

Kuningas Kuluttaja vieroksuu pirttilehteä

Lehtiyhtiöihin sijoittava Kai Mäkelä esitti Taloussanomissa 22. joulukuuta 2006 maakuntalehdille suurta yhteistoimitusta. ”Se olisi kaikkien etujen mukaista. Vapautuisi likvidia kassavirtaa, omistajat olisivat tyytyväisiä, lehtien laatu paranisi”, Mäkelä perusteli.

Mäkelän jo pitkään hellimä ajatus ponnahti taas esiin, kun Taloussanomien paljasti tuolloin, ilmeisesti Alma Mediaa lähellä olevien omistajien vuotamana ja Alman etujen mukaisesti, että Alma oli hieronut vuoden päivät fuusiota Keski-suomalaisen kanssa.

Kuulostaa ehkä hämmentävältä, että viimeiset 15 vuotta levikin laskun kanssa sinnitelleet maakuntalehdet kiinnostavat rahantekovälineinä. Tuttua toki on, että pörssiytyneet sanomalehtitalot ovat tehostaneet juttujen yhteistuotantoa. Samalla ne ovat muuttaneet yhteiselon lukijoidensa kanssa aikaisempaa enemmän liikesuhteeksi, ja sanomalehtitalot kannattavat nykyään hyvin. Siksi perä herää kysymys, kenen kaikkien etuja iso yhteistoimitus palvelisi? Millä tavalla lehtien laatu paranisi?

Itse olen hakenut vastauksia sanomalehtien palvelukykyyn ja laatuksymyksiin niiltä ihmisiltä, jotka eivät tilaa maakuntalehteä. Journalismin tutkijana, toimitustyön opettajana ja nyt Pohjois-Suomen ykköslehden uutispäällikkönä minua on ihmetyttänyt, millaiselta sanomalehdettömän arki näyttää. Johtuisivatko sanomalehtien levikkierosio ja kiinteiden lukijakuntien murtumat nykyihmisten kapinasta lehtien journalismia sekä meidän toimittajien laatuksityksiä ja työtä vastaan? Onko maakuntalehti lajityyppinä aikansa elänyt?

Tammikuussa 2007 tarkastetun väitöskirjani tutkimusaineiston¹ perusteella vain kymmenisen prosenttia ei-tilaajista viittaa suoranaisesti sisällöllisiin syihin. Lehti jätetään yleisimmin tilaamatta rahan takia; maakuntalehteä pidetään ylihinnoiteltuna sen antiin nähden, tai omien rahojen katsotaan olevan riittämättömät tilausmaksuun. Toiseksi useimmin ei-tilaajat perustelevat lukevansa lehden muualla, lähinnä julkisissa paikoissa, työpaikoillaan tai tuttaviansa luona. Osa katsoo muun, ympärivuorokautisen, joka paikassa saatavilla olevan ja usein ilmaisen mediatarjonnan riittävän päivittämään, mitä maailmassa on meneillään.

Leimallista tilaamattomuuden syyille kuitenkin on, että jäljet johtavat maakuntalehden epäkiinnostavuuteen. Ei-tilaajat tuntevat lehden ehkä pinnallismmin kuin uskolliset tilaajat, mutta suurin osa heistä on lukenut tai lukee lehteä, vaikkei tilaakaan sitä. He olisivat valmiit sijoittamaan lehden rahaansa ja aikaansa, jos tuntisivat lehden hyödylliseksi ja jos lehti aktivoisi heitä arjessa.

Muuttuiko pyhä rituaali katoavaksi kansalaisperinteeksi?

Seitsenpäiväinen sanomalehti tuntuu kiinnostavan vähiten nuoria ja nuoria aikuisia. Nuorison mediakäyttötutkimukset 1980-luvulta alkaen kertovat, että yhä useampi nuori asuu sanomalehdettömässä kodissa. Viimeisimpien tietojen mukaan jo liki joka kolmannen 12–20-vuotiaan nuoren kotiin ei tilata sanomalehteä. Vastaavasti lehtien keskimääräiset tilauspeitot osoittavat, että noin 30 prosenttia talouksista elää ilman asuinpaikkakunnan ykköslehteä. Ei-tilaajien haastatteluissa nousee esiin, että kaikki eivät pidä kansalaisuutensa ehtona sanomalehden tilausta, vaikka siihen saisi tarvittaessa toimeentulotukeakin.

Tilausmäärien laskuun vaikuttaa merkittävästi arkielämän uudenlainen rakenne, erityisesti perhesuhteet. Nuoret asuvat yhä enemmän yksin, asettuvat pysyvään parisuhteeseen myöhemmin kuin ennen, muuttavat asuinpaikkakuntaansa useammin, opiskelevat pidempään ja käyvät pätkätoissa. Maakuntalehdet nousivat hyvinvointivaltion ja vakiintuneen elämänmenon turvin kaikkien lehdiksi 1980-luvun levikkikilpailussa, mutta eivät enää olekaan pysyneet yltäkyläisten ja liikkuvien mediasukupolvien mukana. Pätkäelämään kuuluu vilkuiluun ohjaava kiihkeärytmisen pätkämedia ja perinteisen uutismedian vakiintumaton käyttö. Pätkäelämässä ei haluta muutenkaan sitoutua pitkäaikaisesti. Ollaan median moni- ja päällekkäiskäyttäjiä. Tilaussuhde lehden korostaa asiakkuutta. Kuluttajan rooliin asetettu kansalainen ymmärtää asian niin, että hän todella on kuningaskuluttaja tai vähintään ritari päättäessään itse elämäntilanteensa mukaan, milloin lehden tilaa.

Maakuntalehden tuntuu olevan vaikea päästä sisään myös kiireisten lapsiperheiden tai menevien eläkeläisten koteihin. Vaikka sanomalehteä pidetään tärkeänä paikallisena uutisvälineenä ja tapahtumatietojen kertojana, moni ei ehdi ottaa hankalankokoista broadsheet-lehteä käsiinsä kodinhoidon, työn ja harrastusten keskellä. Lehden ulkoasu, juttujen pituus ja ymmärrettävyys ovat kyllä ei-tilaajien mielestä kunnossa.

Yksi lukijaryhmä syrjäytyi maakuntalehdistä, kun 1990-luvun alun laman tuoma työttömyys ja lomautukset totuttivat pärjäämään ilman sanomalehteä. Tällöin ei-tilaajalle tuli helposti tarpeettomuuden ja ulkopuolisuuden tunne, kuten 58-vuotiaan työttömäksi jääneen asentajan omaa sanomalehdettömyytään koskevasta toteamuksesta on aistittavissa:

”Siihen kun tottuu että se ei aamulla oo luukussa niin sen jälkeen sitä ei ooes kaivannu. Siihen tottuu äkkiä.”

Asentajan puhe vahvistaa sitä ennakkokäsitystä, että sanomalehden lukemisesta syntyy arkinen rutiini, josta voidaan myös oppia pois. Sanomalehden seuraamisen on katsottu merkitsevän paitsi tottumusta myös yhteisöllistä rituaalia, näytelmällistä toimintoa, jolla lukija paikantaa itsensä ympäröivän yhteiskunnan jäseneksi.

Maakuntalehti näyttää onnistuvan yhä heikommin houkuttelemaan ihmisiä yhteiseen julkiseen tilaansa, jossa voisi esimerkiksi keskustella yhteisistä ongelmista ja pyrkiä etsimään niihin ratkaisuja. Sanomalehden lukeminen ei ehkä olekaan enää kansalaisen ”pyhä” rituaali. Jos rituaali tarkoittaa muun muassa yhdessä osallistumista, ei maakuntalehti enää välttämättä tarjoa entisessä laajuudessaan tunnetta kollektiivisesta identiteetistä tai yhteisöstä, joihin voisi rituaalin tapaan kuulua.

Luotettava ei aina ole uskottava

Ei-tilaaja-aineistoni vahvistavat tietoa median viihdekäytön korostuneesta roolista ihmisten arjessa; lukemisen painopiste on siirtynyt tietoisesta ja järkeen liittyvästä elämykselliseen. Monen koti täyttyy erilaisista viihdevälineistä, joiden käyttöön liittyy yhteys ahkeraan populaari- ja skandaalilehdistön seuraamiseen.

Maakuntalehtien ei-tilaajista monet ottavat häpeilemättä viihtyjän roolin suhteessa mediaan. Työn ja yksityiselämän vastuiden nollaaminen mediaviihdeellä nähdään oikeutetuksi. Asiallisen ja yhteiskunnallisen maakuntalehden on vaikea löytää vuoroaan viihtyjän, puhumattakaan bailaajan, arjessa.

Paikallisiksi ja alueellisiksi kulttuuri-instituutioiksi muotoutuneilla maakuntalehdillä on ei-tilaajien mielikuvissa luotettava maine, mutta kaikkien sielunmaisemissa ne eivät näytä uskottavilta. Luotettavuus liittyy oikeaan ja ymmärrettävään tietoon. Tässä ei-tilaajien mielestä maakuntalehti onnistuu vallan hyvin. Sen sijaan uskottavuus syntyy katsojan ja lukijan mielessä ja tunteissa sekä hänen arvojensa ja lehden arvomaailman kohtaamisissa.

Maakuntalehtien tiivis yhteys ja sitoutuminen paikalliseen lukijakuntaan ovat ilman muuta olleet pohjoismaiseen tapaan vahvuuksia. Osa perinteistä näyttää kuitenkin kääntyneen rasitteeksi. Puoluepoliittisesti syntyneet lehdet kantavat ei-tilaajien silmissä yhä äänenkannattajuuden historiaansa – sitoutumattomuusjulistuksista ja uusista linjapapereista huolimatta. Ei-tilaajat vierastavat vanhaa puoluepolitiikkaan ankkuroitumista. Sen sijaan he kaipaavat asialliseen politiikkaan liittyviä kriittisiä juttuja.

Yleisporvarillinen ja keskiluokkainen julkisuus maakuntalehtien sivuilla ei tunnu kaikista, esimerkiksi työväenlehdistöön tottuneista, omalta. Samanlaisia näkemyksiä on Uutta Suomea aikoinaan tilanneilla. Lehtikuolemat ovat paitsi aiheuttaneet lehdistöjärjestelmäämme rakenteellisen yksipuolisuuden, myös turhauttaneet osan sanomalehtien yleisöstä. Maakuntalehdet eivät ehkä muista, että vaikka työväenlehdistö katosi, työntekijät eivät ole kadonneet. Ei-tilaajien mukaan maakuntalehdet kertovat erittäin harvoin heidän työhönsä liittyvistä aiheista; talousjournalismi katsoo asioita liikkeenjohdon tai pörssisijoittajan näkökulmasta, ja toimituksissa pidetään huolta maksavan ja ostavan kuluttajan näkökulmasta.

Paikallisuus tai maakunnallisuus vääntyy välillä nurkkakuntaisuudeksi maantieteelliseen paikkaan hatarasti sitoutuneille, useita kertoja muuttaneille, juurettomille ei-tilaajille. Maakuntalehden tuotemerkki, eli tietyn paikan tai heimon ”sanomiin” viittaava nimi, tuntuu uudenlaisten, matkustavien tai tietoverkkojen välityksellä maailmalla liikkuvien ”heimojen” näkökulmasta kaukaiselta. Yli satavuotiaat maakuntalehdet voisivatkin miettiä – edes leikillään – pitäisikö lehden perinteinen nimi muuttaa nyky-yleisöön ehkä paremmin iskevämmäksi. Miten olisi, jos esimerkiksi Pohjalainen tai Savon Sanomat ottaisi uudeksi nimekseen Kuluttajan Arki tai Viihteen Lumo? Kävisikö Rahan Valta? Sopsisiko päivälehden nimeksi Herrojen Paijaaja tai Epäkohtien Hyssyttelijä? Ei-tilaajat nimittäin mieltävät lehdet myös eliitin myötäilijöiksi, ongelmien ja epäkohtien peittelijöiksi sekä ajalle tyypillisiin markkinalähtöisiin arvoihin sitoutuneiksi. Lehtien kriittisyys ja rohkeus saavat huonoimpia arvosanoja ei-tilaajilta, kun heitä pyydetään arvioimaan maakuntalehtiä kouluarvosanoin.

Toimittajat leimautuvat ei-tilaajien puheessa julkisuuteen pyrkivien ja julkisuudessa viihtyvien juoksupojiksi. Toimittajan työ ymmärretään pelkäksi tiedonvälitykseksi, ei autonomiseksi olennaisen tiedon tuottamiseksi erilaisia lähteitä kriittisesti punnitsemalla. Tämän mielikuvan mukaan kriittinen omaehtoinen tiedonhankinta sekä tiedonkäsittely ja -jalostus journalistisena prosessina ovat toimittajan työstä kaukana. Juttujen katsotaan korostuneesti syntyvän toimituksesta, puhumattakaan lukijoista, riippumattomista syistä. Uutiskäsitystä hallitsee tapahtuma, mutta ilmiö tai prosessi uutisen aiheena on tuntematon.

Ulkopuolisuuden rooli suhteessa lehden journalistisiin arvoihin havainnollistuu etenkin silloin, kun ei-tilaaja katsoo lehden ja sen toimittajien seurustelemaan valtaapitävien kanssa ja pimittävän yhteisymmärryksessä heidän kanssaan tärkeitä tietoja. Jos lehti jotain uutisoi, sen katsotaan ilmaisevan asiat eliittilähteiden ehdoilla ja niiden puhetaivoilla. Leimallista on myös, että maakuntalehti sukupuolittuu aiheiltaan ja käsittelytavoiltaan miehiseksi lehdeksi. Tässä valossa ei-tilaajat näyttävät hyvinkin kriittisinä lukijoina. Heidän puheestaan voi tulkita, että kansalaisjournalistisen mediakriitikin yhteydessä esitetty haaste

uudistaa poliittista journalismia arkiseen, moniääniseen ja kansalaisia kuuntelevaan suuntaan on tervetullut ja tarpeellinen.

Hyvä juttu juttelee

Määrittelevätkö maakuntalehtien ei-tilaajat lehtien journalismia ollenkaan myönteisin sanakäntein? Millainen on heidän laatuluokituksessaan hyvä lehtijuttu?

Ei-tilaajan mielestä hyvä lehtijuttu on hyvin kirjoitettu. Heidän mielikuviinsa laadukas journalismi tuntuu syntyvän kirjoittamiseen liittyvien taitojen avulla, ja hyvin kirjoitettu voi olla esimerkiksi viihdyttävä ja syvälinen yhtä aikaa. Ratkaisevaa jutun lukemiselle on, että kirjoittaja osaa yllättää tutussakin aiheessa ja tempaista tarinallaan lukijan mukaansa.

Ei-tilaajat kertovat lukevansa omakohtaisesti läheisiltä tuntuvia sekä sisältöltään ja kieleltään aitoja, rohkeasti uutta ymmärrystä tarjoavia tekstejä. Ne ovat yksiselitteisiä, mutta herättävät myös pohtimaan ja tuntemaan. Hyvä juttu juttelee puheenomaisuudellaan lukijalle, ja se jättää lukijan tajuntaa jonkinlaisen jäljen:

T(utkija): Millainen on mielestäsi hyvä lehtijuttu?

H(aastateltava): Että se vie ihmisen mukanaan. (nainen 61–70 v.)

T: Ootko miettinyt, mitä odotat hyvältä lehtijutulta, minkälainen on sun mielestä hyvä lehtijuttu?

H: Semmonen et sen jaksaa lukea loppuun saakka.

T: Minkälaisen jaksat lukee loppuun?

H: Ei hirveen jäykästi kirjoitettu. Sellanen et niinkun ihmiset puhuukin toisilleen niin se miust jouheva se juttu. (nainen 26–30 v.)

T: Millainen on mielestäsi hyvä lehtijuttu?

H: Tähän menee ihan psykologian puolelle. Se jotenkin vetoaa muhun. Aluksi herättää kiinnostukseni. No tietenkin sen pitää olla hyvin kirjoitettu, silleen sujuvasti. Ja niin että se on helppo lukea. Silleen jäsenelty että sitä ei tarvii ihan kokonaan lukea välttämättä, voi lukea ne tietyt kohdat jotka haluaa. (mies 26–30 v.)

T: Millainen on sun mielestä hyvä lehtijuttu?

H: Se on sellanen, et se herättää ajattelemaan sitä asiaa niinku enemmänkin vaiks se olis ehkä vaatimattomampikin juttu. Vähä sama niinku taiteessa. Mä oon ehdottomasti sitä mieltä, et taide on sit taidetta kun se herättää jonkinlaisia ajatuksia. (mies 21–25 v.)

Lukijoita sävähdyttää lehtikirjoittajien persoonallinen esitystapa ja se, että kirjoittaja tunnistaa lukijoitaan omakohtaisesti koskettavan aiheen. Juttutyypeistä suosikkilistan kärkeen nousevat mielipiteelliset jutut, joissa kirjoittajan omaäänisyys ja puhuttelevuus yhtyvät. Hyvään pakinaan tai kolumniin liitetään hauskuus ja mielipiteellisyys, ja varsinkin satiiriset tai ironiset jutut jäävät mieleen.

Lähteitään pelkästään referoivia ja toistavia juttuja, erään haastateltavan määritelmän mukaan sellaisia, joissa ”toimittaja kirjoittaa vaan suoraan”, lukijat pitävät epäkiinnostavina ja kuivina. Sanomalehtien asiallisuus kääntyy ei-tilaajien silmissä jäykkyydeksi, minkä katsotaan johtuvan lehtijuttuun liittyvistä ”säännöistä”; asiat ja faktat on kerrottava erään ei-tilaajan mielestä sanomalehdissä ”just eikä melkein”.

Osa ei-tilaajista liittyy vakavuuden ja siihen liittyvän tylsyyden ja ehkäpä myös tosikkomaisuuden iältään vanhempiin toimittajiin, vaikka yleisesti ei-tilaajat tuntevat vakituisten lukijoiden tapaan toimittajia vähänlaisesti. Ei-tilaajat tuntuvat aistivan tekijöiden sukupolvien välisen eron lehtijuttujen käsittelytavassa. Ei-tilaajien puhe haastaakin vanhan toimittajasukupolven uusiutumaan juttujensa käsittelytavassa ja kirjoitustyyliin.

H: Tuolla Anjalankosken Sanomissa on ollut välillä nuoria töissä. Sen huomaa heti kun lukee jonkun tällasen jutun, sit sellasen kun vanhempi henkilö tekee jutun. Se on siinä hilkulla jaksako lukea sen jutun. Kun sen on tehnyt joku nuorempi niin se teksti on ihan erilainen. Vähän silleen pilke silmäkulmassa kirjoitettu. (nainen 26–30 v.)

Mummo on muuttanut, tarkista osoite

Ei-tilaajien puhe sanomalehtijournalismista saattaa vaikuttaa epäjohdonmukaiselta, mikä on tuttua, kun lukijoilta kysytään, millaisia juttuja sanomalehdessä pitäisi olla. Ehkäpä vastausta yleisöltä ei tarvitse aina odottaakaan, sillä eikö ole toimitusten tehtävä päättää journalismista?

Väitöstutkimukseni perusteella ei-tilaajilla on kuitenkin kohtalaisen paljon kykyä arvioida sanomalehtien suorituksia. Tutkimukseni mukaan maakuntalehden aihevalinnat, juttujen lähteiden puhuttelevuus, esitystyyli ja kaiken kaikkiaan sanomalehden muotokieli kohtaavat huonosti ei-tilaajien elämänsisällöt. Juttujen informaatio tai elämyksellisyys ei muutu merkitykselliseksi kansalaisten omissa haaveissa, pyrkimyksissä, päätöksissä tai teoissa. Maakuntalehti luo käytännöllään heikosti aitoa yhteisöllisyyttä, puhumattakaan, että se tarjoaisi ratkaisumalleja arkeen.

Nykyiset maakuntalehdet näyttäytyvät ei-tilaajien mielikuvissa ja ymmärryksessä hahmottomina ja vähän puhuttelevina. He kuvaavat paikallislehtiä, Helsingin Sanomia ja iltapäivälehtiä erottelukykyisemmin. Intiimiys tai dramaattisuuden tunne kuuluu harvoin ei-tilaajan ja maakuntalehden suhteeseen. Jos lehteä luetaan, lukija jää pelkän tiedonnoukkijan rooliin.

Maakuntalehtien toimittajien ja lukijoiden uutisarvostuksissa sekä uutiskäsityksissä on paljon eroja. Ei-tilaajat suhtautuvat maakuntalehden journalismiin monella tapaa jännitteisesti. Esimerkiksi perinteisten aiheiden mukainen osastoryhmittely saattaisi kaivata täysremonttia. Etenkin politiikka, talous, kulttuuri ja urheilu jakavat voimakkaasti lukijakuntaa, mikä kertoo näiden aihealueiden rajoittuneista lähestymistavoista maakuntalehdissä.

Jännitteisyys suhteessa journalismiin asettaa uusia monipuolisuuden vaatimuksia erityisesti maakuntalehtien toimituksille. Niissä ei voida jäädä odottelemaan tapahtumauutisia tai valmista tiedotemateriaalia, vaan toimituksissa tarvitaan näkymättömiin yhteiskunnallisiin ilmiöihin liittyvien aiheiden kehittelyä ja ideoiden jalostusta, eli suunnittelua. Ymmärrän kirjoittamisen laaja-alaisesti; kiinnostava uutinen syntyy lopulta prosessissa, johon kuuluu aiheiden määrittelyä, ideoiden jalostusta, aktiivista ja omaehtoista tiedonhankintaa, tiedonkäsittelyä, tiedonjalostusta – ja kaikkia niihin innostavaa vuorovaikutusta, luovuutta ja vapautta toimittajien ja yleisön välillä.

Journalismin kiinnostavuutta lisää se, että tiedonhankinnassa luotetaan asiantuntijatiedon rinnalla kokemukselliseen arkitietoon. Se lisää journalismin havainnollisuutta ja ankkuroi lukijakunnan huomiota sanomalehteen yltäkyläisessä mediatarjonnassa. Omahyväisyys suhteessa yleisöön toimii kilpailluilla yleisömarkkinoilla huonosti. Ei-tilaajat odottavat laatulehdeltä linjakkuutta, mutta eivät hallitsevaa asennetta. Lukija kaipaa kirjoittajalta syvällistä analyysia, ei valmiita vastauksia tai ohjeita. Juttujen määrää on turha sanomalehtiin enää lisätä, pikemminkin kaivataan uudenlaista paneutuvaa laatua.

Joka tapauksessa kirjapainotaidon ansiosta syntynyt, eliittilehdestä jokaisen mökin pirttilehdeksi muuttunut maakuntalehti joutuu hakemaan uutta roolia 2000-luvun printtilehtenä digitaalisessa bittiviestinten maailmassa. Pihtiputaan mummo saattaa olla edelleen hyvä samastumisvaatimus toimittajalle, mutta lukeeko hän enää sanomalehteä tai onko hän edes elossa? Onko mummon mökki autio ja ovi säpissä? Voisiko maakuntalehden toimittajalle olla hyvästä, että hän ajattelee juttua kirjoittaessaan esimerkiksi Pihtiputaan mummon kaupungissa asuvaa, liikkuvaa kansainvälistä elämää viettävää lapsenlasta tai vaikkapa tänne itäiseen ja pohjoiseen räntäsateen maahan tullutta maahanmuuttajaa?

” Omahyväisyys suhteessa yleisöön toimii kilpailluilla yleisömarkkinoilla huonosti.

Jos sanomalehti tavoittaa aikaisempaa vähemmän uusia väestöryhmiä katoavien tilalle, lehdet saattavat menettää myös mainostajien kiinnostuksen. Kannattavuuden lasku voi samalla heikentää journalistista laatua, mikä taas saattaa heikentää julkista keskustelua ja sananvapauden toteutumista. Tämä ei liene kenenkään etu.

Keskisuomalaisen omistajat vastasivat Alma Median joulunaluskosintaan kielteisesti. He päättivät jatkaa itsellisenä maakunnallisena lehtenä. Sijoittaja Kai Mäkelän kaipaamaa yhtä lehtitoimitusta ei siis perusteta Suomeen ainakaan ihan heti.

Mielenkiintoista on, korostuuko ei-tilaajien esille nostama valikoiva ja kuluttajan maksukykyyn perustuva asiakasrooli suhteessa sanomalehtiin lähivuosina. Mielenkiintoista on sekin, pystyvätkö maakuntalehdet profiloitumaan lukijoiden kaipaamien persoonallisten kirjoittajien ja lukijakuntansa läheisesti tuntevien omien journalistiensä ansiosta. Silloin lehti saattaisi toimia sellaisena julkisuuden foorumina, joka kiinnostaa lehden tilaajia ja lukijoita, ja kannustaa osallistumaan sen tarjoamaan julkisuuteen myös tasa-arvoisina kansalaisina. Maksukykyä lehtitaloilla pitäisi olla, jotta omat paikalliset toimitukset vahvistuisivat osaavilla reporttereilla.

FT Erkki Hujanen työskentelee Kalevan uutispäällikkönä.

Viitteet

- 1 Tutkimuksessa oli käytössä noin 2000 lomakevastausta maakuntalehtien ei-tilaajilta Etelä-Saimaan, Etelä-Suomen Sanomien, Keskipohjanmaan, Keskisuomalaisen, Kouvolan Sanomien ja Kymen Sanomien alueelta. Pääaineiston muodosti 113 laadullista teema- sekä syvähaastattelua, jotka tehtiin ihmisten kodeissa.