIMITTAJIEN PUHEESSA

Paikallislehtien päätoimittajien arviot paikallislehden nykytilanteesta ja tulevaisuudesta voi tiivistää kolmeen puhetapaan: paikallislehtien merkitystä ja ainutlaatuisuutta korostavaan *legitimoivaan* puhetapaan, journalismin muutoksen kanssa resonoivaan *arvioivaan* puhetapaan ja tulevaisuuteen katsovaa *huolestuneeseen* puhetapaan.

Puhetavoilla rakennettiin kuvaa paikallislehdestä, jota kyllä tarvitaan mutta jonka toimintaedellytyksistä kiristyvässä kilpailutilanteessa ja taloudellisesti epävakaina aikoina ollaan enemmän kuin epävarmoja. Puhetapojen eroja voi havainnollistaa seuraavasti:

Legitimoiva puhetapa koostui argumenteista, joilla korostettiin paikallislehden merkitystä

paikallisen jatkuvuuden turvaajana. Pelkkä paikallislehdessä työskentely saattaa olla monisukupolvinen perinne, jota korostetaan. Lisäksi paikallislehdelle annettiin merkittävä rooli paikallisen sisällön tuottajana ja paikallisdemokratian edistäjänä. Paikallislehden nähtiin ennen muuta toimivan ainoana paikallisten uutisten tuottajana, paikallispolitiikan läpinäkyvyyden turvaajana, paikallisten asukkaiden, yrittäjien ja päätöksenteon intressien välittäjänä ja yhteen sovittajana. Paikallislehteä pidettiin myös sosiaalisen vuorovaikutuksen tilana, koska lehti kokoaa paikallisia asukkaita ympärilleen sekä konkreettisesti että abstraktissa mielessä. Keskellä pikkukaupunkia sijaitsevat toimitukset toimivat yleisöpalautteen vastaanottoaikoina ja jopa löytötavaratoimistoina

Legitimoiva puhetapa korosti paikallisuuden erityismerkitystä lehdenteon perustana. Paikallislehti nähtiin ainoana medianana, jolla on kiinnostusta paikallisten uutisten välittämiseen, paikallisten ihmisten kuuntelemiseen ja paikallisen päätöksenteon valvomiseen. Samalla korostui paikallislehden ainutkertaisuus sekä sisällöllisessä että kulttuurisessa ja jopa konkreettisesti mielessä; paikallislehden toimituksille annettiin suuri rooli paikalliskiinteyden ylläpitäjänä tilanteessa, jossa esimerkiksi kuntien päätöksenteko karkaa yhä kauemmas ja ihmisten epävarmuus kasvaa.

Arvioivan puhetavan argumentit kiinnittyivät innovaatioihin ja journalismin uudistamiseen (vrt. Karppinen 2014). Tässä puhetavassa korostui se, miten paikallisjournalismin täytyy entistä herkemmin kuunnella yleisöjä. Tärkeänä pidettiin myös uudistumista. Lehdissä tehtiin suhteellisen tiuhaan ulkoasu-uudistuksia ja sisällöllisiä kokeiluja (vuorovaikutteinen yleisösuhde: kuvakilpailut, tekstiviestipalstat). Paikallislehdissä mukailaan myös journalismin sisällöllisiä, ihmisläheisyyden paineesta raken- tuvia muutostrendejä. Käytännön toimitustyössä tämä konkretisoitui mottona ”enemmän ilmiöitä, vähemmän uutisia, enemmän kuvia, lyhyempiä juttuja”.

Arvioiva puhetapa kytki paikallislehden tulevaisuuden tiiviisti journalismin kehittämiseen— paikallisuus sinänsä ei ollut ensisijainen lehden tulevaisuutta määrittävä



tekijä. Sen sijaan argumenteissa korostui paikallisjournalismin kunnianhimoisuus ja kilpailukyky suhteessa muuhun journalismiin. Paikallisjournalismin nähtiin saavan kilpailuetua muun maussa lähtökohtaisesta ihmisläheisyydestään, joka kuitenkin kiristyvässä kilpailussa on pikemminkin journalistinen kuin konkreettinen kysymys. Kunnianhimoiseen journalismiin vetoavia argumentteja käytettiin myös rakennettaessa eroa suhteessa ilmaisjakelulehtiin.

Huolestunut puhetapa kiinnitti huomiota paikallislehden niukkoihin resursseihin. Paikallislehdet ovat pystyneet kehittämään vain hyvin hitaasti sisältöjään ja verkko- ja mobiilisovelluksiaan. Huolestuneisuus liitettiin myös journalistisiin arvoihin, joista tärkeimpänä nostettiin riippumattomuus paikallisista yrittäjistä. Etenkin ilmaisjakelulehtiä pidettiin kilpailijoina, jotka eivät kuitenkaan toimi journalistisin periaattein. Konsernisoitumisen, ja etenkin siitä seuraavien yhteistyö- ja koulutusmahdollisuuksien, nähtiin ainakin jossain määrin lisäävän kilpailuetua. Paikallislehden yleisö- ja ilmoittajasuhteen väljenemiseen liittyen huolipuheessa nostettiin esiin se, että lehtien oli kasvukeskusten läheisyydessä vaikea sitouttaa uusia lukijoita kilpailutilanteeseen. Onnistumisen edellytyksenä pidettiin sitä, että paikallislehti pystyy myös lukijoiden silmissä kilpailemaan esimerkiksi alueella ilmestyvän ilmaisjakelulehden kanssa.

Huolestunutta puhetapaa leimasi argumenttien kytkeytyminen paikallislehden merkitykseen. Näissä argumenteissa paikallislehti esitettiin yhtäältä ainutlaatuisena, mediakenttää olennaisesti rikastavana mediana; toisaalta esitettiin huoli paikallislehden asemasta tulevaisuuden mediakentässä. Argumentteja leimasi myös huoli paikallislehden merkityksen hiipumisesta sekä mediakentän murroksen että paikallisen muuttoliikkeen seurauksena. Median murroksen keskeisinä tekijöinä nostettiin esiin yleisöjen mediakäyttötapojen muutokset ja paineet verkkosisällön aktiiviseen kehittämiseen. Paikallisen muuttoliikkeen osalta paikallislehtien päätoimittajien puheissa nousi huoli "uuspaikkakuntalaisten" löyhästä kiinnittymisestä paikkakunnalle ja sen paikallislehteen.

Kaikkien haastateltujen päätoimittajien puheesta löytyi näitä kolmea puhetapaa edustavia argumentteja. Eri puhetapojen painoarvo eri alueiden paikallislehtien päätoimittajien puheissa oli kuitenkin selkeä. Seuraava kuva havainnollistaa paikallislehden asemaa mediakentällä pohtivia argumentteja ja puhetapoja neljän eri ulottuvuuden avulla. Vaaka-akselin muodostaa kaksi toisistaan eroavaa tapaa puhua paikallislehdestä: lehden ankkurointi joko paikallisuuteen tai journalismiin. Pystyakseli puolestaan kuvaa haastattelupuheessa rakentuneita näkemyksiä paikallislehden asemasta media-kilpailussa joko ainutlaatuisena tai korvattavana mediana.

Kuvio 5.1: Nelikenttä puhetavoista ja esimerkkejä argumenteista

| Paikallislehti ainutlaatuinen | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> Täällä on töissä jo kolmannen polven paikallislehtitoimittajia. Paikkakunnalla asumisesta on etua paikallislehden toimittajalle. Paikallislehti on kylän tietotoimisto ja löytötavaratoimisto. Kukaan muu ei tuota paikallisia uutisia. | <ul style="list-style-type: none"> Paikallislehti elää samaa todellisuutta lukijoidensa kanssa ja muuntaa sen puhuttelevaksi journalismiksi. Paikallislehti on oma lajityyppinsä, johon tarvitaan ammattitaitoisia ja kunnianhimoisia toimittajia. Paikallisjournalismi suodattaa uutis- ja ilmiövirtaa lukijoidensa puolesta. Paikallisjournalismi voi muuttaa muotoaan ja ilmestymisalustojaan, mutta silti sitä tarvitaan Osan nykyisestä lehden sisällöstä, esimerkiksi onnettomuustiedotteet, voi siirtää verkkoon |
| Paikallisuus | Journalismi |
| <ul style="list-style-type: none"> Paikallista tietoa ja tapahtumia voidaan kerätä mihin tahansa verkossa. Paikallisuus ei puhuttele, jos asukas käy vain nukkumassa paikkakunnalla ja työ- ja muu elämä on maakuntalehden vaikutuspiirissä | <ul style="list-style-type: none"> Lukijat voivat luulla, että ilmaisjakelulehti korvaa paikallislehden – kaikki eivät huomaa journalistista eroa lehtien välillä Arvonlisäveron korotuksen siirtäminen paikallislehtien tilaajahintoihin on suora kädenojennus kaupunkilehdille Paikallislehden verkkosivut voivat ja niiden tuleekin houkuttaa lukijoita siinä missä iltapäivälehtienkin : tavoitteena on mahdollisimman suuri lukijakunta paikallisuuteen sitoutuneen lukijakunnan rinnalla |
| Paikallislehti korvattavissa | |

Paikallislehtien päätoimittajien puheessa ylivoimaisesti yleisimmät argumentit painottivat paikallislehden ainutlaatuisuutta sekä paikallisuuden että journalismin näkökulmista. Päätoimittajien puheissa suurimmiksi huoliksi nousivat ensinnäkin se, että joku muu, esimerkiksi paikallinen puhelinyhtiö, päättää ryhtyä kilpailemaan paikallisten verkkosisältöjen tuottamisesta. Paikallisuuden merkityksen väheneminen ja kilpailu alueella ilmestyvän ilmaisjakelulehden kanssa osoittautuivat huoliksi etenkin lähellä kasvukeskuksia sijaitsevilla muuttovoittoaikakunnilla. Näillä alueilla myös maakuntalehti nähtiin tietyllä tavalla kilpailijana, mutta tällöin kilpailu nostettiin esiin positiivisessa hengessä: paikallislehden todettiin voittaneen uutiskilpailussa. Maakuntalehden ja paikallislehden tehtävät tulkittiin ilmeisesti keskenään niin erilaisiksi, että kilpailua näiden kahden median välillä ei pidetty paikallislehden asemaa heikentävänä.

Paikallislehdillä on kullakin omat historialliset juurensa perustamisaikakunnillaan. Lehtien levikkialueet voi kuitenkin nähdä yleisemmälläkin tasolla. Tässä ne on tyypitelty viiteen toisistaan eroavaan ympäristöön, jotka ainakin osin selittävät myös lehtien välille rakentuvia sisällöllisiä eroja sekä päätoimittajien esiin nostamia eroja lehtien tehtävissä ja sidosryhmä- ja yleisösuhteissa. Jaon voi karkeasti nähdä rakentuvan vahvan ja heikon yhteisön kiinteyden välille. Vahva yhteisö perustuu tässä tapauksessa paikalliseen elinkeinorakenteeseen (maatalous tai teollisuus) tai lukijoita



yhdistävään kieleen. Heikko yhteisö lehden levikkialueelle puolestaan rakentuu, jos asukkaat ovat suurelta osin muualta muuttaneita eikä paikallisuus ole keskeinen muutoa määrittävä tekijä tai jos lehden levikkialue rakentuu useasta voimakkaan yhteisön paikkakunnasta.

Vauras maatalousympäristö (*Kunnallislehti, Tyrvään Sanomat*) on ennen media-yhtiön omistusta merkinnyt lehdille suhteellisen vakavaraista, mutta konservatiivista omistajakuntaa (ennen konserniomistusta). Niin lehtien lukijoille kuin suurmaanomis-tajista koostuvalle omistajakunnalle uskonnon merkitys yhteisöä kokoavana arvopoh-jana on ollut ainakin aikoinaan suuri. Lehdet ovat perinteisesti toimineet tämän yhtei-sen arvopohjan vahvistajana. Perinteikkääseen teollisuusympäristöön (*Nokian Uutiset, Sisä-Suomen lehti*) juurtuneiden paikallislehtien vahvaa työläisyhteisöä puolestaan on leimannut epäluottamus päätöksentekijöihin. Tämänkaltaisilla ilmestymisalueilla leh-dillä on ollut rooli pikemminkin työläisyhteisön ja päätöksenteon välisen kuilun ka-ventajana ja epäluulojen hälventäjänä. Omistajia ovat ennen konserniomistusta olleet teollisuusyrittäjiä. Tiiviin, kieleen perustuvan yhteisön muodostamalla paikkakunnalla (*Loviisan Sanomat*) rinnakkainelo ruotsinkielisen paikallislehden kanssa on rakenta-nut päätoimittajan mukaan myönteistä kilpailuhenkeä ja synergiaa. Kieliyhteisöön pe-rustuvat lehdet ovat voineet kehittää journalismiaan rinnakkain, sillä ne eivät ole juu-rikaan kilpailleet samojen lukijoiden huomiosta. Vahva identiteetti yhdistää mainittua kolmea paikallislehden levikkialuetyyppiä.

Paikallislehtiä on tällaisten yhteisöjen lisäksi perustettu alueille, joilla ei ole lähtö-kohtaisesti yhtenäistä paikkakunnalle kuulumisen tunnetta. Näin voi olla esimerkik-si siksi, että paikallislehti ilmestyy muuttovoittoalueella kasvukeskuksen läheisyydessä (*Uutis-Jousi*) tai siksi, että levikkialueen laaventuminen on sisällyttänyt lehden lukija-kuntaan keskenään hyvin erilaisia yhteisöjä (*Ylä-Satakunta*).

”Lasten kautta me ollaan sitä kiinnostusta yritetty virittää. Lapsethan kiinnittyvät paikkakuntaan koulun ja kavereiden kautta, vaikka vanhempien työ ja elämä olisivatkin lähikaupungissa.”

”Kolmen tasaveroisen, vanhan ja voimakkaan sekä keskenään täysin erilaisen kunnan puhuttelu on kiinnostavaa. Keskustelu yhden kunnan päätöksenteosta tukkii kaikki palautekanavat jo toisessa kunnassa esimerkiksi iso veroäyrin korostu menee läpi täysin ilman kansalaiskeskustelua. Lehden ja lukijoiden keskustelusuhde on todella paikallinen.

Yhteisöjen kiinteys ei tietenkään koskaan ole ollut rikkumatonta, ja täytyy huomata paikkakuntatyyppittelyjen kulttuurinen luonne: myös ne ovat monitulkintaisia ja alttii-ta muutoksille. Paikalliskulttuuri ja –historia tuovat kuitenkin eittämättä oman lisänsä siihen, miten paikallislehden asema paikkakunnalla määrittyy ja minkälaisia odotuksia siihen kohdistuu. Paikallislehdelle olennaista on se, miten se lopulta onnistuu puhu-telemaan lukijayhteisöjään ja muuttamaan yhteisöjen mukana. Näiden yhteisöjen odo-tuksiin kukin paikallislehti vastaa oman historiansa vakiinnuttamien konventioiden

perusteella. Suomalainen maatalousympäristö, työläisyhteisöön perustuvat paikkakunnat ja kieliyhteisöt ovat historiallisesti merkittäviä, mutta ajassa muuttuvia. Myös suomalainen kuntarakenne on murroksessa. Usean kunnan alueella ilmestyvät paikallislehdet tai kuntaliitosten myötä uusia lukijoita havittelevat lehdet alkavat olla arkipäivää eikä paikallisyhteisöön kuulumisen ja kuulumisen tunnetta vahvistavan paikallislehden tilaaminen ole nykyisessä toimintaympäristössä itsestäänselvyys.

Paikallislehden tekijät näyttävät edelleen olevan suhteellisen yhtä mieltä paikallislehden kulttuurisesta merkityksestä. Siitä huolimatta paine toiminnan tehostamiseen on suuri. Paikallislehtien päätoimittajien puheessa median kulttuuris-moraalinen tehtävä sai suuren painoarvon. Journalistisessa mielessä paikallislehdet kilpailevat entistä selkeämmin muiden medioiden kanssa ja tällä nähdään olevan selkeä vaikutus journalistisiin sisältöihin. Päätoimittajat korostivat etenkin tilattavan paikallislehden vastuuta yleisöilleen, sillä lehti jonka tilauksesta maksetaan, joutuu lunastamaan lupauksensa tekemällä selkeää eroa ilmaiseksi jaettaviin kaupunkilehtiin. Laadukas journalismi on päätoimittajien mukaan paikallislehtien kilpailuvaltti.

Palkitut paikallislehdet tekevät työtä päästäkseen irti paikallislehdistöä sitkeästi merkitsevästä leimasta, jonka mukaan paikallislehtien ajatellaan olevan voimakkaasti riippuvaisia paikallisista sidosryhmistä. Toisaalta on vaikea ajatella paikallislehteä, joka ei olisi riippuvainen sidosryhmistään, sillä juuri vuorovaikutus paikkakunnalle keskeisten sidosryhmien kanssa on paikallislehden elinehto. Lopulta pyrkimys lienee vahvistaa paikallisjournalismin ammattimaisuutta, joka parhaimmillaan näkyy sidosryhmäsidososten läpinäkyvyytenä. Joillain paikkakunnilla kiinteämpi kytkös on vanhastaan ollut elinkeinoelämän suuntaan, kun taas toisilla paikallinen päätöksenteko on ollut ”liian lähellä”. Journalismivetoisuuden korostuminen näkyy päätoimittajien mukaan etenkin siinä, että elinkeinoelämää koskeva juttuja ei kirjoiteta ilman journalistista näkökulmaa käsiteltävään aiheeseen. Päätoimittajien puheessa paikallislehden tehtävä on kuunnella lukijoita ja puuttua epäkohtiin. Edunvalvontatehtävää suoritetaan nykyisin pikemminkin kuntalaisten kuin kuntapäättäjien suuntaan.

Täytyy kuitenkin muistaa, että paikallislehti kamppailee olemassaolostaan yhä kirstyville paikallisilla, kansallisilla ja globaaleillakin mediamarkkinoilla, vaikka tekijät olisivatkin yksimielisiä paikallislehden tarpeellisuudesta.

MAANTIETEELLINEN SIJAINTI, PAIKKAKUNNAN KILPAILUTILANNE JA OMISTUKSEN KESKITTÄMINEN

Kilpailu lukijoiden mielenkiinnosta ja lehden asemasta mediamarkkinoilla sekä yhdistää että erottaa paikallislehtiä. Paikallislehdille yhteiset piirteet liittyvät toimitusten työkuulttuuriin: paikallislehtiä yhdistävät vahva monitekemisen kulttuuri ja paikallisten avustajaresurssien hyödyntäminen (esimerkiksi blogistit, päiväkotij- ja kouluuyhteistyö) sekä lehden että verkkosivujen sisältöjä kehitettäessä. Eroja paikallislehtien välille puolestaan muodostivat omistusrakenne, maantieteellinen sijainti ja siihen kytkeytyvä paikallinen mediakilpailu.



Paikallislehtien tulevaisuudennäkymiin liittyy joitakin erityiskysymyksiä: Kuinka maantieteellinen sijainti ja toimintaedellytykset liittyvät toisiinsa? Miten yhä kauemmas karkaava omistus ja voimakas ankkuroituminen selkeärajaiselle paikkakunnalle sopivat yhteen?

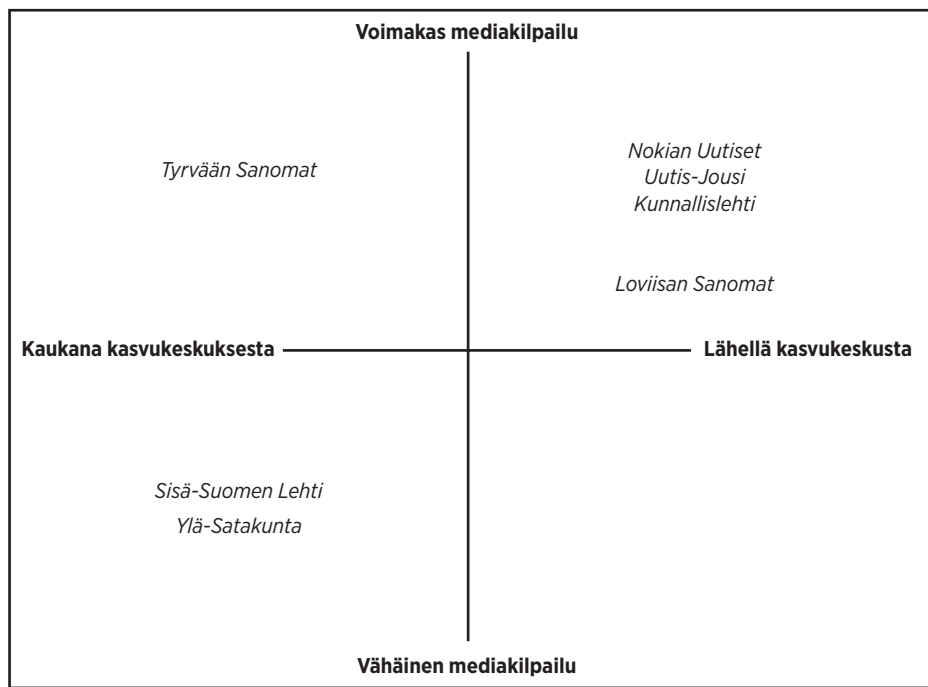
Paikallislehden maantieteellinen sijainti ja paikkakunnan muu mediakilpailu vaikuttavat etenkin lehden ilmoitusmyyntiin ja lukijoiden sitoutumiseen. Levikkialueellaan paikallislehti saattaa kilpailla uutisaiheista ja lukijoista maakunnan ykköslehden, yhden tai useamman paikkakunnalla ilmestyvän kaupunkilehden tai toisen saman kunnan alueella ilmestyvän paikallislehden kanssa. Sijainti kaukana kasvukeskuksista tarkoittaa yleensä vähemmän kilpailua ja huolta lukijoiden sitoutumisesta kuin kasvukeskusten välittömässä läheisyydessä.

Kasvukeskuksista lähemmäs sadan kilometrin päässä sijaitsevat Äänekoski (*Sisä-Suomen Lehden* levikkialue Äänekoski ja Konnevesi), Sastamala (*Tyrvään Sanomien* levikkialue on Sastamala (ent. Vammala, Äetsä, Mouhijärvi ja Suodenniemi) sekä Lavia) ja Parkano (*Ylä-Satakunta* -lehden levikkialue Parkano, Karvia ja Kihniö) ovat seutuja, jotka jäisivät mediajulkisuuden katvealueeksi ilman paikallislehteä. Lukijoiden kiinnittyminen paikallisuuteen saattaa tällaisilla paikkakunnilla olla voimakkaampi kuin kasvukeskusten välittömässä läheisyydessä sijaitsevissa muuttovoittokunnissa. Paikallidentiteetin kiinteys näkyy sekä yrittäjien halukkuutena ilmoittaa paikallislehdessä että jotakuinkin pysyvinä paikallislehtien tilauksina.

Sijainti suuremman kaupungin läheisyydessä todettiin paikallislehdelle haastavaksi. Kaupunkien työssäkäyntialueella sijaitsevat muuttovoittokunnat (esimerkiksi Siilinjärvi Kuopion lähellä ja Nokia Tampereen vaikutuspiirissä) osoittautuivat paikallislehtien näkökulmasta ongelmallisiksi. Asukasluvun positiivinen kehitys ei mitenkään väistämättä näkynyt paikallislehtien tilaajakannoissa. Päinvastoin, suurempien kaupunkien läheisyyteen muuttaneet nuoret "uuspaikkakuntalaiset" eivät perinteiseen tapaan kiinnity paikkakunnalle varsinkaan silloin, jos käyvät muualla töissä. Nuorten lukijoiden sitouttaminen paikallislehtien lukijoiksi on ylipäätään haastavaa; muuttoliikkeen ja työssäkäyntialueen laajenemisen seurauksena paikkakunnille rakentui "uutta kasvottomuutta ja monimuotoisuutta", joka on haaste paikallislehdille. Voi olla, että juuri tämä haaste saa paikallislehdet tiiviimmin mukaan verkossa ja sosiaalisessa mediassa käytävään mediakilpailuun. Esimerkiksi paikkakunnalle kiinnittyvät blogit ja lehtien Facebook-sivut voivat toimia sisäänheittäjinä paikallislehden muuhun sisältöön.

Lehdet on sijoitettu viereisen sivun nelikenttään päätoimittajien puheen perusteella. Sijainti suhteessa kasvukeskukseen on tässä määritelty maantieteellisin kriteerein. Mediakilpailun voimakkuus ja vähäisyys puolestaan kuvaa sitä, minkälaiseksi päätoimittajat mediakilpailun alueellaan kuvailivat. Mediakilpailu koettiin voimakkaaksi silloin, kun se merkitsi kilpailua ilmoittajista ja lukijoista. Vähäinen mediakilpailu ei siis tarkoita sitä, että alueella ei olisi muita medioita vaan sitä, minkälaisena päätoimittajat näkivät paikallislehden suhteessa muihin medioihin.

Kuvio 5.2: Paikallislehden koettu kilpailuasema päätoimittajien puheen perusteella



Kovimmaksi paikallislehtien kilpailutilanne muodostui ilmaiseksi jaettavien kaupunkilehtien kanssa. Kilpailua käytiin etenkin yrittäjien suosiosta eli mainoseuroista. Toisenlaista, sisällöllistä ja uutisotsikoista kamppailevaa kilpailua käytiin alueella ilmestyvän suuremman lehden kanssa. Koettu kilpailutilanne ja etäisyys kasvukeskuksesta näyttivät pääsääntöisesti olevan yhteydessä toisiinsa. Kokemus vähäisestä mediakilpailusta johtui päätoimittajien puheen perusteella joko siitä, ettei kilpailua (=kaupunkilehteä) ylipäätään ollut (*Ylä-Satakunta*) tai siitä, että eri lehtityyppien välille oli rakentunut selkeä työnjako (*Sisä-Suomen Lehti*, *Loviisan Sanomat*). Paikallislehden asema alueensa mediakilpailussa ei siis suoraan ole pääteltävissä muista alueella ilmestyvistä lehdistä, vaan pikemminkin näiden välille rakentuneesta suhteesta sekä siitä, miten keskeiset sidosryhmät suhtautuivat alueen julkaisuihin. Huomionarvoista on, että uutiskilpailu maakunta- ja aluelehtien kanssa nostettiin esiin varsin positiivisessa valossa: päätoimittajat puhuivat ”lööppi- ja skuuppikisasta” työskentelyä innoittavina asioina.

On olennaista huomata, että yhtä merkittävää kilpailijaa paikallislehdille on mahdollonta nimetä. Ilmaiseksi jaettava kaupunkilehti saattaa joillakin paikkakunnilla merkittä ilmoitusmyynnin ja levikkien laskua, kun taas toisilla paikkakunnilla kaupunkilehteä ei koeta merkittäväksi kilpailijaksi. Tyypillistä on, että kaupunkilehti on alkuun nähty kilpailijana, joka houkuttelee puoleensa paikkakunnan yrittäjiä. Usko paikallislehtien journalistisen kunnianhimon voittoon suhteessa kaupunkilehtien ”yrittäjäpuffijuttuihin” oli päätoimittajien keskuudessa kuitenkin suuri. Myös ilmaislehtimarkkinoiden 20 prosentin romahdus vuonna 2009 merkitsi joillain paikkakunnilla mediakilpailun helpottumista (Joukkoviestimet 2011).



Paikallislehtien mediakilpailu yhdistyi leimallisesti nimenomaan ilmoitustuottoihin. Sisällöllisiä kilpailijoita paikallislehdille oli vaikea löytää. Paikallislehti näyttää mediakentän kokonaisuudessa olevan edelleen suhteellisen vahvoilla. Muiden medioiden, esimerkiksi maakuntalehtien ja Yleisradion, näkemykset paikallisuudesta ovat huomattavasti paikallislehtien ”yltiöpaikallisuutta” laveammat. Esimerkiksi Yleisradion paikallisuutiset kattavat liian laajan alueen paikallislehden yleisösuhteen näkökulmasta. Sama pätee maakuntalehtien paikallisuutisiin, joista näyttää tulleen sisällöllinen kilpailuvaltti omistuksen keskittymisestä seuranneen toimintojen yhdistämisen myötä.

Paikallislehdissä kiristynyt kilpailu ja tiukentunut talous ovat toistaiseksi konkretisoituneet pieninä, mutta mahdollisesti kauaskantoisina, toimenpiteinä: journalistisen työn sijaan henkilöresursseja on kanavoitu ilmoitusmyyntiin, eläkkeelle jääneiden toimittajien tilalle ei ole palkattu uusia toimittajia, vaan työtä on jatkettu avustajavoimin, lehtien ilmestymistiheyttä on vähennetty kolmesta kahteen ja lehtien sivumääriä pienennetty. Myös paikallislehtien kokonaismäärä on viime vuosikymmeninä alkanut hiljalleen laskea. Pessimistisesti ajateltuna paikallislehdistä sinnittelevät siis ne, joilla on vielä varaa supistaa toimintaansa.

Toistaiseksi on näyttänyt siltä, että keskittyvä omistus on tuonut paikallislehdille ison konsernin etuja, muun muassa mahdollisuuden panostaa verkkolehteen ja toimittajakoulutukseen. Konserniomistus on monelle paikallislehdelle merkinnyt irrottautumista paikallisten omistajien odotuksista ja panostusta lehden journalistisen sisällön ja ulkoasun kehittämiseen. Konserniomistuksen voi siis ajatella lisäävän myös lehtien journalistista riippumattomuutta suhteessa paikallisiin toimijoihin ja asioihin. Toisaalta konserniomistuksen seurauksena tapahtuva tuotannon tehostaminen herättää kysymyksiä paikallisuuden muuttuvista merkityksistä ja paikallislehtien mahdollisuuksista vastata yhä koveneviin tulostavoitteisiin. Osana konsernin liiketoimintaa esimerkiksi päätös paikallislehden ostamisesta tai myymisestä tehdään entistä kauempana.

Paikallislehdistön tulevaisuuden kannalta kysymys on lähinnä siitä, miten lehdet pystyvät pitämään levikki- ja ilmoitustuottonsa kannattavalla tasolla. Konserniomistuksen sisällä päätös kannattavuudesta ei ole enää yksittäisellä paikallislehdellä. Paikallislehdistön dilemmana voi pitää juuri sen pienilevikkisyyden ja rajatun lukijakunnan suhdetta taloustavoitteisiin. Mitä pienempi levikki, sitä paikallisempi sisältö (ja sitä sitoutuneemmat lukijat?) Paikallislehti ei taida taipua isoksi mediaksi. Kysymys on näin ollen enemmän siitä, arvostetaanko jatkossa pientä (ja entisestään pienenevää) mediaa. Paikallislehtien asema konserneissa elää. Toiminnan tehostamisen konkreettisia seurauksia ei vielä kaikilta osin tiedetä. Viitteitä vaikutuksista antaa kuitenkin esimerkiksi uutinen Sisä-Suomen lehden uusista päätoimittajajärjestelyistä: ”Keskisuomalainen-konserni pyrkii tehostamaan paikallislehtiensä toimintaa uudelleenorganisoinnilla. Käytännössä tämä tarkoittaa uuden, yhteisen paikallisjohtajan nimeämistä Äänekosken ja Saarijärven paikallislehdille. Tammikuussa työnsä aloittava Sampo-lehden ja Saarijärveläisen päätoimittaja Hannu Strengell tulee jatkossa siis vastaamaan myös Äänekosken osalta Sisä-Suomen Lehdestä ja Pikkukaupunkilaisesta.” (Äänekosken kaupunkisanomat 14.11.2013.)

6. MIKSI PAIKALLISLEHTI ON ERITYINEN MEDIA?

Suomalaisilla paikallislehdillä on historiansa kuluessa ollut merkittävä rooli ensin ”maaseudun sivistäjänä” ja sittemmin ”paikkakunnan puolestapuhujana ja hengenostattajana”. Paikallislehteä on kuvattu myös henkilökohtaiseksi kirjeeksi (Kupiainen 2004, 6) tai paikallisyhteisön perhealbumiksi (Nikkilä 2003, 53). Kaikki nämä roolit ovat luettavissa paikallislehtien teksteistä edelleen. Paikallislehtien päätoimittajien haastattelujen perusteella lehden tekijöiden side paikallislehteen ja usko sen tarpeellisuuteen on ilmeinen. Sisältöanalyysin perusteella paikallislehdet uudistuvat ja tiivistävät vuorovaikutussuhdettaan lukijoiden kanssa. Tilastojen valossa paikallislehdillä on syytäkin uudistua ja arvioida tulevaisuudennäkymiään. Levikit laskevat ja ilmoitustuotot vähenevät, joskin hitaammin kuin muulla sanomalehdistöllä.

Yhtenäistä arviota siitä, miten paikallislehtien tulevaisuudessa käy, on tämän tutkimuksen perusteella mahdoton esittää. Sen sijaan tähän on koottu keskeisiä ajatuksia journalismin käynnissä olevasta murroksesta ja (paikallis)journalismin roolista muuttuneessa yhteiskunnassa. Tarkoituksena on lisätä ymmärrystä paikallislehdistön erityislaatuisuudesta ja antaa eväitä tulevaisuuden ratkaisuihin sekä mediakonserneille että yksittäisille paikallislehdille niiden sisä- tai ulkopuolella.

Käynnissä oleva journalismin ja sen toimintaympäristön murros (Lehtisaari ja Grönlund 2014, Väliaverron 2009) koskee myös paikallislehdistöä:

1. Journalismin liiketoiminnallistuminen, rinnastuminen muuhun kaupalliseen tuotantoon, on tullut todeksi myös paikallislehdistössä. Kiistaton konserniomistuksen yleistymisen ja siihen liittyvät tuottavuusodotukset koskevat mitä suurimmassa määrin myös paikallislehdistöä. Nähtäväksi jää tulevaisuudessa se, mitä konserniomistus tekee paikallisuudelle. Nähtäväksi jää myös se, miten konserniomistuksen ulkopuolelle jääneille paikallislehdille käy.
2. Mediakentän sisäinen kilpailu osuu paikallislehdistöön osin eri tavoin kuin uutisjournalismiin. Uutisoinnin nopeuden sijaan paikallislehdet kilpailevat muun mediakentän kanssa uutisoinnin paikallisuudesta. Konserniomistukselle tyypillinen toiminnan tehostaminen on nostanut paikallisuuden keskeiseksi ominaisuudeksi niin maakunta-, alue- kuin paikallislehdistössä. Tällä painotuksella saattaa olla merkittäviä seurauksia paikallislehtien tulevaisuudelle. Voivatko paikallislehdet tuottaa sellaista paikallista sisältöä, joka ei ole muiden lehtiryhmien intresseissä? Paikallislehdille olennainen kysymys on min-kälaisia seurauksia on paikallisuuden niputtamisella ja toiminnan tehostumisella: lukeeko paikallislehden lukija jatkossa samat paikalliset human interest



-näkökulmat paikallislehdestä, jonkin tahon ylläpitämästä paikallisportaalista vai alueen ykkösmakuntalehdestä?

3. Internetin haasteisiin paikallislehdet ovat vastanneet hitaammin kuin muu sanomalehdistö. Hajonta paikallislehdistön panostuksessa verkkosivuihin on valtava. 150 lehden joukosta löytyy vielä runsaasti lehtiä, joiden verkkosivuilla on ainoastaan lehden yhteystiedot. Konserniomistus on joissain paikallislehdistä kiihdyttänyt verkkosivujen kehittämistä, ja samalla paikallislehdet ovat alkaneet muistuttaa sekä toisiaan että konsernien alue- ja maakuntalehdistöä. Verkkosivujen ansaintalogiikan kehittämisessä paikallislehdillä on kiire. Näköislehti on toistaiseksi ollut ainoa yritys saada tilaustuottoja myös verkkolehden avulla, mutta muitakin verkkoliikennetoiminnan muotoja (esimerkiksi maksumuurit/lisäarvomuurit) täytyy paikallislehdistön löytää.
4. Paikallislehtien ammattimaista journalismia ovat aina haastaneet vapaaehtois- ja järjestötoimijat, jotka ovat monella paikkakunnalla vastanneet esimerkiksi paikallisten urheilutapahtumien raportoinnista. Paikallislehtien kynnys tehdä yhteistyötä esimerkiksi paikallisten koulujen (koululaistoimitukset) ja kotiseutuyhdistysten kanssa on vallinneista käytännöistä johtuen varsin matala.
5. Paikallisjournalismin yleisösuhteelle suurin haaste on paikallisuuteen kiinnittäminen, osallistaminen: paikkakunnalla kasvaneet nuoret tai etenkin paikkakunnalle muuttaneet "uuspaikkakuntalaiset" eivät itsestään selvästi ala tilata paikallislehteä mikäli he eivät identifioi itseään asumispaikkakunnalle vaan tuntevat kuuluvansa esimerkiksi paikkakuntien rajat ylittäviin verkkoyhteisöihin tai laajemmalle "työssäkäyntialueelle". Etenkin suurten keskusten välittömässä läheisyydessä sijaitsevilla paikkakunnilla ilmestyville paikallislehdille ihmisten liikkuvuus muodostaa tulevaisuuden haasteen.

Paikallislehdet ovat toistaiseksi seurailleet mediakentän muutostrendejä viiveellä. Tahti on kuitenkin kiihtymässä eikä paikallislehti voi enää tuudittautua siihen, etteivät esimerkiksi verkkolehden kehittämisen paineet tai toiminnan tehostaminen omistajakonsernin lehtien välistä yhteistyötä tiivistämällä koskisi sitä.

Paikallislehti elää samaa murrosta kuin muukin media. Samalla paikallislehti on ainakin kahdella tavalla erityinen media. Paikallislehti on ainoa media, joka on pitkäjänteisesti pystynyt kiinnittämään yleisön paikallisiin sisältöihin. Perinteiselle sähköiselle medialle, televisiolle ja radiolle paikallinen toimintaympäristö on ollut paljon haastavampi muun muassa kustannusten ja lähetysten vaatiman teknologian vuoksi (Ojajärvi, Uronen & Valtonen 2008). Paikallislehden vanhastaan vahva asema mediamarkkinoilla ei kuitenkaan tarkoita sitä, että paikallislehti automaattisesti säilyisi lukijoilleen merkittävänä mediana.

Paikallislehti on erityinen media myös siksi, että sen sisältöä ei alueellinen, maakunnallinen tai valtakunnallinen media voi korvata. Kiinnittyminen maantieteellisesti rajatun paikkakunnan päätöksenteon, elinkeinoelämän ja elämäntavan havainnointiin ja raportointiin on edelleen paikallislehtien yksityisomaisuutta. Paikallislehden tu-

levaisuudennäkymiä arvioitaessa on lähinnä kysymys siitä, miten paikallislehti voisi hyödyntää keskeisiä vahvuuksiaan, kuten paikallistuntemusta ja läheistä suhdetta lukijoihinsa. Niin kauan kuin paikallistason ilmiöillä nähdään olevan merkitystä ja paikallislehti pystyy vastaamaan paikallisyhteisön tarpeisiin, on paikallislehdellä kysyntää johon ei yksikään muu media pysty vastaamaan. Kylä- ja pikkukaupunkitason paikallisuus on edelleen kilpailuvaltti.

Paikallislehden olemusta on kuitenkin mietittävä tarkasti: jotkin paikallislehdet ovat verkkolehtipanostuksillaan selkeästi lähteneet mukaan kilpailuun ajantasaisista uutisista, kun taas toiset rakentavat ominaislaatuun hitaammin, paikkakuntaan keskittyen. Tämä on mahdollista etenkin, jos alueelta puuttuu kova mediakilpailu. Nämä kehityskulut eivät tietenkään sulje toisiaan pois, mutta kuvaavat sitä eroa, jonka paikallislehden levikkialue lehtien välille rakentaa.

Paikallislehdet sijoittuvat kiinnostavalla tavalla osaksi sekä laajempaa että paikallisesti rajattua mediakilpailua. Laajemmassa mielessä mediakilpailu tarkoittaa sitä, että paikallislehdet ovat muodostuneet osaksi mediayhtiöiden keskinäistä kilpailua esimerkiksi alueellisista levikkipeitoista. Rajatussa mielessä paikallislehtien mediakilpailu on hyvin kontekstisidonnaista: jotkut paikallislehdet kilpailevat ilmaisjakelulehtien kanssa, kun taas toiset tekevät niiden kanssa yhteistyötä. Joillekin paikallislehdille ensisijainen kilpailija on maakuntalehti, kun taas toisten asema paikkakunnan ykkösmedianana on suhteellisen ylivoimainen.

Paikallislehden tulevaisuudennäkymien kannalta olennaista on tietenkin se, että paikallisille sisällöille tarvitaan kuluttajia. Yhteiskunnan muutoksista etenkin lisääntynyt liikkuvuus ja laajentuneet työssäkäyntialueet konkretisoituvat paikallislehdissä levikkien laskuna. Niin ikään haja-asutusalueiden tyhjeneminen ja väestön ikärakenteen vanhenemien nuorempien muuttaessa kasvukeskuksiin vaikuttavat samansuuntaisesti paikallislehtien levikkeihin. Lisäksi käynnissä oleva kuntarakenteen muutos sekä vahvistaa että heikentää paikallisuuden merkitystä. Laskeva levikkikehitys kertoo omaa karua kieltään – lukijat vähenevät tasaiseen tahtiin eikä tämä kehitys ole omiaan vakuuttamaan omistajia paikallislehtien tarpeellisuudesta – ainakaan liiketoiminnan näkökulmasta.

Konserniomistus on tehnyt paikallislehdessä entistä selkeämmin kauppatavaraa: yksittäisten paikallislehtien sijaan myyntiin menee nykyään koko paikallislehtipaketti. Konserniomistukseen olennaisesti kuuluva toiminnan ja yhteistyön tehostaminen voi syödä pohjaa paikallisuuden idealta, sillä ainakin teoriassa omistuksen keskittymisen mukanaan tuomien tehostamisen paineiden, muun muassa keskitetyn sisällöntuotannon ja paikallisuuden painotuksen välillä vallitsee ristiriita. Toistaiseksi omistuksen keskittymisellä ei ole nähty olleen suuria vaikutuksia paikallislehtien sisältöihin tai resursseihin. Sisällöt ovat säilyneet paikallisina, sillä vielä ei ole ehdotettu konkreettisia tapoja sisällöllisen yhteistyön muodoiksi paikallislehtien kesken tai paikallis- ja maakuntalehden välillä.

Paikallislehteä on lähtökohtaisesti tehty pienillä resursseilla ja monitekemisen kulttuurin hengessä. Ilmoituskilpailun kiristyminen on johtanut siihen, että ilmoitusmyynti vie entistä enemmän aikaa ja resursseja. Tässä mielessä esimerkiksi ilmoitusmyynnin keskittyminen saattaa olla hyvästäkin. Paikallista sisältöä sen sijaan ei voi tehdä



keskitetysti. Jos paikallislehdistä katoaa paikallisuuden idea, menettävät lukijat kiinnostuksensa. Jos paikallisjournalismi sen sijaan kehittää journalismiaan ja elävää yleisösuhdettaan, voi sen olettaa säilyvän muodossa tai toisessa olennaisena suomalaisen mediakentän osana.

Olisi liian optimisista esittää, että paikallislehdistö säilyisi rakenteellisesti ennallaan. Lehtien kokonaislukumäärä tulee todennäköisesti edelleen laskemaan ja lehtien ilmestymistiheyttä saatetaan joutua entisestään harventamaan. Levikkikehitys tuskin kääntyy enää nousuun. Nyt jo on viitteitä siitä, että tästä huolimatta lehtien levikki- tuot- tojen osuus kokonaistuottorakenteesta on kasvusuunnassa. Kääntäen tämä tarkoittaa sitä, että ilmoitustuotot ovat vähentyneet. Jollain tapaa tämä kierre on saatava muuttamaan suuntaansa. Ensimmäinen uusi askel on lehtien verkkosisältöjen kehittäminen sellaisiksi, että niillä saadaan kiinnitettyä sekä maksavia lukijoita että ilmoittajia. Toinen askel on jatkaa hyvin käynnistynyttä sisällöllistä uudistumista, riippumatta siitä, onko kyse perinteisen printtilehden vai verkkolehden sisällöistä. Paikallislehden on yksinkertaisesti säilytettävä ja saavutettava kiinnostavuutensa uusien lukijoiden ja tukijoiden mielissä.

VÄLTTÄMÄTTÖMÄSTÄ, MUTTA TYLSÄSTÄ VÄISTÄMÄTTÖMÄN KIINNOSTAVAKSI?

Paikallislehtijournalismia on tavattu pitää kaikkea muuta kuin kiinnostavana edelläkävijänä median muutoksissa. Paikallislehti on kuitenkin sitkeästi suomalaiseen media- kenttään juurtunut media:

“Kestää vielä muutamia vuosia ennen kuin mahdollisesti kehonlainen paikallislehti työnnetään kilpailussa markkinoilta. Se on nimittäin välttämätön, vaikka se olisi tylsäkin. Se tarjoaa tietoja ja aineistoa, jota paikkakunnan asioista kiinnostunut ei muualta saa.” (Pietilä 1995, 29.)

Tiedonvälitystehtävän asianmukainen hoitaminen ei nykyisessä mediakilpailussa enää riitä paikallislehtien olemassaolon perusteluksi. Muutamia vuosia on kuitenkin kulunut, ja paikallisjournalismin saralla tehty pitkäjänteinen työ on tuottanut tulosta. Tämän päivän paikallislehteä voi parhaimmillaan pitää journalistisesti kunnianhimoisena ja yleisösuhteeltaan elinvoimaisena mediana. Sisällöllisesti myös konserniomistuksessa olevat paikallislehdet ovat edelleen kiinteästi kiinni ilmestymispaikkakunnissaan, sillä paikallisia sisältöjä ei ainakaan toistaiseksi ole ryhdytty tekemään keskitetyksi levikkialueen ulkopuolella.

Ammattimaistunut paikallislehti pystyy tuottamaan paikalliseen päätöksentekoon näkökulmia, jotka vahvistavat lukijoiden osallisuutta heitä koskeviin asioihin. Journalismin murrokseen kytkeytyvä uusi, ”hidas” journalismi (esim. Vehkoo 2011), jonka keskeinen tehtävä on ilmiöiden taustoittaminen ja perusteltu pohdiskelu, saattaisi istua myös paikallislehden harvahkoon ilmestymistiheyteen ja paikallisuuden olemuk-

seen. Paikallisjournalismiksi käännettynä hidas journalismi voisi merkitä esimerkiksi päätöksentekoprosessien entistä pitkäjänteisempää seurantaa tai vaikkapa paikallisuutisten kytkemistä paikallistuntemusta edellyttävään paikalliseen historiaan ja kontekstiin. Kysymys on pitkälti siitä, panostetaanko paikallislehdistön kehittämiseen, riittääkö ammattitaitoisia tekijöitä ja kohtaavatko tekijöiden ja lukijoiden tarpeet jatkossa. Panostus journalistiseen laatuun ja vastaaminen ajan haasteisiin on olennaista selviytymisen vuoksi.

Nykyinen murrostilassa elävä mediakenttä ja moniarvoistunut yhteiskunta ovat haastaneet entisiä yksiselitteisiä arvoja ja vakiintuneita käytäntöjä. Paikallislehti ei enää ole paikkakunnan silmäätekevä auktoriteetti eikä ole olemassa yhtä tapaa puhua paikkakunnan puolesta. Siksi paikallislehti voi, ja sen täytyykin, muuttua ajassa.

Media on entistä vähemmän sidottu aikaan ja paikkaan ja uudenlaiset yhteisöllisyyden muodot ovat rakentuneet ja saaneet tukea verkkoteknologian kehittymisen ja sosiaalisen median myötä. 2000-luku on Suomessa ollut myös kuntarakenneuudistuksen¹ aikaa. Jo tapahtuneet ja vielä tulossa olevat kuntaliitokset muuttavat paikallisuuden rakennetta ja paikallislehtien levikkialueita. Kuntien vähentämiseen tähtäävä kuntauudistus on yhdistänyt ja tulee yhdistämään kuntia, joilla ei historiallisesti ole ollut juurikaan yhteistä. Kehitys on nyt jo näkynyt kuntalaisina, jotka eivät koe tulevansa kuuluisiksi paikallislehden puhutteluissa.

Paikallislehden haastavaksi tehtäväksi kuntien murroksessa jää paikallisuuden uudelleen ymmärtäminen ja toisin tulkitseminen.

Ammattimaistunut paikallislehti pystyy tuottamaan paikalliseen päätöksentekoon näkökulmia, jotka vahvistavat lukijoiden osallisuutta heitä koskeviin asioihin.

Sisällöllisesti paikallislehdet ovat muuttuneet 2000-luvun ensimmäisen vuosikymmenen aikana entistä keskusteleavammiksi ja osallistavammiksi. Keskusteleavuuden ja osallistamisen lisääntyminen ei välttämättä tarkoita askelta keskustelevan ja kunnan päätöksentekoon osallistuvan yleisön suuntaan. Muutos kertoo kuitenkin siitä, että paikallislehtien teksteissä näkyy entistä suurempi toimijoiden joukko ja että paikallisjournalismi pyrkii aktivoimaan ihmisiä (oli sitten kysymys osallistumisesta johonkin tapahtumaan tai ilmoittautumisesta vapaaehtoiseksi ystäväksi vanhuksille tai muille tarvitseville). Paikallislehti voi toimia myös paikallisen päätöksenteon avoimuuden edistäjänä ja keskustelun herättäjänä.

YHTEISÖLLISTÄ JOURNALISMIA?

Empiiriset havainnot median ja yleisöjen suhteesta sekä yleisöistä käyty teoreettinen keskustelu (Heikkilä ym. 2012) näyttäisivät edellyttävän lukijoiden entistä suurempaa huomioimista paikallislehtienkin sisältöjä mietittäessä. Vaikka ”lehti on lähellä lukijaa”, ei tämä saa jäädä ainoastaan tekijöiden hokemaksi. Paikallislehdet ovat samalla viivalla muiden medioiden kanssa siinä, että niiden täytyy kehittää vuorovaikutus-

¹ Paikallislehti oli alueen tilatuin sanomalehti vuonna 2005 suurimmassa osassa Suomen kuntia (tuolloin 227:ssä 432:sta). Käynnissä oleva kuntarakenneuudistus on sittemmin vähentänyt kuntien määrää siten, että vuonna 2009 Suomessa oli 348 kuntaa ja vuonna 2013 kuntia oli enää 320. Kuntien määrän odotetaan lähivuosina laskevan radikaalisti, jopa alle sataan.



ta kaikkien paikallisten toimijoiden – niin kunnan ja elinkeinoelämän edustajien kuin lehden lukijoiden – kanssa.

Paikallisyhteisö on paikallisjournalismin ydin. Tämän ytimen tulisi näkyä kaikessa paikallisjournalismissa. Paikallislehdet ovat alkaneet tehdä entistä enemmän yhteistyötä esimerkiksi paikallisten koulujen ja muiden oppilaitosten kanssa. Tällä tavoin on saatu sitoutettua sekä nuoria lukijoita että paikkakunnalle muuttaneita perheitä paikallislehtiin

Tämän tutkimuksen perusteella näyttää siltä, että vuosina 2000–2009 parhaina palkitut suomalaiset paikallislehdet ovat tiukasti kiinni journalismin murroksessa ja toteuttavat resurssiensa puitteissa kunnianhimoista journalismia. Paikallislehdillä on myös osin omat, sisällölliset trendinsä, joiden painotukset niin aihepiirien kuin toimijoiden suhteen eroavat niin sanotusta valtamediasta (vrt. Suikkanen & Syrjälä 2010). Olennaisin ero on paikallisten asukkaiden keskeinen rooli paikallisjournalismissa. Paikallislehdillä on siis annettavaa muullekin sanomalehdistölle. Paikallislehti on lokalisoinnin ja ihmisläheisyyden edelläkävijä ja sellaisena puhuttelee lukijaansa osallistavammalla otteella kuin vaikkapa maakuntalehdet (Hujanen, J. 2000). Paikallislehdessä tunnetaan ihmisläheisyyden strategiat, joita isommissa sanomalehdissä vasta kokeillaan. Vallitsevan käsityksen mukaan journalismin on tullava lähemmäs lukijaa päästäkseen eroon sitä leimaavasta elitismistä, abstraktiudesta ja kansalaista sivullistavasta otteestaan. (Heikkilä 2001, Hujanen, J. 2000 & 2009). ”Saman todellisuuden jakaminen” lukijoiden kanssa nähtiin paikallislehtien päätoimittajien haastatteluissa avaimena ihmisiä puhuttelevaan läheisyyteen.

Paikallislehtien sisällöt tuovat uuden ulottuvuuden journalismitutkimukseen vaikiintuneeseen ajatukseen journalismin ihmisläheisyydestä (Hujanen, J. 2009). Paikallislehdelle ominaista ihmisläheisyyttä ei suoraan voi tulkita markkinaehtoiseksi tai yhteiskunnalliseksi ihmisläheisyydeksi. Paikallislehdet tuovat *yhteisöllisyyden* rakentamisen journalismin ytimeen. Yhteiskunnallisen ja markkinaehtoisen ihmisläheisyyden rinnalle nousee yhteisöllinen ihmisläheisyys.

Yhteisöllisen ihmisläheisyyden journalistisia ulottuvuuksia ovat ratkaisukeskeisyys, avoimuus, uudenlainen keskustelukulttuuri ja jatkuva vuorovaikutus lukijoiden kanssa. Yhteisöllinen ihmisläheisyys edellyttää paikallisen päätöksenteon, paikallisjournalismin ja paikallisyhteisöjen avointa vuorovaikutusta; esimerkiksi sitä, että paikallismedia todella osallistuu ja osallistaa lukijoitaan päätöksentekoprosessin dokumentointiin, kommentointiin ja keskusteluun. Sanomattakin on selvää, että tällainen journalismi edellyttää myös päätöksenteon avoimuutta.

Päätöksentekoprosessien seuraaminen nousi päätoimittajien puheissa kansalaisten informoimisen ja voimaannuttamisen journalistiseksi ihanteeksi. Konkreettisia esimerkkitapauksia – koulujen homeongelman esiin tuominen, virheelliset menettelyt maakaupoissa tai kaavamuutoksissa, asukkaiden epärealistiset näkemykset kaupungin säästölinjoista – löytyi päätoimittajien mukaan jokaiselta paikkakunnalta. Tällaisten epäkohtien ja väärinkäytösten ympärille syntyneen julkisen keskustelun seuraaminen jäi tämän tutkimuksen ulkopuolelle, sillä se olisi edellyttänyt toisenlaisin perustein kerättyä paikallislehtiaineistoa. Paikallisjournalismin kehittämiseksi paikkakunnan ”kipupisteiden” tunnistaminen ja niitä koskevan julkisuuden seuraaminen olisi olennaista.

Niinikään tärkeää on elinkeinoelämän, päätöksenteon ja paikallisjournalismin välisten kytkösten havaitseminen ja näkyväksi tekeminen. Yhteiskunnallisen ihmisläheisyyden toteuttaminen (paikallis)journalismissa on tasapainoilua eri intressitahojen välillä. Päätöksentekoprosessia avaavat jutut kohtaavat todennäköisimmin vastustusta kaikissa keskeisissä sidosryhmissä. Keskustelun herättäminen kiistanalaisista asioista nostaa takajaloilleen sekä yksittäisiä lukijoita, paikallisia yrittäjiä että päätöksistä vastaavia virkamiehiä. Yhteiskunnallinen journalismi edellyttää riippumattomuutta paikallisista virkamiehistä, yrittäjistä ja lehtien tilaajista. Käytännössä riippumattomuus voi toteutua vain avoimen julkisuuden kautta, ja paikallisyhteisön puolestapuhujana paikallislehdillä on velvollisuus tuoda näkyväksi prosesseja päätösten takana.

Paikallisjournalismin erityisyyden esiintuomiseksi journalismin konventioita kannattaa entistä selkeämmin kääntää paikallisuuden kielelle. Paikallisjournalismin vähitellen tapahtunut ammattimaistuminen on hitaasti kiinnittänyt paikallislehdistön muun journalismin konventioihin. Sanomalehtiin vakiintuneiden lajityyppien sisältäminen on tapahtunut aiemmin kuin osastojako, joka ontuu edelleen aikalailla suuressa osassa paikallislehtiä. Kun konventiot ovat hallussa, niitä voi alkaa ajatella toisin: sen sijaan, että lehti jakautuu paikallisuutisiin, mielipideosastoihin, kulttuuri- ja urheilu-uutisiin, joita toteutetaan ”perinteisellä kaavalla”, paikallislehden tekijät voisivat pohtia, miten paikallisten kansalaisten osallisuutta näillä eri alueilla voisi parhaiten edistää.

Paikallislehtien sisällöt ovat vankasti kiinnittyneitä ihmisen elämismaailmaan. Toimittajien täytyy silti tehdä itselleen selväksi, miten he tuon toistamansa ihmisläheisyyden oikeastaan ymmärtävät ja miten se konkretisoituu journalistisiksi teksteiksi ja vuorovaikutukseksi lukijoiden kanssa. Henkisesti hereillä olevassa paikallislehdessä kysytään joka jutun yhteydessä:

- Miten valittu osastojako, aihepiiri ja näkökulma vahvistavat paikallisuutta, yhteisöllisyyttä ja kansalaisten osallisuutta?
- Miten valittu osastojako, aihepiiri ja näkökulma edesauttavat julkista keskustelua?
- Minkälaisia toimijoita julkinen keskustelu kussakin tapauksessa edellyttää tai sulkee ulos? Miksi?
- Keiden näkökulmasta keskustelu rakentuu? Miksi?
- Minkälaiseksi paikallisuus ja paikallinen osallisuus rakentuvat tehdyillä valinnoilla?

Journalismin ihanteiden näkökulmasta paikallisen päätöksenteon ja elinkeinoelämän välisten kytkösten valvominen ja esilletuominen on edelleen tärkeää. Paikallislehdistön toimittajien ohella myös kansalaiset nostavat toisinaan esiin epäilyjä tällaisista kytköksistä. Käytännössä, jos näitä kysymyksiä pohditaan syvällisesti edes toisinaan, tulokset tulevat näkymään paikallisjournalismissa. Konkreettisena esimerkkinä paikallislehti voisi vaikkapa saattaa uudella tavalla mielipidekirjoitukset ja journalistiset tekstit keskustelemaan keskenään. Paikallislehden aihepiirit ovat niin rajattuja, että usein samassa tai muutamassa peräkkäisessä lehdessä keskustellaan samasta aiheesta



eri foorumeilla. Toimitus voisi selkeämmin osoittaa näiden keskustelujen keskinäiset yhteydet.

Paikallislehdet voivat entistä selkeämmin olla mukana median murrokseen liittyvässä kehityksessä, joka haastaa journalismin perinteiset määrittely-, keruu- ja esitystaparuutiinit. Toisenlaisilla valinnoilla voi muuttaa vakiintuneita uutiskriteereitä ja juttujen keräämisen ja esittämisen tapoja. Nykyisellään esimerkiksi paikallislehtien urheiluvuodot ovat kopio valtakunnallisten ja maakuntalehtien tulosurheilusta, mutta vailla maailmanluokan tuloksia. Entäpä jos urheilua ja liikuntaa ajateltaisiin paikallisuuden ja yhteisöllisyyden läpi ja siitä nostettaisiin esiin vaikkapa yhteisön kiinteyttä edistäviä kysymyksiä? Ehdotan siis esimerkiksi paikallisurheilun, ja sen rinnalla muiden paikallisidentiteettiä vahvistavien kysymysten yhteisöllistämistä, jopa yhteiskunnallistamista. Hiihtokilpailutulosten ja innostuneiden osallistujien kuvien julkaisemisen rinnalla lehdistä voitaisiin käydä keskustelua urheilun ja muiden harrastusmahdollisuuksien vaikutuksista kuntatalouteen, yhteisön kiinteyteen tai paikallisesta päätöksenteosta kiinnostumiseen. Käytännöllisenä esteenä paikallisurheilujournalismin uudistamiselle lienee niukat resurssit, joiden vuoksi paikallislehtien urheilutoimittajina toimivat usein vapaaehtoiset avustajat, esimerkiksi kunnan liikuntasihteerit ja aktiiviset urheiluseuratoimijat.

Journalismin sisällä puhutaan monitekemisen kulttuurista (Nikunen 2011), joka on paikallislehdistä viety äärimmilleen. Paikallislehtien ilmeisesti erittäin niukat resurssit ovat johtaneet muun muassa toimituksen ulkopuolisten, mutta usein hyvinkin pitkäaikaisten vakinaisten avustajien hyödyntämiseen. Ulkopuoliset avustajat voidaan nähdä voimavarana, joka tuo esimerkiksi tuoreita näkökulmia vakiintuneisiin aiheisiin ja uutta osaamista esimerkiksi sosiaalisen median hyödyntämisessä. Avustajaresurssien tukeutuminen voi kuitenkin kääntyä myös kehityksen jarruksi: journalistinen ammattitaidottomuus voi johtaa uudistumisen sijaan juuri päinvastaiseen kehitykseen – ulkopuolinen saattaa helposti tukeutua vakiintuneisiin konventioihin journalismin kehittämisen sijaan. Toisaalta avustajaresurssien uudenlaista hyödyntämistäkin on ollut ilmassa. Erityisesti yhteistyö paikallisten koulujen kanssa on osoitus paikallislehdistön halusta ottaa mukaan uusia tekijöitä. Yhteistyötä on toteutettu sekä koululaisten toimittamien liitteiden että ideariihien muodossa.

Raja erilaisten ihmislähtöisten journalisminäkemysten välillä ei ole kovin selkeä, sillä käytännössä markkinaehtoinen journalismi voi puhutella lukijoitaan yhtäläillä markkinoille merkittävänä kuluttajina kuin niin sanottuina kuluttajakansalaisina tai osallistuvina poliittisina kansalaisina. Niin ikään sen määrittelemisen, milloin tarina on yleislähtöisesti kiinnostavaa ja siksi myyvä, milloin taas kansalaislähtöisesti tai yhteisöllisesti kiinnostavaa ja siksi osallistavaa, on hankalaa.

Eroa voi lähteä hakemaan yksittäisen tapahtuman ja yleisen näkökulman välisestä erosta. Siinä missä markkinalähtöisesti kokemusperäisten tarinoiden voi ajatella resonoivan lukijan kokemusten kanssa ja tarjoavan näin yksilöllistä samastumispintaa, tavoittelee yhteiskunnallinen näkökulma yksittäisen tarinan yleistettävyyttä eli yhteistä ja jaettua pohjaa. Olennaista on se, että yksittäinen ihminen nostetaan oman elämänsä asiantuntijan rooliin esimerkiksi kirjoitettaessa poliittisen päätöksen vaikutuksesta yksittäisten kansalaisten elämään. Uudenlaiset yhteisöllisen journalismin muodot voivat olla aivan paikallisjournalismin ulottuvilla.

Kuinka realistista lopulta on visioida, että paikallislehdet voisivat toimia journalismin uudistajina? Helppoa se ei ole, etenkin taloudellisen kannattavuuden näkökulmasta. Journalismia pyrkivät toki uudistamaan ja ajantasaistamaan muutkin tahot.

Paikallislehdellä on kuitenkin käytössään harvinainen resurssi: edelleen suhteellisen sitoutuneet lukijat, joiden intresseissä saattaa olla paikkakunnan asioista tietämisen lisäksi paikallisen elämänmuodon edistäminen ja omaan yhteisöön vaikuttaminen. Paikallisyhteisön voi nähdä voimavarana, jos sitä osataan puhutella kiinnostavilla, ajantasaisilla, olennaisilla ja koskettavilla tavoilla ja jos siihen pystytään sitouttamaan yhä uusia ja uusia toimijoita. Liian sisäänpäin lämpiävä lehti ei lopulta ole elinvoimainen. Elävien sisältöjen lisäksi tärkeää on puhutella lukijoita oikeilla foorumeilla.

Paikallislehtien uskollisimmat lukijat, yli 60-vuotiaat, eivät vielä ole verkon suurkultuttajia. Tätä lukijakuntaa nykyisen printtilehden voikin olettaa palvelevan. (Herkman & Vainikka 2012.) Paikallislehtiä luetaan kuitenkin tasaisesti nuoremmissakin ikäryhmissä (Valtakunnallinen paikallislehtitutkimus 2011). Tämän ja journalismin käynnissä olevan murroksen perusteella ei ole mitään syytä olettaa, että paikallislehti enää pitkään voisi sinnitellä viestintäteknologisen kehityksen ulkopuolella. Paikallislehti voisi, ja sen kannattaisi, paikallisyhteisön uutistuotannossa hyödyntää esimerkiksi sanomalehdistön nousevaa trendiä, niin sanottua hyperlokaalia uutistuotantoa. Verkkojulkaisuissa rakentuvat vuorovaikutteiset yhteisöt voisivat olla paikallislehden ominta aluetta, josta muut sanomalehdet voisivat ottaa oppia. (Nikunen 2011, 69.)

Kunnianhimoinen paikallisjournalismi voi tuoreella tavalla koota yhteen keskustelijoita ja pureskella paikallisia, vaikeita aiheita (vrt. Rautio 1990). Paikallislehti on lopulta paljon enemmän kuin journalismia – paikallislehti on pikkukaupungin esineiden ja asioiden löytötavaratoimisto, suurkunnan mielipidemittari, keskustelujen edelläkävijä, paikallisyhteisöjen kysymysten valveutunut tulkitsija – jos sen resurssit kanavoidaan siten, että se voi näitä tehtäviään hoitaa. Paljon on kiinni siitä, miten lukijoiden toiveet, paikallislehtien toimitusten kunnianhimo ja omistajayhtiöiden voittotavoitteet osuvat yksiin.

Tutkimuksen tavoitteena oli lisätä ymmärrystä paikallislehdistön kokonaistilanteesta ja luodata paikallislehdistön tulevaisuutta. Kuten jo aluksi todettiin, paikallislehtien lukumäärä on suuri ja kirjo lavea. Tämäkin tutkimus tavoitti tuosta moninaisuudesta ainoastaan osan. Yleistrendit ovat selkeät ja ne on esitelty tässä tutkimusraportissa. Kukin paikallislehti on kuitenkin ainutlaatuinen: sillä on oma levikkialueensa, omat omistajansa, omat paikalliset sidosryhmänsä ja lukijansa. Tämän tutkimuksen katveeseen jäivät etenkin paikallisomistuksessa toimivat paikallislehdet, joiden toimintalinjat saattavat erota radikaalistikin konserniomistukseen siirtyneiden lehtien vastaavista. Taloudellisen voiton tuottaminen omistajille ei edelleenkään ole kaikkien paikallislehtien viimekätinen tavoite. Lehteen sitoutuneet tekijät ja lukijat riittävät paikallislehden elinehdoksi. Kullakin paikallislehdellä on siis oma tarinansa eikä kaikkien tarvitse noudattaa tässä raportissa esitettyjä rakenteellisia tai sisällöllisiä linjauksia. Niistä saattaa kuitenkin olla hyötyä paikallislehden yhteisöllistä ja yhteiskunnallista roolia pohdittaessa.



LÄHTEET

Kirjallisuus

- Ahva, Laura 2010: *Making News with Citizens: Public Journalism and Professional Reflexivity in Finnish Newspapers*. Väitöskirja. Tiedotusopin laitos, Tampereen yliopisto.
- Alakangas & Sillanpää (toim.) 2011: *LoCaali 2.0. Ajatuksia paikallislehtien tulevaisuudesta*. Oulun seudun ammattikorkeakoulu, Oulu.
- Aldridge, Meryl 2007: *Understanding the Local Media*. Open University Press, New York.
- Coleman, Stephen & Ross, Karen 2010: *The Media and the Public. "Them" and "Us" in Media Discourse*. Wiley-Blackwell, Oxford.
- Franklin, Bob (ed.) 2006: *Local Journalism and Local Media: Making the Local News*. Routledge, London & New York.
- Fenton, Natalie, Monica Metykova, Justin Schlosberg, Des Freedman, 2010. *Meeting the New Needs of Local Communities*. Mediatrust, London.
- Fritze, Joonas 2012: *Paikallislehtien "urheilutoimittajat". Vahtikoiria, urheilun tosuskovaisia vai paikallisyhteisön puolustajia?* Pro gradu. Viestinnän, median ja teatterin yksikkö, Tampereen yliopisto.
- Graafisen alan taloustilasto 2009.
- Grönlund, Mikko 2014 (tulossa): *Sanomalehtien liiketoiminta ja toimintaympäristö 2000-luvulla*. Teoksessa Lehtisaari, Katja (toim.): *Sanomalehden paikka uudessa mediamaisemassa*. VATT, Helsinki.
- Grönroos, Aira 1976: *Suomen paikallislehdistön kehitys ja nykyinen rakenne*. Tiedotusopin pro gradu, Tampereen yliopisto.
- Habermas, Jürgen 2004: *Julkisuuden rakennemuutos. Tutkimus yhdestä kansalaisyhteiskunnan kategoriasta*. Vastapaino, Tampere.
- Heikkilä, Heikki 2001: *Ohut ja vankka journalismi. Kansalaisuus suomalaisen uutisjournalismin käytännöissä 1990-luvulla*. Väitöskirja. Tiedotusopin laitos, Tampereen yliopisto.
- Heikkilä, Heikki, Laura Ahva, Jaana Siljamäki, Sanna Valtonen 2012: *Kelluva kiinnostavuus: Journalismin merkitys ihmisten sosiaalisissa verkostoissa*. Vastapaino, Tampere.
- Hentilä, Joonas 2011: *Paikallislehdestä kaupunginosalehdeksi*. Teoksessa Alakangas & Sillanpää (toim.): *LoCaali 2.0. Ajatuksia paikallislehtien tulevaisuudesta*. Oulun seudun ammattikorkeakoulu, Oulu.
- Herkman, Juha 2005: *Kaupallisen television ja iltapäivälehtien avioliitto. Median markkinoituminen ja televisioituminen*. Vastapaino, Tampere.
- Herkman, Juha ja Vainikka Eliisa 2012: *Lukemisen tavat: lukeminen sosiaalisen median aikakaudella*. Journalismien tutkimusyksikkö, Viestinnän, median ja teatterin yksikkö, Tampereen yliopisto.
- Hujanen, Erkki 2007: *Lukijakunnan rajamailla, Sanomalehden muuttuvat merkitykset arjessa*. Väitöskirja. Väitöskirja. Jyväskylän Studies in Humanities, numero 68, Jyväskylä.



- Hujanen, Jaana 2000: *Journalismin maakunnallisuus. Alueellisuuden rakentuminen maakuntalehtien teksteissä ja tekijöiden puheessa.*
- Hujanen, Jaana 2006: Yleisön palvelu markkinaehtoistuvan median journalistien itseymmärryksessä. *Tiedotustutkimus* 29 (2006):2, 30-43.
- Hujanen, Jaana 2009: Kiinnostavaa vai tärkeää. Ihmisläheisen journalismin kaksi polkua. Teoksessa Väliverronen, Esa (toim.): *Journalismi murroksessa.* Gaudeamus, Helsinki.
- Hämäläinen, Marko 2008: *Voiko paikallislehti olla kriittinen? Paikallistoimittajien suhtautuminen kriittiseen journalismiin.* Journalistiikan pro gradu, Jyväskylän yliopisto.
- Joukkoviestimet 2011: Tilastokeskus.
- Karppinen, Kari 2014 (tulossa): *Sanomalehtien "kriisin" kehystys suomalaisessa ja kansainvälisessä keskustelussa.* Teoksessa Lehtisaari, Katja (toim.): *Sanomalehden paikka uudessa mediamaisemassa.* VATT, Helsinki.
- Kivikuru, Ullamaija 1990: *Muinaisjäännöksi vai villakoiranydin? Keskustelua paikallisuudesta tiedonvälityksessä.* Tiedotusopin laitoksen julkaisu. Sarja 1A/8/90.
- Kunelius, Risto 2010: *Viestinnän vallassa. Johdatus joukkoviestinnän kysymyksiin.* WSOY, Helsinki.
- Kupiainen, Virpi 2004: *Paikallislehti on kuin kirje kotoa. Jurvan Sanomien lukijatutkimus.* Tiedotusopin pro gradu, Tampereen yliopisto.
- Lehtisaari, Katja ja Grönlund, Mikko 2014 (tulossa): *Sanomalehtien strategiat muuttuvassa toimintaympäristössä.* Teoksessa Lehtisaari, Katja (toim.): *Sanomalehden paikka uudessa mediamaisemassa.* VATT, Helsinki.
- Marttinen, Emmi 2010: *"Komeitahan me ollahan, luonteeltamma." Lukijoiden paikallidentiteetti ja suhde paikallislehteen kuntaliitoksen jälkeen.* Tiedotusopin pro gradu, Tampereen yliopisto.
- Moring, Inka 2000: Heimojen maa? Paikallistamisen politiikka ja identiteetti alueellisissa lehdissä. Teoksessa Tapper, Helena (toim.): *Me median maisemissa. Reflektioita identiteettiin ja mediaan.* Palmenia, Helsinki, 80-113.
- Muller, Judy 2011: *Emus loose in Egnar: Big Stories from Small Towns.* Board of Regents of the University of Nebraska.
- Nikkilä, Arja-Riikka 2003: *Paikallislehti perhealbumina. Paikallislehden valokuva ja valokuvaavan toimittajan työ.* Tiedotusopin pro gradu, Tampereen yliopisto.
- Nikunen, Kaarina 2011: *Enemmän vähemmällä. Laman ja teknologisen murroksen vaikutukset suomalaisissa toimituksissa 2009–2010.* Journalismin tutkimusyksikkö, Viestinnän, median ja teatterin yksikkö, Tampereen yliopisto.
- Nordenstreng, Kaarle & Wiio, Osmo A. 2012: *Suomen mediamaisema.* Vastapaino, Tampere.
- Ojajärvi, Sanna & Valtonen, Sanna 2011: *Karhun ja kassakoneen naapurissa: journalismin ja kansalaisten venäjät.* Teoksessa Lounasmeri, Lotta (toim.): *Näin naapurista. Median ja kansalaisten Venäjä-kuvat.* Vastapaino, Tampere.
- Ojajärvi, Sanna, Uronen, Ilkka & Valtonen, Sanna 2008: *Yhteisötelevisiosta totta? Alueellisen ja yhteisöllisen television mahdollisuudet Suomessa.* Liikenne- ja viestintäministeriön julkaisu 55/2008.

- Pietilä, Jyrki 1995: Jokainen ihminen on jutun arvoinen. Teoksessa Kangaspunta, Seppo (toim.): *Lähemmäs vielä. Paikallisjournalismin täyspakkaus*. Moniviestintä Oy, Tampere, 36-37.
- Rautio, Marjatta 1990: *Paikallislehti, yhteisö ja konflikti: paikallislehden tehtävien ja sidonnaisuuksien tarkastelu Koillis-Lappi -lehden Vuotos-kirjoittelun pohjalta*. Tiedotusopin pro gradu, Tampereen yliopisto.
- Salovaara-Moring, Inka 2004: *Media Geographies. Regional newspaper discourses in Finland in the 1990s*. Väitöskirja. Viestinnän laitos, Helsingin yliopisto.
- Sirianni & Friedland 2001: *Civic Innovation in America: Community Empowerment, Public Policy, and the Movement for Civic Renewal*. University of California Press, Berkeley.
- Suikkanen, Risto & Syrjälä, Hanna 2010: *Suomalaisen uutismedian vuosiseuranta*. Sarja B 55. Journalismin tutkimusyksikkö, Tiedotusopin laitos, Tampereen yliopisto.
- Tommila, Päiviö 1985: *Paikallislehdistön historia* (Suomen lehdistön historia 4).
- Tiitinen, Kalevi 2011: Menestystä etsivä paikallislehti yhdistää netin ja paperin. Teoksessa Alakangas & Sillanpää (toim.): *LoCaali 2.0. Ajatuksia paikallislehtien tulevaisuudesta*. Oulun seudun ammattikorkeakoulu, Oulu.
- Vehkoo, Johanna 2011: *Painokoneet seis!—Kertomuksia uuden journalismin ajasta*. Teos, Helsinki.
- Väliverronen, Esa (toim.) 2009: *Journalismi murroksessa*. Gaudeamus, Helsinki.

Muut lähteet

- Levikintarkastus 2000-2013
Sanomalehtien Liitto (www.sanomalehdet.fi/)
TNS Media Intelligence
Valtakunnallinen Paikallislehtitutkimus 2011 (VPT)



LIITE 1

Haastattelut

Paikallislehtien päätoimittajat:

Ala-Heikkilä, Minna (Nokian Uutiset, Tyrvään Sanomat)

Heinisuo, Veli-Matti (Ylä-Satakunta)

Henriksson, Arto (Loviisan Sanomat)

Timonen, Seppo (Uutis-Jousi)

Tukia, Taina (Kunnallislehti)

Varteva, Eija (Sisä-Suomen Lehti)

Muut:

Kivioja, Pasi (Sanomalehtien Liitto)

Kokkonen, Antti (Lapin Kansa)

LIITE 2

Taulukko: 1-3 –päiväiset paikallislehdet mediayhtiöiden omistuksessa vuosina 2007 ja 2012

| Mediayhtiö | Paikallislehdet LT 2007 | Paikallis-lehtien yhteen-laskettu levikki kpl (LT2007) | Paikallislehtien yhteenlaskettu levikki (LT2012) | Paikallislehdet LT 2012 |
|---|---|--|--|---|
| Sanoma Helsingin Sanomat 2007/2012 (419 791/337 962) | 4 kpl: 1-p: Joutseno (3617); Kaakonkulma (5092); Luumäen Lehti (3775); 2-p: Keski-laakso (5482); Pitäjänuutiset (5842); | 23 808 | - | - |
| TS-yhtymä Turun Sanomat 2007/2012 (112 419/99 220) | 3 kpl: 1-p: Kaarina-Lehti (4594); 2-p: Auranmaan Viikkolehti (8894); 3-p: Loimaan Lehti (8725); | 22 213 | 32 775 | 7 kpl: Somero 5 288; Ykkössanommat 3 315; Kunnallislehti Paimio-Sauvo-Kaarina (ostettu v. 2009) 6 349; Kaarina-lehti 4 382; Loimaan Lehti 8 472; Auranmaan Viikkolehti 8 601; Laitilan Sanomat 4 840 |
| Alma Media (Suomen Paikallissanomat) Aamulehti 2007/2012 (139 165/121 135) Lapin Kansa 2007/2012 34 738/30 113 | 12 kpl: 1-p: Merikarvia-Lehti (3497); Uutismarkku (3135); Koillis-Lappi (3960) (jaetaan ilmaiseksi ilmentymisalueellaan Kemijärvi, Salla, Pelkosenniemi, Savukoski – tilaukset ulkopuolelle); 2-p: Kankaanpään seutu (10 662); KVM-lehti (7325); Kuhmolainen (6383); Pyhäjokiseutu (7514); Rannikkoseutu (7128); Sotkamo-Lehti (6042); Suur-Keuruu (6538); Sydän-Satakunta (8034); Ylä-Kainuu (8444); 3-p: Nokian Uutiset (9340) | 84 042 | 82 219 | 1.1.2012 lähtien Alma AlueMedia (Paikallislehtiryhmä): 15 kpl: 1-p: Merikarvia-lehti (3240); Luoteisväylä (3277), (Uutismarkku+Luoteis-Satakunta yhdistyivät 1.12.2010); Koti-Lappi (jaetaan ilmaiseksi ilmentymisalueellaan Kemijärvi, Salla, Pelkosenniemi, Savukoski – tilaukset ulkopuolelle); 2-p: Kankaanpään Seutu (9245), KVM-lehti (6420), Kuhmolainen (5554), Pyhäjokiseutu (5816), Rannikkoseutu (7070), Sotkamo-lehti (5296), Suur-Keuruu (5817), Sydän-Satakunta (6347), Tyrvään Sanomat (8528), Ylä-Kainuu (7452); 3-p: Nokian Uutiset (8157) |



| Mediayhtiö | Paikallislehdet LT 2007 | Paikallis-lehtien yhteen-laskettu levikki kpl (LT2007) | Paikallislehtien yhteenlaskettu levikki (LT2012) | Paikallislehdet LT 2012 |
|---|--|--|--|---|
| Keskisuomalainen (Maakunnan Sanomat) Keskisuomalainen 2007/2012 74 945/65 327 | 17 kpl: 1-p: Hankasalmen Sanomat (3659); Heinäveden Lehti (3648); Laukaa-Konnevesi (7575); Matti ja Liisa (5476); Miilu (3918); Pielavesi-Keitele (6222); Sampo (6169); Sisä-Savon sanomat (7421); Viitasaaren Seutu (5310); Viispiikkinen (5452 LT2008) 2-p: Koillis-Savo (6388); Pitäjäläinen (4700); Soisalon Seutu (5238); 3-p: Pieksämäen Lehti (6784); Sisä-Suomen Lehti (7636); Uutis-Jousi (6640) | 92 236 | 92698 | 19 kpl 1-p: Hankasalmen Sanomat (3451); Heinäveden Lehti (3317); Laukaa-Konnevesi (7310); Matti ja Liisa (4966); Miilu (3540); Pielavesi-Keitele (5756); Sampo (5729); Paikallislehti Sisä-Savo (ent. Sisä-Savon sanomat) (6684); Viitasaaren Seutu (5138); Viispiikkinen (5167) 2-p: Koillis-Savo (5658); Pitäjäläinen (4134); Soisalon Seutu (4803); 3-p: Pieksämäen Lehti (6383); Sisä-Suomen Lehti (6899); Uutis-Jousi (6176) + 2 kpl Suomen Lehtiyhtymältä 26.3.2013: 1-p: Sipoon Sanomat (3581); 2-p: Mäntsälä-lehti (3551) |
| Pohjois-Karjalan Kirjapaino (paikallislehtiä kustantavat Keski-Karjalan Kustannus Oy, Lieksan Lehti Oy, Pogostan Sanomat Oy Ylä-Karjala Oy ja Pohjois-Karjalan Paikallislehdet Oy) Karjalainen 2007/2012 47 363/42 396 | 4 kpl: 2-p: Parikkalan-Rautjärven Sanomat (5955); Pogostan Sanomat (5358); 3-p: Lieksan Lehti (6450); Ylä-Karjala (5298) | 23 061 | 30 516 | 6 kpl: 1-p: Pielisjokiseutu (3426) (12/2009 alkaen) 2-p: Outokummun Seutu (4382) (12/2009 alkaen); Parikkalan-Rautjärven Sanomat (5505); Pogostan Sanomat (5435); 3-p: Lieksan Lehti (6363); Ylä-Karjala (5405) |
| Suomen Lehtiyhtymä | 1 kpl: Sipoon Sanomat | 3666 | -- | -- |

| Mediayhtiö | Paikallislehdet LT 2007 | Paikallis-lehtien yhteen-laskettu levikki kpl (LT2007) | Paikallislehtien yhteenlaskettu levikki (LT2012) | Paikallislehdet LT 2012 |
|--|--|--|--|--|
| Länsi-Savo Länsi-Savo 2007/2012 25 572/23 319 | 4 kpl: 1-p: Joroisten Lehti (2489); Juvan Lehti (4167); Kangasniemen Kunnallislehti (4490); Puruvesi (7090) | 18 236 | 38 853 | 9 kpl: 1-p: Joutseno (3048) (Sanomalta 2011); Joroisten Lehti (2376); Juvan Lehti (4126); Kaakonkulma (4624) (Sanomalta 2011); Kangasniemen Kunnallislehti (4322); Luumäen Lehti (3602) (Sanomalta 2011); Puruvesi (6393); 2-p: Keskilaakso (4967) (Sanomalta 2011); Pitäjänuutiset (5395) (Sanomalta 2011); Länsi-Saimaan Sanomat (ostettu yksityisomisteiselta Kustannus Oy Yhteissanomilta maaliskuussa 2014) (4503). Konsernilla 10 paikallislehteä. |
| Ilkka Ilkka 2007/2012 55 018/50 527 | 5 kpl: 1-p: Järviseu-tu (5875); Jurvan Sanomat (2346); Komiat (7158 – LT2009); 2-p: Suupohjan Sanomat (4360); Viiskunta (6520) | 26 259 | 23 410 | 5 kpl: 1-p: Järviseu-tu (5167); Jurvan Sanomat (2088); Komiat (6389); 2-p: Suupohjan Sanomat (3993); Viiskunta (5773) |
| Keski-Pohjanmaan Kirjapaino | 4 kpl: 1-p: Haapavesi-lehti (2732); Lestijoki (5176); Perhonjoki-laakso (6314); 2-p: Nivala-lehti (6277) | 20 499 | 20 955 | 4 kpl: 1-p: Haapavesi-lehti (3264); Lestijoki (5221); Perhonjoki-laakso (6628); 2-p: Nivala-lehti (5842) Levikki nousut! |
| KSF Media (aloitti vuonna 2008) | | -- | 7901 | 2 kpl: 2-p: Loviisan Sanomat (4368) (vuodesta 2012); 3-p: Östra Nyland (3533); |



| Mediayhtiö | Paikallislehdet LT 2007 | Paikallis-lehtien yhteen-laskettu levikki kpl (LT2007) | Paikallislehtien yhteenlaskettu levikki (LT2012) | Paikallislehdet LT 2012 |
|---|---|--|--|---|
| HSS Media | 2 kpl 3-p: Pietarsaaren Sanomat (2972); Syd-Österbotten (7410) | 10 382 | 8877 | 2 kpl 3-p: Pietarsaaren Sanomat (2321); Syd-Österbotten (6556) |
| Pirkanmaan lehtitalo | 4 kpl 1-p.: Akaan Seutu (6350); Lempäälän-Vesilahden Sanomat (7299); Sydän-Hämeen Lehti (6059); Ylöjärven Uutiset (6360) | 26 068 | 24 256 | 4 kpl 1-p.: Akaan Seutu (5880); Lempäälän-Vesilahden Sanomat (6954); Sydan-Hämeen Lehti (5405); Ylöjärven Uutiset (6017) |
| Ujaisen lehtiperhe | 4 kpl 1-p.: Tejuka (4224); 2-p.: Kurikka-lehti (5096); Kyrönmaa-lehti (3104); Pohjankyrö-lehti (6027) | 18 451 | 17 024 | 4 kpl 1-p.: Tejuka (3878); 2-p.: Kurikka-lehti (4904); Kyrönmaa-lehti (2849); Pohjankyrö-lehti (5393) |
| Ruoveden Sanomalehti Oy | 2 kpl 1-p.: Ruovesi (4428); Teisko-Aitolahdi (1825) | 6253 | 6036 | 2 kpl 1-p.: Ruovesi (4327); Teisko-Aitolahdi (1709) |
| Mediaperhe Oiva (ent. Pränni Oy) | 3 kpl 1-p.: Hämeenkyrön Sanomat (5822); UutisOiva ja Pohjois-Satakunta (5686) | 11 508? | 10 739? | 3 kpl ?? 1-p.: Hämeenkyrön Sanomat (5463 LT2011); UutisOiva ja Pohjois-Satakunta (5276 (LT2011)) |
| Joutsen Media | 3 kpl 1-p.: Rantalakeus (3254); 2-p.: Iijokiseutu (4543); Siikajoki-laakso (4876) | 12 673 | 11 645 | 3 kpl 1-p.: Rantalakeus (3173); 2-p.: Iijokiseutu (4236); Siikajokilaakso (4236) |
| Lapuan Säätiö | 1 kpl 2-p.: Lapuan Sanomat (6667) | 6667 | 6363 | 1 kpl 2-p.: Lapuan Sanomat (6363) |
| | 73 kpl | 406 022 | 414 267 | 81 kpl |

LIITE 3

Koodausrunko sisällönanalyysiin

TAUSTATIEDOT

- A Jutun numero
- B Päivämäärä
- C Lehti
- 1 = Kunnallislehti
- 2 = Sisä-Suomen Lehti
- 3 = Nokian Uutiset
- 4 = Loviisan Sanomat
- 5= Uutis-Jousi
- 6 Tyrvään Sanomat
- 7 = Sotkamo-Lehti
- 8 = Ylä-Satakunta

LEHDEN RAKENNE

D Ilmoitusten ja mainosten osuus

- 1 ½ koko lehdestä
- 2 1/3 koko lehdestä
- 3 ¼ koko lehdestä
- 4 vähemmän

E Kuvien osuus

- 1 ½ koko lehdestä
- 2 1/3 koko lehdestä
- 3 ¼ koko lehdestä
- 4 vähemmän

F Lajityyppi

- 1 pääkirjoitus
- 2 uutinen
- 3reportaasi tai vastaava
- 4 kolumni, kommentti tai pakina
- 5 yleisönosastokirjoitus
- 6 henkilökuvaa
- 7 muu

UUTISTAPAHTUMAN LUONNE

G Jutun aihealue

- 1 työ- ja elinkeinoelämä
- 2 rakentaminen ja maankäyttö
- 3 sosiaalityö ja terveys
- 4 päivähoido ja koulutus



- 5 vanhustenhuolto
- 6 maahanmuutto, pakolaisuus
- 7 liikenne
- 8 ympäristö
- 9 maatalous
- 10 harrastukset ja vapaa-aika
- 11 kuluttaminen
- 12 laki, järjestys, onnettomuudet
- 13 kulttuuri
- 14 urheilu
- 15 uskonto, seurakunnat
- 16 kunnallispolitiikka
- 17 muu

- H Jutun paikallisuus
- 1 kylä, kaupunginosa tai vastaava
- 2 kunnallinen
- 3 useaa kuntaa koskeva
- 4 maakunnallinen
- 5 valtakunnallinen
- 6 kansainvälinen
- 7 ei luokiteltu

- I Jutun kehys
- 1 ongelmalähtöinen
- 2 keskustelu- tai kiistalähtöinen
- 3 ratkaisulähtöinen
- 4 henkeä nostattava
- 5 ei luokiteltu

- J Tapahtuman luonne
- 1 yksittäistapaus
- 2 osoitus trendistä
- 3 prosessi
- 4 toistuva
- 5 ei luokiteltu

- K Tapahtuman aika
- 1 virastoajalla
- 2 virastoajan ulkopuolella
- 3 historiallinen aika
- 4 ei luokiteltu

PÄÄÄSY (ei koodata yleisönosastokirjoituksista)

- L Jutun toimijat (voi olla useita)

- 1 poliitikko (vaaleilla valittu)
- 2 virkamies (kunnallinen taso)
- 3 paikallinen yhdistys
- 4 paikallinen yritys
- 5 paikallinen asukas, intressitahona
- 6 paikallinen asukas, ei intressiä
- 7 asiantuntija, taiteilija, julkisuuden henkilö tms.
- 8 instituutio (valtion laitos)
- 9 ei toimijaa

KESKUSTELU (ei koodata yleisöastokirjoituksista)

M Puhujaa per uutisjuttu / mielipidekirjoitus

- 1 ei havaittavissa
- 2 yksi puhuja
- 3 kaksi puhujaa
- 4 kolme puhujaa
- 5 neljä puhujaa
- 6 viisi tai enemmän
- N Osallistumisen mahdollisuus
- 1 on osoitettu
- 2 ei ole osoitettu
- 3 ei koodattu

O Jutun kirjoittaja (koodataan AINOASTAAN mielipidekirjoituksista)

- 1 poliitikko (vaaleilla valittu)
- 2 virkamies (kunnallinen taso)
- 3 paikallisen yhdistyksen edustaja
- 4 paikallisen yrityksen edustaja
- 5 paikallinen asukas, intressitahona
- 6 paikallinen asukas, ei intressiä
- 7 asiantuntija, taiteilija, julkisuuden henkilö tms.
- 8 nimimerkki

