

Mä lehdden luin

Heikki Heikkilä
Heikki Hellman
Liisa Ovaska

Yleisön suhde painettuun
ja digitaaliseen sanomalehteen



TAMPERE
UNIVERSITY
PRESS

Mä lehden luin

Viittausohje:

Heikkilä Heikki, Hellman Heikki & Ovaska Liisa. 2023. *Mä lehdén luin: Yleisön suhde painettuun ja digitaaliseen sanomalehteen*. Tampere: Tampere University Press.
<https://urn.fi/URN:ISBN:978-952-359-044-1>

Heikki Heikkilä, Heikki Hellman & Liisa Ovaska

Mä lehden luin

Yleisön suhde painettuun ja
digitaaliseen sanomalehteen



TAMPERE
UNIVERSITY
PRESS

Tampere University Press
www.tuni.fi/tup
<https://isni.org/isni/0000000507168743>



©2023 Tekijät



Tämän teoksen sisältö (ellei toisin mainita) on julkaistu Nimeä-EiKaupallinen-EiMuutoksia 4.0 Kansainvälinen -lisenssillä (CC BY-NC-ND 4.0). Aineistoa saa jakaa ja levittää edelleen missä tahansa välineessä ja muodossa, kunhan tekijä mainitaan. Aineistoa ei saa hyödyntää kaupallisesti eikä sitä saa julkaista muokattuna. Tutustu käyttöehtoihin osoitteessa <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.fi>.

Kannen suunnittelu
Markus Itkonen

Typografia ja taitto
Eija Kylmäniemi

ISBN 978-952-359-045-8 (painettu, nid.)
ISBN 978-952-359-044-1 (PDF)

Kustantaja: Tampere University Press, Tampere, Suomi
Painopaikka: BoD – Books on Demand, Norderstedt, Saksa

Sisällys

1	Johdanto	7
	Lehden kolme olomuotoa	11
	Kirjan juoni ja rakenne	15
	Tutkimus kirjan taustalla	18
2	Sanomalehtien murros ja sen mittarit	21
	Talous kutistuu	21
	Tavoittavuus lisääntyy	23
3	Yleisökäänne journalismissa	30
	Gallup-kyselyistä yleisöanalytiikkaan	30
	Lukemisen erot eri käyttöliittymissä	36
	Radikaali(mpi) yleisökäänne	39
4	Tutkimusasetelma	42
	Kaksi lehteä, kaksi kaupunkia, kaksi maakuntaa	42
	Tutkimusjoukon rekrytointi	48
	Haastattelujen toteutus	50
	Obsläs-menetelmän soveltaminen	51
	Analyysin toteutus	57
5	Mediankäytön historia ja nykyisyys	60
	Lapsuuden kokemukset uutisten lukemisesta	60
	Lukijasuhteesta tilaajasuhteeseen	65
	Eläkkeellä on medialle aikaa	68
	Teknologian vaikutus lukemiseen	70
	Median rinnakkaiskäyttö	73

6	Lukeminen sanomalehden arkkitehtuureissa	78
	Lehden arkkitehtuuri	78
	Sanomalehti esineenä ja tekstinä	80
	Pääsy sanomalehteen	84
	Sanomalehden tuntuma	96
	Sanomalehden käyttötilanne	107
	Sanomalehden käyttötapa	112
	Lukemisen valinta	117
	Juttujen tulkinta	131
7	Maakuntalehtisuhteen tulevaisuus	141
	Yltäkylläisyyden aika	141
	Alueellisen identiteetin rakentaja	143
	Ontologista turvallisuutta hakemassa	150
	Monimielinen verkkoympäristö	153
	Lukija ei ole kuningas	160
	Paperilehden pullonkaulat	163
	Alusta vai sisältö ratkaisee?	167
8	Lopuksi: Painettua vai digitaalista?	170
	Yhteenvedoa tutkimuksen annista	170
	Törmäävät tulkinnat	172
	Tuntematon lukija	176
	Sitoutumisen erilaiset logiikat	179
	Median hyvinvointivaltio	182
	Viestintäpolitiikan keinot	189
	Mainettaan parempi lehdistön keskittyminen	195
	Kirjallisuus	198
	Haastattelut	219
	Kirjoittajat	220

1

Johdanto

Mä lehden luin.

Taivas sortui, laiva kaatui

Juna suistui, parhain uutispäivä aikoihin.

Uutispäivä on, aivan ehdoton.

Uutispäivä on, aivan ehdoton.

Four Cats: *Suurten uutisten päivä*. 1965.
(suomenkieliset sanat Juha Vainio)

Suomalaisen folk-yhtyeen, Four Catsin, lähes 60 vuotta sitten levyttämä *Suurten uutisten päivä* kiteyttää edelleen olennaisia asioita ihmisten suhteesta uutisiin ja sanomalehteen. Laulussa kertoja sanoo lukeneensa juuri lehden ja luettelee tämän jälkeen kuulijoille lehdestä havaitsemiaan uutisaiheita, jotka ovat läpeensä negatiivisia: laivan kaatumisen ja junan suistumisen lisäksi kertojan juuri lukemat uutiset käsittelivät sotaa, nälkää, työttömyyttä, valtion-talouden alijäämää sekä verojen nousua ja palkkojen laskua. Valitettavasti nämä kaikki aiheet ovat nyt aivan yhtä ajankohtaisia kuin 1960-luvulla, mikä kertoo jotain olennaista paitsi maailmasta, jossa elämme myös siitä raportoi-vasta uutisjournalismista.

Suurten uutisten päivä on protestilaulu. Se sisältää aimo annoksen 1960-luvun henkeen sopinutta yhteiskuntakritiikkiä, jonka mukaan ongelmien taustalla näytti vaikuttaneen tieteen ja politiikan vaalima vääristynyt ajatus ”kehityksestä”, johon kertoja ei itse usko. Tämän kirjan kannalta lau-

lun kiinnostavin kohta liittyy kertojan toteamukseen siitä, että uutispäivä on ehdoton. Sitä voi tulkita ainakin kahdella tapaa. Yhtäältä sen voi nähdä uutisvälitykseen kohdistuvana kritiikkinä, jonka mukaan mediatatolot saavat tulonsa huonoista uutisista, eivätkä uutiskriteerejään noudattavat toimittajat osaa – tai halua – nähdä muunlaisia tapahtumia uutisarvoisina. Toisaalta uutispäivän ehdottomuus saattaa tarkoittaa sitä, että uutisten seuraaminen on laulun kertojalle välttämätön asia. Sisältävätpä lehdet millaisia uutisia tahansa, hyviä tai huonoja, ne on silti luettava päivästä toiseen.

Pelkkä sisäänrakennettu velvollisuuden tunne tai edes opittu rutiini tuskin riittävät yksin syyksi sanomalehtien seuraamiseen. Oletettavasti ihmiset kokevat lehden lukemisen jollain tavalla palkitsevaksi: sen äärellä viihdyttään, koetaan mielihyvää, kartutetaan yleistietoa ja valmentaudutaan keskusteluihin maailman menosta perheen, ystävien tai työkavereiden kanssa.

Kysymys siitä, mitä sanomalehti merkitsee suomalaisille lukijoille 2020-luvulla, kiinnostaa tällä hetkellä monia tahoja: mediatatoloja, toimittajia, viestintäteknologian kehittäjiä, mainostajia, poliitikkoja, tutkijoita ja tietenkin myös lehden lukijoita itseään. Kiinnostuksen virikkeenä on ennen muuta huoli sanomalehden aseman muutoksista ja sen tulevaisuudesta. Tässä kirjassa asiaa tarkastellaan empiirisen yleisötutkimuksen ja journalismin tutkimuksen suunnasta. Näkökulma ei tunnu äkkipäätä kovin erikoiselta, koska mediassa yleisöstä puhutaan toistuvasti asiakkaana tai jopa kuninkaan. Sanomalehden tulevaisuudesta keskusteltaessa yleisö on silti harvoin itse äänessä. Yleisöstä puhutaan yleensä lukijoiden päiden yläpuolella. Lukemisen tapojen ja yleisön niille antamien merkitysten sijasta asiaa tarkastellaan vahvasti mediatatouden ja teknologian näkökulmista.

Vaikka kysymys sanomalehden tulevaisuudesta on vakava eikä sen ratkaisemiseksi tunnu olevan aikaa tuhlattavaksi, aiheen taustoittaminen edellyttää sekä ajallista että maantieteellistä suhteuttamista. Suomi tunnetaan maailmalla edelleen yhtenä sananvapauden mallimaista ja suomalaiset sanomalehteä lukevana kansana. Muihin maihin suhteutettuna Suomen maine lehdistövapauden suhteen on ollut ansaittu, eikä maan putoamista kansainvälisessä vertailuissa ykkös- ja kakkospaikoilta viidenneksi (Reporters without Borders 2022) ole ainakaan tässä vaiheessa vielä syytä dramatisoida. Sen sijaan ajatus

siitä, että Suomessa ”kaikki” lukisivat sanomalehteä ei vaikuta monien ajan-kohtaisten tunnuslukujen perusteella täysin uskottavalta.

Muutoksen merkit ovat vahvistuneet erityisesti viimeisen parin vuosikymmenen aikana. Vielä viime vuosisadan loppuvuosiin saakka vähintään yksi sanomalehti kannettiin käytännöllisesti katsoen jokaisen kodin postilaatikkoon tai -luukkuun. Neljä vuosikymmentä sitten jokaisella markkinointialueensa ykköslehdellä oli ilmestymispaikkakunnallaan yli 90 prosentin peitto (Tommila ja Salokangas 1998, 256). Lehdistön huippuvuodet osuivat 1990-luvun alkuun, jolloin Suomessa ilmestyi noin 270 sanomalehteä ja niiden yhteenlaskettu levikki oli yli 4,1 miljoonaa kappaletta (Grönlund 2014, 36). Peräti kahdeksan kymmenestä luki säännöllisesti vähintään kahta sanomalehteä (Sauri 2005, 41).

1990-luvun laman ja sitä seuranneen viestinnän digitalisoitumisen myötä sanomalehden ja muiden perinteisten joukkoviestimien asema mediakukkulan kuninkaina on järkkynyt tai joidenkin mielestä haihtunut jo kokonaan. YouTuben ja Facebookin kaltaiset sosiaalisen median yhteisöpalvelut ovat ratkaisevasti muokanneet mediamaastoa rakentaen verkkoon uusia reittejä ja taukopaikkoja. Eniten median käyttötapojen mullistusta edesauttanut yksittäinen tekninen laite on ollut älypuhelin, joka toi 2010-luvun kuluessa internetin ja kaikki sen tarjoamat sisällöt jokaiseen taskuun.

Sanomalehtitalot kaikkialla maailmassa puhuvat ”digisiirtymän” puolesta, millä ne tavoittelevat sopeutumista digitalisoituvaan mediaympäristöön ja yleisön muuttuviin tottumuksiin. Painetun sanomalehden levikit ovatkin laskeneet dramaattisesti useimmissa maissa, mutta vaikka digitaalisen lehden lukijamäärät kasvavat, siitä saatavat tuotot eivät ole kattaneet paperilehden menetyksiä (Henriksson 2021). Digisiirtymä on edennyt toivottua hitaammin jopa kaikkein kehittyneimmillä sanomalehtimarkkinoilla, kuten Yhdysvalloissa ja Britanniassa (Chyi ja Tenenboim 2017; Fletcher ja Nielsen 2017). Kuvaavaa on, että useimmissa maissa vain muutama prosentti yleisöstä edelleenkään maksaa verkosta lukemistaan uutisista. Euroopan maista eniten maksajia löytyy Norjasta (41 %), Ruotsista (33 %) ja Suomesta (19 %). (Chyi ja Ng 2020; Reunanen 2022a, 80.)

Mielikuvaa sanomalehden merkityksen laskusta ovat luoneet myös medialatit itse. Samalla kun ne ovat siirtäneet yhä enemmän resurssejaan di-

gitaalisille alustoille, sanalla ”sanomalehti” on alettu tarkoittaa vain painettua lehteä. Vaikka paperista sanomalehteä uudistetaan yhä säännöllisesti, se mielletään journalistisena esineenä pölyttyneeksi eikä se herätä toimitusten kehittämistyössä samanlaista mielenkiintoa kuin aiemmin.

Samat pölyttyneisyyttä alleviivaavat mielikuvat liitetään yleensä mediatalojen ”asiakkaisiin”, eli lukijoihin. Painetun sanomalehtien lukijat kuvitellaan usein ikääntyneiksi, kaupunkien ulkopuolella asuviksi ja usein vähemmän koulutetuiksi kuin digitaalisten uutisten seuraajat. Kaukana ei ole ajatus siitäkään, että paperilehden lukijoita pidettäisiin yleisemminkin muutosvastarintaisina ja konservatiivisina. Mediatalojen tai journalismin tulevaisuuden pohdintaan nämä mielikuvat tarjoavat yksinkertaisen päätelmän: media-alan ammattilaisille painettu sanomalehti ja sen lukijat edustavat menneisyyttä, digitaaliset alustat ja niiden käyttäjät tulevaisuutta.

Hiukan samanlainen johtopäätös on tehty myös 2000-luvun mittaan harjoitetussa lukemisen tutkimuksessa, vaikka siihen on päädytty varsin erilaista reittiä. Siinä digitaalisen teknologian kehitykseen on suhtauduttu optimistisesti, koska se mahdollistaa koko lukemisen käsitteen laajentamisen. Siinä missä lukeminen käsitettiin perinteisen kirjan, painetun sanomalehden ja television valtakaudella yksilön kognitiiviseksi kyvyksi ymmärtää yleensä aakkosellista tekstiä, digitaalisessa ympäristössä se mielletään sosiokulttuuriseksi taidoksi: sosiaaliseksi toiminnaksi, vuorovaikutukseksi ja osallistumiseksi (Herkman ja Vainikka 2012, 29–30). Osa lukemisen tutkijoista on kiinnittänyt huomiota siihen, että ero lukemisen sekä esitysten ja tekstien tuottamisen välillä on hyvällä tavalla hämärtänyt. Digitaalisten laitteiden avulla lukijoille avautuu kokonaan uusia maailmoja, joiden tekemiseen he voivat itse osallistua (Luukka ym. 2008, 19–20).

Lukemisen tutkimuksessa on korostunut ajatus perinteisten ja arkijärkisten lukemisen normatiivisten hierarkioiden purkamisesta. Kaikki lukeminen on haluttu nähdä tavalla tai toisella hyödyllisenä, eikä lukemisen alustoja ole haluttu asettaa paremmuusjärjestykseen. Tämän ajattelutavan mukaan painetun sanomalehden tai kirjan lukeminen on edelleen arvokasta, mutta niin on myös sosiaalisen median keskustelujen seuraaminen tai tietokonepeleihin syventyminen.

Kymmenen vuoden takaisessa lukemisen tutkimuksessa erotettiin neljä lukemisen kulttuuria: kehittynyt, rajoittunut, nouseva ja potentiaalinen lukemisen kulttuuri. Tässä jaottelussa Suomi sijoittui kehittyneiden kulttuurien joukkoon, mitä todistivat sekä lukemisen tavan laajuus väestön keskuudessa että lukemisen laadusta tehdyt mittaukset. (Herkman ja Vainikka 2012, 31.) Vaikka näissä tutkimuksissa havaittiin merkkejä sekä lukemisen määrän että laadun laskemisesta, lukemisen tutkijoiden kuva tulevaisuudesta on ollut voittopuolisesti positiivinen. Vaikka sanomalehtien digisiirtymä on edennyt hitaasti, tutkijat ovat huomauttaneet, että lukemisen tapa ei sinänsä ole kuolemassa. Näkökulmasta riippuen tutkijat ovat olleet siis sitä mieltä, että joko mediataloilla ei ole mitään hätää tai että sosiokulttuurisen lukemisen jatkumisen laajassa kuvassa lehtitalojen tulevaisuudella ei ole niin suurta väliä (emt., 143–146).

Lehtitaloissa ja toimituksissa lukemistutkimuksen tulokset saattavat tuottaa lievää tyytyväisyyttä siitä, että median merkitys tunnustetaan yleisesti ja siihen ladatut odotukset näyttävät tulevaisuudessa vain kasvavan. Muu osa lukemistutkimukseen sisältyneestä teknologiaoptimismista ei välttämättä media-alaa vakuuta tai sen ei katsota ulottuvan sanomalehtiin ja journalismiin. Suurin erottava tekijä lukemistutkimuksen ja mediatalojen välillä liittyy niiden käsitykseen lukemisesta. Tutkijoille lukeminen sekä yksilöllisestä että kulttuurisesta näkökulmasta on itseisarvo. Tuottajapuolella lukeminen kiinnostaa yleensä vain siihen rajaan saakka, sinetöitykö lukijasuhde tilaa-
jasuhteeksi vai ei.

Lehden kolme olomuotoa

Tämän kirjan tarkoituksena on laventaa näkökulmaa mediatalojen taloudellisesta realismista ja tarkastella sanomalehteä lukijoiden päiden tasolla. Rajoitumme tutkiskelemaan nimenomaan sanomalehden lukemista ja uutisten seuraamista. Vaikka lehden lukeminen on monille ihmisille arkinen ja tuttu asia, se on toimintana monimutkainen tapahtuma. Lehden lukemisen analysoimisessa on otettava huomioon, millaisiin käyttötilanteisiin ja elämänvaiheisiin uutisten seuraaminen kulloinkin liittyy (Peters ja Schröder 2018).

Lukemisessa ei ole kyse vain lukijan ja lehden sisällön kohtaamisesta vaan laajemmin siitä, millä tavoin lukevat ihmiset suhtautuvat journalismiin ”to-den diskurssina” (Manninen 2019, 29–30) sekä miten sen tuottamat ainekset kulkevat mukana ajankohtaisten aiheiden pohdintoissa ja arkisissa keskusteluissa muiden ihmisten kanssa (Heikkilä ym. 2012; Swart, Peters ja Broersma 2018). Tästä näkökulmasta sanomalehden merkitys on huomattavan suuri ja ulottuu sen yli, kun lehti on kärrätty paperinkeräykseen tai pyöräytetty tuoreen kalan kääreeksi.

Kun analysoimme sanomalehden lukemista, perspektiivimme on siten laajempi kuin mediatalojen taloudellisissa laskelmissa, mutta samalla myös kapeampi kuin edellä kuvatussa lukemistutkimuksessa. Tätä kirjaa tehdessämme meitä on kiinnostanut erityisesti se, miten lukijat suhtautuvat sanomalehden erilaisiin julkaisumuotoihin – tai kuten nykyisessä mediaympäristössä usein sanotaan, päätelaitteisiin tai alustoihin lehteä lukiessaan. Toisin kuin usein arkipuheessa, meille sanomalehti ei tarkoita vain sen paperille painettua olomuotoa. Kun puhumme tässä tutkimuksessa sanomalehden lukemisesta, tarkoitamme sillä sen kolmen erilaisen julkaisumuodon – *paperilehden*, *näköislehden* ja *verkkolehden* – lukemista. Miten, missä, milloin ja miksi lukijat niitä lukevat? Onko erilaisilla julkaisumuodoilla heille erityinen merkitys? Onko yksi käyttöliittymä korvattavissa toisella?

Painetulla sanomalehdellä tarkoitamme perinteistä lehden julkaisumuotoa, jonka synonyyminä käytämme kirjassa myös sanaa ”paperilehti”. Digitaalinen näköislehti julkaistaan verkossa ja sitä luetaan digitaalisilla päätelaitteilla, kuten tietokoneella, tabletilla tai älypuhelimella. Näköislehti muistuttaa ulkoasultaan paperilehteä, mutta se ei välttämättä ole täysin identtinen sen kanssa vaan voi sisältää esimerkiksi lisäsivuja. Erotuksena näköislehdestä verkkolehdellä tarkoitamme sanomalehden verkkouutisten julkaisualustoja, eli lehden mobiilisovellusta ja verkkosivustoa. Verkkolehti koostuu etusivusta ja osastoista, joissa verkkouutiset on listattu jatkuvasti päivittyväksi online-uutisvirraksi.

Näiden kolmen julkaisumuodon lisäksi sanomalehtien sisältöä voi lukea myös RSS-syötteinä ja uutiskirjeinä. Nämä usein personoidut jakelutavat ovat etenkin maakuntalehtien tapauksessa vielä jokseenkin marginaalisia, emmekä käsittele niitä tässä kirjassa. Sanomalehtien sisältöjä jaetaan ahkerasti

myös linkkeinä sosiaalisen median kautta. Käsitlemme tätä lukutapaa osana verkkolehden lukemista.

Lehden lukemisen tarkasteleminen toimintana ja lukijoiden lukemisen tapoja koskevien kokemusten kuunteleminen liittyvät laadullisen yleisötutkimuksen perinteeseen. Siinä empiirisen tarkastelun kohteeksi valittu lukijajoukko on varsin suppea eikä tilastollisesti edustava, joten sen pohjalta ei suoraan saavuteta kokonaiskuvaa kaikista suomalaisista lukijoista. Äänen antaminen lukijoille mahdollistaa edustavuuden tarkastelun sijasta, että yleisötutkimuksella päästään lähelle sitä, mitä lukeminen ja sen kohteena oleva sanomalehti tai uutisjournalismi ihmisille merkitsevät. Merkityksiin ei ole helppoa päästä suoraan käsiksi, sillä laadullisen tutkimuksen empiirinen aineisto koostuu ihmisten arkisesta puheesta, jossa havainnot voivat vaikuttaa monilta osin ennalta arvattavilta.

Tästä huolimatta tutkimuksen kohdistaminen siihen, mitä lukemisessa tapahtuu, miten ihmiset sitä kuvaavat ja miten sanomalehden olomuodon aistimelliset ja aineelliset erityispiirteet – kahiseva paperinen lehti, ruudulle ilmestynvä näköiskuva painetusta sanomalehdestä tai puhelimella vieritettävä verkkolehti – lukijoille näyttäytyvät, tuotti meille tutkijoina myös yllätyksiä. Haastatteluaineistoa analysoitaessa arkiselta tuntuvasta lukemisen prosessista löytyi miltei rajattomasti erilaisia vaiheita ja siirtymiä, joita oli toistuvasti verrattava toisiinsa. Juuri tässä suhteessa menetelmämme poikkeaa journalismissa viime vuosina vahvan jalansijan saaneista data-analyyseistä, joissa yleisön mieltymyksistä ja tarpeista tehdään hyvinkin suoraviivaisia yleistyksiä antamatta tarkastelun kohteille lainkaan suunvuoroa.

Yleisöanalytiikka tarjoaa mediataloille ja toimituksille kosolti virikkeitä ja ajatuksia sanomalehden tulevaisuuden haasteiden ratkaisemiseksi, mutta yleisön äänen sivuuttaminen voi johtaa myös strategisiin virheisiin. Tämän kirjan tavoitteena ei ole kertoa, millaiset ratkaisut olisivat oikeita, vaan pikemminkin luoda ymmärrystä siitä, mitä lukijat mahdollisesti ajattelevat sanomalehden ja journalismin muutoksesta ja millä ehdoilla mediatalojen tulevaisuuden liikkeet olisivat lukijoiden näkökulmasta hyväksyttäviä ja oikeutettuja. Tässä tehtävässä tarkoituksenamme ei ole siis vastustaa journalismin digitalisoitumista tai sen uudistumista ylipäätään vaan laajentaa yleisötutkimuksen avulla ajatustamme sanomalehdestä ja sen tehtävistä.

Kriittisestä pohjavireestä huolimatta tätä kirjaa voi lukea sanomalehteä puolustavana puheenvuorona. Emme sitoudu sen esittämisessä mihinkään tiettyyn sanomalehden julkaisutapaan, kuten vaikkapa paperille painettuun lehteen. Sen sijaan ajattemme, että myös digitaalisilla alustoilla julkaistavia journalistisia tuotteita, kuten digitaalista näköislehteä tai verkkolehteä, voi edelleen nimittää sanomalehdiksi, koska niitä käytetään yleisesti ottaen samalla tavoin kuin sanomalehteä on aiemminkin käytetty. Tämä ajatus ei ole ristiriidassa sen kanssa, että sanomalehtiä jaetaan eri muodoissa, ja että ne sisältävät muitakin esitysmuotoja kuin tekstiä, valokuvia ja uutisgrafiikkaa. Vaikka digitaalinen alusta saattaa muuttaa lukemisen tapaa, itse uutisten lukemisen sosiokulttuurinen käytäntö säilyy pääpiirteissään samana alustasta riippumatta, sillä paperisen lehden traditio ohjanee vielä pitkään myös digitaalisen lehden lukemista.

Sanomalehdestä puhuminen on tässä teoksessa luontevaa myös siksi, että empiirisen tutkimuksemme kohteena ovat Hämeen Sanomien ja Karjalaisen lukijoita. Lehtiä julkaisevat mediatilat tunnetaan sanomalehdistään ja keskittyvät edelleen nimenomaan sanomalehden julkaisemiseen. Vaikka niiden tuotevalikoima on joiltakin osin laajentunut, sekä mediasisältöjen tekijät että niiden käyttäjät ajattelevat Karjalaista ja Hämeen Sanomia julkaisualustasta riippumatta ennen muuta sanomalehtinä.

Molemmat kohteena olevat lehdet tunnetaan myös maakuntalehtinä, mikä tarkoittaa, että ne leviävät ilmestymiskaupunkinsa lisäksi laajasti ympäröivässä maakunnassa ja sisältävät paitsi paikallisia ja alueellisia myös kotimaan ja kansainvälisiä uutisia. Sanomalehdistöä on usein kuvattu kenttänä, jossa valtakunnalliset lehdet sijoittuvat ulkokehälle, kun taas maakuntalehdet yhdessä niiden pienempien aluelehtien kanssa muodostavat keskikerrostuman sekä paikallislehdet sisimmän kerrostuman (Hellman 2022a, 8–10). Eri kehillä toimivat lehdet kohdentavat sisältönsä eri tavoin, minkä vuoksi niillä on myös lukijoille erilainen merkitys.

Koska yleisö näyttää seuraavan valtakunnallista, alueellista ja paikallista mediaa rinnakkain ja toisiaan täydentäen, huomion kohdistaminen vain maakuntalehden lukemiseen saattaa rajata havaintojemme yleistettävyyttä. Vaikka ne kuvaavat ensisijaisesti lukijoiden suhdetta maakuntalehteen, ne kertovat jotain myös lehtien lukemisesta yleisemmin.

Puhumme kirjassa paljon uutisten lukemisesta, mutta emme tarkoita sillä yksinomaan uutisen lajityyppiin kuuluvia juttuja vaan viittaamme sillä laajemmin ajankohtaisjournalismiin. Ajankohtaisjournalismi on enenevästi laajentunut perinteisestä neutraalista ja ”objektiivisesta” uutisraportoinnista tarinankerrontaan, jossa hyödynnetään ihmisläheisen featuren ”subjektiivisiä” keinoja ja jossa myös tulkitsevat analyysit ja mielipiteelliset kolumnit tai kommentit sulautuvat osaksi uutiskerrontaa (Kunelius ja Väliverronen 2012; Reunanen ja Koljonen 2014, 15–33). Tämä näkökulma vastaa suurelta osin myös lukijoiden kokemusta, koska nämä viittaavat uutisten lukemisella usein sanomalehden lukemiseen kokonaisuutena. He eivät tee selkeää eroa eri juttutyyppejen välille, vaikka erottavatkin pääkirjoitukset eli lehden viralliset kannanotot sekä lukijakirjeiden kaltaisen mielipideaineiston varsinaisesta uutistarjonnasta poikkeavaksi lehden osaksi.

Kirjan juoni ja rakenne

Esitämme kirjassa joukon väitteitä sanomalehdestä ja sen lukemisesta. Pyrimme matkan varrella perustelemaan väitteemme empiirisesti ja suhteuttamaan niitä journalismin tutkimuksessa käytyyn keskusteluun. Seuraavassa keskeiset argumenttimme tiivistetysti:

(1) Sanomalehdistön taloudellinen tilanne on nähdäksemme huomattavasti parempi ja sen kulttuurinen merkitys vahvempi kuin mitä monet huolestuneet puheenvuorot ”median murroksesta” ja niitä seuraavista ennusteista sanomalehtien kuolemasta antavat aiheen olettaa. Avaamme mediatalouden kehityskulkua erityisesti lehdistön osalta tarkemmin luvussa 2.

Vaikka talouden tunnuslukujen vertailemiseen ja suhteuttamiseen sisältyy ongelmia, niiden avulla saadaan silti kohtuullisen luotettava kuva mediatalouden trendeistä ja mahdollisista kehityssuunnista. Sen sijaan sanomalehden kulttuurisessa merkityksessä on kyse muustakin kuin rahasta, eikä se ole yhtä helposti mitattavissa. Vaikka tämä havainto tuntuu itsestään selvältä, se tuntuu silti usein unohtuvan, koska mediasta puhuttaessa taloudelliset realiteetit vaikuttavat niin ohittamattomilta. Ajatus talouden ensisijaisuudesta ei

liity vain siihen, että talous on ylipäätään tärkeää. Sen lisäksi tuntuu luontealta ajatella, että media-alalla kulttuurikin on viime kädessä taloutta.

(2) Yleisötutkimuksessa soveltamamme tutkimusstrategia ja sen tulokset haastavat mediataloissa ja niiden toimituksissa hyödynnettyä tietoa yleisöstä ja tuon tiedon pohjalta tehtyjä päätelmiä. Vaikka mediataloissa on viime vuosina kiinnostuttu aidosti yleisöstä ja pyritty mukauttamaan journalismia lukijoiden tarpeisiin, tehdyt päätelmät eivät ole aina olleet kovin onnistuneita. Mitään korvaamatonta vahinkoa eivät mediatalat ole ehkä yleisösuhteelleen aiheuttaneet, mutta kaikki tehdyt ratkaisut eivät anna aihetta turvallisuuden tunteeseen. Yleisesti on tiedossa, että journalismiin kohdistuu nykyään vahvoja epäluuloja (Ojala ja Matikainen 2022; Reunanen 2022b). Vaikka samantapaista epäluottamusta tunnetaan myös muita yhteiskunnan instituutioita kohtaan, tätä epäluuloa ei ole journalismissa syytä ehdoin tahdoin kasvattaa tulkitsemalla yleisöä huolimattomasti tai välinpitämättömästi.

Johdamme toimituslähtöisen yleisökäänteeseen kritiikin perustelut ensisijaisesti yliopistoissa harjoitetun laadullisen yleisötutkimuksen havainnoista. Niiden pohjalta rakentuu ajatus ”radikaalista yleisökäänteestä” (Swart ym. 2022), jossa pidetään hyvänä, että toimitusten on syytä olla kiinnostuneita yleisöstä, mutta jossa suhtaudutaan epäilevästi joihinkin niiden harjoittamiin strategioihin, kuten algoritmipohjaisen yleisöanalytiikan kritiikittömään käyttöön. Avaamme tätä keskustelua tarkemmin luvussa 3.

(3) Vaikka sanomalehden lukeminen on useimmille arkinen rutiini, sitä on mahdollista tarkastella monimutkaisena merkityksen tuottamisen prosessina. Tarkasteltaessa lukemista toimintana siitä on mahdollistaa erottaa nyansseja, joihin paneutuminen voi muokata totuttuja käsityksiä yleisöstä ja journalismista sekä näiden suhteesta. Tarkastelemme tässä kirjassa sanomalehden julkaisualustoja – painettua sanomalehteä, digitaalista näköislehteä ja verkkolehteä – erilaisina arkkitehtuureina, jotka tuottavat erityisiä tapoja lukea sanomalehteä. Luvussa 4 kuvaamme lukemista koskevan yleisötutkimuksemme tutkimusasetelmaa ja avaamme tarkemmin lähestymistapaamme. Lukemisen arkkitehtuureja käsittelevä kirjan empiirinen ydin tuloksineen löytyy luvusta 6.

(4) Sanomalehden lukijat on hankalasti jäsentävä joukko, joka ei järjesty siististi viipaloiduiksi ihmisryhmiksi edes tarkentavien sosiodemografis-

Median digitaalisessa murroksessa sanomalehteä on alettu pitää pölyttyneenä uutisvälineenä. Samat mielikuvat liitetään etenkin painetun sanomalehden lukijoihin. Heidät kuvitellaan usein ikääntyneiksi, kaupunkien ulkopuolella asuviksi ja vähemmän koulutetuiksi kuin digitaalisten uutisten seuraajat.

Tässä kirjassa analysoidaan, kuinka Hämeen Sanomien ja Karjalaisen lukijat käyttävät sanomalehteä sen kolmella eri alustalla: paperilehtenä, digitaalisena näköislehtenä ja verkkolehtenä. Analyysissä paneudutaan erityisesti lukemisen materiaalisuuteen, eli siihen, miltä lukeminen tuntuu ja millaisiin tilanteisiin sanomalehden eri olomuodot ihmisten arjessa kytkeytyvät.

Tutkimuksen tulokset valavat uskoa siihen, että sanomalehtien tulevaisuus on paljon valoisampi kuin vallalla olevat synkät mielikuvat antavat olettaa. Vaikka mediatalot ovat syys-täkin huolissaan levikkien laskusta ja jakelun kallistumisesta, sanomalehden merkitys ihmisten tärkeänä kiinnekohtana paikallisten asioiden ja maailman menon tuntemiselle ei ole vakavasti uhattuna.

Kirjoittajat ovat journalismin tutkijoita Tampereen yliopistossa.