

Millaiset aatteet, arvot ja periaatteet sanomalehtiä ohjaavat?

LUKIJALUPAUS 2004

Karjalainen edistää Pohjois-Karjalan ja koko Itä-Suomen henkistä sekä taloudellista vireyttä. Karjalainen on sisällöltään moniarvoinen, ja mielipidesivut ovat avoimen vuorovaikutteisen keskustelun paikka.

Karjalainen on puoluepoliittisesti sitoutumaton mutta ei puolueeton: Karjalainen on pohjoiskarjalaisten asialla ja elää maakunnan arjessa. Tuemme demokraattista yhteiskuntaa, tasa-arvoa sekä Suomen tasapainoista kehittämistä. Annamme suuren arvon isänmaallisuudelle sekä kansallisille ja karjalaisille perinteille.

Karjalainen luo lukijoilleen ja asiakkailleen menestymisen edellytyksiä. Karjalainen ei ole vain tiedonvälittäjä, vaan tarjoamme myös itse hankkimaamme, uutta ja luotettavaa tietoa. Uskomme sanan ja inhimillisen uteliaisuuden myönteiseen voimaan.

Vuonna 2004 kiinnitämme erityisesti huomiota pohjoiskarjalaisten työnsaantimahdollisuuksiin, aluepolitiikkaan, EU- ja kunnallisvaaleihin sekä turvallisuuspoliittiseen keskusteluun.

Karjalainen, maan kolmanneksi vanhin sanomalehti, juhlii vuoden kuluessa koko maakunnassa 130-vuotisuuttaan.

Näin kirjasi joensuulainen Karjalainen niin sanotun lukijalupauksensa vuodenvaihteessa 2004 (Karjalainen 2.1.2004). Kyseessä oli lukijalupauksen kolmas versio. Ensimmäinen julkaistiin vuodenvaihteessa 2002, kun lehden vastaavan päätoimittajan tehtävän otti vastaan filosofian tohtori Pekka Mervola. Lukijalupaus on tuorein esimerkki sanomalehtien linjapapereista, joiden synyhistoriaa ja muutosta käsittelemme lisensiaatintyössäni (Lehto 2003). Seuraavassa puntaroin Karjalaisen uutta ”linjapaperia” tutkimukseni tuottamaa laajempaa taustaa vasten.

Lukijalupauksen edeltäjiä olivat sanomalehdistön historiassa ohjelmat, joita suomalaiset lehdet aina maan ensimmäisestä sanomalehdestä alkaen 1930-luvulle asti julkaisivat vuodenvaihteessa osana tilausilmoitusta. Ohjelmasta kävi ilmi, mitä asioita sanomalehti alkavana vuotena piti tärkeinä ja käsittelemisen arvoisina, mikä oli lehden kanta ajankohtaisiin asioihin ja 1800-luvun lopulta lähtien avoimesti myös se, mikä oli lehden puoluekanta. Poliittisen lehdistöjärjestelmän oloissa lukijat valitsivat sanomalehtensäkin pitkälti oman puoluekantansa perusteella. Lehdet tavoittelivat ensi sijassa samanmielisiä, joten puoluesuunta oli edullista kertoa avoimesti. Kun sanomalehdistö alkoi henkisesti irtaantua puolueista 1930-luvulta lähtien, puolueohjelmiin liimautunut ohjelmaperinne unohtui. Tosin lehtien pääkirjoituksissa on vielä nykyäänkin usein juuri vuodenvaihteessa tapana sivuta lehden omia asioita.

1970-luvulla ohjelmat palasivat sanomalehtiin uudessa kuosissa. Tuolloin työehtosopimusneuvottelujen vakiintumisen vaikutuksesta lehtien päätoimittajat kustantajien edusmiehinä alkoivat laatia erityisiä ”linjapapereita”, joita ei kuitenkaan ollut suunnattu ensi sijassa lukijoille vaan toimittajille. Linjapaperit kirjattiin alan työehtosopimukseen. Sen mukaan ”toimituksellisen henkilökunnan tulee noudattaa kustantajan määrittelemää lehden linjaa, jonka on oltava riittävän selvästi, kirjallisesti määritelty”. Linjamomentti oli vastapaino sille, että toimittajia ei samaisen pykälän ensimmäisen momentin mukaan saanut velvoittaa ”kirjoittamaan vastoin vakaumustaan”. Linjapaperien laatimisen laittoi alulle vuosikymmenen alussa vellonut keskustelu ja valtataistelu toimittajien, päätoimittajien ja lehtien julkaisijoiden välillä. Keskustelu koski toimitusdemokratiaa.

Uusien linjapapereiden ydintä oli lehden poliittinen linja. Sanomalehti Karjalaisessa linjan kirjasi 1970-luvun alkupuolella muistiin konttoripäällikkö Erkki Silvonen ja luonnosta kommentoi päätoimittaja Seppo Vento. Karjalaisen linjassa todettiin suoraviivaisesti muun muassa, että lehti oli ”Kansallisen Kokoomuksen äänenkannattaja”. Päätoimittaja Vennon toivomuksesta luonnosta tarkennettiin sivulauseella, jossa todettiin, että lehti ”toimii puolueasioihin kantaa ottaessaan itsenäisesti ja maltillisesti”. Karjalaisen arvopohjasta kerrottiin vielä muun muassa, että lehti ”antaa suuren arvon isänmaallisuudelle, maanpuolustukselle sekä kansallisille ja karjalaisen heimon perinteille”.

Vuonna 1994 Karjalaisen julistauduttua puoluepoliittisesti sitoutumattomaksi linjapaperia muutettiin vain aivan välttämättömiltä osin: päätoimittaja Pekka Sitari ruksasi yli toimituksen ilmoitustaululla roikkuneesta linjapaperista kappaleen, jossa todettiin kokoomuksen äänenkannattajuus. Muutoin linja pidettiin paperilla entisellään.

Miten Karjalaisen vuoden 2002 lukijalupaus suhteutuu 1970-luvun linjaan? Miksi lukijalupaus suunnattiin vanhan ohjelmaperinteen tapaan lukijoille eikä vain omille toimittajille? Onko linja periaatetasolla muuttunut? Miten ylipäänsä sanomalehtien linjapaperit ovat muuttuneet 1970-luvun jälkeen?

Lukijalupauksen kytkeytyminen vanhaan ohjelmaperinteeseen viittaa siihen, että linjapaperin rooli on muuttunut. 1970-luvulla linjapaperi oli kuin päätoimittajan paimenkirje toimittajille siitä, mitä asioita lehdessä sopi ajaa ja mitä ei, kun taas lukijalupaus iskosti lukijoihin – ja samalla omiin toimittajiin – viestin siitä, mihin sanomalehdessä uskotaan, mitä lehti instituutiona tavoittelee ja miten lehden toimittajat toimittavat. Linjapaperin roolin muutos kertoo Karjalaisen avautumisesta: pelisäännöt tehdään aikaisempaa avoimemmin selväksi kaikille sidosryhmille. Avautumisen voi puolestaan ajatella johtuvan sanomalehtijärjestelmän muutoksesta. Siihen palaan vielä artikkelin lopussa.

Kuten useimpien sanomalehtien 1990-luvulla ja tämän vuosituhannen alussa laatimat linjapaperit, myös Karjalaisen lukijalupaus ammentaa itseensä 1970-luvun perinteestä. Jatkumoa edustaa lukijalupauksen kohta, jossa todetaan lehden antavan suuren arvon isänmaallisuudelle sekä kansallisille ja karjalaisille perinteille. Nämä voi nähdä myös kokoomuksen perinteisiksi arvoiksi, karjalaisuus tosin sopeutettuna Karjalaisen oman maakunnan isänmaallisuudeksi. Sen sijaan lukijalupauksessa ei enää mainita erikseen maanpuolustusta, joka oli mukana 1970-luvun linjapaperissa. Lukijalupauksessa esiintyy uuden päätoimittajan iskusanana ”tasa-arvo”. Sitä ei vanhasta linjasta löydy. Se ei olekaan kokoomuksen perinteistä avainsanastoa.

Ajatuksellisesti samaa ”aatetta” Karjalaisen lukijalupauksessa ja vanhassa linjapaperissa edusti myös oman alueen edun puolustaminen. Vanhassa linjassa sanottiin, että lehti pyrkii ”kaikien käytettävissä olevin keinoin edesauttamaan Itä-Suomen talousalueen vahvistumista sekä sen piirissä tapahtuvaa niin aineellista kuin henkistäkin kehitystä”. Mervolan vuoden 2004 lukijalupauksen mukaan ”Karjalainen edistää Pohjois-Karjalan ja koko Itä-Suomen henkistä sekä taloudellista vireyttä”. Vielä erikseen todetaan, kuin asian vahvistukseksi, että Karjalainen on ”pohjoiskarjalaisten asialla ja elää maakunnan arjessa” ja että lehti tukee Suomen ”tasapainoista kehittämistä”. Oman alueen korostaminen ja sen ”kehityksen edistäminen” vakiintuivat termeinä viime vuosikymmenellä kaikkien maakunnissa ilmestyvien seitsenpäiväisten sanomalehtien linjapapereihin, sikäli kun niitä uudistettiin. Kokoomuksen äänenkannattajat eivät vielä 1970-luvulla korostaneet omaa levikkialuettaan niin

voimakkaasti, vaan ”maakunnallisuus” näkyi enemmän keskustalaistaustaisissa sanomalehdissä. Linjapaperit todistavat, että Suomessa seitsenpäiväinen sanomalehdistö on voimakkaasti sitoutunutta levikkialueeseensa, mikä onkin hyvin ymmärrettävää ja jopa itsestäänselvyys: useimpien lehtien levikistä omaan maakuntaan menee reippaasti yli 90 prosenttia.

Lukijalupauksesta, kuten muidenkin lehtien linjapapereista, voi tulkita kyseisen lehden – tai linjapaperin laatineen päätoimittajan – käsitystä sanomalehden tehtävistä. Perinteiseksi, normatiiviseksi tehtäväksi ”yleisen edun” näkökulmasta (Heinonen 1995) on nähty tiedon tarjoaminen lukijoiden oman päätöksenteon pohjaksi, mielipidefoorumina toimiminen, muiden yhteiskunnallisten vallankäyttäjien valvonta (sanomalehti ”neljäntenä valtiomahtina”), yhteiskunnallisten kysymysten kommentointi, viihdyttäminen sekä lukijoiden ja ilmoittajien kohtauttaminen (ks. esim. Nordenstreng 1995).

Perinteisistä sanomalehden tehtävistä Karjalaisen lukijalupauksessa tähdennetään lehden roolia mielipiteiden foorumina: ”Mielipidesivut ovat avoimen vuorovaikutteisen keskustelun paikka”. Tiedon tarjoaminen lukijoiden oman kannanmuodostuksen pohjaksi on saanut Karjalaisessa modernimman ilmaisan: lehti haluaa tarjota ”lukijoilleen” ja ”asiakkailleen” eli ilmoittajille, ”menestymisen” edellytyksiä. Tieto itsessään ei enää riitä, vaan sen pitää purra käytännössä – 1990-luvun nousuvuosina vakiintunein sanoin tiedon pitää auttaa ”menestymään”.

Itsestäänselvä mutta mielenkiintoinen korostus niin Karjalaisen kuin useiden muiden suomalaisten seitsenpäiväisten sanomalehtien linjapapereissa on se, että ne kuin yhdestä suusta vakuuttavat tukevansa ”demokratiaa” tai ”demokraattista yhteiskuntaa”. Lehdet liputtavat näin noudattavansa yhteisiä pelisääntöjä. Kiinnostava jatkokysymys kuuluu, mitä asioita lehdet eivät katso kuuluviksi tämän demokratian-leiman alle? Ilta-Sanomien päätoimittajan postilta keväällä 2003 eläkkeelle jäänyt Vesa-Pekka Koljonen mainitsi lähtöhaastattelussaan, että lehden tulee vastustaa sellaisia laittomuuksia kuin ylimitoitettu eläinsuojelu, joka käyttää ”väkivaltaisia, jopa fasismia lähellä olevia keinoja” (Ilta-Sanomat 30.4.2003). Demokratian voimakas korostus lehtien linjapapereissa saattaa liittyä koko linjapaperi-instituution historiaan. Kun linjapaperit tulivat sanomalehtiin 1970-luvulla, moni lehti antoi tukensa ”valitsevalle yhteiskuntajärjestykselle”. Ilmaisussa maistui vuosikymmenen ilmapiiiri, johon kuului porvarillisissa piireissä vallinnut epäily niin sanottujen taistolaisten vallankumoushaaveista. Lehdet eivät sallineet palstoillaan ”vallitsevan yhteiskuntajärjestyksen vastaista kirjoittelua”, kuten asian ilmaisi sitoutumaton Turun Sanomat. Karjalaisen lukijalupauksesta voi vielä ajatella, että

Pohjois-Karjalan sijainti Venäjän rajalla on vaikuttanut demokratian korostamiseen. 1970-luvulla moni sanomalehti ilmoitti tukensa eri tavoin ja painotuksin myös Suomen (viralliselle) ulkopoliitikalle, ”oikeudenmukaiselle ja rauhaa edistävälle ulkopoliitikalla”, kuten asian puki sanoiksi Savonlinnan Itä-Savo 1980-luvun toimituspoliittisessa linjassaan. Suomalaiset sanomalehdet eivät tunnu amerikkalaisten lehtien tapaan nähneen tehtävänsä niinkään muiden valtainstituutioiden valvojaksi kuin suomalaisen yhteiskunnan yhdeksi tukipilariksi. Ero on kiinnostava ja paljastanee jotain tunnusmerkillistä suomalaista konsensusyhteiskunnasta.

Kun Karjalaisen lukijalupausta lukee tarkasti, löytää siitä tehtävän, jonka ei normatiivisissa lehdistäteorioissa useinkaan ole katsottu kuuluvan sanomalehdelle: Karjalainen haluaa itsekin käyttää valtaa. Näin voi tulkita jo edellä kuvatun kohdan, jossa todetaan, että ”Karjalainen on puoluepoliittisesti sitoutumaton mutta ei puolueeton: Karjalainen on pohjoiskarjalaisten asialla”. Lehti ei siis vain tarjoa tietoa, kommentoi ja viihdytä vaan se suorastaan ajaa tärkeiksi pitämiään asioita. Karjalaisen tapaan tämän kokevat omaksi missiokseen useimmat maakuntalehdet. Tällaisesta tehtäväkuvasta nousee muutamia kysymyksiä. Kuka päättää, mikä on maakunnalle hyväksi? Millaisia keinoja sanomalehtiyhtiö käyttää asioita ajaessaan?

Vastaus ensimmäiseen kysymykseen lienee, että sanomalehti itse päättää, mikä omalle alueelle ja sen asukkaille on hyväksi. Kun sanomalehti julistautuu muutoin sitoutumattomaksi, kukaan ulkopuolinen ei varmaankaan voi sanella, mikä esimerkiksi Itä-Suomelle on parhaaksi. Puoluelehtiaikana puolue ja sen mukana puolueen jäsenet, ainakin periaatteessa, saattoi linjata keskeiset teemat ja kannat, mutta nykytilanteessa lehdestä on kasvanut omassa maakunnassaan aikaisempaa mahtavampi vallankäyttäjä, koska mikään ei enää sanele sen ratkaisuja. Lehti itse päättää, miten maakunta makaa, vai päättääkö sittenkään? Lukijalupauksessa ei oteta kantaa siihen, miten oman levikkialueen lukijoiden edun ajamiseen vaikuttaa se, että Karjalainen on yhä syvenevässä yhteistyössä muiden Väli-Suomen sanomalehtien kanssa. Missä esimerkiksi kulkee yhteisen aineiston enimmäisraja?

Keinovalikoima-kysymykseen vastaus lienee, että ensi sijassa lehti käyttää valtaansa kirjoituksillaan. Mutta riittävätkö pääkirjoitukset ja pääkirjoitustoitmittajien kolumnit, joissa kuuluu lehden tahto? Tarkoittaako maakunnan hyvän ajaminen sitä, että lehti valikoit uutispalstojenkin sisältöä sen perusteella, miten hyvin asiat sopivat sen asettamiin tavoitteisiin? Ristiriitaisia tilanteita on helppo keksiä. Jos vaikkapa Pohjois-Karjalaan valittaisiin maakuntajohtajaa, käyttäisikö Karjalainen valtaansa ja edistäisi koko voimallaan omaa ehdo-

kastaan? Vai toimittaisiinko uutispalstoilla perinteisin kriteerein, eli kuul-
taisiin jokaista asian osapuolta ja vieläpä tasapuolisesti? Tässä on päätoimitta-
jalla ison vastuun paikka.

Uutispalstoilla noudatettaviin periaatteisiin Karjalaisen lukijalupaus ottaa
vain rajoitetusti kantaa mutta ottaa kuitenkin. Lehden vanhassa linjassa ei
lehden journalistisiin periaatteisiin puututtu mitenkään. Lukijalupauksessa
journalismia määrittää lause, jonka mukaan ”Karjalainen ei ole vain tiedonvä-
littäjä, vaan tarjoamme myös itse hankkimaamme, uutta ja luotettavaa tietoa.
Uskomme sanan ja inhimillisen uteliaisuuden myönteiseen voimaan”. Tasa-
puolisuus tai ”objektiivisuus”, kuten vielä 1970–80-luvuilla linjapapereissa sa-
nottiin, ei siis kuulu Karjalaisen journalistisiin avainsanoihin.

Journalistisiin periaatteisiin lukeutuva ”itse hankittu tieto” on tavoite, jo-
ka kielii sanomalehtien kilpailutilanteen muutoksesta. Suomessa on vielä
1980-luvulla katsottu sanomalehdistössä vallinneen ykkös-kakkoslehtijärjes-
telmä, joka tarkoitti käytännössä alueellisten sanomalehtien monopolia (Sa-
lokangas 2003, 405–412; 1998, 101–320). 1990-luvulla tilanne muuttui:
tuli uusia kilpailijoita, ja tarjonta suorastaan räjähti internetin ansiosta. Voi
väittää, että koko lehdistöjärjestelmä muuttui. Uutta järjestelmää voi kutsua
”riskiäntyväksi mediajärjestelmäksi”, jossa sanomalehdistön rooli saattaa olla
muuttumassa sekä lukijoiden arjessa, omistajien silmissä että suhteessa muu-
hun mediaan (Lehto 2003; Mervola 2002). Tämän riskiäntyvän mediajärjes-
telmän aikana on oireellista mutta samalla hyvässä mielessä haastavaa, että
Karjalaisessa on asetettu tavoitteeksi itse hankitun, uuden tiedon tuottami-
nen. Se voi osoittautua sanomalehdelle jopa elinehdoksi. Toisaalta Karjalai-
nen ei asettaudu tiedon tuottamisessaan lukijoiden puolelle niin pitkälle, et-
tä lehti asettaisi itsensä kansalaisjournalismin tapaan laajasti lukijoidensa re-
surssiksi. Se merkitsi sananvapauden laventamista lehdestä tai suppeasta int-
ressijoukosta lukijayhteisölle, mikä tarkoittaisi lehdelle oman sananvallan
omaehtoista heikentämistä (journalismista julkisen toiminnan resurssina ks.
Heikkilä 2001; Kunelius 2000). Lehden määrittämät vuoden keskeiset tee-
mat, turvallisuuspolitiikka, aluepolitiikka ja vaalit, vaikuttavat työnsaanti-
mahdollisuuksia lukuun ottamatta nousevan enemmän yhteiskunnan yläker-
roksista kuin lukijoiden arjesta.

Riskiäntyvässä mediajärjestelmässä sanomalehdistä on omistajien silmissä
tullut yhä enenevässä määrin kannattamisen kohteen sijasta sijoituskohteita.
Selvimmillään sanomalehden roolin muutos näkyy siinä, että lehtiyhtiö on
listattu pörssiin. Näin yhtiön keskeiseksi tavoitteeksi tulee sen kurssin nostat-
taminen tai hyvän ja jatkuvan tuoton tarjoaminen omistajille esimerkiksi

osingoilla. Tähän tavoitteeseen sopii hyvin se, että monissa sanomalehdissä on linjapapereiden sijasta otettu toimintaa ohjaaviksi periaatteiksi erityiset ”arvot”. Kyseessä on liike-elämässä yleistynyt johtamisen muotivirtaus, jossa yritykselle määritellään esimerkiksi neljä arvoa, joiden mukaan yhtiössä sanotaan toimittavan. Esimerkiksi Keskisuomalaisessa tällaisia arvoja ovat tulos, asiakkuus, inhimillisuus ja luottamus. Kymen Sanomissa arvoiksi ovat valikoituneet luotettavuus, läheisyys, uudistumiskyky ja suvaitsevaisuus. Arvoprosesseissa aloitteellinen vaikuttaa olleen tavallisesti yritysjohto, toimitusjohtaja tai hallitus, ei välttämättä sanomalehden perinteinen vallankäyttäjä, eli päätoimittaja. Toisin kuin linjapaperit, arvot vaikuttavat yleisesti olevan ulkoa tulleita, ei lehden omasta perinteestä nousevia. Arvot eivät näytä juuri vaihtuvan eri toimialojen yritysten välillä. Arvojen tehtävä on enemmänkin liikkeenjohdon näkökulmasta ohjata lehtiyhtiön toimintaa haluttuun suuntaan kuin kertoa lukijoille ja lehden tekijöille, mitä mieltä lehti on yhteiskunnallisista asioista ja mikä on lehden rooli yhteiskunnassa. Viime kädessä arvojen tulisi monessa yhtiössä näkyä viimeisellä rivillä, tuloslukuissa.

Karjalaisen lukijalupaus on päätoimittajan ja hänen esikuntansa käsialaa. Se korostaa toimituksen erityisyyttä ja itsenäisyyttä lehtiyhtiössä. Samalla lukijalupaus avaa lukijoille mahdollisuuden ottaa kantaa lehden noudattamiin periaatteisiin: jos ”tuoteseloste” ei tyydytä, lukijat voivat virittää asiasta keskustelua vaikkapa ”avoimen vuorovaikutteisen keskustelun paikassa”, eli Karjalaisen mielipidesivuilla. Arvot vievät sanomalehtien toimituksia ja journalistisia lähemmäs bisnestä, kun linjapaperi-instituutio ja sen perilliset kiinnittävät lehdet niiden toiseen henkiseen kotiin: puolueohjelmiin ja yhteiskunnalliseen kannanottoon, ja itse asiassa puolueohjelmat syntyivät juuri sanomalehtien ohjelmaperinteen jälkeen. 1970-luvulta lähtien puolueohjelmaperinnettä viilattiin sanomalehtien linjapapereissa siten, että niihin alettiin kirjata myös nimenomaan journalistisia periaatteita, joiden mukaan lehtiä toimitetaan.

Sanomalehtien päätoimittajilla ja kustantajilla on tässä ajassa kannanoton paikka. Mihin perinteeseen he haluavat sanomalehtensä kiinnittää? Noudatetaanko sanomalehdissä yhteiskunnallisesta roolista kumpuavia aatteellisia ja journalistisia periaatteita vai toteutetaanko arvoja, joiden koti on bisnesmaailmassa? Samalla tulee kuin itsestään valituksi tie, jota pitkin halutaan mediajärjestelmän murrosvuosien ylitse kulkea.

Lähteet:

Heinonen, Ari (1995)

Vahtikoiran omatunto. Journalismin itsesääntely ja toimittajat. Tampere: Tampereen yliopiston tiedotusopin laitos, Julkaisuja A, nro 84.

Heikkilä, Heikki (2001)

Ohut ja vankka journalismi. Kansalaisuus suomalaisen uutisjournalismin käytännössä 1990-luvulla. Tampere University Press: Tampere.

Kunelius, Risto (2000)

Journalismi nelijalkaisena otuksena. Tutkimuksen näkökulmia, ongelmia ja haasteita. Tiedotustutkimus 3/2000.

Lehto, Keijo (2003)

Aatteista periaatteisiin. Suomalaisten seitsemänpäiväisten sanomalehtien linjapapereiden synty ja muutos 1971-2003. Journalistiikan lisensiaatintyö, Jyväskylän yliopisto, viestintätieteiden laitos.

Mervola, Pekka (2002)

Kenen puolesta olet maakunnallinen sanomalehti. Teoksessa Omalla pohjalla Euroopassa. Kari Hokkasen juhlaKirja. Vaasa: Etelä-Pohjanmaan lehtiseura ry.

Nordenstreng, Kaarle (1995)

Median tehtävät yhteiskunnassa. Teoksessa Tieto-opista mediapeliin, toim. Elina Sana. WSOY: Juva.

Salokangas, Raimo (1998)

Teoksessa Tommila, Päiviö – Salokangas, Raimo: Sanomia kaikille. Suomen lehdistön historia. Helsinki: Oy Edita Ab.

Salokangas, Raimo (2003)

”Ankarat käskyt kohtalon”. Vaasa Oy, Vaasa-lehti ja Pohjalainen kohtaavat lehtimarkkinoiden muutoksen. Vaasa: Vaasa Oy.