

NORSUNLUUTORNIN TUNTOSARVET

Haastattelututkimus aluetoimittajan työstä ja merkityksestä

2010-luvun alun maakuntalehdessä

Anna-Mari Hänninen

Journalistiikan pro gradu -tutkielma

Kevät 2014

Viestintätieteiden laitos

Jyväskylän yliopisto

JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO

Tiedekunta – Faculty Humanistinen tiedekunta	Laitos – Department Viestintätieteiden laitos
Tekijä – Author Anna-Mari Hänninen	
Työn nimi – Title Norsunluutornin tuntosarvet – Haastattelututkimus aluetoimittajan työstä ja merkityksestä 2010-luvun alun maakuntalehdessä	
Oppiaine – Subject Journalistiikka	Työn laji – Level Pro gradu -tutkielma
Aika – Month and year Tammikuu 2014	Sivumäärä – Number of pages 107 + liitteet
<p>Tiivistelmä – Abstract</p> <p>Maakuntien lehdet ovat aina tähyilleet ilmestymispaikkansa ulkopuolelle. Jo 1800-luvulla poliittiset äänenkannattajat hankkivat kirjoittajia taajaman ulkopuolelta. Ammattimainen aluetoiminta kehkeytyi nykyisten valtaalehtien ympärille, kun ne halusivat kasvattaa lukijakuntaansa ja uutisalueitaan – lopulta myös toistensa kustannuksella. Mutta mitä aluetoimituksilla ja -toimittajilla enää tekee? 2010-luvulla tietoa virtaa päätoimitukseen etäältäkin verkkoa ja puhelinlankoja pitkin, ja lehtijuttu syntyy, vaikkei toimittaja nousisi tuolistaan. Mediakenttäkin on muuttunut: maakuntalehdet eivät enää kilpaile toistensa lukijoista, vaan tehostavat pikemminkin toimintaansa omalla tontilla, jotta pärjäisivät digitaalisen media-ajan haasteissa ja talouden alhoissa. Viime vuosikymmeninä niiden huomio on palautunut ydinalueille.</p> <p>Tässä tutkimuksessa selvitän, mitä merkitystä aluetoimittajilla vielä nähdään maakuntalehdessä. Aineisto koostuu teemahaastatteluista Turun Sanomissa (2012–2013): kolmen päällikön ja kaikkien lehden aluetoimittajien. Toimittajista neljä seuraa vastuukuntiaan päätoimituksesta käsin, viisi on sivutoimituksissa. Sanomalehden aluetoimittajan työtavoissa on sanottu säilyneen verraten paljon piirteitä vanhanajan lehtityöstä, mutta sitä on tutkittu hyvin vähän. Siksi heidän merkityksensä selvittäminen maakuntalehdessä ja yleisemminkin nykymediassa alkaa vastaamisella kysymykseen, mitä he tänään käytännössä tekevät.</p> <p>Aineistosta kävi ilmi, että aluetoimittajat ovat yhä monella tapaa perinteisiä journalisteja: pyrkimyksenä on tehdä juttuja paikan päältä ja löytää myös itse aiheita. He ovat yleistoimittajia, mutta lehdessä oman alueensa parhaita tuntijoita. Ulompana levikkialueella näkyvät ja sieltä kirjoittavat aluetoimittajat pitävät yllä maakuntalehden uskottavuutta laajan alueen medianäkökulmana. Siksi heillä nähdään myös taloudellista arvoa, jos ihmisten uskotaan tilaavan lehteä nimenomaan ydinaluetta laajemmin näkökulman takia. Maakuntalehdessä aluetoiminnan arvo on lopulta strateginen valinta: miten laajaa aluetta lehden kannattaa seurata?</p> <p>Tutkimuksessa nousi esiin maakunnallisen aluetyön laajempi merkitys mediassa. Selvitin taustaosuuteen valtamedian verkostoja tänään kotimaassa. Kävi ilmi, että monet ovat vetäytyneet ydintään kohti, jolloin maakuntalehtien merkitys siinä, mitä kaupunkikeskusten ulkopuolelta nousee esiin, on nähdäkseni vain korostunut. Aineiston perusteella parhaiten todellisuutta alueella tavoittaa toimittaja, joka käy paikalla – saati on pysyvästi läsnä. Päätoimituksesta käsin asioihin ja ihmisiin ei saa samalla tavalla tuntumaa.</p>	
Asiasanat – Keywords toimitustyö, toimittajat, sanomalehdet, maakuntalehdet, levikki, teemahaastattelut	
Säilytyspaikka – Depository Jyväskylän yliopisto	
Muita tietoja – Additional information	

SISÄLLYS

1 JOHDANTO	1
2 ALUETOIMITUKSET OSANA MAAKUNTALEHTIÄ	4
2.1 Sanomalehden taival Suomessa: aviisit asettuvat alueelleen	4
2.2 Uutisia kentältä: maaseutukirjeistä aluetoimituksiin.....	9
2.3 Aluetoimittaja on erikoinen yleistoimittaja	12
3 MEDIAN MURROS MUUTTAA TOIMITUKSIA	15
3.1 Sanomalehdet ja -lehdistö muutosten keskellä.....	16
3.2 Toimittajasta on tullut moni- ja yleistekijä.....	20
3.3 Media alueella tänään: suuntana sisäpiiri	22
3.3.1 Maakuntalehdet vetäytyvät reunoilta ja keksivät uusia keinoja	23
3.3.2 Valtakunnalliset mediat harventavat verkkoaan maakunnissa.....	24
4 MAAKUNTALEHDISTÄ TURUN SANOMAT	27
4.1 Kokokuva lehtitalosta.....	27
4.2 Lähikuvassa aluetoiminta	30
5 ALUETOIMITTAJISTA KUVA HAASTATTELUILLA	32
5.1 Haastattelu tiedonhankinnan keinona.....	32
5.2 Teemahaastattelu keskittyy alueisiin	35
5.3 Aineisto haastatteluin Turun Sanomista	36
6 ITSENÄINEN IDEOIJIA HAKEE PAIKALLISTA.....	40
6.1 Alueelta kaikkea – kotimaan uutisten ehdoilla.....	40
6.2 Liikkuminen lähtökohtana – kentällä ei kynnystä.....	45
6.3 Itsenäinen ideoija hakee omia lähteitä.....	50
6.4 Paikallisen kynnys kaikilla hakusessa	56
7 NORSUNLUUTORININ TUNTOSARVET ALUEELLA.....	61
7.1 Merkki menneestä muuttuvalla kentällä.....	62
7.2 Liikkuu, näkyy, huomioi – on alueella uskottava.....	67
7.3 Pieni arki osaksi isoa todellisuutta	74
7.4 Norsunluutornin tuntosarvia vaikea korvata	82
8 YHTEENVETO: TUTKIMUKSESTA TULEVAAN	91
LÄHTEET	99

1 JOHDANTO

Kesällä 2012 istuin Turun Sanomien keskustoitimituksessa. Työpisteeltäni avokonttorissa näin, kuinka toimittajat istuivat puhelin korvalla, kävivät välillä selvittelemässä asioita kollegojen kanssa ja palasivat sitten päätteen ääreen. Eri puolilla tilaa pidettiin silloin tällöin palavereita; puheensorina kantautui muualtakin kuin työpisteiltä ja kahvipaikalta. Kivenheiton päässä minusta sykki toimituksen keskuspyötä, jossa pidettiin lankoja lehdenteossa, elettiin uutisvirrassa ja päivitettiin samalla tuoreilla jutuilla verkkolehteä. Päälliköt jakoivat uutisaiheita, kuvaajat koettivat sovittaa yksiin keikkojen aikatauluja. Olin aivan lehdenteon ytimessä, mutta samalla tunsin olevani myös vähän ulkopuolella: minun ja lähimpien kollegojeni ajatukset olivat toisaalla, Turun seudun ulkopuolella.

Työskentelin kesän Turun Sanomien alueryhmässä, jossa neljä lehden aluetoimittajaa seuraa levikkialueen kuntia keskustoitimituksesta. Loput viisi lehden aluetoimittajaa ovat kentällä, varsinaisissa aluetoimituksissa. Tämä kokemus ikään kuin toimitusten rajalta sai minut pohtimaan aluetoimittajien merkitystä tämän päivän maakuntalehdessä ja yleensäkin mediassa. Koin, että aluetoimittajat eroavat päätoimituksesta, paitsi maantieteellisen seuranta-alueen, myös työtapojen ja kenties ajatusmaailmankin puolesta.

Sanomalehden aluetoimittajan työssä *on sanottu* säilyneen ehkä eniten piirteitä vanhan ajan lehtityöstä (esim. Temmes 2004, 18, 88). Aluetoiminnassa ideana on ollut mennä paikan päälle, liikkua ihmisten parissa ja koettaa silmät auki ja korvat höröllään löytää ympäristöstä juttuaiheita. Perinteiseen tapaan aluetoimittaja on ollut yleistoimittaja, joka kirjoittaa aiheesta kuin aiheesta – osastosta riippumatta – ja myös valokuvaa usein itse. Mutta miten nykyiseen media-aikaan enää sopii tällainen klassinen, liikkuva toimittaja? Kun mediatekniikasta on tullut digitaalista ja mobiilia, ja internet on tietoa tulvillaan, ei toimittajan tiedonsaanti ole enää riippuvaista fyysisestä sijainnista, vaan juttu voi syntyä vaikka nousematta toimituksen tuolista (Jyrkiäinen 2008, 91). Myös valokuvia saadaan lehtiin nykyisin lukijoiden ottamina, ja tarvittaessa niitä voidaan kaivaa arkistostakin. Tänään perinteikkäät sanomalehdet miettivät yleensäkin toimintansa logiikkaa ja roolia, kun uuden ajan mediamuodot ja talouden taantumukset ovat haastaneet niiden vakiintuneet, paperilehteen nojaavat toimintatavat. Kun sekä toimittajan työ että maakuntalehdet ovat

muutospaineessa, herää kysymys, onko myös aluetoimittajien työ ja merkitys muuttunut lehtimediassa. Työn ja alan muutokset aistii ainakin keskustoituksessa (ks. luku 3.1).

Tämän tutkimuksen tavoitteena on selvittää, mikä on aluetoiminnan rooli nykypäivän maakuntalehdessä. Olen siis kiinnostunut siitä, mikä merkitys aluetoimittajilla tänään on lehtitoimituksessa ja mitä juuri he lehteen tuovat: mikä kaikkienensa on aluetoimittajien anti tänään maakuntalehdessä? Pyrin pääsemään tähän käsiksi, paitsi selvittämällä, mitä aluetoimittajat tänään käytännössä tekevät, myös etsimällä vastausta siihen, millainen media on 2010-luvun alun maakuntalehti: millaisin tavoittein ja kenelle sitä tehdään? Maakuntalehdet ja myös muut suomalaiset mediatilat ovat harventaneet aluetoimitusverkkoaan huomattavasti viime vuosikymmeninä, ja lehtitaloissa on kehitetty myös ihan uudenlaisia tapoja hankkia sisältöä levikkialueelta (ks. luku 3.3). Tästä syystä tutkimus palaakin lopulta kysymykseen, kannattaako pysyviin aluetoimituksiin (tai keskustoituksesta ulompaa aluetta kiinteästi seuraaviin toimittajiin) enää satsata. Tuovatko aluetoimittajat lehteen vielä jotain sellaista, että heistä kannattaa pitää kiinni?

Tutkimuskohteena on juuri Turun Sanomat, Suomen kolmanneksi suurin päivälehti. Tarkoituksena on luoda Turun Sanomien kautta esimerkin omainen kuva siitä, mikä merkitys aluetoiminnalla tänään on maakuntalehdessä. Lehtenä turkulaismedia tarjoaa tutkimukseen mielenkiintoisia tarkastelumahdollisuuksia, sillä kuten jo edellä kävi ilmi, sen aluetoiminta jakaantuu kahtaalle: osa lehden aluetoimittajista seuraa vastuukuntiaan päätoimituksesta, osa on varsinaisissa aluetoimituksissa. Miten tämä vaikuttaa työhön? Erilaisia näkökulmia aluetoimintaan voi aua myös sitä kautta, että aluetoimittajien ikähaitari venyy alle 30-vuotiaasta aina eläkeiän kynnykselle. Empiirisenä menetelmänä tutkimuksessa on teemahaastattelu, ja jotta aluetoiminnan merkityksestä nykyisen maakuntalehden kokonaisuudessa voisi syntyä kattava kuva, haastattelen myös toimituksen johtoa (päätoimittaja Kari Vainiota, aluepäällikkö Juhani Talaa ja yhtä uutispäällikköä). Termillä 'maakuntalehti' viitataan läpi tutkimuksen siihen suomalaisen sanomalehden perustyyppiin, josta yleisesti puhutaan maakuntalehtenä, vaikka kaikki alueelliset ykköslehdet eivät asetukaan maakunnan rajoihin (ks. Hujanen, E. 2007, 227).

Lisähaasteen tutkimukseen tuo eittämättä se, että Turun Sanomat on minulle tuttu työyhteisönäkin. Tästä on toki myös etua, sillä ymmärrän kontekstia, josta haastateltavat puhuvat. Tutkijan riippumattomuuden kannalta asemani edellyttää kuitenkin tietoista varovaisuutta, ja pyrin läpi tutkimuksen pitämään ennako-oletukseni syrjässä sekä

etenemään täysin tutkimusongelman ehdoilla. Luvussa 5 avaan tutkimushaastattelun tieteellis-eettisiä ongelmakohtia ja kerron yleensäkin tämän tutkimuksen etenemisestä. Pyrkimykseni on tarkastella Turun Sanomia nimenomaan *yhtenä* maakuntalehtenä.

Aluetoimittajat on joka tapauksessa aihe, johon on syytä tarttua. Sanomalehtien aluetoimintaa on tutkittu Suomessa hämmäntävän vähän, vaikka aluetoimitukset ovat olleet lehdille historian saatossa niin tiedonsaanti-, kilpailu- kuin imagovaltti (ks. luku 2.2). Katvetta tutkimuksessa havainnollistaa hyvin se, että kun Asko Temmeksen pro gradu Helsingin Sanomien aluetoimittajista valmistui vuonna 2004, Asko Hynninen kirjoitti Suomen Lehdistön (2/2005) artikkelissa, että jo tutkimusaiheessa oli uutisen ainekset. Ennen sitä aluetoimittajan työtä oli tutkittu olemattoman vähän (lähinnä Talvinen 1982), ja tietääkseni Temmeksen pro gradu on viimeisin tutkimus aihepiiristä. Hän paneutui HS:n aluetoimittajien työhön ja juttuihin sekä siihen, miten ympäristö suhtautuu heihin. Sähköisen median alueyksiköistä tutkimusta löytyy jo jonkin verran, mutta maakuntalehtien aluetoimittajat eivät tunnu innostaneen tutkijoita. Hynninen (emt.) arvelee tämän johtuvan siitä, että nämä arkisen uutistyön ”jopa maalaisina pidetyt puurtajat” eivät ehkä näyttäydy kovin seksikkäänä tutkimuskohteena yliopistoväen silmissä. Hynninen huomauttaa myös, että aluetoimittajien käytännön- eli paikallislähtöinen ajatusmaailma tahtoo usein olla vieras keskustoituksissakin. Tämän olen ehtinyt itsekin huomata.

Aluetoimittajien merkitystä maakuntalehdessä tänään ei voi tutkia, ellei tunne ainakin pääpiirteittäin suomalaisen lehdistön historiallista kehitystä. Sanomalehdillä on aina ollut kirjoittajia ilmestymispaikkakuntansa ulkopuolella (Tommila 1979, 2), ja ammattimainen aluetoiminta on kehittynyt osana lehtitalojen kulloisiakin tarpeita. Tästä syystä teoreettinen viitekehýkseni nojaa historiaan, ja luvussa 2 kuvaan, kuinka maakuntalehdet ovat kasvaneet alueelliseen rooliinsa – ja sivutoimitukset osana niitä. Kerron myös, mitä on perinteisesti liitetty aluetoimittajan työnkuvaan. Lukujen 2 ja 3 ajallinen taite on 1980-luvun lopussa, sillä se oli ratkaiseva käänne maakuntalehtien kannalta. Lamavuodet ja kasvava mediakilpailu aloittivat kehityksen kohti nykytilaa, jota avaan luvussa 3 niin lehdistön ja toimitustyön muutosten kuin aluetoiminnan näkökulmasta. Kartoitan myös, miten maakuntalehdet ja maan suurimmat mediatalot tänään hankkivat sisältöä ilmestymiskaupunkinsa ulkopuolelta. Työn loppu on varattu Turun Sanomille, teemahaastatteluille sekä etenkin aluetoimittajille nykypäivän muutosten mediassa.

2 ALUETOIMITUKSET OSANA MAAKUNTALEHTIÄ

Suomalaisille on kehkeytynyt tiivis suhde sanomalehtiin. Kansainvälisessä vertailussa olemme edelleen sanomalehtien kulutuksessa kärkimaita, sillä väkilukuun suhteutettuna Suomessa ilmestyy poikkeuksellisen paljon sanomalehtinimikkeitä ja lehtien levikit ja lukijapeitot ovat meillä yhä korkeita (Jyrkiäinen 2012, 67; Sauri & Picard 2012, 48). Suomalainen on tottunut aloittamaan aamunsa sanomalehdellä, sillä vuosikymmenten ajan se on tipahtanut useimmille kotiin postiluukusta. Tehokkaan varhaisjakelun ohella tiivistä lukijasuhdetta on pitänyt yllä meille perinteinen tapa tilata sanomalehtiä, joten harva on oppinut ostamaan niitä vain silloin tällöin irtonumeroina. (Tommila 2001, 60.)

Suomalainen sanomalehdistö on monella tapaa omaleimainen. Vankka asema lukijoiden arjessa on taannut lehdille poikkeuksellisen hyvät asetelmat myös mainosmarkkinoilla (Hujanen, E. 2007, 22–23; Sauri & Picard 2012, 44). Suomalaisen lehdistön juuret ovat kuitenkin kansalaisten etujen ja aatteiden ajamisessa, ja länsimaisessa vertailussa poliittisuus onkin vaikuttanut korostetun voimakkaasti ja pitkään Suomen lehtikenttään (Keränen 1984, 12; Salokangas 1998, 45, 48). Olennainen piirre meillä on myös lehtien kiinnittyminen hyvin vahvasti omaan alueeseensa. Helsingin Sanomia ja iltapäivälehtiä lukuun ottamatta lehdistömme on paikallista: paikallis- ja maakuntalehdet nojaavat levikkialueeseensa – ja tänään pitkälti myös Helsingin Sanomat (Lintula 2005, 20).

Alueellaan ykköseksi noussutta maakuntalehteä voikin hyvällä syyllä pitää suomalaisen sanomalehden prototyypinä (Salokangas 1998, 52). Maakuntalehdet muodostavat yhä lehdistömme selkärangan (Salovaara-Moring 2002, 117), ja seuraavissa luvuissa kerron, miten ne ovat kasvaneet alueelliseen rooliinsa ja mikä tässä on ollut aluetoimitusten osa.

2.1 Sanomalehden taival Suomessa: aviisit asettuvat alueelleen

Suomi sai ensimmäisen sanomalehtensä verrattain myöhään. Läntisessä Euroopassa lehdistö keskittyi pitkään pääkaupunkeihin, ja näin oli myös ”Suomessa”, sillä osana

Ruotsin valtakuntaa Turun säätyläiset ja porvarit pärjäsivät pitkään Tukholman lehtien varassa. Koska potentiaalinen lukijakunta oli Pohjanlahden täälläkin puolen pitkään ruotsinkielistä, oli luonnollista, että itäisen maakunnan ensimmäinen lehti oli Åbo Tidningar. Sen perustivat vuonna 1771 ruotsinkieliset oppineet Turun akatemiassa, ja se syntyi osana maakunnallisten lehtien ensimmäistä ekspansioaaltoa: samoihin aikoihin perustettiin kahdeksan muutakin lehteä Tukholman ulkopuolelle, ja tilanne oli vastaava myös Tanska-Norjassa. (Tommila 2001, 45–46; Tommila & Salokangas 1998, 11–13.)

Suomenkielisille lehdille aika alkoi olla otollinen Venäjän keisarikunnan yhteydessä autonomisessa Suomessa. 1800-luvun alkupuolella lehtiä perustettiin etenkin rannikon kaupunkeihin, mutta todellisesta suomenkielisen lehdistön läpimurrosta voi puhua vasta vuosisadan jälkipuolella. Tässä ratkaisevaa oli suomen kielen aseman nousu ja yhteiskunnallinen ja kulttuurinen ”herääminen” yleensä. (Tommila 2001, 45–46.) Varsinainen maakuntalehdistö syntyiikin 1870-luvulta lähtien juuri eri puolille maata perustettujen fennomaanilehtien myötä. Samalla lehdet alkoivat hiljalleen eriytyä valtakunnallisiksi ja maakunnallisiksi, kun uudet tulokkaat kävivät kilpaan asemastaan paikallisilla uutisilla. Näin ne alkoivat hiljalleen tukeutua omaan alueeseensa ja edustaa sen ääntä. Ensialkuun suomalaislehtien ylimpänä aatteena oli kuitenkin talonpoikaiskansan sivistys. (Keränen 1984, 16–17; Tommila 2001, 46, 49; Tommila & Salokangas 1998, 43, 61–62.)

Laajalle lehdistölle ratkaiseva sysäys oli suuri yhteiskunnallinen murros. Kielikysymys ja 1860-luvulta lähtien säännöllinen valtiopäivätoiminta johtivat puolue muodostukseen, ja sanomalehdistä tuli eri mielipidesuuntien äänenkannattajia, politisoitumisen tulkkeja. Samaan aikaan kansa alkoi oppia kouluissa lukemaan ja kasvava liikenne toi kaukaakin tietoa; Suomeen syntyi yleinen mielipide. (Keränen 1984, 11–12.) Esivallan alamaiset aktivoituivat kansalaisiksi ja alkoivat ajaa etuaan seuroissa, yhdistyksissä, puolueissa ja osuuskunnissa – lehdistö oli yksi tämän ryhmittymisen väline ja tulos. Lopputulema oli Suomen oloissa poliittinen monilehtijärjestelmä, jossa kunkin kaupungin alueella ilmestyi useamman poliittisen suuntauksen äänenkannattaja. Työväellä oli työväenlehti, talonpojilla agraarilehti, porvaristolla liberaalilehti ja yläluokalla sisällöltään konservatiivinen lehti. (Salokangas 1998, 48–49; Tommila & Salokangas 1998; 101–102.)

Lehdistön puoluesidonnaisuus oli huipussaan 1920-luvulla. Ajalle tyypillistä oli, että politiikka koettiin sanomalehden ensisijaiseksi tehtäväksi, ja kilpailu lukijoista oli samalla myös kamppailua poliittisista voimasuhteista. Lehti oli puolueen paikallinen

äänenkannattaja, ja oikeastaan lehden toimitusta ja puolueen piiritoimistoa ei usein edes erottanut toisistaan. (Keränen 1984, 16, 19; Tommila 2001, 47, 51.) Aatteen ”väri” heijastui lehtien sivuilta, ja poliittisen lehdistön aikaan se oli niille myös kilpailuvaltti: lisää tilaajia oli saatavissa ”omien” joukosta, joten lehdille riitti tavoittaa samanmieliset lukijat. Kaikki alueen lehdet tarjosivat kutakuinkin samantasoisien uutisaineiston, joten lukijoiden kuuluikin miltei tilata sisältö ”oman värisenä”. Puoluesidonnaisen lehdistön aikaan tekijät saattoivat varsin pitkään luottaa siihen, että tilaajat ja osakkeenomistajat tukevat omaa lehteä, vaikka se ei olisi taloudellisesti kannattanut, mutta oli kuitenkin oikeaksi katsotulla asialla. (Salokangas 1998, 50; Tommila & Salokangas 1998, 132.)

1930-luvulle tultaessa lehdissä näkyi kuitenkin jo selviä merkkejä kehityksestä aivan päinvastaiseen suuntaan: poliittisuudesta kaupallisuuteen. Kasvua tavoittelevissa lehti-yhtiöissä löi hiljalleen läpi uusi ajattelutapa, kun lisää tilaajia ei ollut enää saatavissa ”omien” joukosta, ja puoluekin oli saattanut heikentyä. Uusia lukijoita haluttaessa oli lähdettävä naapurin tontille eli ylitettävä puoluerajat. Tämä alkoi näkyä niin lehtien sisällössä kuin pidemmän päälle puolueista irrottautumisina; pelkkä poliittisuus ei enää riittänyt kantamaan lehtimarkkinoilla. (Salokangas 1998, 50–52; Tommila 2001, 51.) Sanomalehdistö kaupallistui lopullisesti sotien jälkeen, ja vahvimmat lehdet alkoivat kasvaa väestön vaurastumisen tahdissa. (Hujanen, E. 2007, 22–23; Keränen 1984, 13). Avaan seuraavassa vielä tarkemmin lehdistössä tällöin alkanutta suurta murrosta, koska se vaikutti olennaisesti siihen, mitä tänään ymmärrämme maakuntalehdellä.

Näkyvin muutos lehtikentällä 1940-luvulta lähtien oli lehtien jakautuminen ykkösiin ja kakkosiin: kullakin markkina-alueella jokin poliittinen äänenkannattaja nousi selvästi yli muiden, alueen valtalehdeksi. Lähes aina ”voittaja” oli porvarillinen lehti, sillä vain Kymenlaaksossa ykköslehdeksi kiri demarilehti, kaikissa muissa maakunnissa ykkösen taustalla oli joko keskusta tai kokoomus. (Keränen 1984, 13; Tommila 2001, 49, 51.) Jokaisella alueella kehitys kiteytyy termeihin *levikkikierre* ja *lehtikuolema*: positiiviseen levikkikierteeseen päässyt lehti houkutteli lukijoita ja niiden myötä ilmoittajia muilta julkaisuilta, ja tällöin kakkoslehden asemaan jääneiden (eli kaikkien muiden lehtien) kohtalona oli joko jumahtaa paikoilleen, taantua tai pidemmän päälle kadota (Keränen 1984, 13–14; Tommila & Salokangas 1998, 244). Poliittinen monilehtisyys purkaantui (Jyrkiäinen 2012, 74), mutta vastapainoksi alkoi 1950-luvulla paikallislehtien nousu. Lopputulema oli nähtävissä vielä 1990-luvun alussa, jolloin Suomen ”joka kodissa” luettiin niin pientä paikallis- kuin suurta maakuntalehteä. (Tommila 2001, 48–49.)

Maakunnissa suurimmiksi nousivat lehdet, jotka ensin rohkenivat lieventää poliittista eetostaan. Valtalehdeksi ei voinut nousta tiukan puoluesidonnaisella sisällöllä, joten kasvua hakevien lehtien oli opittava palvelemaan laajaa lukijakuntaa. (Salokangas 1998, 51; Tommila 2001, 51, 59.) Lehtiin alettiin painaa enemmän ei-poliittista sisältöä, kuten urheilua ja viihdettä. Ratkaiseva käänne oli objektiivisen uutisoinnin idean läpilyönti, joka viime kädessä palveli sanomalehden myyntiä: tarkoitus oli kirjoittaa uutisia, jotka sopisivat ”kaikille”. Näin *kaupallinen journalismi* sai jalansijaa suomalaisissa lehdissä. (Hujanen, E. 2007, 22, 165; Keränen 1984, 26; Tommila & Salokangas 1998, 182–208.) Puoluepolitiikka jäi alueellisissa ykköslehdissä taka-alalle, ja ajan mittaan ne luopuivat myös muodollisista puoluesiteistään (Jyrkiäinen 2012, 74; Salokangas 1998, 52). Viime vuosikymmenet maakuntalehdet ovat painottaneet olevansa täyden palvelun lehtiä, mikä on näkynyt aihepiirien moninaistumisena ja pitkään myös lisääntyneinä uutisina koti- ja ulkomailta – ei vain lähialueilta (Hujanen, E. 2007, 165; Hujanen, J. 2000, 18, 93).

Vuodet 1950-luvulta 1990-luvun alun lamaan olivat maakuntalehdille jatkuvan kasvun aikaa. Niin lehtien levikit, ilmoitustulot, sivumäärät kuin henkilöstö kasvoivat, ja tähän kasvukauteen liittyy myös aluetoimitusverkoston voimakas laajentaminen, mitä kuvaan tarkemmin luvussa 2.2. (Jyrkiäinen 2012, 67, 70–71; Keränen 1984, 144–145.) Alueen merkitys korostui yleensäkin sanomalehtien toimintalogiikassa, sillä ne asettuivat osaksi keskiluokkaistuvan paikallisväestön arkea, mikä oli mainio tilanne mainosmarkkinoilla. Tässä ratkaisevaa oli tehokas varhaisjakelu koteihin, jolloin myös lehdissä mainostavat tavoittivat alueen kuluttajat heti aamusta. Suomalaiset tottuivat saamaan lähiseutunsa uutiset, menotiedot ja tarjoukset samassa paketissa, ja näin lehdistä tuli maan johtava mainosväline. (Hujanen, E. 2007, 22–23; Jyrkiäinen 2012, 76–77.) Yhä tänä päivänä sanomalehdet toimivat muiden kaupallisten mediarytysten tapaan kaksilla markkinoilla (myyvät yleisölle lehteä ja ilmoittajille yleisöä), ja tässä paikallisuus on ollut niiden valtti: maakuntalehdelle tärkeintä on olla houkuttelevin media niin alueen lukijoille kuin mainostajille, sillä näistä kahdesta virrasta syntyvät sen tulot. 1980-luvulla ilmoittelun osuus lehtien tuloista oli jopa yli 70 prosenttia, nykyisin noin puolet. (Lintula 2005, 161–164; Sanomalehtien tuottorakenne 2011, 2012; Sauri & Picard 2012, 42–44.)

Tätä taustaa vasten on helppo ymmärtää, miksi maakuntalehdet ovat alkaneet nojata levikkialueisiinsa. Toki syyt eivät ole ainoastaan taloudellisia, mutta maakunnallisuus on ollut lehdille myös kannattava *liikestrategia*. Puoluesidonnaisuuden löyhentyessä ja alueen ykköslehden asemasta kilpailtaessa maantieteelliseen alueeseen perustuvalla

näkökulmalla saatettiin tavoittaa kaikki lukijat ja sitä myötä ilmoittajat; elinympäristö yhdistää kaikkia puoluekannasta riippumatta, ja ihmisillä on yleensäkin tarve saada tietoa lähialueensa asioista. Maakuntalehdet ovat alkaneet kertoa maailmasta lukijoille alueen näkökulmasta, ja samalla ne ovat ikään kuin luoneet ja pitäneet yllä alueellista yhteisöä ja identiteettiä. (Hujanen, J. 2000, 30–31, 45; Salovaara-Moring 2002, 117–118, 139.) Salovaara-Moring (2002, 122, 127–128) toteaa osuvasti, että sanomalehti on naimisissa alueensa (talouden) kanssa – niin hyvinä kuin huonoina aikoina. Kun alueen elinkeinoelämällä menee hyvin, on ihmisillä töitä ja siten varaa vaikkapa tilata lehteä. Myös yrityksillä on tällöin rahaa mainoksiin. Alueen hyvä on siis aina myös lehden etu.

Alueensa etujen ajajana – tai ainakin äänenkannattajana – me tunnemmekin maakuntalehden. Lehtien kirjoittelulle on tyypillistä tietty regionalistinen ote, jossa tehdään eroa muihin alueisiin ja etenkin pääkaupunkiseutuun. Maakuntalehdet peräänkuuluttavat alueellista tasa-arvoa ja valvovat ”omiensa” etua, kun valtakunnan poliitikot päättävät esimerkiksi aluehallinnosta, koulutuksesta tai terveydenhuollosta. Ne vetoavat usein ”syrjäseutujen” elinvoimaisuuden ja levikkialueen perinteisten elinkeinojen puolesta. (Salovaara-Moring 2002, 117, 145, 147; Hujanen, J. 2000, 176, 183–185, 226.)

Hujasen (2000, 226) tutkimuksen mukaan päätoimittajat näkevät maakuntalehden roolin kahtalaisena: yhtäältä sen tulee olla alueensa paras uutislehti, toisaalta tuoda maakunnan ääntä kuuluviin ja näin edistää sen eloa ja oloa. Salovaara-Moring (2002, 113–115, 123) tiivistää maakuntalehdistön pitävän Suomessa yllä rinnakkaisia, hieman erilaisia media- maisemia. Niissä koti- ja ulkomaan asiat näyttäytyvät vähän eri valossa, mikä on tietysti itsestäänselvyys ja välttämättömyyskin, koska laajassa maassa alueet ovat niin erilaisia.

Sanomalehtien asema ihmisten arjessa on kuitenkin muuttunut olennaisesti sitten 1980-luvun huippuvuosien (mm. Jyrkiäinen 2012, 67, 77). Palaan tähän tarkemmin luvussa 3. Tässä kohti on kuitenkin yhä aihetta todeta, että maakuntalehdilläkin on yhä lukijansa. Vuonna 2012 Suomessa ilmestyi 31 seitsemänpäiväistä sanomalehteä, joista 29 Helsingin ulkopuolella. Yli 100 000 levikin ylittää maakuntakeskuksista yhä Aamulehti ja miltei Turun Sanomat, ja yli 30 000 osoitteeseen jaetaan kahdeksaa muutakin maakuntalehteä. (Suomen Lehdistö 5/2013, 12.) Suuri joukko lehtien lukijoista on toki jo verkossa.

2.2 Uutisia kentältä: maaseutukirjeistä aluetoimituksiin

Jos lehdentekoa ajattelee yksinkertaisesti, on toimituksen julkaisemalla materiaalilla kaksi päälähdettä: joko toimitus tuottaa sisältöä itse tai sitten sitä hankitaan tai saadaan toimituksen ulkopuolelta (Tommila 2001, 53). Näin on ollut Suomen sanomalehdissäkin oikeastaan aina. Kun lehtiin tänään tulee materiaalia kentältä esimerkiksi freelancereilta ja lukijoiltakin kuvien muodossa, olivat lehtien ensimmäiset ulkoiset avustajat niin sanottuja maaseutukirjeenvaihtajia. Maaseutukirjeitä alettiin julkaista suomalaislehdissä 1830-luvulla, ja niitä painettiin lehtiin niin sellaisenaan kuin toimittajien muokkaamina. Viestintätekniikan vielä ollessa alkutekijöissään kirjeillä oli ratkaiseva merkitys lehdille alueellisten uutisten saannin kannalta. (Tommila 1979, 2–4, 10; Tommila & Salokangas 1998, 37.) Tästä syystä moninaista maaseutukirjeenvaihtajien joukkoa voidaan pitää sanomalehtien eräänlaisina esivaiheen aluetoimittajina (ks. Temmes 2004, 5).

Maaseutukirjoittajien systemaattisen hankkimisen aloitti ensimmäisenä Helsingin vahva fennomaanilehti Suometar. Pian muutkin lehdet seurasivat esimerkkiä, ja taajamien ulkopuolelta lähetetyistä kirjeistä tuli olennainen osa suomenkielisten lehtien sisältöä 1800-luvun ajaksi. Alkuun kirjoittajiksi värväytyi etenkin pappeja, lukkareita ja opettajia, mutta koko ajan enemmän myös luku- ja kirjoitustaidon oppineita talonpoikia. Lopulta lehdillä oli yhteensä tuhansia avustajia. (Tommila 1979, 4–7; Tommila & Salokangas 1998, 45–46.) Suuren alueellisen avustajajoukon merkityksen nuorille sanomalehdille ymmärtää, kun asian suhteuttaa lehdistön senaikaiseen tilaan: alkuaikoina lehteä teki yleensä vain yksi toimittaja ja hänkin usein varsinaisen työnsä ohessa. Kirjeet olivat lehdille helppoa – ja ennen kaikkea edullista – sisältöä, sillä maaseutukirjeenvaihtajille ei ollut tapana maksaa palkkioita. (Keränen 1984, 100–102; Tommila 2001, 52.)

Poliittisen lehdistön aikaan maaseutukirjeillä oli sanomalehdille kuitenkin myös toinen arvo: ne loivat suhteen lehden ja uuden lukijan välille. Kun puolueiden äänenkannattajat pyrkivät saamaan tilaajia ”omiensa” joukosta (Salokangas 1998, 50), oli mahdollisuus lukea lehdestä itselle fyysisestikin läheisistä asioista monelle varmasti ratkaiseva syy ryhtyä tilaajaksi – etenkin kun lehteen saattoi myös lähettää omia havaintojaan kirjeen muodossa. Samalla lehdet toteuttivat myös fennomaanista kansansivistysaatettaan, kun ne palstoillaan kädestä pitäen opettivat uusia kirjeenvaihtajia kirjoittamaan. (Keränen 1984, 17; Tommila 1979, 4, 10, 12–13; Tommila & Salokangas 1998, 45–46.)

1800-luvun lopulla suurimmat lehdet alkoivat kuitenkin korvata maaseutuavustajiaan vakituisilla kirjeenvaihtajilla. Tässä ratkaisevaa oli puhelimen yleistyminen, sillä sen myötä uutisia levikkialueen kunnista saatettiin myös soitella toimituksesta – ainakin, jos linjat toimivat. Havaittavissa oli myös uudenlainen pyrkimys laatuun, mikä kohdistui myös kirjoitteluun paikallistasolta: vakinaisten kirjeenvaihtajien uskottiin pystyvän erottamaan paremmin, mitkä asiat olivat lehden lukijakunnan kannalta todella oleellisia, eli missä meni uutisen raja. Satunnaiset avustajat kun olivat kirjoitustaidoiltaan varsin kirjava joukko, ja heidän tekstinsä olivat monesti hyvin subjektiivisia. (Keränen 1984, 109, 142.) Temmes (2004, 5) toteaaakin, että tämän päivän näkökulmasta maaseutukirjeet tuntuvat lähinnä yleisönosastokirjoituksilta. Vakituisiksi kirjeenvaihtajiksi lehdet pestasivat maaseudun osaavinta väkeä, kuten opettajia ja kunnalliselämässä aktiivisia maanviljelijöitä. Heille alettiin myös maksaa palkkio joka jutusta. (Keränen 1984, 142.)

Varsinaisia aluetoimittajia, levikkialueelle kiinteästi sijoitettuja ammattitoimittajia, lehtiin alettiin nimetä 1930-luvulla. Ensimmäisinä sivutoimitukset perustivat Helsingin suuret, Helsingin Sanomat ja Suometarta seurannut Uusi Suomi, mutta saman vuosikymmenen lopulla myös monella maakuntalehdellä oli jo ainakin yksi aluetoimitus. (Keränen 1984, 144, 209.) Esko Keränen (1984) on laskenut noin puolet Suomen päivälehdistä kattaneessa tutkimuksessaan, että keskimäärin aluetoimittajan vakanssi perustettiin lehtiin vuonna 1948. Määrätietoista aluetoimitusverkoston rakentamisesta tulikin 1940–50-luvuilla, jolloin toimituksissa kasvoi halu olla läsnä kaikissa levikin kannalta tärkeissä taajamissa. (emt., 7, 144, 153.) Tässä näkyy luvussa 2.1 kuvattu kehitys, jossa lehdet alkoivat kasvupyrkimyksissään nojata aatteen sijasta entistä selvemmin alueeseensa (ks. esim. Hujanen 2000, 30–31). Toimituksista alueella tuli kilpailuvaltti, kun poliittiset sanansaattajat alkoivat sotavuosien jälkeen kamppailla entistä kiivaammin alueellisista levikkimarkkinoista (Keränen 1984, 144, 153).

Aluetoimitusten perustaminen onkin liittynyt kiinteästi maakuntalehtien haluun kasvaa 1900-luvun jälkipuoliskolla – ensin oman alueensa ykkösiksi ja sitten pyrkimykseen laajeta levikkialueen reunamilla. Samoista lukijoista kilpaileminen on lisännyt paikallisuutisten arvoa, vaikka päivälehdet samaan aikaan ovat lisänneet myös muuta sisältöään. (Hujanen, E. 2007, 35–36; Hujanen, J. 2000, 78–80; Keränen 1984, 153; Salovaara-Moring 2002, 120–121.) Aluetoimittajien määrä kasvoi Suomessa voimakkaasti 1960-luvulla, ja sittemminkin aluetoimitusverkoston kehittämistähti oli täällä nopeinta Pohjoismaista. 1980-luvulle tultaessa lähes 70 prosentilla suomalaislehdistä oli alue-

toimituksia, suurimmista esimerkiksi Helsingin Sanomilla 18, Aamulehdellä 16, Turun Sanomilla 12 ja Keski-suomalaisella 11. Joihinkin näistä sivutoimituksista kiinnitettiin useita toimittajia, joten tekijäkaartinsa puolesta ne vastasivat jo pieniä paikallislehtiä. (Keränen 1984, 83, 144–145.) Osaltaan aluetoimittajien määrän kasvu selittyy lehtien ja toimitusten yleisellä kasvukehityksellä: etenkin 1960-luvulta lähtien sanomalehtiin pestattiin lisää toimittajia, ja tällöin myös työtehtävät eriytyivät. Näin alueetkin saivat omat erikoistoimittajansa tarpeen ja kilpailun sanelemina. (Keränen 1984, 83.)

1970- ja 1980-luvuilla, maakuntalehdistön pitkän kasvukauden huipentuessa, alueiden ykköslehdet pyrkivät kasvattamaan lukijakuntaansa entistä enemmän toistensa kustannuksella. *Levikkistrategiassa* paino siirtyi ydinalueelta maantieteellisen peiton reunamille, mikä merkitsi aluetoimitusten perustamista markkinaosuuksiltaan yhä epäselville alueille – tai ainakin apajille, joilta lehdet yhä uskoivat voivansa saada tilaajia. (Hujanen, E. 2007, 35–36; Hujanen, J. 2000, 39–40; Salovaara-Moring 2002, 120–122.) Salovaara-Moring (2002, 120–121, 139) kirjoittaa, että moni maakuntalehti pyrki vielä 1980-luvun lopulla, kasinotalouden huippuvuosina, ”pakonomaisesti” laajentamaan levikkialuettaan. Tämä johti kustannusten kasvuun, sillä uusien aluetoimitusten ohella lisää lukijoita koettiin houkutella myös katteettoman alhaisilla tilaushinnoilla. Lopulta 1990-luvun lama ja muuttuneet mediamarkkinat pakottivat lehtitalot miettimään uusiksi levikkistrategiaansa, ja sittemmin loputon rajoilla laajentuminen ei ole ollut niiden ylin ohjenuora. (Hujanen, E. 2007, 35–36; Lintula 2005, 159–161; Salovaara-Moring 2002, 120–122.) Luvussa 3.3 kerron, mitä tämä on merkinnyt aluetoiminnan kannalta.

Ennen aluetoimittajan työhön paneutumista vedän vielä yhteen, mikä merkitys alueen kirjoittajilla on perinteisesti ollut sanomalehdille. Tärkein anti tiivistyneenä jo 1800-luvun maaseutu- ja sittemmin vakinaisiin kirjeenvaihtajiin, sillä heidän myötänsä lehtiin alettiin saada paikallisuutisia myös ilmestymiskaupungin ulkopuolelta. Keränen (1984, 17) tiivistää kirjeenvaihtajat lehden parhaiksi PR-mieheksi kentällä, sillä he tekivät lehdestä lukemisen arvoisen kotiseudullaan. Ammattimaiset, täysipäiväiset aluetoimittajat taas pystyivät jo paremmin seuraamaan ja arvottamaan uutistapahtumia (emt., 144). 1950-luvulta lähtien aluetoimitusten rooli nivoutui pitkälti lehtien levikkilinjaan, mutta se ei ole rajoittunut vain tiedon ja juttujen hankintaan etäältä kotitoimituksesta. Esimerkiksi Suomen Lehdistön artikkelissa *Aluetoimitusten mielekkyys puntarissa* (Laurila 4/1996) tulee esiin lehden ”näkyminen” kentällä aluetoimittajien kautta. Se koettiin maakuntalehdelle tärkeäksi imagokin kannalta, mutta myös lukijakontaktin ylläpitämiseksi.

2.3 Aluetoimittaja on erikoinen yleistoimittaja

Sanomalehtien alueellisista kirjoittajista on käytetty aikojen saatossa eri nimikkeitä ja varsinainen aluetoimittajan vakanssikin on saattanut muotoutua hyvin erilaiseksi eri lehdissä (ks. Keränen 1984, 154). Tästä johtuen ei voida tyhjentävästi luetella, mitä kaikkea kuuluu maakuntalehden aluetoimittajan työnkuvaan, mutta tässä luvussa pyrin pääpiirteittäin avaamaan käsitystä siitä, millaisena on pidetty tyypillistä aluetoimittajaa – niin työarkansa kuin kenties persoonansakin puolesta. Tänä päivänä nimikkeellä ’aluetoimittaja’ viitataan jälleen mediakentällä mitä moninaisimpien järjestelyjen kautta luotuihin työtehtäviin, mitä tarkennan luvussa 3.3, mutta tässä huomioni on vielä niissä perinteisissä, ”varsinaisissa” aluetoimittajissa, jotka työskentelevät maakuntalehden sivutoimituksessa ja tuottavat sieltä käsin lehteen juttuja.

Aluetoimittajan työ on perinteisesti poikennut monella tapaa työstä päätoimituksessa. Ero hahmottuu ehkä parhaiten – ja itse asiassa yllättävän osuvasti –, kun sitä vertaa eroihin ulkomaankirjeenvaihtajan ja ”kotikentällä” olevan ulkomaantoimittajan työssä. Asemamaahan sijoitetut kirjeenvaihtajat ovat perinteisesti olleet työtavoiltaan selvästi itsenäisempiä kuin toimittajat kotitoimituksessa (Uskali 2007, 51), ja tämä pätee myös aluetoimittajiin, kun heidän vastinparikseen ottaa kollegat kotimaantoimituksessa. Aluetoimittajia ei ole näkynyt keskustoitituksen arjessa ja palavereissa, sillä heidän työpisteensä on toisaalla, he liikkuvat juttukeikoilla alueellaan ja käsittääkseni he ovat suunnitelleet myös hyvin pitkälti itse työtään ja aikataulujaan. Kotitoimitukseen aluetoimittajat pitävät yhteyttä puhelimella ja sähköpostilla – aivan kuten ulkomaankirjeenvaihtajat. Kirjeenvaihtajien tapaan aluetoimittajan työrutiineihin on kuulunut myös seurata paikallisia viestimiä ja muuta tietoliikennettä, ja ideoida tältä pohjalta juttuja. (kirjeenvaihtajan työstä Uskali 2007, 55.) Kentällä olevista aluetoimittajista Temmes (2004, 19) toteaa mielestäni osuvasti, että heidän työnsä on itsenäistä siinä missä mikä tahansa lehtitoimittajan työ, mutta lisäksi se on itsenäistä työyhteisön sisällä.

Median ja toimitustyön alati muuttuessa sanomalehden aluetoimittajan työssä on sanottu säilyneen ehkä eniten piirteitä perinteisistä tavoista tehdä journalismia. Esimerkiksi yksi Temmeksen (2004, 88) haastatteleminen Helsingin Sanomien aluetoimittajista totesi, että työ on edelleen klassista vanhanajan lehtimiestyötä, jossa kuljetaan silmät ja korvat auki ja ideoidaan juttuaiheita. Olennainen osa aluetoimittajan arkea oli yhä olla tien päällä, ja

juttumatkoilla saattoikin vierähtää isompi osa päivästä kuin päätteen ääressä (emt., 48). On mielenkiintoista nähdä Turun Sanomien kohdalla, onko aluetoimittajien työ yhä yhtä liikkuvaa kuin tutkimuksessa 2000-luvun alussa. Temmeksen haastatteluissa nousi esiin myös aluetoimittajan työn kokeminen elämäntapana, jossa ammattiroolia ei niin vain ”suljeta pois”, vaan alueella ollaan koko ajan tiettyssä valmiudessa. Tällainen ”vapaa-palokuntalaisuus” jakoi kuitenkin tutkittavien mielipiteet, eivätkä kaikki aluetoimittajat enää pitäneet työpuhelinta aina päällä. (emt., 73.) Ero työlle omistautumisessa voi kieliä eri sukupolville ominaisesta ajattelusta, sillä aluetoimittajat edustavat sanomalehdissä usein kokeneinta polvea. Esimerkiksi Temmeksen haastateltavat olivat keski-ikänsä yli 50-vuotiaita, ja useimmilla oli takanaan yli 25 vuotta aluetoimittajan työtä (emt., 44). Tässä suhteessa aluetoimittajat eroavat siis olennaisesti ulkomaankirjeenvaihtajista, joiden komennus kestää yleensä kolmesta neljään vuotta (Uskali 2007, 60).

Siinä mielessä aluetoimittajan työ muistuttaa edelleen joka tapauksessa vanhanajan sanomalehtityötä, että aluetoimittajat saattavat kirjoittaa jutun aiheesta kuin aiheesta. He eivät voi keskittyä johonkin tiettyyn erikoisalueeseen, kuten talouteen, politiikkaan tai kulttuuriin, vaan jutun on synnyttävä mille osastolle vain, jos alue ”antaa” siihen aiheita. Tavallaan aluetoimittajat ovat kuin kotimaantoimittajat, jotka kirjoittavat uutisia ilman rajattua aihekenttää, mutta toisaalta aluetoimittajan tulee olla myös paljon muuta, sillä työ ei rajoitu vain uutisiin: kielen täytyy taipua myös kulttuurijuttuihin, talousteksteihin ja reportaaseihin. (toimittajien tehtävistä ja nimikkeistä Keränen 1984, 127, 138, 141.) Lisäksi aluetoimittajan työtehtäviin kuuluu perinteisesti myös valokuvaaminen, joten termi ’jokapaikanhöylä’ sopii minusta oikein hyvin kuvaamaan tätä journalistista työtä. Keskipohjanmaa-lehden aluetoimittaja Antti Savela tiivistää mielestäni osuvasti aluetoimittajan työarjen Suomen Lehdistön artikkelissa (5/2011, 10):

”Kun uutistoimittaja yleistoimittajana tekee jutun aiheesta kuin aiheesta, aluetoimittajan työn monipuolisuus häneen verrattuna on ehkä potenssiin kaksi. Tämä ei ole elvistelyä vaan nöyryyttä. – – Lähes joka päivä törmää aiheeseen, josta ei ymmärrä hölkäsen pöläystä.” (Savela 2011, 10)

Onko aluetoimittaja sitten enemmän yleis- vai erikoistoimittaja? Työn monipuolisuus ohjaa tietysti pitämään tehtävää mitä suurimmissa määrin yleistoimittamisena, mutta toisaalta aluetoimittaja on erikoistunut kirjoittamaan nimenomaan seuranta-alueestaan. Ehkä osuva määritelmä olisikin kutsua aluetoimittajaa *erikoiseksi yleistoimittajaksi*.

Aluetoimittajille perinteinen itsenäisyys johtaa eittämättä siihen, että jutut ja työtavat alueella ilmentävät ainakin jossain määrin tekijänsä persoonaa. Temmes (2004, 86–87)

havaitti tutkimuksessaan, että aluetoimittajan henkilökohtaisilla kiinnostuksen kohteilla ja esimerkiksi aiemmalla kokemuksella joltain erikoisalalta on vaikutusta siihen, mistä aiheista hän tulee kirjoittaneeksi seurantakunnistaan juttuja. Toisille on luonteenomaista kirjoittaa enemmän talous-, toisille kulttuuriaiheista. Toimittaja Ilari Tapion (1996, 15) humoristinen artikkeli maakuntalehden aluetoimittajista miltei kahden vuosikymmenen takaa tavoittaa ehkä jotain ammattikunnasta myös tänään: Tapiolle aluetoimittajat ovat olleet kentällään *persoonia*, jotka moni tuntee ja jotka tuntevat monia. Hänestä heidän yksi arvonsa työnantajalle onkin ollut siinä, että he tuntevat usean kunnan valtaapitäviä, toimitusjohtajia, sientenviljelijöitä, hiihtäjiä, kylähulluja... Aluetoimittajan persoonaan on Tapiosta myös säilyttänyt luterilaisia perusarvoja, kuten työmoraali, sisukas tiedonjano, nurkkapatriotismi ja jopa konkreettinen erämaahenki. Antti Savela (2011, 10) toteaaakin, että aluetoimittajalta vaaditaan myös heittäytymiskykyä ja roppakaupalla itseironiaa.

Jos jotain journalistista työskätkä, tekninen kehitys on muuttanut aluetoimittajan työtä. Ennen kaikkea se on tehnyt tästä liikkuvasta etätyöstä helpompaa, ja oikeastaan tekniset edistysaskeleet ovat aina tuoneet aluetoimittajan ”läheemmäs” kotitoimitusta. Muutoksen aluetoimittajien arjessa ymmärtää, kun tilannetta kelaa vuosikymmeniä taaksepäin. Jo puhelimen yleistymisen toimitustyössä 1920-luvulla oli iso muutos, sillä sen koommin jutunsiirto alueelta ei ollut enää vain postin varassa (Tommila 2001, 54). Uutiset voitiin kertoa puhelimesta, ja pian päätoimituksiin tuli myös sanelukoneita, joille aluetoimittaja luki juttunsa. Yhteyksien entisestään parantuessa jutut saatettiin jo lähettää telekopioina, ja 1970-luvun lopulla työ mullistui lopullisesti, kun lehtitaloihin alkoi tulla tietokoneita. (Keränen 1984, 60, 142, 144.) Tänäpäin sanomalehden kaikki toimittajat – olivat he sitten päätoimituksessa tai alueella – avaavat työpisteellään saman toimitusjärjestelmän. Tämä on tuonut myös aluetoimittajat aiempaa tiiviimmin osaksi työyhteisöä. Liikkuvan alue-työn kannalta ei kuitenkaan voi liiaksi korostaa myöskään kännyköiden ja kannettavien tietokoneiden tuomaa helpotusta – saati siirtymistä valokuvaamisesta filmistä digitaali-aikaan. Tänäpäin jutut ja kuvat siirtyvät napin painalluksella. (Temmes 2004, 67–69.)

Tekninen kehitys on kuitenkin nostanut uudessa valossa esiin myös aluetoimittajien ja ulkomaankirjeenvaihtajien välisen kohtalonyhteyden. Kun tekniikka on tehnyt niin tiedon kuin ihmisten liikkumisesta nopeampaa, on noussut esiin kysymys, mihin enää tarvitaan tällaisia erillisiä sivutoimituksia (Uskali 2007, 58–59). Uskali (2007, 58) toteaa kirjassaan, että ulkomaankirjeenvaihtajat ovat kuuluneet jo pitkään uhanalaisiin ammatteihin, ja luvussa 3.3 käy ilmi, että vähentynyt on myös aluetoimittajien määrä.

3 MEDIAN MURROS MUUTTAA TOIMITUKSIA

Mediamaisema on tänään aivan toinen kuin maakuntalehdille kultaisella 1980-luvulla. Muutamassa vuosikymmenessä on muuttunut niin paljon, että Johanna Sumiala (2010) pysähtyy jo kysymään, mikä on tänään media. Enää ei voida puhua joukkoviestimistä, jotka yksisuuntaisesti viestisivät suurelle massalle, sillä tänään kuka tahansa voi saada äänensä kuuluviin mediassa, ja se ”suuri yleisö” on joka tapauksessa pirstaleina. 2010-luvulla viestintä on digitaalista ja mobiilia, ja internetissä jokainen on oman sosiaalisen mediasa tuottaja. Teknologinen murros on häivyttänyt totuttuja rajoja niin tuottajan ja kuluttajan kuin viestintävälineiden väliltä: nyt mediasisältö kiertää välineestä toiseen ja sitä kulutetaan mitä erilaisimmilla laitteilla. (emt., 75–78.) Samalla mediamaisema on käynyt hyvin epäselväksi pitkän linjan toimijoille, ja etenkin painetun median edustajat kohtaavat suuria haasteita. Heille uusi media tarkoittaa vakiintuneiden ansaintamallien murtumista. (Aslama & Kivikuru 2002, 26–27; Wiio & Nordenstreng 2012, 30–31.)

Viestintävälineiden, median käyttötapojen ja yhteiskunnan yleensäkin muuttuessa Bob Franklin (2009) nostaa esiin kysymyksen, jolta ei voi välttyä: mikä jää sanomalehtien ja toimittajien osaksi tässä suuressa murroksessa? Franklin huomauttaa, että sanomalehdet ympäri maailman etsivät nyt paikkaansa ympäristön muuttuessa. Yksi asia on kuitenkin jo varma: sanomalehti ei ole enää vain *uutisia paperilla* (kirjaimellisesti ’a newspaper’) vaan myös paljon muuta. Tänään ’sanomalehti’ tarkoittaa sisällön julkaisemista useilla eri alustoilla, paperilla, verkkolehdessä ja internetin välityksellä mobiililaitteilla. (emt., 1–2; ks. myös Jyrkiäinen 2012, 97.) Myös maakuntalehdet pyrkivät tavoittamaan yleisöä enenevässä määrin uusilla kanavilla, mutta tässä monimediaalisuudessaankin ne pitävät yhä kiinni myös vanhasta, historiansa suomasta *brändistä* (Nikunen 2011, 20).

Tässä luvussa käyn läpi, kuinka muutokset mediatekniikassa ja -markkinoilla ovat vaikuttaneet suomalaisiin sanomalehtiin ja toimittajan työhön sitten 1980-luvun lopun. Toimitustyön ja maakuntalehden aseman muuttuminen on eittämättä heijastunut myös aluetoimituksiin, joten tätä kehitystaustaa vasten kartoitan luvussa 3.3, miten lehti- ja myös muutamat muut mediatilat tänään näkyvät alueellaan: kuinka maakuntalehtiin ja valtakunnan suurimpiin medioihin saadaan 2010-luvulla levikkialueelta sisältöä?

3.1 Sanomalehdet ja -lehdistö muutosten keskellä

Alueellisilla valtalehdillä oli mainio asema mediamarkkinoilla vielä 1980-luvun alussa. Ne hallitsivat alueensa tiedonvälitystä, joten kilpailua ei juuri syntynyt lukijoista, saati mainosmarkoista. Vuosikymmenen puolivälissä tilanne alkoi kuitenkin muuttua, kun mediamarkkinoiden vapautuessa myös kaupallinen televisio ja paikallisradiot pääsivät kilpailemaan yleisön, ilmoittajien ja mainostajien huomiosta. Myös aikakauslehdistö laajeni. (Sauri & Picard 2012, 39–40, 42–44; Tommila & Salokangas 1998, 303.)

Lisääntyvä mediakilpailu ei kuitenkaan selitä sanomalehtien ilmoitus- ja levikkitulojen äkillistä pudotusta samoin kuin 1990-luvun alussa iskenyt lama. Se taittoi maakuntalehtien pitkän kasvukäyrän, sillä talouden jyrkkä taantuma sai kuluttajat tinkimään lehtitilauksista ja alueen yritykset karsimaan mainonnasta. (Aslama & Kivikuru 2002, 27–28; Tommila & Salokangas 1998, 303, 317.) Uusi isku koitti liki kaksi vuosikymmentä myöhemmin, kun vuoden 2008 finanssikriisistä alkoi taantuma, ja taloudessa vallitsevat yhä epävarmat ajat. Alamäet ovat osoittaneet, kuinka herkkä sanomalehtiala on taloussuhdanteille. (Jyrkiäinen 2012, 67.) Samalla kilpailu mediakentällä on koventunut yhä.

1990-luvun lamavuodet olivat käänne Suomen sanomalehdistön historiassa. Niihin päättyi pitkä kasvun ja laajentumisen kausi, ja sittemmin alalta on saatu kirjata laskevia levikkilukuja, pieneneviä peittoprosentteja ja vähemmän lehtinimikkeitä. Talouskriisistä kärsivät kaikki lehdet, mutta se nujersi etenkin monet alueilla sinnitelleet kakkoslehdet. (Aslama & Kivikuru 2002, 26–28; Tommila & Salokangas 1998, 298, 301.) 1990-luvun päätteeksi sanomalehtien kokonaislevikistä oli hävinnyt noin neljännes (lähes miljoona tilausta), ja 2000-luvulla lasku on jatkunut, tosin hitaampana (Sauri & Picard 2012, 49).

Maakuntalehtien ei-tilaajia tutkinut Erkki Hujanen (2007) katsoo lehtien pitkän levikki-ekspansion taittuneen lamaromahduksen jäljiltä hitaaksi levikkieroosioksi, jonka kanssa lähes kaikki seitsemänpäiväiset lehdet 2000-luvulla painivat. Levikkipeitot ovat ohentuneet etenkin lehtien ydinalueilla, ja ongelmana on se, ettei menetettyjen lukijoiden tilalle tule uusia tilaajia. (emt., 228, 233.) Lehtitaloudessa olennainen muutos on tapahtunut myös siinä, että sanomalehtien tuotto on nyt aiempaa enemmän tilausten varassa: ilmoitus- ja mainostulojen osuus on viime vuosina pudonnut noin puoleen lehtien tuloista, kun vielä 1980-luvulla ne tekivät yli 70 prosenttia kokonaispotista. Tämä tarkoittaa, että sanomalehdet ovat tulleet entistäkin riippuvaisemmiksi lukijoistaan. (Jyrkiäinen 2012, 71.)

Tästä juontaakin maakuntalehtien suurin haaste: kuinka ne säilyttäisivät osansa ihmisten arjessa, saati saisivat houkuteltua uusia tilaajia? Erkki Hujasen (2007) mukaan ihmiset luopuvat lehdestä tai jättävät sen tilaamatta useista syistä. Entistä enemmän tässä painaa elämäntilanne, sillä sanomalehteä ei enää tilata ”velvollisuudesta”, koska se määrittäisi kunnan kansalaisuutta. Päinvastoin: sanomalehdestä on tullut yksi kulutushyödykkeistä, joka tilataan silloin, kun sille on aikaa ja tarvetta. Tänäpäin aikaa lehteen syventymiseen on kuitenkin kovin vähän, sillä työn ja perheen ohella ihmisten ajasta kilpailevat myös lukuisat harrastukset – ja muut mediat. Hujasen mukaan useimmin maakuntalehden ohi kulkevat nuoret ja nuoret aikuiset, joiden kiireiseen ja epäsäännölliseen elämään joka-aamuinen lehti kotiin ei vain sovi. Etenkin kaupungissa arkeen istuu paremmin vilkaista uutiset vaikka ilmaisjakelulehdestä – tai ennen kaikkea älypuhelimesta, tablettilta tai työkoneella verkkolehdestä. Sähköisiin viestimiin verrattuna paperinen lehti näyttäytyy monista hitaana, kun muista välineistä uutiset tulevat tunnin välein tai ne voi tarkistaa milloin tahansa. Printtilehti taas on tuore vain aamulla, jos silloinkaan. (emt., 228–237.)

Syitä arkeen ilman maakuntalehteä lienee yhtä monta kuin ei-tilaajia. Korkea tilaushinta on monille ratkaiseva syy jättää sitoutumatta lehteen, etenkin kun uutisia ja viihdettä saa tänäpäin monesta mediasta ilmaiseksikin (Hujanen, E. 2007, 116–123, 232–233). Lehti-tilaus saatetaan katkaista varsinkin taloudellisesti vaikeina aikoina, kun menoista täytyy muutenkin tinkiä (Aslama & Kivikuru 2002, 28; Jyrkiäinen 2012, 67). Vuoden 2012 alussa hintoihin tuli lisäksi korostuspainetta, kun sanomalehtitilaukset irrotettiin nolla-verokannasta. Vuodesta 2013 tilatuista lehdistä peritään 10-prosenttista arvonlisäveroa. (Sauri & Picard 2012, 46; Verohallinto 2012). Jaana Hujanen (2000, 47–48) kuitenkin uskoo, että moni ohittaa maakuntalehden ihan siitä syystä, ettei se vain tunnu omalta. Alueellisesta näkökulmasta tehty journalismi saattaa tuntua vieraalta, etenkin jos lukija on muuttanut alueelle muualta tai elää yleensä liikkuen. Tällöin puhe alueen yhteisöstä – saati maakuntatunne – voi jättää kylmäksi, ja tuntuu ehkä muutenkin vanhahtavalta.

Edellä kuvattu arvon lasku lukijoiden ja mainostajien silmissä on herättänyt lehtiyhtiöt talouden realiteetteihin. Kilpailutilanteen muutos ja miinusmerkit levikki- ja ilmoitus-sarakkeissa ovat tehneet lehtitalot entistä tietoisemmiksi asemastaan markkinoilla. Itse ilmaisisin tämän niin, että lehdissä on täytyntyy sitten 1980-luvun puolivälin pysähtyä monesti miettimään, mikä on meidän vahvuutemme ja (kenties) miten voisimme tästä vielä vahvistua. Maakuntalehtien on täytyntyy sopeuttaa toimintaansa suhdanteiden ja nopeasti muuttuvan ympäristön ehdoilla, eli toisin sanoen lehdesteosta on tullut entistä

selvemmin markkinaehtoista. (Aslama & Kivikuru 2002, 26–28; Hujanen, E. 2007, 30–31, 35, 164–167; Jyrkiäinen 2012, 96; Tommila & Salokangas 1998, 317–320.)

Paavo Lintula (2005) tuo osuvasti esiin, kuinka viimeistään lama ja kilpailu kaupallista sähköistä mediaa vastaan toi myös lehtiin asiakaslähtöisen bisnesajattelun (ks. Hujanen, E. 2007, 30). Lintula on laatinut listan, jolla hän tuo esiin näkemyksensä siitä, kuinka maakuntalehti eroaa ennen ja jälkeen 1990-luvun. ”Ennen-lehti” on ollut kansankynttilä, lipunkantaja ja maakunnan ääni, kun taas ”jälkeen-lehteä” kuvaavat Lintulasta termit tietopankki, sisältötehdas ja jopa rahantekokone. Ennen 1990-lukua puhuttiin *editoidun lehden toimittamisesta lukijoille*, mutta 1990-luvulta lähtien on saatettu myös sanoa: *tuotamme jalostettua sisältöä asiakkaille*. (emt., 167–169.) Raimo Salokangas (1998, 52–54) huomauttaa, että liikeyritysjattelu kotiutui maakuntalehtiin sitä myötä, kun niiden vanhat osakkeet alkoivat kiinnostaa ulkopuolisia, niin sanottuja nurkanvaltaajia. Vanhastaan lehtiosakkaaksi oli lähdetty poliittisen aatteen nimissä, minkä tähden nämä sukukalleudet eivät ehkä niin kiinnostaneet perijöitä – kunnes jotkut niillä ansaitsemisen 1980-luvulla keksivät. Tästä alkoi Suomen sanomalehdistön omistuksellinen myllerrys.

Tämän tutkimuksen kannalta onkin olennaista, että niin suomalaisen sanomalehden kuin koko lehdistön olemus on muuttunut ratkaisevasti sitten 1980-luvun. Kilpailuasetelmat ja toimintalogiikka ovat menneet kentällä uusiksi, ja olennaista on nimenomaan muutos lehtien välisissä suhteissa. Lama-aika ja kasvava kilpailu muilta tahoilta saivat lehtitalot tajuamaan, ettei niiden ehkä kannatakaan tuhlata voimiaan kilpailussa toisiaan vastaan – päinvastoin: lehdet ovat laskeneet toisiinsa kohdistamiaan levikkiaseita ja lähteneet jopa yhteisrintamassa puolustamaan sanomalehden asemaa mediamarkkinoilla. Maakuntalehdissä huomattiin taloudellisen paineen alla, ettei omaksuttu kilpailu naapurin tontista edes toisi voittoja, joten ne vaimensivat levikkivimmaansa ja käänsivät katseensa entistä selvemmin ydinalueeseensa. Tämä niin sanottu levikkistrategian ”tervehdyttäminen” on olennainen käänne aluetoimitusten kannalta, joten avaan sitä lisää luvussa 3.3. (Aslama & Kivikuru 2002, 28, 35; Hujanen, E. 2007, 24, 35–36; Lintula 2005, 159–163.)

Lehtitalot huomasivat 1990-luvulla, että sanomalehtien osalta markkinat ovat ”täynnä”. Uusien tilaajien kautta kasvua ei voinut enää saada, mutta asemaa markkinoilla saattoi edistää muilla keinoilla. Maakuntalehdet hankkivat omistukseensa paikallislehtiä, ja osa ylitti jopa välinerajat ostamalla radioyrityksiä. Lehtikentän keskittyminen ei kuitenkaan jäänyt aluetasolle, sillä omistusjärjestelyiden ja fuusioiden kautta maahan syntyi lopulta

kolme suurta lehtileiriä (SanomaWSOY, Alma Media ja Keskisuomalainen-konserni) ja useita pienempiä lehtiketjuja. Tänäpä useimmat päivälehdet ovat osa jotain konsernia. Suurissa yhteenliittymissä ei kuitenkaan tehdä vain lehtiä, vaan perinteisistä lehtitaloista on tullut 2000-luvulla *monimediayhtiöitä*. Monien repertuaarissa on myös muita painotuotteita ja verkkopalveluita, ja suurimmat omistavat myös radio- ja televisiokanavia. (Aslama & Kivikuru 2002, 28, 35; Hujanen, E. 2007, 26–27; Jyrkiäinen 2012, 89–92.)

Yhteisten haasteiden edessä lehtitalot ovat, paitsi hillinneet keskinäistä kilpailuaan, myös valinneet yhteistyön. Suomen Lehdistön artikkeli aiheesta (Virranta 8–9/2011) on otsikoitu osuvasti: *Lehtien järkiliitot*. Tänäpä sanomalehtikenttä risteilee yhteistyösuhteita, joista osa noudattaa konsernien rajoja, osa hyppii niiden yli. Maakuntalehdet vaihtavat keskenään juttuja, tekevät yhteisiä teemasivuja ja -liitteitä ja ovat perustaneet jopa yhteisiä alue- ja ulkomaantoimituksia. Ilmoittajiin päin maakuntalehdet yhdistivät voimansa jo vuonna 1995, kun ne perustivat ilmoitusmyyntiä keskitetysti hoitavan Kärkimedian. (Aslama & Kivikuru 2002, 35; Jyrkiäinen 2012, 87–88; Virranta 2011.)

Uusien medioiden asettamat haasteet ovat ohjanneet myös maakuntalehdet verkkoon. Sinne on menty etenkin nuorten perässä (Nikunen 2012, 78). Verkossa ansaitseminen on kuitenkin osoittautunut lehdille hyvin vaikeaksi, koska lukijat ovat tottuneet saamaan internetissä ilmaista sisältöä. Käytännössä lehdet voisivat saada verkosta tuloja kolmella tavalla: maksullisella toimitetulla sisällöllä, mainoksilla tai harjoittamalla jotain muuta liiketoimintaa uutisten ohessa. (Franklin 2009, 7.) Suomessa muutama maakuntalehti on avannut verkkokaupan online-lehteensä ja jokunen sanomalehti on laittanut sisältöjä maksumuurin taakse. Useimmat lehdet ovat verkossa kuitenkin yhä tarkkailuasemissa. (Virranta 11/2012a; 11/2012b.) Median kulutustapojen muutokseen sanomalehdet ovat vastanneet myös ulkoasu-uudistuksilla, tabloid-koolla ja sovelluksilla mobiililaitteille.

Lehtitaloille yritysostot, lehtien lisääntyvä yhteistyö ja uudet jakelualustat ovat tuoneet synergiaetuja, kun samaa materiaalia voidaan hyödyntää eri välineissä (Sauri & Picard 2012, 59–60). Samalla lehdille on auennut uusia kanavia tavoittaa yleisöä. Toimituksiin muutokset heijastuvat uudelleenjärjestelyinä ja lisääntyvänä monitekemisellä – ja viime vuosina myös aiempaa vähempinä tekijöinä (ks. luku 3.2). (Nikunen 2011, 20–21, 32.)

3.2 Toimittajasta on tullut moni- ja yleistekijä

Sanomalehdistön ja mediatekniikan muutos vaikuttaa väistämättä toimittajan työhön. Tässä tutkimuksessa olennaista on pohtia ja selvittää, miten murros mediassa lopulta heijastuu aluetoimintaan. Ja toisinpäin: mikä merkitys aluetoimittajien työllä voisi olla muuttuvassa mediassa? Tarkastelen tätä luvuissa 6, 7 ja 8 haastattelujen pohjalta, ja seuraavassa kerron taustaksi, kuinka toimitustyö lehdissä on yleensä muuttunut viime vuosikymmenten aikana. Lintula (2005) huomauttaa, että toimittajan työhön ja ammatti-identiteettiin vaikuttaa aina se, mikä on työnantajayrityksen tila toimialalla. Maakuntalehdessä työhön vaikuttaa jo yrityksen pitkä historia, mutta myös se, kuinka työyhteisö tulkitsee oman lehden ja koko alan nykytilaa ja tulevaisuutta (emt., 21–23, 154, 164).

Viime vuosikymmeninä maakuntalehdissä on eletty epävarmuudessa. Epätietoisuutta on ollut niin alan suunnasta kuin omasta työstä. Taloustaantumet ovat jättäneet toimituksiin jälkensä, kun laskevat tilaus- ja ilmoitustulot ovat johtaneet toimittajien vähentämiseen. 1990-luvun laman jälkeen lehdet vähensivät kuukausipalkkaisia toimittajia ja välttivät uusien vakinaistamista. Omia tekijöitä korvattiin lisäämällä freelancereiden ja viestintäyhtiöiden käyttöä. (Tommila & Salokangas 1998, 317, 319.) 1990-luvulla säästökuuri kohdistui etenkin nuoriin ja määräaikaisiin toimittajiin sekä lehtien avustajiin. Vuoden 2008 finanssikriisiä seuranneessa taantumassa lähtijöiden joukossa on ollut enemmän kokeneita, vakinaisia toimittajia. Lomautusten ja irtisanomisten rinnalle ovat nousseet eläkepaketit. Yt-neuvotteluita on käyty viime vuosina läpi maakuntalehdistön, ja niiden seurauksena toimitukset ovat nyt pienempiä ja nuorempia. (Nikunen 2011, 31–33.)

Samaan aikaan myös monimediaalisuus on muuttanut olennaisesti lehtitoimittajan työtä. Välineiden määrä on lisääntynyt toimituksissa niin konsernikehityksen kuin uusien julkaisualustojen omaksumisen myötä. Tänäpäin tyypillinen sanomalehden toimittaja ei tee juttuja vain seuraavan aamun paperilehteen, vaan versioi sisältöä päivän mittaan myös mediabrändin online-julkaisuun – ja mahdollisesti jopa radio- ja tv-kanaville. Tämä on muuttanut aikakäsitystä toimitustyössä, sillä kilpailtaessa uutisista verkossa deadline on koko ajan päällä. Paperiseen lehteen jää aiempaa harvemmin yllättäviä uutisia, joten printtiin on saatava enemmän taustoittavia, analyysoivia juttuja. Tämä taas johtaa kirjoitustyön muuttumiseen aiempaa iltapainotteisemmaksi, koska myös aamun lehteen pitäisi löytää jotain tuoretta. (Franklin 2009, 6; Nikunen 2011, 20, 47–52.)

Sähköisen median läpilyönti lehtitoimituksissa on jo aikaa sitten johtanut siihen, ettei toimittajan työssä pärjää, ellei ole valmis omaksumaan uusia teknologioita (Cole 1998, 67) – tai ainakin muutosvastaisuus tekee työstä hyvin hankalaa. 2000-luvulla media-tekniikan nopea kehitystahti ja tekniikan asettuminen entistä keskeisemmäksi osaksi toimitustyötä on johtanut siihen, että toimittajan ammattitaitoa määrittää yhä enemmän se, kuinka nopea hän on omaksumaan uutta. Tällöin kyky ottaa haltuun uusia välineitä saattaa korostua jopa yli perinteisen asiantuntemuksen ja ajan myötä kertyneen tiedon. Tämä saattaa nostaa nuoret toimittajat lehdistä konkareiden rinnalle ja jopa heistä ohi. (Nikunen 2011, 39–42.) Tänä iän ihannetoimittaja on kai kuin sveitsiläinen linkkuveitsi, joka omaa työkalut toimia tilanteessa kuin tilanteessa (ks. Steinle & Brown 2012, 52).

Internetistä on tullut erottamaton osa myös lehtitoimittajan jutuntekoa. Verkkoselain on helppo klikata työpisteellä auki, kun haluaa saada tai varmistaa tietoa. Hakukoneet ja verkkosivut haastavat tiedonhaussa perinteisemmät puhelin- ja kasvokkain keskustelut. (Franklin 2009, 6–7; Nikunen 2011, 71, 86; O’Sullivan & Heinonen 2008, 360–363.) Tämän voisi katsoa olevan olennainen muutos aluetoimittajien kannalta, joiden tiedonkeruu on kuitenkin perinteisesti perustunut paikan päällä oloon ja suoriin kontakteihin (ks. luku 2.3). Liikkuvan työn ja etenkin erillisten aluetoimitusten mielekkyys asettuu kyseenalaiseksi myös nykyisen *ubiikin* eli kaikkialla läsnä olevan tietotekniikan valossa. Langattomuus, digitaalisuus ja lähes kaikkialla toimiva internet ovat tehneet tietojen saannin ja siirron mahdolliseksi ajasta ja paikasta riippumatta. Tänä iän haastateltavankin tavoittaa yleensä milloin ja mistä tahansa. (Jyrkiäinen 2008, 91.) Näin ollen toimittajan ei välttämättä tarvitse nousta ollenkaan työpisteeltä saadakseen kysymyksiin vastauksia.

Tekniikka ei kuitenkaan ole ainut tekijä, joka on pistänyt työtapoja uusiksi lehtitaloissa viime vuosina. Kaarina Nikusen (2011) mukaan toimituksiin on iskenyt 2000-luvulla uudelleenjärjestelyvimma, jossa organisaatioista yritetään tehdä entistä tehokkaampia. Tämä pohjaa taloudellis-tuotannolliseen ajatteluun, jossa aikaan pitäisi saada enemmän vähemmällä. Työtehtäviä on muokattu uusiksi ja toimintoja yhdistelty niin osastojen sisällä kuin niiden kesken. Nikusen mukaan tämä on vahvistanut jo havaittua kehitystä yleistoimittajuuden suuntaan: kun erikoisalueiden raja-aitoja puretaan, toimittajan työnkuvasta tulee laaja-alaisempi. Organisaation silmissä monialaisesti eri välineisiin tekevä toimittaja on tietysti joustavampi. Samaan aikaan toimittajan oma autonomia, eli kyky vaikuttaa juttujen aiheisiin ja näkökulmiin, näyttäisi kuitenkin kaventuneen. Nikusen haastatteleminen toimittajien mukaan työtä tehdään yhä enemmän esimiesten laatiman

päivälistan pohjalta. Omia juttuideoita kelpuutetaan toki myös, mutta niiden selvittelyyn ja toteuttamiseen jää tänään aiempaa vähemmän aikaa. (emt., 20–21, 43, 47–48, 52–53.)

Kiire onkin ehkä päällimmäinen tunne maakuntalehtitoimituksissa tänään. Toimittajan työhön kuuluu tietysti luonnollisena osana tietty hektisyys ja kilpa kelloa vastaan, mutta monille aikataulupaineita on nyt jo liikaa (Jyrkiäinen 2008, 36). Kiire syntyy yhtälössä, jossa tekijöitä on aiempaa vähemmän, tekemistä enemmän, ja uudistusten myötä rutiinit menevät sekaisin. Verkko on tietysti tuonut ajan vielä konkreettisemmin läsnä olevaksi. (Nikunen 2011, 45, 51.) Jyrkiäisen (2008, 84) mukaan lehtityön kasvavat paineet saavat toimittajat reagoimaan eri tavoilla: osa opettelee sanomaan ei, osa laskee tavoitteensa realistiselle tasolle – ja osa lähtee pois. Pamfletisti Johanna Vehkoo (2011) herättelee, että toimituksia uhkaa jo jopa ”aivovuoto”, kun alaansa pettyneet toimittajat vaihtavat maisemaa. Vehkoo ei usko, että ammattiin intohimoisesti suhtautuville riittää kiireessä tiedotteiden pohjalta tehty ”leikkaa-liimaa-journalismi”, vaan he haluavat työn, johon voivat vaikuttaa, jossa voivat kehittyä ja jolla kokevat olevan tarkoitus. (emt., 97–99.) Journalistiseen ammatti-ideaaliin on perinteisesti liitetty autonominen harkintavalta ja riippumattomuus lähteistä. Nyt kasvava kiire ja kaupallisuuden paine ovat kuitenkin nostaneet toimittajienkin huulille huolen journalismin riippumattomuudesta ja laadusta. (Jyrkiäinen 2008, 11, 49–50; Nikunen 2011, 87–89.)

Kuinka tunnelman ja työtapojen muutos lehtitaloissa heijastuu arkeen alueryhmässä ja aluetoimituksissa? Avaan aluetoimittajan työnkuvaa tänään luvussa 6 aineiston pohjalta.

3.3 Media alueella tänään: suuntana sisäpiiri

Maakuntalehdet eivät suinkaan ole ainoita mediataloja Suomessa, joiden toiminnassa alueelliset työntekijät ovat olleet olennainen osa. Kontaktit ”maakunnissa” ovat olleet tärkeitä myös valtakunnallisille toimijoille, jotka ovat pyrkineet uutisoimaan kattavasti kotimaasta. Seuraavassa kerron vielä, kuinka eri mediat tänään ovat läsnä tai hankkivat materiaalia ydinalueensa ulkopuolelta. Huomioin maan suurimmat mediatalot, mutta painopisteen säilyttämiseksi aloitan aluepainotusten muuttumisesta maakuntalehdissä.

3.3.1 Maakuntalehdet vetäytyvät reunoilta ja keksivät uusia keinoja

Sanomalehtien menestystä totuttiin kasvuaikoina mittaamaan levikin suuruudella. 1990-luvun lama ja mediamarkkinoiden muutos saivat lehdet kuitenkin miettimään uudestaan levikkilukujen automaattista autuutta. Keskustoimituksissa huomattiin, etteivät naapurin tontilta ”voitetut” lukijat välttämättä tuoneetkaan lehden kassaan lisätuloja, sillä kilpailu levikkialueen reunamista ja etenkin haja-asutusalueiden lukijoista oli kallista. Lukijoita koetettiin houkutella omaan leiriin alhaisilla tilaushinnoilla, mutta samalla kuljetukset ja jakelu toivat lisää kustannuksia. Maakuntalehdet tajusivat, että niillä oli *levikkidilemma*. Niinpä ne kustannustietoisuuden kasvaessa päättivät hillitä kamppailua reuna-alueista ja kohdensivat tarmokkaimman levikkimyyntinsä takaisin ydinalueelleen. Tätä strategista muutosta on kutsuttu lehtien linjan ”tervehdyttämiseksi”. Myös ilmoittajien takia lehtien kannatti keskittyä ytimeensä eli kasvaviin kaupunkeihin: ilmoittajat ostavat mainoksia siihen mediaan, jolla ne kokevat tavoittavansa parhaiten kuluttajat, siis alueen ykköseen. (Hujanen, E. 2007, 35–36; Lintula 2005, 159–161; Salovaara-Moring 2002, 120–122.)

Aluetoimitusten kannalta valtalehtien ”kääntyminen sisäänpäin” on tarkoittanut tietysti supistuksia. Sivutoimitusten perustaminen levikkialueen reunoille alueellisen aineiston lisäämiseksi oli yksi levikkikilpailun suurista kustannuseristä. Erkki Hujasen (2007, 35–36) mukaan lamavuosina alkanut vetäytyminen ydinalueille on näkynyt lopulta kaikissa seitsemänpäiväisissä lehdissä. (ks. myös Salovaara-Moring 2002, 121–122.) Vuonna 1996 ilmestynyt Suomen Lehdistön artikkeli *Aluetoimitusten mielekkyys puntarissa* (Laurila 4/1996) huomioi nimenomaan tämän muutoksen. Artikkelin kertoo lehdistössä havaitusta suuntauksesta, jossa ydinalueen painottuminen on johtanut sivutoimitusten sulkemisiin ja aluetoimittajien siirtämiseen ”lievealueilta” keskustoimituksiin. Näin lehtiin syntyikin 1990-luvulla uusi aluetoimittajien ryhmä, jotka seuraavat omaa aluettaan levikkialueen keskuksesta. Esimerkiksi Turun Sanomissa toimii yhä tällainen alueryhmä, jossa puolet lehden aluetoimittajista kirjoittaa seurantakunnistaan päätoimituksessa. He ovat alueelle yhteydessä Turusta käsin ja käyvät juttukeikoilla kuvaajien kanssa. Työtavat poikkeavat siis osin aluetoimittajista, jotka yhä työskentelevät erillisissä sivufiliaaleissa. Kerron järjestelystä tarkemmin luvussa 4 ja sen vaikutuksista työhön haastatteluja avatessani.

Uusia tapoja tuottaa sisältöä alueelta on kehkeytynyt lehtiin myös omistusjärjestelyiden myötä (ks. luku 3.1). Entisistä alueellisista kilpailijoista on voinut tulla saman konsernin

osasia, jolloin ne ovat ikään kuin jakaneet reviirin ja keskittyneet omiin ydinalueisiinsa. Saman ketjun maakuntalehdet ovat jopa perustaneet muutamia yhteisiä aluetoimituksia. (Hujanen, E. 2007, 35–36; Nikunen 2011, 44–45.) Yksi uudehko tapa saada maakunnan valtalehteen juttuja levikkikunnista on ollut lisätä yhteistyötä saman konsernin paikallislehtien kanssa (esim. Keskisuomalainen-konsernissa: Malin, Suomen Lehdistö 3/2007). Puruvesi-paikallislehden toimittaja Jari Silvennoinen (24.11.2012) luennoi journalismi-seminaarissa Jyväskylässä työstään Länsi-Savo-konsernissa, jossa hän on samalla myös maakuntalehden aluetoimittaja. Silvennoisen mukaan järjestykseen on tultu yritysostojen ja väen vähenemisen kautta. Konsernin tasolla se voi karsia päällekkäistä työtä, mutta paikallislehtitoimittajalle muutos on tarkoittanut lähinnä lisääntynyttä versiointia: työssä täytyy ajatella molempia kohderyhmiä ja keikoilta hankkia materiaalia kahteen lehteen.

On vaikea saada selville, kuinka paljon maakuntalehdissä tänään on aluetoimittajia. Lehtien nettisivuilta määrää voi yrittää hahmottaa, mutta tiedot niillä eivät valitettavasti ole aina ajantasaisia. Sanomalehtien Liitossa tai Suomen Journalistiliitossa aluetoimitusten tai niissä työskentelevien toimittajien määrää ei ole kartoitettu 2000-luvulla (henkilökohtainen tiedonanto Jäppinen 12.11.2012; Palmunen 27.11.2012). Yleiskuvan saamista hankaloittaa myös se, että aluetoimittaja-nimikkeen alla on tänään niin monenlaisia työnkuvia, kuten edellä kävi ilmi. Journalistiliitosta vuonna 2013 eläkkeelle jäänyt koulutusasiamies Jarmo Häkkinen esitti asiasta oman näkemyksensä, kun tiedustelin häneltä aluetoimituksia koskevia lukuja (henkilökohtainen tiedonanto 15.11.2012):

”Oma kokemukseni viime vuosien tilanteesta on se, että juuri aluetoimitukset/yksittäiset aluetoimittajat ovat melkein ensimmäisten joukossa saaneet väistyä, koska alalla – – supistetaan toimituksellista joukkoa. Useat maakuntalehdet ja valtakunnallisetkin lehdet ovat vetäneet ”länkiä” sisään ja poistaneet aluetoimituksia. Varsinkin jos pitkäaikainen tehtävän hoitaja on jäänyt eläkkeelle (tai irtisanottu). Tehtävää ei ole enää täytetty.” (SJL:n Jarmo Häkkinen 2012)

3.3.2 Valtakunnalliset mediat harventavat verkkoaan maakunnissa

Myös Helsingistä käsin toimivat valtakunnalliset viestimet ovat viime vuosikymmeninä joutuneet punnitsemaan entistä tarkemmin aluetoimintansa laajuutta ja roolia. Helsingin Sanomien vastaava päätoimittaja Mikael Pentikäinen antoi osviittaa valtamedian nykyedustuksesta ”maakunnissa” Yle Uutisten haastattelussa (Yle Uutiset 13.12.2012):

”Nyt alueen ykköslehdellä on entistä harvemmin merkittävä alueellinen haastaja. Kylmä tosiasia on, että vain muutamalla valtakunnallisella lehdellä on alueellista toimintaa. Helsingin Sanomat, STT, MTV3 ja Yle. Tässähän ne ovat.” (HS:n Mikael Pentikäinen 2012)

Valtakunnallisista medioista Yleisradiolla on tänään selvästi kattavin toimitusverkko eri puolilla maata. Tätä voi tietysti odottaakin julkisen palvelun yhtiöltä, jonka toiminnassa tulee huomioida koko väestö. Paikallisstudiot ja -asemat ovat olleet alusta asti osa Ylen organisaatiota, ja ne ovat palvelleet niin maakunnan kuin valtakunnan lähetyksiä. (Salokangas 1996, 195–200; Viljakainen 2004, 57–58.) Tällä hetkellä alueellista aineistoa tuotetaan Ylellä radioon, televisioon ja verkkoon 25 toimituksesta, Hangosta Utsjoelle. Alueellisia tv-uutisia lähetetään kahdeksasta kaupunkikeskuksesta, ja Radio Suomen maakuntaradiot toimivat 18 paikkakunnalla. (Toimipaikat, Yle Yhtiönä -sivusto 2013).

Täysin kolhuitta ei Ylen verkkokaan ole viime ajoista selvinnyt. Ennen uuden rahoitusmallin ratkeamista (Yle-vero tuli voimaan 1.1.2013, ks. Liikenne- ja viestintäministeriö 2013) Ylessä elettiin pitkään epävarmuudessa, ja vuodesta 2005 yhtiössä oli päällä kova säästökuuri. Se kohdistui myös maakuntaradioihin, joiden toimintaa uudistettiin ja myös väkeä vähennettiin. (esim. Ylen tiedote 25.11.2005.) Yt-kierros herätti arvostelua, koska lähtijöiden joukko oli varsin kokenutta, mikä tulkittiin niin, että monimediauudistuksen yhteydessä alueradioihin haluttiin saada uusia monitekijöitä (Hytönen 2010, 182–183; Konttinen 2012, 47–48). Entisestä työnantajastaan varsin purevasti kirjoittavan Seppo Konttisen (2012, 91) mukaan Yle oli aiemmin karsinut alueradioiden toimipisteitä.

Suomen Tietotoimiston eli STT:n toimitusverkosto oli pitkään maan toiseksi kattavin, kunnes yhtiö syksyn 2013 yt-neuvotteluissa päätyi supistamaan sitä merkittävästi.

Vuoden 2014 alusta STT:llä on kahden hengen toimitus Turussa ja Tampereella sekä puolikkaan työntekijän vahvuinen edustus Rovaniemellä. (M&M 27.11.2013; Suomen Lehdistö 9.12.2013.) Vielä vuotta aiemmin aluetoimitus oli kahdeksalla paikkakunnalla, ja niissä työskenteli kaikkiaan 11 toimittajaa. Tätä ennen STT:n aluetoimittajien määrä oli vähentynyt ”pikkuhiljaa”. (henkilökohtainen tiedonanto Korelin 18.2.2013.) Osana yhtiön säästöjä tehdyn uudelleenjärjestelyn jälkeen STT keskittyy hoitamaan kotimaan jatkuvaa uutispäivystystä etäältä, ja tarvittaessa paikan päälle lähetetään oma toimittaja tai avustaja. Juttuja eri puolilta maata on tarkoitus muutenkin ostaa avustajilta. (M&M 27.11.2013; Suomen Lehdistö 9.12.2013.) Yhtiöön vuodesta 2010 lähtien kuuluneella kuvatoimisto Lehtikuvalla ei ole kuvaajia Helsingin ulkopuolella (Korelin 18.2.2013).

Suurista kotimaisista toimijoista myös MTV3:n ja Helsingin Sanomien kiinteä verkosto on supistunut 2000-luvulla. MTV3 Oy:ssä käytiin yt-neuvottelut syksyllä 2012 (MTV3 Uutiset 5.11.2012), ja osana näitä säästötoimia myös aluetoiminta supistui entisestään. Toimituspäällikkö Tapani Pohjalan (henkilökohtainen tiedonanto 18.2.2013) mukaan kiinteitä toimittajakontakteja jäi alueelle nyt kolme: Turun Sanomien kanssa on sovittu yhteistyöstä, minkä lisäksi yksi free-toimittaja seuraa Länsi-Suomea, yksi Itä-Suomea. Muualta materiaalia ostetaan kuvausyhtiöiltä. MTV-uutisten oman maakunta-aineiston osuus on laskenut pikkuhiljaa sitten Kymmenen Uutisten aloittamisvuoden 1981, sillä alussa ”Pöllölaakso” lähti haastamaan Yleä nimenomaan korkealla kotimaisuusasteella ja perustamalla heti kärkeen kymmenen aluetoimitusta (Lyytinen 2006, 123–130, 159).

Helsingin Sanomien aluetoiminnan kehitystä on seurattu aina erityisellä tarkkuudella, onhan kyseessä Suomen vaikutusvaltaisim ja uutisoinnissaan yhä valtakunnallisuuteen pyrkivä lehtimedia (Temmes 2004, 1–2; Yle Uutiset 13.12.2012). Viime vuosina HS:n aluetoimitukset ovat olleet otsikoissa, sillä lehtitalo harkitsi välillä jopa niiden kaikkien lakkauttamista. Vuonna 2009 pohdittiin säästösyistä, että alueuutisoinnissa siirryttäisiin täysin vakituisten avustajien varaan. Tähän ei kuitenkaan menty, ja myöskään vuosien 2013–2014 taitteen yt-neuvottelujen yhteydessä pysyviä toimituksia ei karsittu. (HS.fi 7.1.2014; Yle Uutiset 12.2.2009; 25.8.2010.) Vähentymään päin HS:n aluetoimittajien määrä on ollut joka tapauksessa, ja aluekuvaajista lehti on luopunut. Nyt sillä on yhden hengen toimitus Oulussa, Kuopiossa, Tampereella ja Turussa ja kymmenisen vakituista avustajaa eri puolilla maata. (henkilökohtainen tiedonanto Lähteenmaa 19.2.2013.) Temmeksen (2004, 2, 14) tietojen mukaan 1970-luvulla HS:n pysyvien aluetoimittajien määrä lähenteli neljäkymmentä, ja tutkimushetkellä vuonna 2004 heitä oli vielä 15.

Täysin freelancereiden varassa ”maakunnista” raportoivat tänään jo iltapäivälehdet. Kun jotain tapahtuu Helsingin ulkopuolella, soitetaan lähimmälle vakituiselle avustajalle, jos tämä ehtisi paikalle. Isossa uutistilanteessa paikalle saattaa lähteä myös oma toimittaja. (henkilökohtainen tiedonanto Heino 18.2.2013; Rissanen 18.2.2013.) Toimitusverkon supistumistrendiä (Nikunen 2011, 44–45) vastaan näkyy toimivan nyt vain maaseudun ”oma” lehti, Maaseudun Tulevaisuus. Sillä on kuusi toimitusta Helsingin ulkopuolella, ja niistä viimeisin avattiin 2012. (henkilökohtainen tiedonanto Kyytsönen 18.2.2013.)

4 MAAKUNTALEHDISTÄ TURUN SANOMAT

Tässä tutkielmassa tutkimuskohteena on Turun Sanomat. Tarkoituksena on Varsinais-Suomen valtalehden kautta luoda esimerkin omainen kuva siitä, millaiseen rooliin alue-toimittajat tänään maakuntalehdessä asettuvat; mikä on heidän merkityksensä? Turun Sanomat on yksi Suomen perinteikkäimmistä alueellisista lehdistä, mutta viime vuosikymmeninä se on myös ollut mitä suurimmassa määrin lehtitalo median murroksessa.

4.1 Kokokuva lehtitalosta

Ensimmäinen Turun Sanomat ilmestyi 1.1.1905. Lehti oli perustettu Varsinais-Suomen nuorsuomalaisten äänenkannattajaksi, koska Venäjän sortopolitiikan vallitessa perustuslaillista vastarintaa ajaneilta suomenkielisiltä puuttui Turun seudulta vielä oma sanansaattaja. Lehtihankkeen alullepanija ja myös ensimmäinen päätoimittaja oli turkulaisen laillisuusliikkeen keskushahmo Antti Mikkola. (Kalpa 1984, 14–16, 66.) Puoluelehden roolista (vuodesta 1918 Kansallinen Edistyspuolue, 1951–1961 Suomen Kansanpuolue) Turun Sanomat piti virallisesti kiinni aina vuoteen 1961 saakka, jolloin se julistautui sitoutumattomaksi sanomalehdeksi. Vahvin poliittinen eetos oli tosin vaimentunut jo aiemmin, kun kilpailtiin ykköslehtiasemasta. Sittenmin lehden liberaali linja liitettiin lähinnä kokoomukseen. (Kalpa 1984, 240, 449; Tommila & Salokangas 1998, 249.)

Turun Sanomat ilmentää pääpiirteittäin luvuissa 2 ja 3 kuvattua alueellisten valtalehtien kehitystä: se on noussut maakunnan ykköseksi, laajentunut yli luonnollisten rajojensa ja kääntynyt lopulta ”sisäänpäin” (ks. myöh.). On Turkkarilla toki myös erityispiirteensä. Paitsi että se muiden maakuntalehtien tavoin tarkastelee maailmaa juuri oman alueensa näkökulmasta, sen omistuskin on säilynyt paikallisena: vuonna 1917 Turun Sanomia alettiin tehdä Arvo Ketosen johdolla, ja yhä tänään mediatalon omistus ja ohjaukset ovat saman perheen vesoilla. Suomalaislehdistön omistusmyllerryksissä 1980–90-luvuilla Turun Sanomat säilyi siis maan kolmen suuren lehtileirin ulkopuolella. Samaan aikaan siitä itsestään on kuitenkin kasvanut laaja viestintäkonserni: TS-Yhtymä toimii nykyisin

monialaisesti koko Varsinais-Suomessa – ja myös ulkomailla. (Hujanen, E. 2007, 26; Kalpa 1984, 37–39, 171, 364–367; TS-Yhtymän vuosikertomus 2012, 4–5.)

Turun Sanomien nousu alueensa valtamediaksi alkoi Suomen itsenäistymisen aikoihin. Aloituvuonna Turussa ilmestyi kolme muutakin suomenkielistä lehteä, joista suurin oli vanhasuomalaisen Uusi Aura. Vuonna 1918 Turun Sanomilla oli ensikerran seudulla eniten tilaajia, ja 1926 siitä oli tullut ykkönen myös ilmoitusmäärissä. (Kalpa 1984, 16, 60, 167.) Tommilan & Salokankaan (1998, 221) mukaan Turun Sanomien voitto maakunnan lehtikisassa oli monien syiden summa, mutta ennen kaikkea se hyötyi sisältönsä keventämisestä. Uutisoijina alueen lehdet olivat kutakuinkin yhtä vahvoja, mutta Turun Sanomat alkoi panostaa myös viihteeseen ja kuviin. Etenkin panostus urheiluun, jonka itsekin kova urheilumies toimitusjohtaja Arvo Ketonen lehteen toi, iski kultasuoneen: 1920-luvulla, jolloin Suomea ”juostiin maailman kartalle”, lukijat himoitsivat tuoreita urheilu-uutisia. (emt., 202–203, 220–221; Kalpa 1984, 198.) Epäpoliittisen aineiston lisääminen ja tiukimmasta aatteellisuudesta yleensäkin irtautuminen teki porvarilehden mahdolliseksi lukea myös vasemmiston kannattajille (Salokangas 1998, 51).

Johtoasema uutis- ja ilmoituslehtenä tiesi Turun Sanomille positiivista levikkikierrettä. Kasvua maakunnassa lisäsi edelleen se, että yhtiö 1950-luvulla ryhtyi itse toimittamaan lehteä aamuisin myös maaseudulle. (Kalpa 1984, 346–347.) Aluetoiminnan suuresta roolista laajentumisessa kerron luvussa 4.2. Vuosikymmenet 1950–1970 olivat Turun Sanomille jatkuvaa kasvun aikaa, ja se levittäytyi kilpailevien maakuntalehtien tonteille. Etenkin 1960-luvun taitteessa kasvu oli todella rajua, 100 000 lukijan raja ylittyi 1968, ja näin Turun lehdestä tuli maan kolmanneksi suurin päivälehti Helsingin Sanomien ja Aamulehden jälkeen. (Kalpa 1984, 373–377.) Tämä on tilanne myös tänään (LT 2012). Monimediataloksi Turun Sanomat muuttui 1980-luvulla. Kaapelikanava Turku-TV (sittemmin TSTV) aloitti lähetyksensä vuonna 1986, ja vuodesta 1995 Turun Sanomia on voinut lukea myös verkossa (TS.fi 31.12.2009). TS-Yhtymä-konsernista (jonka emoyhtiön päätuote Turun Sanomat on) on tällä välin kehkeytnyt liikevaihdoltaan Suomen kuudenneksi suurin joukkoviestintäyritys (Sauri & Picard 2012, 61). Sen toiminta yltää kiinteistöhallinnasta erilaisiin paino- ja kuvauspalveluihin, tilaus- ja ilmaisjakelulehtiin, jakeluun sekä paikallisradioihin (TS-Yhtymän vuosikertomus 2012, 5). TS-Yhtymän päivälehdet (toisena Salon Seudun Sanomat) ja seitsemän paikallislehteä muodostavat levikillä mitaten maan neljänneksi suurimman lehtiketjun (Jyrkiäinen 2012, 91).

Viestintäalan haasteet ovat kuitenkin koetelleet sitten 1980-luvun myös turkulaista mediataloa – ja Turun Sanomia kenties enemmän kuin monta muuta maakuntalehteä. Suomen 7-päiväisten lehtien levikkikehitystä vertailleen Hujasen (2007, 37–41) mukaan 1990–1995 Turun Sanomien levikin lasku oli ”kohtalaisen suurta” (18 prosenttia), mutta sitten tilausmäärä kasvoi taas vähän. Vallitseva suunta on kuitenkin ollut lamasta lähtien alaspäin, ja vuosina 2000–2005 levikin lasku kiihtyi jopa nopeimmin vertailun lehdistä. Hujanen katsoo Turun Sanomat yhdeksi niistä valtalehdistä, jotka menettävät asemiaan etenkin kaupungin arjessa. Vuonna 2008 levikki jatkoi laskuaan pienen suvantovaiheen jälkeen taantumien vanavedessä, ja nyt keikutetaan jälleen 100 000:n rajalla (LT 1999–2012, 3). Esimerkiksi vuonna 1983 arkilevikki oli 132 044 (Kalpa 1984, 376). Lukijoita lehden lasketaan kuitenkin tavoittavan yhä 224 000, verkkolehti mukaan lukien jopa 317 000. Ilmoituksista tulee kuitenkin nyt paljon isompi osa Turun Sanomien tuotoista kuin lehtimyynistä. Viime vuosina koko konsernin liikevaihto (josta viestinnän osuus on noin puolet) on supistunut koko ajan. (TS-Yhtymän vuosikertomus 2012, 4, 8–9.)

Laskutrendin vaikutukset Turun Sanomien toimitukseen voi arvata: se on pienentynyt. Journalistin artikkelin (Pohjola, 21/2012) mukaan 1990-luvun laskukaudella lehdestä ei kuitenkaan vielä irtisanottu työntekijöitä, vaan lamavuositakin selvittiin lomautuksilla. Viime vuosina sopeuttamistapa on kuitenkin ollut toinen. Vuosina 2009–2012 Turun Sanomia julkaisevassa TS-yhtymässä käytiin viidet yt-neuvottelut, joiden seurauksena toimituksen väki on vähentynyt noin 35 prosentilla, lehtikuva-, tv- sekä arkistotoiminta mukaan lukien. (Pohjola 21/2012.) Viimeisimmän yt-kierroksen päätteeksi yhtiö päätti luopua kaapelikanava TSTV:stä sekä omasta ulkomaantoimittajasta. Säästötoimia johto on perustellut muun muassa talouden taantumalla, mediamarkkinoiden muutoksella ja lehtien arvonlisäverolla. (TS.fi 13.11.2012.) Samaan aikaan TS-Yhtymä Oy on silti säilynyt voitollisena, mikä on osaltaan heikentänyt ilmapiiriä toimituksessa (Pohjola 21/2012). Pelkäsinkin tämän ylikorostuvan haastatteluissa, mutta niin ei onneksi käynyt.

Lehtikentän muutos on vienyt Turun Sanomat lukuisiin yhteistyökuvioihin. Jo 1980-luvulta lähtien sillä on ollut toimituksellista yhteistyötä muiden maakuntalehtien kanssa, ja viimeisimpänä se liittyi niin sanottuun ”lännen leiriin”, jossa kymmenen suurta lehteä tuottaa yhdessä esimerkiksi koti- ja ulkomaan uutisia ja teemasivuja (TS.fi 18.12.2012). Tuore muutos on kuitenkin myös Turun Sanomien päätös irrottautua maakuntalehtien yhteisestä Helsingin-toimituksesta. Nyt sillä on taas oma ”aluetoimitus” Helsingissä. (TS.fi 13.11.2012.) Tästä ja muista aluetoiminnan muutoksista kerron seuraavaksi.

4.2 Lähikuvassa aluetoiminta

Turun Sanomilla on aina ollut kirjoittajia Turun ulkopuolella. Jo ennen kuin avausnumero ilmestyi 1.1.1905, avustajiksi oli värvätty kynämiehiä eri puolilta maakuntaa. He olivat nuorsuomalaisen aatteen kannattajia, jotka olivat valmiita levittämään sanaa maaseudulle palkatta. Jo ensimmäisenä vuonna Turun Sanomissa julkaistiin maaseutukirjeitä peräti 75 paikkakunnalta, ja pääosin niissä käsiteltiin lounaissuomalaisten kylien ja pitäjien kunnallis- ja yhdistyselämää sekä puoluerientoja ja luontoa. Kirjeitä lehteen saapui kuitenkin aina Pohjanmaata ja Ahvenanmaata myöten. (Kalpa 1984, 21, 49–50.)

Maaseutukirjeiden korvaaminen vakinaisella, ammattimaisella aluetoiminnalla tapahtui pitkän ajan kuluessa. Taustakirjallisuuden perusteella on oikeastaan hyvin vaikea sanoa, missä vaiheessa Turun Sanomissa voi katsoa aloittaneen ensimmäinen ”varsinainen” aluetoimittaja: lehden työntekijä, joka oli sijoitettu alueelle täysin journalistisista syistä. Keränen (1984, 209) sijoittaa aluetoimittajan vakanssin perustamisen Turun Sanomissa vuoteen 1936, jolloin aluetoimittaja oli hänen mukaansa noin puolella tusinalla sanomalehtiä. Harri Kalvan (1984, 397–408) Turun Sanomien historiikista käy kuitenkin ilmi, että lehden tiloissa ulkokunnissa työskenteli jo paljon ennen tuota henkilöitä, joilla oli myös journalistisia tehtäviä: paitsi että he hoitivat levikin edistämistä varten perustettua konttoria, moni heistä myös kirjoitti uutisia ja pakinoita. Nimike saattoi olla esimerkiksi konttorinhoitaja-kirjeenvaihtaja. Samaan aikaan lehti vahvisti uutistyötä levikkikunnissa myös vakinaisilla kirjeenvaihtajilla. Aluekonttoreissa uutis- ja myyntityö eriytyivät ajan mittaan, mutta olennaista on nimenomaan huomata, että Turun Sanomienkin toimitus laajeni alueelle pääosin osana levikkityötä. Tällaiset asiakassuhdetta luoneet *asioimistot* olivat ensiaskel maakuntaan useilla sanomalehdillä (Keränen 1984, 142, 144).

Turun Sanomien ensimmäinen sivukonttori avasi ovensa Uudessakaupungissa vuonna 1917. Kun Tammisaaren-toimitus valmistui vuonna 1972, se oli aluepiste numero 15. Luvussa ovat mukana toimitukset Helsingissä ja Tampereella sekä Satakunnan Harjavaltaan vakinaistettu kirjeenvaihtaja. Toimitusverkko Turun ulkopuolella kasvoi vaihe vaiheelta, ja se heijastaa lehden laajenemishaluja. Nopeinta kasvutahti oli 1960-luvulla, jolloin Turun Sanomat avasi perättäin kuusi asemapaikkaa ”ulommalla kehällä”. Tämä seurasi alueellaan valta-aseman taanneen lehden halusta lähteä laajentamaan reviiriään kilpailijoiden, Aamulehden, Satakunnan Kansan ja pääkaupungin lehtien, hallitsemilla

alueilla. Meneillään oli Turun Sanomien raju kasvukausi – niin lehden sivu-, toimittaja- kuin lukijamäärä kasvoivat – ja näin se laajeni lopulta yli totuttujen levikkirajojensa. Sivukonttorin mukana uudelle apajalle asetui yleensä niin toimitus kuin levikkiosasto. Osaan aluepisteistä nimettiin useita toimittajia, ja vuonna 1977 aluetoimittajien työtä koordinoimaan nimettiin Turkuun aluepäällikkö. (Kalpa 1984, 377, 397–408, 453, 457.) Helsingistä lehteen raportoivat omat toimittajat vuodesta 1936 lähtien, kunnes se 1980-luvulla aloitti yhteistyön muiden maakuntalehtien kanssa (Kalpa 1984, 401; Virranta 8–9/2011, 16). Vuoden 2013 alusta Turun Sanomat on Helsingissä taas omillaan, sillä se halusi palata täysin omaan aluetoimitukseen. Päätoimittaja Kari Vainion mukaan näin uutisoinnissa voi toteutua paremmin Lounais-Suomen näkökulma. (TS.fi 13.11.2012.)

Takaisin ydinalueilleen Turun Sanomat on palaillut sitten 1980-luvun myös aluetoiminnassa. Lehti oli esimerkkinä siinä Suomen Lehdistön artikkelissa (Laurila 4/1996), jossa käsiteltiin sanomalehtien ”sisäänpäin kääntymisen” trendiä. Muutamia toimittajia oli siirretty lamavuosien jälkeen reuna-alueiden toimituksista alueryhmään Turussa. Tuolloin Turun Sanomien aluepäällikkönä työskennellyt Kari Vainio toteaa jutussa, että peruslinjana täytyy olla, että mitä lähempänä ollaan Turkua, sitä vahvempi on miehitys. ”Yltiöpäinen kilpailu äärialueiden levikistä” ei Vainion mukaan tuolloin ollut enää kenenkään etu. Artikkelista käy ilmi, että vuonna 1996 Turun Sanomilla oli aluetoimituksissa vielä 11 toimittajaa, ja keskustuotoimituksen alueryhmässä heitä oli viisi. (Laurila 4/1996.) Vuoden 2009 alussa aluetoimituksia oli vielä seitsemän, toimittajien kokonaismäärä oli 13, ja kahdessa sivutoimituksessa oli tuplamiehitys. Sittemmin koko aluetoiminnan seuranta-alue on supistunut kartalla mannerpuolelta yhden ”kuntakehän” verran. (Aluetoiminnan kunnat 2009; 2013.) Viimeisin näkyvä muutos tuli kesän 2012 yt-kierroksen jälkeen, jolloin suljettiin aluetoimitus Lohjalla, yhdistettiin Huittisten ja Säkylän toimitukset ja siirrettiin Turkuun toinen toimittaja Salosta (Pohjola 21/2012).

Tämän tutkimuksen haastattelujen aikaan (vuodenvaihte 2012–2013) Turun Sanomilla oli yhden hengen toimitus Raumalla, Uudessakaupungissa, Säkylässä, Loimaalla ja Salossa. Keskustuotoimituksessa Turussa aluetoimittajia oli neljä. Turun lähimpien kuntien seuranta rajattiin syksyllä 2012 niin sanotulle kuntatoimitukselle, joten aluetoimittajien työkentäksi jää kaikkiaan 32 kuntaa. Lisäksi pohjoisreunalta ”silmaillään” välillä vähän loitommas. Seurantakunnista Turun alueryhmäläiset vastaavat ”läheemmästä kehästä”, johon lukeutuu myös saaristo, ja varsinaiset aluetoimittajat hoitavat loput. Kunkin toimittajan tarkka seuranta-alue on nähtävissä kartasta työn lopussa (liite 1).

5 ALUETOIMITTAJISTA KUVA HAASTATTELUILLA

Valottaakseni enemmän aluetoiminnan roolia maakuntalehdessä tänä päivänä pyrin tutkimuksessa jatkossa muodostamaan kuvan aluetoimittajan työstä ja merkityksestä teemahaastattelujen kautta. Avaan tässä luvussa teemahaastattelua tutkimusmenetelmänä ja kerron lopuksi tarkemmin, kuinka toteutin haastattelut Turun Sanomien aluetoimittajien ja päälliköiden kanssa. Ensiksi tarkastelen kuitenkin yleisemmin haastattelua empiirisen tiedon hankintakeinona ja tuon esiin myös eettisiä kompastuskiviä, joita haastattelua käyttävän tutkijan tulee huomioida. Tämä on minusta olennaista tämän tutkimuksen kohdalla, koska rakennan kuvaa aluetoiminnan annista haastattelutiedon varassa, enkä esimerkiksi analysoi ollenkaan aluetoimittajien tuottamaa sisältöä. Perustelen tätä yhdessä menetelmässä pitäytymistä sillä, että olen nyt kiinnostunut nimenomaan siitä, mitä *pidetään* aluetoimittajien merkityksenä. Toki pääsen tähän käsiksi myös selvittäessäni, mitä heidän työhönsä tänään tarkkaan ottaen kuuluu.

Haastattelu on metodina kotonaan laadullisessa tutkimusperinteessä, jossa pyritään usein nostamaan esiin nimenomaan tutkittavien omia tulkintoja. Laadullisessa tutkimusotteessa korostuu kuitenkin aina myös tutkijan ratkaisujen tulkinnallisuus, mihin on syytä kiinnittää huomiota etenkin silloin, kun tutkimuksen kohde on tutkijaa lähellä. (Hakala 2007, 19–20.) Hirsjärvi ja Hurme (2008, 19) huomauttavat, että tieteen eettiset kysymykset ovat erityisen moninaiset juuri haastattelussa, jossa tutkija on suorassa kontaktissa tutkittaviin. Minun kohdallani tämä on tarkoittanut sitä, että olen pyrkinyt tiedostamaan suhteeni Turun Sanomiin tutkimuksen joka vaiheessa ja haastattelijana olen hakenut mahdollisimman neutraalia roolia. Tuttua työyhteisöä tutkiessani olen pyrkinyt tunnistamaan ennako-oletukseni ja painottanut tutkimuskysymyksiä.

5.1 Haastattelu tiedonhankinnan keinona

Eskola ja Vastamäki (2007, 25) tiivistävät osuvasti haastattelun idean tutkimustiedon hankintakeinona: kun haluamme tietää, mitä joku ajattelee jostakin asiasta, on

luonnollista kysyä sitä häneltä itseltään. Hirsjärven ja Hurmeen (2008, 16) mukaan haastattelu on oiva menetelmä silloin, kun halutaan päästä lähelle tutkittavia henkilöitä ja saada tietoa heidän ajatuksistaan, elämyksistään ja kokemuksistaan. Keskustelunomaisissa haastatteluissa ihmiset saattavat paljastaa tutkijalle asioita, joihin tuskin voitaisiin päästä käsiksi tieteen muilla keinoilla. Näin tutkimuksessa voi aueta näkymiä siihen, miksi ihmiset toimivat tietyllä tavalla ja miten he arvottavat asioita (emt., 11). Hirsjärvi ja Hurme pitävät haastattelua hyvänä menetelmänä myös silloin, kun tarkastellaan jotain aiemmin vähän tutkittua aihetta tai haastatellun puhe halutaan nähdä osana laajempaa kontekstia. He korostavat haastattelulle ominaista suoraa vuorovaikutusta myös sen suhteen, että se tarjoaa tutkijalle mahdollisuuden tarkkailla myös ei-sanallisia viestejä. Haastattelutilanteessa tutkija voi esittää tutkittavalle tarkentavia kysymyksiä, korjata väärinkäsityksiä ja pyytää vastauksiin perusteluja. (emt., 34–35.)

Etujen tapaan myös haastattelun haasteet empiirisenä tiedonhankintakeinona liittyvät ensisijassa menetelmän vuorovaikutteiseen luonteeseen. Eskola ja Vastamäki (2007, 31) huomauttavat, että tutkimushaastattelu on sosiaalisesti määräytynyt kohtaaminen siinä missä mikä muu sosiaalinen tilanne tahansa, ja molemmilla haastattelun osapuolilla – niin tutkijalla kuin tutkittavalla – on siitä omat ennako-oletuksensa; osapuolet toimivat haastattelussa tiettyjen rooliodotusten pohjalta. Myös Ruusuvuori ja Tiittula (2005a, 12–13) korostavat vuorovaikutuksen merkitystä haastattelussa tuotettavan tiedon kannalta. He katsovat, että haastattelutilanne muotoutuu aina omanlaisekseen kunkin tutkittaja-tutkittava-parin välillä. Siksi onkin pitkälti mukanaolijoista ja heidän senhetkisestä toiminnastaan kiinni, millaiset asiat nousevat esiin keskustelussa.

Haastatteluaineistoon saattavat vaikuttaa monenlaiset ”virhelähteet”. Haastateltavilla on muun muassa todettu olevan tutkimuksissa taipumuksena antaa sosiaalisesti suotavia vastauksia. (Hirsjärvi & Hurme 2008, 35.) Haastateltavat saattavat myös muokata vastauksiaan siihen suuntaan, mihin he arvelevat, että haastattelija toivoo keskustelun kääntyvän (Eskola & Vastamäki 2007, 32). Myös tutkija voi tarkoittamattaan ohjata haastateltavan vastauksia johonkin suuntaan kysymystensä kautta. Samoin tutkijan tapa reagoida haastateltavan vastauksiin – niin sanoin kuin elein – voi ohjata tätä vastaamaan tietyllä tavalla. (Ruusuvuori & Tiittula 2005b, 48–50.) Tienari, Vaara ja Meriläinen (2005, 103, 122) taas huomauttavat, että myös haastattelijan ja haastateltavan välille toisinaan syntyvä tunne yhteisyydestä, kokemus ”meistä” ja ”muista”, voi ratkaisevasti vaikuttaa siihen, millaiseksi haastattelu muotoutuu. Tienarin ym. mukaan tutkija ja

tutkittava voivat kokea yhteisyyttä muun muassa sukupuolen, iän ja yhteisen osaamisen alueen pohjalta, ja tällöin keskustelu rakentuu luonnollisesti eri lähtökohtiin, kuin jos osapuolet edustaisivat täysin erilaisia taustoja. Yhteisyyden tunne viestii haastattelun osapuolille, että he ymmärtävät ja jäsentävät asioita samalla tavalla. Nämä kysymykset olivat ikään kuin varoituksina mielessäni, kun valmistauduin haastattelemaan tuttuja.

Haastatteluilla saatavan tiedon todenperäisyyttä ja tarkoituksenmukaisuutta kannattaa pohtia myös siltä kantilta, mikä on osanottajien motiivi olla haastattelussa mukana. Palveleeko haastattelu pyyteettömästi tieteen pyrkimystä tuottaa tietoa, vai missä määrin siinä nousevat esiin sellaiset asiat, jotka ajavat osanottajien etua? Tätä pohdin paljon jo ennen tutkimuksen tekoa, sillä halusin välttyä siltä, että haastatteluista tulisi yksi väylä puida Turun Sanomien yt-neuvotteluja. Näin ei mielestäni onneksi käynyt, teema ei ylikorostunut. Eskolan ja Vastamäen (2007, 26–27) mukaan ihmiset suostuvat haastateltaviksi yleensä kolmesta syystä: Ensinnäkin tutkimus voi tarjota heille keinon saada äänensä kuuluviin ja kertoa näkemyksensä käsillä olevasta asiasta. Tällöin haastattelu toimii ikään kuin keskustelun kanavana tai kansalaisfoorumina. Toisaalta tutkimus voi toki palvella haastateltavan hyvin narsistisiakin haluja päästä kertomaan muille omista – omasta mielestään arvokkaista – ajatuksistaan. Kolmanneksi ihmiset voivat suostua tutkimushaastatteluun myös täysin empaattisista syistä: he saattavat ajatella, että tieto heidän kokemuksistaan saattaisi jollain tavoin hyödyttää muita.

Olivatpa ihmisten syyt osallistua tutkimukseen mitkä tahansa, loppuviimeksi tulee kuitenkin aina muistaa, ettei tutkimushaastattelu koskaan ole mikä tahansa rajaamaton juttutuokio. Tieteellisellä haastattelulla on aina jokin päämäärä, johon sillä pyritään, ja nimenomaan tämän tiedon intressin pohjalta tutkija esittää kysymyksiä, motivoi haastateltavaa vastaamaan ja ohjaa keskustelua johonkin suuntaan. (Ruusuvuori & Tiittula 2005b, 23.) Hirsjärvi ja Hurme (2008, 43, 66) kiteyttävät, että haastattelu on aina ennalta suunniteltu tilanne, josta tutkijan tavoitteena on saada tutkimusongelman kannalta olennaista tietoa. Haastatteluilla pyritään keräämään sellainen aineisto, että sen pohjalta voidaan tehdä tutkittavasta ilmiöstä luotettavasti päätelmiä. Ruusuvuori ja Tiittula (2005b, 29, 41) kuitenkin muistuttavat, ettei tutkimushaastattelussakaan tule pyrkiä liikaan jäykkyyteen, sillä hedelmällisen tiedon saannin kannalta ratkaisevaa haastattelussa on, että tutkijan ja tutkittavan välille syntyy luottamuksellinen suhde. Tämä voi perustua vaikka vastausten anonymiteettiin. Tärkeää on kuitenkin muistaa läpi tutkimusprosessin, että aineisto syntyy nimenomaan ihmisten välisessä keskustelussa.

5.2 Teemahaastattelu keskittyy alueisiin

Haastatteluja on tapana jaotella sen mukaan, miten valmiiksi ne on mietitty ennalta ja kuinka tiukasti tästä suunnitelmasta pidetään kiinni. Esimerkiksi Eskola ja Suoranta (1998, 86–87) jaottelevat haastattelutyyppejä sen mukaan, kuinka sitovasti niiden kysymykset (ja vastaukset) on suunniteltu ennalta ja kuinka paljon vastaavasti tutkija voi vaikuttaa kysymysten muotoon ja järjestykseen haastatteluhetkellä. He sijoittavat haastattelulajit tältä pohjalta akselille strukturoitu–strukturoimaton, jossa ääripäitä edustavat tiukasti valmiiksi muotoiltu *lomakehaastattelu* ja lähimmäs tavallista keskustelua tuleva *avoin haastattelu*. Hirsjärvi ja Hurme (2008, 43) käyttävät samasta haastattelulajien jaottelusta myös termejä standardoitu (formaali) ja standardoimaton.

Tässä tutkimuksessa metodina on teemahaastattelu, joka sijoittuu akselilla puoliväliin, Hirsjärven ja Hurmeen (2008) mukaan tosin lähemmäs strukturoimatonta haastattelua. Teemahaastattelu on *puolistrukturoitu* haastattelu siksi, että yksi sen olennaisista elementeistä, haastattelun aihealueet eli teemat, on mietitty ennalta, ja ne ovat kaikille haastateltaville samat. Strukturoidusta lomakehaastattelusta teemahaastattelu eroaa siinä, ettei siinä ole valmiiksi muotoiltuja kysymyksiä, saati vastausvaihtoehtoja. (Hirsjärvi & Hurme 2008, 47–48.) Myös teemojen järjestys ja laajuus voivat haastattelussa vaihdella, kunhan kaikki aihealueet tulevat käsitellyiksi jokaisen haastateltavan kanssa. Kliiniseen tutkimukseen pohjaavasta avoimesta tai *syvähaastattelusta* teemahaastattelu eroaakin juuri siinä, ettei se ole täysin avointa. Määrätty teemarunko takaa sen, että haastateltavien kanssa puhutaan samoista aiheista. (Eskola & Suoranta 1998, 86.)

Teemahaastattelua varten tulee siis miettiä valmiit aihealueet, joihin haastattelu kohdistuu. Mutta mistä nämä teemat sitten tulevat? Eskola ja Vastamäki (2007, 34) kehottavat palaamaan tässä kohti tutkimusongelman äärelle, sillä vain sen pohjalta tutkija voi perustellen valita teemat. Suurin virhe olisi heistä päättää teemat alun intuition perusteella, kun arvellaan, että jokin aihe *voisi* olla tärkeä tai jostain on pakko kysyä. Tällöin teemarunko vastaa helposti tutkijan ennakko-oletuksia – etenkin jos hän ei tunne tutkimusaihetta. Hirsjärven ja Hurmeen (2008, 66) mukaan olennaiset teemat alkavat hahmottua, kun tutkija perehtyy aiempaan tutkimukseen ja teoriaan ja huomioi tutkimuskysymystensä ohella myös mahdolliset hypoteesit; mitä hän haluaa haastatteluaineistolla tehdä. Teemoihin vaikuttaa eittämättä myös tutkijan edeltävä tietämys

tutkimusaiheesta, jota on voinut kertyä niin omista kokemuksista kuin toisten kertomusten pohjalta (Eskola & Suoranta 1998, 78–79). Tämän tutkimuksen teemarungot lähtivät rakentumaan juuri omien tietojeni ja tutkimusongelman ympärille ja saivat lopullisen muotonsa taustakirjallisuuden avulla (lisää rungoista luvussa 5.3).

Kuinka teemarunkoa haastattelussa sitten käytetään? Eskolan ja Vastamäen (2007, 27–28, 36) mukaan haastattelurunko on ensisijassa tutkijan tukilista, jonka mukanaolo takaa sen, että kaikki aiotut aiheet tulee käytyä läpi. Voi silti hyvin olla, että joistain teemoista syntyy joidenkin haastateltavien kanssa paljonkin keskustelua, kun taas toisilla on niistä vain vähän sanottavaa, ja ne jäävät miltei maininnan tasolle. Hirsjärvi ja Hurme (2008, 103–104, 109) huomauttavat, ettei teemoja tarvitse käydä haastatteluissa läpi samassa järjestyksessä, vaan tutkija ottaa ne puheeksi, kun se tuntuu keskustelussa luontevalta, riippuen haastateltavan vastauksista. Kunkin teeman kohdalla voidaan edetä yleistasolta yksityiskohtiin, laajoista kysymyksistä rajatumpiin. Haastattelija tarkentaa siis kutakin teemaa kysymyksillä ja ohjaa keskustelun seuraavaan, kun katsoo aihealueen riittävän kattavasti käsitellyksi. Rungosta joustetaan tilanteen ja tiedonsaannin ehdoilla.

Teemahaastattelu on tällä hetkellä tiettävästi Suomen käytetyin haastattelumenetelmä. Eskolan ja Suorannan (1998, 87) mukaan sen suosiota tutkimuksessa selittävät juuri teemarungon takaama tuki ja toisaalta jouston tuoma avoimuus: koska haastateltava pääsee puhumaan valituista teemoista varsin vapaamuotoisesti, voidaan aineiston katsoa edustavan pitkälti vastaajien puhetta. Myös Hirsjärvi ja Hurme (2008, 47) katsovat, että teemahaastattelussa päästään pääosin irti tutkijan näkökulmasta, ja kuultavissa on tutkittavien ääni. Tämä selittyy juuri sillä, että keskustelu etenee keskeisten teemojen, ei ennalta määrättyjen kysymysten varassa. Aluetoimittajien ja heidän työstään päättävien henkilöiden äänen kuuleminen oli minunkin tärkein tavoitteeni tässä tutkimuksessa.

5.3 Aineisto haastatteluin Turun Sanomista

Laadin erilaiset teemarungot Turun Sanomien yhdeksän aluetoimittajan ja kolmen pääliikkötoimittajan haastatteluja varten. Katsoin, että haastateltavat tarkastelevat aluetoimittajuutta niin eri näkökulmista, ettei kaikkia olisi hedelmällistä haastatella saman teemarungon pohjalta. Aluetoimittajille työn merkitys avautuu päivittäin työn sisällön

sekä kentältä ja keskustoituksesta tulevan palautteen kautta. Päälliköt taas joutuvat työnsäkin puolesta tarkastelemaan aluetoimittajuutta osana laajempaa kokonaisuutta, vähintään oman lehden mittakaavassa. Päälliköiltä on näin ollen perustellumpaa kysyä myös siitä, miten pysyvä aluetoiminta sopii maakuntalehden nykylinjaan. Laadin siis kaksi erillistä haastattelurunkoa (liite 2 ja liite 3), jotka kartoittavat aluetoimittajien merkitystä lehdelle osittain eri näkökulmista. Pidin koko ajan kuitenkin mielessä, että teemat palautuvat tutkimuskysymyksiin ja ovat tässä mielessä yhtenevät.

Haastatteluoppaissa painotetaan, että paperilla oleva teemarunko tulisi pitää mahdollisimman niukkana. Ideana on, että haastattelijä voi seurata nopeilla vilkaisuilla, että kaikki teemat tulee käsiteltyä. Eskolan ja Vastamäen (2007, 35–36) mukaan runko voi olla vaikka miellekartta tai lista lyhenteitä, jos se tuntuu haastattelijasta parhaalta työkalulta. Tärkeintä on, että tutkija voi olla tilanteessa mahdollisimman tasaveroinen keskustelija, ja se ei onnistu, jos hänen katseensa on koko ajan papereissa. Toisaalta tiedonsaannin turvaamiseksi on hyvä, jos tutkija on miettinyt ennalta myös valmiita kysymyksiä (Hirsjärvi & Hurme 2008, 103). Eskolan ja Vastamäen (2007, 35) mukaan niiden merkitys korostuu etenkin silloin, kun haastateltava on lyhytsanainen ja tutkija joutuu ”nyhtämään” vastauksia. Itse päädyin laatimaan teemarungoista lopulta varsin perusteelliset myös siitä syystä, että halusin ehkäistä aloittelevan tutkimushaastattelijan virheitä (ks. Hirsjärvi & Hurme 2008, 124–125). Koetin miettiä, mitä kaikkea teemoista voisi nousta esiin, ja olla näin valmis reagoimaan myös yllättäviin näkökulmiin.

Lähestyin haastateltavia sähköpostitse joulukuun alussa ja varmistin heidän halunsa olla tutkimuksessa mukana. Useimmat haastateltavat tiesivät ennalta, että olin aikeissa tehdä opinnäytetyön aluetoimittajista ja harkitsin tutkimuskohteeksi Turun Sanomia. Sähköpostissa kuvailin tarkemmin tutkimusongelmaa ja kiinnostustani aiheeseen sekä syitä valita haastatteluun nimenomaan heidät. Kerroin myös lyhyesti, mitä teemoja ajattelin ottaa esiin haastatteluissa. Metodioppaissa esiintyy erilaisia näkemyksiä siitä, kuinka paljon haastateltaville tulisi kertoa ennalta tutkimuksen tavoitteista ja yksityiskohdista. Tarkan tiedon voidaan esimerkiksi ajatella ohjaavan tutkittavan vastauksia, mikä voisi estää todenmukaisen kuvan saamista tutkimusaiheesta. Yleinen periaate on kuitenkin se, että tutkittavalla tulee olla riittävä tieto siitä, millaiseen tutkimukseen hän lupautuu, eikä häntä saa johtaa harhaan. (ks. esim. Eskola & Suoranta 1998, 56; Hirsjärvi & Hurme 2008, 20.) Mietin itse pitkään, lähettäisinkö haastateltaville ennalta koko teemarungon,

jotta he voisivat valmistautua ja vastaukset olisivat näin harkitun monipuolisia. Päädyin kuitenkin pitäytymään alustavassa kuvailussa, jotta aineisto ei tästä syystä vinoutuisi.

Haastattelut toteutuivat joului- ja tammikuun aikana. Pysin sopimaan ne kunkin haastateltavan ensisijaiseen työpisteeseen, koska halusin, että he kokisivat olevansa ”omalla maallaan” ja myös ympäristö tukisi haastattelujen aihetta (haastattelupaikan valinnasta mm. Eskola & Suoranta 2007, 28–29). Haastattelin päälliköt ja kolme Turun alueryhmän toimittajaa Turun Sanomien päätoimituksessa Artukaisissa ja yhden alueryhmäläisen tämän lomasijaistuksen vuoksi Salossa. ”Varsinaisten” aluetoimittajien luo matkasin Raumalle, Säskylään, Uuteenkaupunkiin, Loimaalle ja Saloon. Haastattelut sujuivat mielestäni hyvin ja kestivät keskimäärin reilun tunnin. Olin harkinnut yksilöhaastattelujen sijaan myös tutkittavien haastatteleminen ryhmissä, esimerkiksi muutaman hengen porukoissa, jolloin he olisivat voineet saada toisiltaan tukea ja virikkeitä (Eskola & Suoranta 1998, 94). Lopulta valitsin kuitenkin yksilöhaastattelut, koska arvelin, että tutkittavat voisivat puhua tutkijalle vapautuneemmin kahden kesken. Lisäksi yksilölliset ”puheenvuorot” kuvastavat mielestäni paremmin toimittajan työn itsenäistä luonnetta.

Litteroin haastattelut tietokoneella mahdollisimman tarkasti, säilyttäen puhekielisyyden. Tämän jälkeen tulostin tekstitiedostot ja aloin lukea niitä läpi. Hirsjärvi ja Hurme (2008, 135) puhuvat niin sanotusta Tuhannen sivun kysymyksestä, jossa tutkija etsii työkaluja, joilla analysoisi runsasta aineistoaan. Minulla litteroitua tekstiä oli työstettävänä ”vain” noin 150 sivua, ja lukiessa massasta alkoi hiljalleen hahmottua asiakokonaisuuksia, jotka vaikuttivat olennaisilta tutkimusongelman kannalta. Pitkälti nämä nousivat tietysti teemarungosta, mutta haastatteluissa tuli esiin myös sellaisia aihealueita, joista en suoraan kysynyt mutta jotka koin huomionarvoisiksi tutkimuskysymysten kannalta. Luin aineistoa yhtäältä kysyen, mitä aluetoimittajat tänään tekevät, ja toisaalta hain vastauksia siihen, mikä on heidän merkityksensä tämän päivän maakuntalehdessä.

Lopulta jäsentelin vastauksia teemoittain Excel-taulukoiksi, kun koin, että minulla on riittävän kattava kokonaiskuva aineistosta. Koodasin (Eskola & Suoranta 1998, 151) haastatteluista muun muassa aluetoimittajien työtapoja (keikalla käynti; ideointi), juttutuotantoa (aihealueet; tavoitteet; kohderyhmä), suhdetta muuhun toimitukseen ja omaan alueeseen sekä näkemyksiä aluetoiminnan merkityksestä ja muutoksista. Yksi osio oli, voitaisiinko pysyvät aluetoimitukset korvata jollain tavalla. Päälliköiden ja toimittajien

vastaukset pidin taulukoissa erillään, koska päälliköiden teemarunko ohjasi kuitenkin tarkastelemaan aluetoimintaa laajemmin osana koko lehteä, sen tarpeita ja tavoitteita.

Seuraavissa kahdessa pääluvussa puran haastattelujen antia kahdeksan teema-alueen pohjalta, jotka ovat mielestäni merkityksellisiä tutkimusongelman kannalta. Luvussa 6 huomio on aluetoimittajien työtavoissa ja työn sisällössä, ja pyrin tuomaan esiin muun muassa, miten aluetoimittajat nyt näyttävät eroavan toimitustyön yleisestä kehityksestä, niin haastattelujen kuin taustakirjallisuuden valossa. Huomionarvoista on kuitenkin myös se, että myös aluetoimittajien työssä on eroa riippuen siitä, ovatko he keskus- vai sivutoimituksessa. Luvussa 7 jatkan tältä pohjalta avaamaan aineiston ”tarjoamia” vastauksia siihen, mitä merkitystä pysyvällä aluetoiminnalla voi vielä katsoa olevan maakuntalehdessä ja myös yleisemmin mediassa – ja missä sen merkitys ei nähdäkseen enää ensisijaisesti ole. Luvussa 8 vedän tuloksista teoreettiseen viitekehykseen peilaten yhteen, mitä syitä aluetoimittajien kaltaisista lehdentekijöistä on yhä pitää kiinni.

Tutkittavien anonymiteetin takaamiseksi olen pyrkinyt häivyttämään seuraavien lukujen sitaattinostoista viittaukset haastateltavien henkilöön, seurantakuntiin ja johtoasemaan. Aluetoimittajat ovat siis aluetoimittajia (A) ja päälliköt yhtä kaikki päälliköitä (P). Teen tosin eron Artukaisissa työskentelevien alueryhmäläisten (AR) ja sivutoimituksissa olevien aluetoimittajien (AT) välillä sellaisissa kohdissa, joissa tutkittavan näkökulma tuo jotain olennaista lisäarvoa. Kaikkien haastateltavien nimet ovat tutkielman lopussa (Lähteet), mihin pyysin heiltä erikseen luvan. Tutkimukseen osallistuneista ainoastaan uutispäälliköllä ei ole työhistoriassaan minkäänlaista merkintää Turun Sanomien aluetoiminnasta, sillä myös vastaava päätoimittaja Kari Vainio on aikanaan työskennellyt alueryhmässä ja vuosina 1994–2000 hän oli aluetoiminnan päällikkö. Hänen jälkeensä aluepäälliköksi tuli Juhani Tala, joka jäi tehtävästä eläkkeelle haastattelujen jälkeen.

6 ITSENÄINEN IDEOIJAJA HAKEE PAIKALLISTA

Aluetoimittajan työ on jäänyt katveeseen sanomalehtien tutkimuksessa (ks. Johdanto). Sen sisältö on usein vierasta myös saman talon muille toimittajille, jos heillä ei ole ollut omakohtaista kytköstä aluetoimintaan. Tämä tuli esiin tutkimushaastatteluissakin. Tästä syystä haluan tässä luvussa kuvata kattavasti, mitä aluetoimittajan työ pitää sisällään.

Työnkuvan valaiseminen tuntuu tarpeelliselta myös siitä syystä, että aineiston valossa näyttää todella siltä, että aluetoimittajat eroavat monella tapaa toimitustyön vallitsevista muutostrendeistä (esim. Nikunen 2011). He näyttävät nyt kenties aiempaakin enemmän niiltä *erikoisilta yleistoimittajilta*, joiden työtapoja aikojen saatossa avasin luvussa 2.3. Aluetoimittajat eivät tietysti ole syrjässä median murroksesta, mutta he eivät myöskään ilmennä monia muutoksia, joita on viime vuosina havaittu toimitustyössä (ks. myöh.).

Ei ole ihme, jos aluetoimittajien työarki jää sivustakatsojalle vieraaksi, sillä he ovat työssään yhä hyvin itsenäisiä ja osin irrallaan muusta toimituksesta – Turun Sanomissa tämä pätee niin keskustoituksen alueryhmään kuin etenkin sivutoimituksiin. Työn itsenäisyys ja laajat seuranta-alueet tuovat työssä eteen kuitenkin myös suuren haasteen: aluetoimittajan työ on jatkuvaa hakemista paikallisen uutiskynnyksen kanssa. Koska tämä on mielestäni olennainen kysymys koko aluetoiminnan perusluonteen kannalta – mitä levikkialueelta kannattaa maakuntalehdessä kertoa? – käsittelen aihetta omana kokonaisuutenaan jo tämän luvun lopuksi. Ensiksi avaan kuitenkin yleisesti työnkuvaa.

6.1 Alueelta kaikkea – kotimaan uutisten ehdoilla

Turun Sanomien aluetoiminnan muodostaa siis haastatteluhetkellä kymmenen hengen yksikkö: yhdeksän toimittajaa sekä aluepäällikkö. Aluetoimittajista neljä on keskus-toimituksessa niin sanotussa alueryhmässä, viisi kentällä erillisissä toimituksissa. He ovat toimituksen työarjessa varsin itsenäinen yksikkö, ikään kuin oma erikoisosastonsa. Alueryhmäläiset ovat toki Turun avokonttorissa välittömämmin osana toimitusyhteisöä.

Kaikkien huomio on ydinkuntien ulkopuolella. Tässä tutkimuksessa olennaiseksi kysymykseksi nousee se, kuinka hyvin toimittaja tuntee seuranta-alueensa (ks. luku 7). Haasteltavien suhde nykyiseen sarkaansa vaihtelee hyvin paljon. Ääripäinä ovat peräti 36 vuoden yhtäjaksoinen pesti samassa asemapaikassa ja noin kolme kuukautta kestänyt taival uusien kuntien kanssa. Haastatteluhetkellä kaksi alueryhmäläistä koki vastikään hypänneensä uuteen: toinen oli siirtynyt kentältä alueryhmään ja saanut seurattavakseen yhden aivan ”vieraan” kunnan, toinen teki tuttavuutta koko kuntaryhmäänsä. Muutokset johtuivat pitkälti kesän 2012 yt-kierroksen jälkeisestä uudelleenjärjestelystä, joka toi kuntavaihdoksia myös muualla kentällä. Kaikki tutkittavat ovat ehtineet kokea seuranta-alueensa joko kasvavan, supistuvan tai vaihtuvan Turun Sanomat -uransa aikana, mutta pidempään saman seudun keskuksessa on viivytty sivutoimituksissa. Kun alueryhmässä pisin pesti yhdellä seudulla on jatkunut noin viisi vuotta, kentällä tämä on lyhin aika.

”En paljon enää navigaattorii tarvii, kun tääl kuljen.” AT

Aluetoimittajien keski-ikä on noin 45 vuotta, mutta tämä antaa heistä joukkona harhaanjohtavan keski-ikäisen kuvan. Itse asiassa he edustavat kahta toimittaja-sukupolvea. ”Varsinaisista” aluetoimittajista kolme on eläkeiän kynnyksellä; seuraavaksi korkein ikälukema on 43 vuotta. Toimittajista nuorin on 29-vuotias. Pisimpään samassa asemapaikassa ovatkin toimineet kolme konkaria: heistä viimeisin aloitti nykypestissään 1994.

Haastatteluissa tarjoutuvien näkökulmien kannalta olennaista on myös se, että aluetoimittajilla on vaihteleva työhistoria. Yksikään heistä ei ole työskennellyt media-alalla ainoastaan maakuntalehden aluetoimittajana. Turun Sanomiin viisi on tullut suoraan aluetoimintaan, neljä on työskennellyt ensin muilla osastoilla, enimmäkseen uutisissa. Neljä on ollut aluetoimittajana myös muussa lehdessä. Antoisaa aineistossa on etenkin se, että kolmella neljästä alueryhmäläisestä on kokemusta myös sivutoimituksista: he ovat konkreettisesti kokeneet, miten toimipaikka voi vaikuttaa aluetoimittajan työhön.

Aluetoimittajilla on seurattavanaan kahdesta viiteen kuntaa. Määrä ei kuitenkaan kerro alueen koosta kaikkea. Esimerkiksi Salon-toimittaja seuraa nykyisin ”vain” Saloa ja Someroa, mutta nyky-Salon muodosti vuoden 2009 kuntaliitoksissa kymmenen kuntaa. Liki vastaava muutos on tapahtunut alueryhmän ”saaristotoimittajan” tontilla. Sivutoimituksissa kuntaryhmän ulompi raja ei myöskään ole ehdoton: etenkin pohjoisimmat toimittajat seuraavat ja poimivat silloin tällöin aiheita myös ”takamaalta”. Ulkokehällä neljän aluetoimittajan kuntia onkin toisessa maakunnassa, ei Varsinais-Suomessa.

Mitä aluetoimittajan sitten tulee kunnillaan tehdä? Temmes (2004, 47) kiinnittää huomiota retoriseen eroon, että on mahdollista puhua aluetoimittajan seuranta-alueesta, työalueesta tai vastuualueesta. Mielestäni nämä kaikki sopivat aineiston perusteella kuvaamaan Turun Sanomien aluetoimittajien suhtautumista alueeseensa, sillä, kuten yksi heistä tuo esiin, aluetoimittajan työssä kulkevat rinnan vastuu ja vapaus.

Turun Sanomissa aluetoimittajien tehtävänä on palvella koko lehteä. Heidän tulee pitää huoli siitä, että kunnat tulee seurattua ja niiden asiat ja ihmiset näkyvät eri osastoilla. Aluetoimittajien jutuille on varattu lehden kotimaan uutisosiossa niin sanottu Lounais-Suomi-sivu¹, joka tulisi saada täyteen aluejutuilla. Aluetoimittajilla on myös kiertävä pääkirjoitusvuoro (”kakkospääkkäri” alueellisesta aiheesta), joka sattuu kohdalla noin muutaman kuukauden välein. Lisäksi yksi aluetoimittajista ”päivystäää” joka viikonloppu, ja tällöin pyrkimyksenä on löytää levikkialueelta pääjutuksi taipuva tapahtuma tai muu aihe niin lauantaille kuin sunnuntaille. Pienten onnettomuus- ja rikosuutisten päivystäminen kunnista ei sen sijaan ole enää aluetoimittajan vastuulla: hälytysten ja poliisitiedotteiden seuraaminen keskitettiin jokunen vuosi sitten Turkuun, missä uutispöydän nettitoimittajat hoitavat sen tällä hetkellä (ks. myös luvuissa 6.4 ja 7.1). Aluetoimittajan roolia alueella avattaessa tulee lisäksi huomata, ettei aluetoimittaja suinkaan ole ainut toimittaja lehdessä, jolla on oikeus kirjoittaa hänen seurantakunnistaan.

”Esimerkiksi taloustoimitus tekee - - juttuja ihan itsekseen ja omin päin. Että ne ei ole mitään sellaisia kiveen hakattuja, että kukaan muu ei saa uutisoida mitään [x-kuntaan] liittyvää[.]” A

Pääsääntöisesti aluetoimittajan työ painottuu kotimaan uutissivuille. He kirjoittavat siis paljon uutisaihioon istuvia juttuja eli, paitsi selkeitä päivän uutisia, esimerkiksi erilaisia ilmiöaiheita. Kun tiedustelin aluetoimittajilta, kuinka heidän juttutuotantonsa jakautuu lehden eri osastoille, ainoastaan yksi haastateltava kertoi, että häneltä tulee tällä hetkellä ehkä hieman enemmän kulttuuri- kuin kotimaanaiheita. Kaikilla muilla valtaosa jutuista menee kotimaansivuille (Lounais-Suomi-sivu mukaan lukien) – muutamilla jopa 80–90-

¹ Haastatteluista käy ilmi, että Turun Sanomien kotimaan uutissivut uudistettiin vuonna 2009. Eri aluetasoisille osoitettiin aiempaa selvemmin oma paikkansa: oman sivupään saivat niin Turku ja lähialue kuin etäisempi ’Lounais-Suomi’. Valtakunnan uutiset ovat tietysti vielä oma osansa. Yhden päällikön mukaan tarkoituksena oli helpottaa toimituksen suunnittelutyötä ja myös lukijoiden lukukokemusta. Toimittaja-haastatteluissa tulee esiin eriäviä näkemyksiä siitä, kuinka sitova Lounais-Suomi-sivu on päivittäisessä työssä. Yksi toteaa, että siitä syntyy paljon painetta, kun sivu pitää saada ”aina” täyteen. Toinen toteaa, ettei sivu ole niin ”orjallinen”, etteikö sitä voitaisi joskus jättää julkaisematta, jos juttupaikat eivät millään täyty. Kotimaansivuja kootaankin tämän toimittajan ja myös oman TS-kokemukseni mukaan päivittäin ikään kuin palapeliä, johon vaikuttaa niin uutis- kuin ilmoitustilanne. Tärkeimmät uutiset nostetaan aina uutissivujen alkuun. Näin ollen aluetoimittajienkaan jutut eivät monesti ”säädä” heidän omalle sivulleen.

prosenttisesti. Toiseksi eniten toimittajat arvioivat kirjoittavansa juttuja talouteen (osalla noin 30 prosenttia), sitten kulttuuriin. Erilaisiin teemaliitteisiin ja -sivuille ja esimerkiksi Sunnuntai-sivulle ja urheiluun haastateltavat kirjoittavat vaihtelevasti mutta kauttaaltaan uutissivuja harvemmin. Jotkut repäisevät silloin tällöin ja kirjoittavat kolumnin.

Aluetyön painottumiseen uutissivuille ja yleensä ”koviin” aiheisiin on useita syitä. Osin se on tietysti itsestään selvää. Aluetoimittajan perustyötä on seurata kuntien päätöksentekoa ja muita viranomaistahoja sekä silmäillä myös alueen yrityselämää. Lisäksi, kun seuranta-alueelle sattuu jokin yllättävä uutinen, kuten iso onnettomuus, tehtaan alasajo tai vaikka valtakunnallinen tiehanke, on tietysti lähtökohtana, että aluetoimittaja on ainakin mukana jutunteossa, jos muilta töiltään suinkin ehtii. Myös itse alue vaikuttaa luonnollisesti siihen, että joillain toimittajilla työ on luontaisesti uutispainotteista: elinkeinoltaan virkeissä kaupunkikeskuksissa talousaiheita tulee välillä kuin tarjottimella. Turun Sanomissa aluetoimittajien työtä on myös jo pitkään viitoittanut löyhä nyrkkisääntö, jonka mukaan noin puolet alueen jutuista tulisi mennä kotimaan uutissivuille, noin puolet kaikille muille osastoille ja liitteisiin. Tätä ei toki mitenkään tarkasti lasketa, mutta käsittääkseni kyseessä on ollut eräänlainen osviitta, että painopiste aluetyössä on kotimaalla, vaikka kirjoitustyö alueelta ei siihen jääkään. Yksi päällikkö toteaa, että hänestä puolet–puolet-jako on edelleen ihan käypä nyrkkisääntö aluetoiminnassa.

50–50-ohjenuoraa vasten aluejuttujen painottuminen nyt niin selvästi kotimaansivuille onkin mielestäni vähän yllättävää. Aineistosta kun käy ilmi, että aluetoimittajan työstä voi mennä jopa selvästi yli puolet kotimaanjuttuihin, ja osalla iso osa myös talouteen. Lähtökohtaisesti toimittajien tehtäväksi mainitaan kuitenkin edelleen kirjoittaa alueelta monipuolisesti eri puolille lehteä. Näin toteavat kaikki päälliköt. Pohdin luvussa 7.3, mitä merkitystä uutisten isolla osuudella voi olla alueelta välittyvän kuvan kannalta.

Turun Sanomissa kotimaanaineiston korostumista selittänee sekin, että alueyksikölle viestitettiin kesän 2012 yt-muutosten jälkeen yhä painotetummin, että uutistuotannosta alueelta tulee pitää huolta. Tästä kertovat muutamat toimittajat. Yksi päällikkö sanoo, että kotimaansivuilla oli ehditty kokea kesällä jo jokunen ”kriisipäivä”, kun kaikki aluetoimittajien jutut tahtoivat mennä muille osastoille. Aluetoimittajat tulkitsevat ylhäältä tullutta viestiä niin, että pääpaino työssä on nyt entistäkin selvemmin kotimaalla. Yhden toimittajan mukaan osviittaa antava nyrkkisääntö on nyt 60–40. Toisen aluetoimittajan

kommentissa lähtökohta alueelta kirjottamiseen taipuu jo pikemminkin muotoon: kotimaantuotannosta on pidettävä huolta, ja muualle tehdään ”mahdollisuuksien mukaan”.

Aluetoimittajat pitävät linjausta kotimaansivujen painottamisesta sinänsä hyvänä ja ymmärrettävänä, että kuntien seuranta ja päivänpäälliset uutiset on totta kai hoidettava. Monen työtä se ei tietysti muuta aiemmasta mitenkään, ja luontaiselle uutisihmiselle kyse voi olla jopa helpotuksesta. Muutama aluetoimittaja kuitenkin harmittelee, kun se *kaikki muu* alueelta jää yhä enemmän tehtäväksi kotimaan uutistytön ”päälle”. Yksi toimittaja sanoo tuntevansa painettakin kirjoittaa kotimaahan, koska se päivänpäällisenä syö kaikkein tehokkaimmin aineistoa. Tätä saattaa osin selittää Lounais-Suomi-sivu, joka pyritään saamaan täyteen aluejutuilla. Yksi toimittaja kertoo, että hän ei ehkä niin usein kirjoita esimerkiksi henkilöhaastatteluja kuin haluaisi ja alueeltaan voisi, koska ne saattavat lisätä kiirettä ja aiheuttaa ylitöitä. Toinen toteaa, että se pitää aina katsoa tilanteen mukaan, milloin päivittäisuutisoinnilta voi irrottaa aikaa vaikka teemajutuille:

”Et kyl niit pyörittelee ja mahdollisuuksien mukaan tekee, mut ongelma on se, et niil pidemmille jutuille tarvii sit enemmän aikaa myöskin.” A

Turun Sanomien aluetoiminnassa on nähdäkseni havaittavissa samaa, minkä Temmes (2004, 77, 108) huomasi Helsingin Sanomien kohdalla: kun väki alueella on vähentynyt ja seuranta-alueet ovat kasvaneet, menee toimittajien työajasta kasvava osa ”perusuutistyöhön”. Yksi TS-aluetoimittaja sanoo, että hän toivoisi muille osastoille kirjoittamiseen olevan enemmän aikaa siksi, että alueelta voisi tuoda esiin monipuolisesti kiinnostavia asioita. Hän kertoo kokevansa aluetoimittajan työn siinä mielessä kokonaisvaltaiseksi, että hänen pitäisi pystyä tarjoamaan kunnista juttuja, jotka palvelevat erilaisia lukijoita.

”Mä en näe, et me ollaan pelkkä *politiikantoimitus* missään tapauksessa. Mun mielest se on tärkeätä, et me ollaan *aluetoimitus* sen takia, et se on niinku se alue kokonaisvaltaisesti.” A

Useampi toimittaja mainitseekin työn parhaaksi puoleksi edelleen *mahdollisuuden* tehdä juttuja monipuolisesti. Osa huomauttaa, että vaikka kotimaanuutistyö on korostunut, voi muihinkin osiin lehteä yhä kirjoittaa – ja siihen myös kehoitetaan. Kaksi haastateltavaa huomauttaa lisäksi, että kun lehdessä usein puhutaan toivovassa sävyssä osastorajojen ylittämistä, lienevät aluetoimittajat toimituksessa ainoita, jotka rajoja säännön mukaan rikkovat. Siinä mielessä he ovat siis edelleen erikoisia yleistoimittajia. Yksi toimittaja kuvaa mielestäni osuvasti, kuinka monipuolista aluetyö äärimmillään voi olla: Yhtenä päivänä toimittaja voi haastatella pääministeriä paikallisesta talousaiheesta. Seuraavana hän suuntaankin pieneen kylään ja tekee henkilöhaastattelun 100-vuotiaasta Mailikista.

6.2 Liikkuminen lähtökohtana – kentällä ei kynnystä

Sanomalehtien toimittajat eivät enää liiku kentällä kuten ennen. Tämä käy ilmi taustakirjallisuudestakin: suomalaislehdissä juttuja tehdään aiempaa tiiviimmin omalla työpisteellä, toimituksessa pääteen ääressä (esim. Nikunen 2011, 86; Pietilä 2007, 392). Syitä on helppo löytää. Verkko tarjoaa nykyisin niin paljon tietoa, ettei sitä välttämättä tarvitse lähteä hakemaan muualta. Kaikkihallisen eli ubiikin tietotekniikan aikana ihmisiä myös tavoittaa kertomaan asioista ja kommentoimaan niitä liki milloin ja mistä tahansa. Kiire lisää halua ja tarvetta hyödyntää näitä mahdollisuuksia. (Jyrkiäinen 2008, 91; Nikunen 2011, 86.) Useissa Suomen mediataloissa työskennellyt Antti-Pekka Pietilä (2007, 392) tuo esiin, miksi juuri lehtitoimittajia uhkaa ”eristyminen suuresta yleisöstä”: toisin kuin esimerkiksi tv-toimittaja, kirjoittava toimittaja voi kerätä juttuunsa kaivatut ainekset poistumatta toimituksesta. Hänen ei tarvitse tavata haastateltavaa kuvien takia. Pietilän mukaan lehtityössä on jo yleinen piirre, että haastattelut tehdään puhelimitse tai sähköpostilla. Sama *kehityssuunta* tuli esiin myös omissa tutkimushaastatteluissani.

Edellä kuvattua yleiskehitystä vasten aluetoimittajien työtavat tuntuvat hämmästyttävän toisenlaisilta. Turun Sanomista kerätyn aineiston perusteella heidän työajastaan menee edelleen iso osa juttumatkoilla, ja paikan päälle meno mainitaan aluetyössä jopa lähtökohdaksi. Toimittajat suunnittelevat ja jopa osin valikoivat työtään keikkojen ehdoilla. Eroa liikkuvuudessa havainnollistaa kenties yhden päällikön kommentti lehden uutisetivulla eli niin sanotulla premillä julkaistuista kuvista. Päällikkö sanoo, että premin pääkuvat ovat olleet viime aikoina entistä useammin aluetoimituksista. Tällä hän viittaa käsittääkseni vielä korostetusti niihin aluetoimittajiin, jotka ovat jo valmiiksi kentällä. Viestinä on, että aluetoimittajat käyvät edelleen paikan päällä juttuja tehdessään, jolloin kuvia ei ainakaan tarvitse kaivaa arkistosta, vaan niissä on jotain premille toivottua.

”No siellä mennään niinku sinne, mihin mun mielest toimittajan pitäis mennä, eikä istuu tääl byroos ja hoitaa kaikki puhelimitel.” P

Kun kysyin aluetoimittajilta, millaisia juttuja he tekevät toimituksesta käsin, olivat vastauksena erilaiset rutiininomaiset kuntajutut ja pienet ”palkkipätkät”. Kunnanjohtajia, virkamiehiä ja esimerkiksi kaukanakin olevia asiantuntijoita on lisäksi tietysti helpompi tavoittaa nopeasti puhelimitse. Toimituksesta käsin aluetoimittajat siis yleensä keräävät juttuihin taustoja ja hankkivat yksittäisiä lausuntoja ja kommentteja.

Tavoitteena tutkittavien mukaan kuitenkin on, että haastatteluja tehtäisiin puhelimesta mahdollisimman vähän. Paikan päälle lähdetään, jos kyseessä on vähänkin isompi juttu, eli käytännössä aina, kun juttuun tarvitaan kuva – sikäli kuin se suinkin on mahdollista. Tämä pätee aluetoimittajien mukaan myös kunnallispoliittisiin aiheisiin, sillä päätöksenteostakin on pyrkimyksenä kertoa ihmisten ja arkielämän kautta, hallintojargonin sijaan.

”Siis lähtökohtaisesti niin että paikan päälle aina kuin suinkin. Must maakuntalehteen ei edes pidä tehdä semmosia pieniä paikallisia [x-kunnan] juttuja, jotka voidaan puhelimesta hoitaa.” A

Haastateltavat kokevat paikan päälle menemisen tärkeäksi (alue)toimittajan työn kannalta. Jo jutun kirjoittamisen takia asioiden näkeminen omin silmin ja joskus kokeminen fyysisestikin voi olla toimittajalle olennaista tiedon välittämisen kannalta.

”Ne omat aistit on kuitenkin niin tärkeät sitä tekstiä tehdessä.” A

Aluetoimittaja yllä huomauttaa, että esimerkiksi uutinen homekoulusta välittyy lukijalle aivan eri tavalla, jos koulusta on kuvaa ja kirjoittaja osaa kuvailla, miltä sisällä haisee. Toinen toimittaja kokee asioiden havainnoinnin tärkeäksi myös oman ymmärtämisen takia: joskus toimittaja voi vasta asian tai esineen konkreettisesti näkemällä ja sitä kenties kokeilemalla ymmärtää, miten se käytännössä toimii. Monet puhuvat myös, että haastateltavista saa paljon enemmän irti, kun heitä menee tapaamaan kasvokkain: Ihmiset ovat vapautuneempia heille tutussa ympäristössä. Verrattuna puheluun ja sähköpostiin toimittaja voi tavoittaa ihan eri tavalla yksityiskohtia, äänenpainoja ja ”oikeaa elämää”. Myös tarkentavia kysymyksiä lienee helpompi esittää kasvokkain, tuumii yksi haastateltava. Tiivistäen: toimittajan on helpompi saada perusuutiseenkin väriä, jos hän käy paikan päällä (suoran kontaktin ja läsnäolon merkityksestä tarkemmin luvussa 7.4).

Yksittäisen jutun toteuttamisen lisäksi aluetoimittajat haluavat liikkeelle kuitenkin myös monesta muusta syystä. Haastatteluista käy ilmi, että juttumatkoilta palataan harvoin vain sen kanssa, mitä sieltä varsinaisesti lähdettiin hakemaan. Tien päällä toimittaja voi huomata itse tai myös kuulla tapaamiltaan ihmisiltä uusia juttuaiheita. Samalla kasvaa hänen kontaktiverkkonsa kunnissa, ja hän saa yleensäkin taustalle tietoa alueestaan.

Liikkuminen on siis kaikille Turun Sanomien aluetoimittajille työssä tavoite ja jopa lähtökohta. Käytännössä keikkailussa ilmenee kuitenkin olennaisia eroja riippuen siitä, onko kyseessä Turun alueryhmän vai sivutoimituksen toimittaja. Aineistosta käy ilmi, että kaikille aluetoimittajille kertyy myös niitä päiviä, jolloin he eivät poistu ollenkaan toimituksesta. Alueryhmäläisillä näitä päiviä on kuitenkin suhteessa enemmän.

Keskustoimituksen aluetoimittajat kertovat käyvän kunta-alueellaan viikoittain, yleensä useamman kerran. Juttumatkojen määrä tosin vaihtelee ikään kuin sykleissä. Myös ”varsinaisilla” aluetoimittajilla paikan päällä hoidettujen juttujen määrä viikossa vaihtelee, ja osin myös toimittajasta riippuen, mutta toimitukseen jäädyään harvemmin. Esimerkiksi yksi toimittaja kentällä arvelee, että hänellä tulee keskimäärin yksi keikka päivässä, kun joskus on useamman keikan päiviä ja toisinaan vastaavasti toimituspäiviä. Toinen toimittaja kentällä arvioi, että täysin työpisteellä vierähtää 1–2 päivää viikossa.

Eroa keikkamäärissä selittää muutama yksinkertainen mutta olennainen tekijä. Turun Sanomissa aluetoimittajien työnkuvaa erottaa konkreettisesti paitsi paikka, josta käsin he kuntiaan seuraavat (alueryhmä on Turussa, aluetoimitukset kunta-alueiden keskellä), myös se, että ”varsinaiset” aluetoimittajat kuvaavat pääosin itse, alueryhmäläiset eivät. Esimerkiksi yksi toimittaja kentältä toteaa, että hän tulee työskennelleeksi kuvaajien kanssa todella harvoin, jopa vain kerran vuodessa. Muutoin hän kuvaa keikoilla itse – tai ainakin ”kuvittaa” omat juttunsa. Alueryhmäläisten työnkuvaan kuvaaminen ei sen sijaan kuulu, mikä käytännössä tarkoittaa sitä, että heidän alueella käyntinsä on aina riippuvaista myös kuvaajien aikatauluista. Juttumatkat täytyy sovittaa niin, että joku lehden vakinaisista tai free-kuvaajista ehtii paikan päälle. Alueryhmäläiset ovat myös kyytien suhteen käytännössä riippuvaisia kuvaajista; entä jos kuvaajan pitääkin kiirehtiä juttupaikalta suoraan toiselle keikalle? Yksi alueryhmän toimittaja toteaa, että muuten aluetoimittajan työ on Turussa ja sivutoimituksissa sinänsä aika samanlaista, mutta työn ja aikataulujen suunnitteluun sillä on hyvin suuri vaikutus, kummassa paikassa on. Kahden muun alueryhmäläisen tapaan hän on työskennellyt myös sivutoimituksessa.

Toisin kuin yksikään ”varsinaisista” aluetoimittajista, osa alueryhmäläisistä sanoo, että he haluaisivat liikkua alueellaan enemmän. Kentällä itsekseen toimivien aluetoimittajien kanssa keikkailun riittävyys ei oikeastaan ”noussut edes puheenaiheeksi”, tai uteluni siitä kohtasi lähinnä hölmistystä. Heille toimituksesta lähteminen on niin vaivatonta, tai ainakin vain itsestä kiinni. Kuten yksi toteaa: paikan päälle pääsee aina, kun siltä tuntuu.

Alueryhmästä kaksi haastateltavaa ilmaisi toiveensa päästä seurantakuntiin useammin. Toinen heistä toivoo myös, että yksittäisillä keikoilla voisi viettää enemmän aikaa ja kunnissa voisi käydä myös ilman takeita siitä, että jokaiselta reissulta syntyy iso juttu. Hän perustelee toivettaan oman aluetuntemuksen lisäämisellä sekä kontaktiverkoston kerryttämällä: paikan päällä seurantakuntiin on helpompi ja nopeampi päästä sisään.

Kaksi muuta alueryhmäläistä on varsin tyytyväisiä keikkatahtiinsa. He huomauttavat, että Turussa kullekin aluetoimittajille muotoutuu oma tapansa liikkua ja rytmittää työtä. Myöskään päätoimituksessa kukaan ulkopuolinen ei ole sanomassa, kuinka paljon aluetoimittaja saa tai hänen pitäisi liikkua, vaan se on oman aktiivisuuden varassa. Vastuu aluetyöstä on toimittajalla, joten kyse on ennemmin toimivan tasapainon löytämisestä.

”Kentälle kyllä pääsee ja *voi* liikkua, kun ottaa sen ajan, eikä laitostu Artukaisiin.” AR

Toisaalta, juuri alueryhmäläisten puheesta välittyy tietoisuus talon resursseista ja yksin liikkuvia aluetoimittajia selvemmin myös tunne tarpeesta olla kentällä mahdollisimman tehokas (säästötietoisuuden rantautumisesta pienentyneisiin toimituksiin Nikunen 2011, 34). Alueryhmän toimittajilla tehokkuus konkretisoituu niin, että juttumatkalta kerätään usein materiaalit useampaan juttuun. Tämä ei ole erityisen poikkeuksellista, vaan yhden alueryhmäläisen mukaan keikkoja yhdistellään jopa ”paljon”. Toinen heistä kertoo ääri-esimerkin: hän ja kuvaaja olivat vastikään olleet pitkän päivän liikkeellä ja koonneet sen aikana materiaalia peräti viiteen juttuun. Kirjoitustyöhön eli ”purkamiseen” toimittajalla oli mennyt toista viikkoa, toki muiden töiden ohessa. Tämä on tietysti äärimmäinen esimerkki, mutta kertoo siitä, kuinka pitkä matka seurantakuntiin kannustaa yhdistelemään keikkoja. Turun päässä se aiheuttaa tietysti paljon ennalta järjestelyä. Yksi alueryhmän toimittajista kertoo, että hänellä keikkojen suunnitteluun vaikuttaa myös tietoisuus siitä, että hän ”sitoo” juttumatkan ajaksi aina myös kuvaajan. Hän sanoo miettivänsä juttujen toteuttamista siltäkin kantilta, että myös muilla osastoilla on kuvaajille tarvetta. Tämä vaikuttaa siihen, mitä juttuja hän milloinkin kunnistaan tekee.

”Siin on koko ajan mieles se, et miten käyttää talon resursseja[.] - - Ja se luo paineita myöskin - - siihen, miten paljon viettää aikaa keikoilla.” AR

Alueryhmästä ei myöskään aina pääse paikan päälle, jos seurantakuntaan sattuu jokin yllättävä uutinen. Yksi toimittaja kertoo, että kuvaajaa ei välttämättä löydy nopeasti ja etenkin useamman tunnin reissulle. Etäisyyden takia päivänpäällisiä juttuja tulee siis välillä tehtyä toimituksesta. Haastateltava sanoo joskus toivoneensa, että hän voisi vain napata kameran matkaansa ja hypätä auton rattiin. Turusta liikkeellelähtöön vaikuttaa kuitenkin myös aluetoimittajasta riippumattomia tekijöitä. Toisin on sivutoimituksissa:

”Pari keikkaa ja pari juttu ehtii [päivässä] tekee. - - Olettaen, et ne ajettavat alueet on järjelliset. - - Tää on niinku mun käsissäni nää narut, niin se homma toimii.” AT

Toimituksissa kentällä, valmiiksi alueen keskellä, keikkaan suhtaudutaankin hieman eri tavalla. Se on alueryhmää harvemmin minkäänlainen ”spektaakkeli”. ’Keikka’ voi olla

vaikka haastattelu tai tiedotustilaisuus parin korttelin päässä – se on toimituksesta poistumista, mutta ei aina vaadi edes matkantekoa. Yksi toimittaja, jolla on kokemusta aluetyöstä sekä keskus- että sivutoimituksissa, toteaa, että aluetoimituksesta saattaa vain soittaa kaupungintalolle tai vaikka läheiseen päiväkotiin, että oletteko paikalla, olisin siinä vartin päästä. Turusta ”kynnys” lähtee liikkeelle on haastateltavan mukaan isompi.

”Ja se liittyy ihan siihen toimintakulttuuriin, kun siel alueryhmässä ei oo niin vahvaa sitä semmost niinku lähtemisen kulttuuria.” AR

Nikunen (2011, 86) totesi haastattellessaan tiedottajia, että toimittajat lähtevät tänään aiempaa harvemmin tiedotustilaisuuksiin, koska samat tiedot löytyvät verkosta. Turun Sanomien aluetoimituksista infoon saatetaan kuitenkin lähteeä, vaikka tiedossa ei edes olisi ”hurjaa” juttua. Yksi haastateltava perustelee tätä kontaktien säilymisellä ja sillä, että tiedotuskulttuuri eläisi myös jatkossa. Hän puolustaa ”vanhan liiton tapoja”, koska kokee ”laittavansa rahaa pankkiin”. Myös yksipalstaisen perään saatetaan liikkua.

”Mä tiedän, et tää ei ole muotia nykyään! [naurua] Että tiedän jonkun uutispäällikön, joka näppylöitä sais, jos mä kertoisin tämän.” AT

Alueryhmäläiset Turussa tuntuvatkin olevan ikään kuin kahden toimituskulttuurin välimaastossa. Etäisyyden ja kuvaus- ja kyytijärjestelyiden takia he eivät irtoa toimituksesta ihan pikkujutun takia, eivätkä välttämättä tule käyneeiksi niin paljon juttupaikoilla, kuin aiheet kenties ”antaisivat aihetta”. Joskus he saattavat järjestää kuvauksenkin, jossa eivät ole itse mukana. Toisaalta, myös alueryhmän toimittajat tuntuvat olevan tietoisia ”laitostumisesta” ja puhuvat paikan päälle ”pääsemisestä”, mikä mielestäni kielii siitä, että paikan päällä käynti on heilläkin edelleen lähtökohtainen pyrkimys toimitustyössä.

Aluetoimittajien työaika joustaa edelleen joka tapauksessa joskus keikkojen ehdoilla. Pääsääntöisesti sekä alueryhmässä että sivutoimituksissa työskennellään virka-aikana, mutta juttumatkojen takia vuoron aloitusta saatetaan siirtää, ja joskus päivät venyvät väistämättä. Etenkin erillisissä toimituksissa ”päivät otetaan sillein joustavasti”. Yksi toimittaja kentältä sanoo, ettei 8-tuntinen toimistorytmi asetu mitenkään yhden hengen yksikköön, koska aamulla ei voi koskaan tietää ihan varmaksi, mitä päivä tuo tullessaan. Muutama ”varsinainen” aluetoimittaja myöntää, etteivät he laske työtunteja ollenkaan niin tarkkaan kuin ehkä pitäisi, vaan kokonaiskuva tulee ikään kuin selkärangasta: joskus päivät ovat pitkiä, joskus lyhyitä – ja joskus ne jaetaan tehtävien ehdoilla kahtia.

Jos alueryhmäläisen täytyy saada juttu pitkän keikkamatkan päätteeksi vielä seuraavan päivän lehteen, hän istuu paluumatkalla autossa kuvaajan vieressä kannettava tietokone sylissään ja jatkaa kirjoittamista tarvittaessa vielä ylitöinä toimituksessa.

”Sen pystyy hyvin tekee [Turusta] käsin seuraavan päivän lehteen, mut siit tulee hirveen helposti sellainen paperinmakuinen juttu, jollei pääse tuonne kentälle.” AR

Tartun tähän: ensisijaisesti haastateltavat tekevätkin seuraavan päivän lehteä. Aineiston ja osin myös oman alueryhmä-kokemukseni perusteella uskaltaisin tiivistää, että Turun Sanomissa aluetoimittajien ajankäyttöä ohjaavat ennemmin juttumatkat ja paperilehti kuin verkko. Heillä ei nähdäkseni ole deadline koko ajan päällä (vrt. Nikunen 2011, 50–52), vaan työn painopiste on printissä. Esimerkiksi yksi toimittaja kentältä toteaa jopa ihmetellen, että hän työskentelee yhä täysin paperilehden aikataulussa; nettijuttuja hyvin harvoin edes pyydetään. Toki tässä on varmasti myös yksilö- ja aluekohtaisia eroja, sillä toisen toimittajan puheesta käy ilmi, että nettisähkeitäkin tulee kirjoitettua, ja joskus hän on soittanut keikalta tietoja ja lähettänyt kuviakin, jotta uutinen saadaan äkkiä verkkoon. Tulevissa luvuissa tulee kuitenkin esiin, että kaikkiaan aluetoimittajan työ on kuitenkin ennemmin taustoittavaa kuin *niin* tiukasti kuntien ajankohtais-agendassa kiinni, että sitä pitäisi olla koko ajan päivittämässä nettiin. Alla oleva päällikön kommentti tiivistää mielestäni hyvin, miksi aluejuttuihin ehditään hakemaan aineksia myös paikan päältä.

”[P]itää nyt kuitenkin nähdä, että printti on se meidän tärkein osa. Mut et ei [aluetoimittajat] saa [digitaalisilta uudistuksilta] myöskään missään umpiossa olla[.]” P

6.3 Itsenäinen ideoija hakee omia lähteitä

Aluetoimittajat eivät suunnittele itsenäisesti vain työpäiviään ja juttujen toteuttamisen aikataulua, kuten edellä kävi ilmi. Aineiston perusteella he ovat hyvin itsenäisiä myös juttujen ideoinnissa ja aiheiden valinnassa. Ainakaan Turun Sanomissa aluetoimittajat eivät siis lainkaan vastaa sitä kuvaa, jonka esimerkiksi Nikunen (2011, 46, 52–53) maalaa viime vuosilta toimitustyön muutossuunnasta: heidän työnsä ei ole päällikkö- vetoista, eivätkä heidän aiheensa tule annettuina päivälialta. Päinvastoin: tutkittavat valitsevat itse miltei kaikki aiheensa ja lisäävät niitä listalle ”muiden tiedoksi”. Heillä on edelleen omia juttuprojekteja, he määrittävät pitkälti itse työnsä sisältöä. Turun Sanomissa aluetoimittajien asema työyhteisössä vaikuttaa edelleen autonomiselta.

”[M]eilläähän ei ole sellaista aamupalaverityyppistä, mitä uutistoimituksessa, missä jaetaan niin kuin päivän töitä[.] - - Se on se oma ideointi meidän lähtökohta tuossa aluetoimituksessa. Me ite seurataan.” A

”Tässä on tavallaan urakoitsija, jolla on deadline-aikataulu, johon täytyy saada urakka valmiiksi. Mutta sitten se, että miten sen tekee, niin sen saa ite päättää.” A

Työn itsenäisyys ja tietyllä tapaa jopa irrallisuus muusta toimitusyhteisöstä korostuu etenkin toimipisteissä kentällä. Kun kysyin ”varsinaisilta” aluetoimittajilta, kuinka usein heille tulee juttupyynnöitä tai valmiita aiheita keskusteluun, totesi useampi haastateltava, että joskus saattaa mennä viikkokin ilman, että Turun kanssa tulee oltua missään yhteydessä. Kuten yksi toimittaja kentältä asian ilmaisee, hän pääsääntöisesti ”touhuu omiaan”. Vapaus määrittää oman työn sisältöä ei kuitenkaan tule vastikkeetta, sillä haastateltavan mukaan aluetoimittajuus vaatii korkeaa työetiikkaa. Kukaan ei ole selän takana vahtimassa, että jutut tulee tehtyä – saati kertomassa, mitä tehdä.

”[M]ä olen niinku siin mieles sisäistänyt sen vanhan kansan viisauden, aluetoimittajien viisauden, et juttu päiväs pitää toimittajan leiväs.” AT

Työn sisällön määrittämisessä alueryhmäläiset näyttävät haastattelujen perusteella yhtä itsenäisiltä kuin aluetoimittajat kentällä. He ovat toki fyysisesti osana työyhteisöä, mitä kautta vinkkejä ja juttupyynnöitä voi joskus tulla suoremmin kuin toimittajille etäällä. Kuitenkin myös alueryhmäläiset ovat Turun Sanomissa ainoita, joiden huomio on koko ajan samoissa kunnissa. Tähän nähdäkseni perustuukin pitkälti aluetyön autonomisuus: aluetoimittajat ovat toimituksessa parhaiten selvillä, mitä kyseisissä kunnissa tapahtuu. Koska kuntien seurantavastuu on delegoitu heille, voi esimerkiksi uutispäällikön olla vaikeakin tarjota alueelle sopivia aiheita sitä tuntematta. Aluetoimittajilla on siis yhä oma erikoisalueensa. Nikunen (2011, 47, 52) näkee, että toimittajien oman ideoinnin ja työn autonomian vähenemistä selittää osastorajojen purkaminen ja yleistoimittajuuden lisääntyminen toimituksissa. Aluetoiminta on edelleen yksi erikoisyksikkö.

Yhteydenpito aluetoimittajien ja päälliköiden välillä onkin usein päällekkäisyyksistä johtuvaa. Sama tieto alueelta saattaa mennä niin keskuspöytään, osastoille kuin aluetoimittajalle. Lähtökohtaisesti tiedotteet ja yhteydenotot vastuukuntiin liittyen ohjataan aluetoimittajalle, tai tämä on jo itse luonut suhteet lähettäjiin. Harvat varsinaiset juttupyynnöt uutispäälliköiltä liittyvät usein onnettomuuksiin tai muihin yllättäviin uutisiin, joista tieto alueelta on ensimmäisenä kiirinyt keskuspöytään. Lisäksi jonkin verran aluetoimittajia pyydetään hakemaan muiden osastojen (käsittääkseni lähinnä kotimaan) juttuihin paikallisia esimerkkejä, niin sanottuja ”kainalotaviksia”. Joskus aluetoimittajat myös selvittävät jotain teemaa omien kuntiensä osalta, kun aluetoimittajat tekevät

keskenään tai esimerkiksi yhdessä kotimaan uutistoimittajien kanssa laajempia juttu-kokonaisuuksia levikkialueelta, erilaisia katsauksia. Kerron näistä lisää luvussa 7.3.

Pääosin aluetoimittajan työ on kuitenkin itsenäistä tiedonkeruuta ja -käsittelyä seuranta-kunnista ja olennaisten aiheiden toteuttamista tästä massasta – tai ideointia sen pohjalta.

”[K]un tää on sellainen työ, et kun me etsitään ite ne juttuaiheet, et täs täytyy koko aikaa olla silmät, korvat auki, jotta tietää, mist kirjoittaa ja tietää mist puhuu.” A

Koska aluetoimittaja on asemassa, jossa hän hyvin pitkälti itse päättää juttuaiheensa, täytyy hänen tarvittaessa osata myös perustella, miksi jostain alueen asiasta on oleellista kertoa maakuntalehdessä. Toimitustyön arjessa jokaisesta aiheesta ei tietenkään ehditä perin juurin neuvotella – tai ainakaan se ei ole järkevää työn sujumuuden takia –, joten pohjimmitaan muiden lehdessä tuleekin vain voida luottaa siihen, että aluetoimittaja tietää, mitä hän tekee. Juuri tähän liittyikin aluetoimittajan työssä suuri vastuu: hänen tulisi olla mahdollisimman hyvin selvillä siitä, mitä seurantakunnissa on meneillään.

”Kyl tässä on vapautta, mutta kun... Koska siinä on se vastuu aina kuitenkin.” A

Aluetoimittajilla on osin toisistaan poikkeavat tavat kerätä tietoa kunnistaan ja työstää sitä jutuiksi; itsenäisillä ideojilla on toki myös yksilöllisiä rutiineja. Kokonaisuudessaan haastatteluista hahmottuu kuitenkin kuva, jota aloin aineistoa työstäessäni nimittää ’aluetoimittajan juttuprosessiksi’. Kyse on ikään kuin raamista, jonka sisään kaikkien työtavat nähdäkseni solahtavat, mutta jonka puitteissa kukin toimii alueellaan parhaiksi kokemillaan välineillä ja tavoilla. ’Aluetoimittajan juttuprosessi’ tarkoittaa käytännössä sitä, että toimittajat pyörittävät koko ajan suurta määrää tietoa paikallistasolta, mutta vain osa tästä materiaalista päättyy lopulta lehtijutuiksi. Kaikki hankkivat ja saavat tietoa kunnistaan useista eri lähteistä, mutta samaan aikaan he (muutaman mukaan) pyrkivät pysymään perillä myös maakunnassa ja yhteiskunnassa yleisemmin pinnalla olevista asioista. Päätös tehdä juttu alueelta ei läheskään aina nojaa yksittäiseen tiedonjyvään jostain kunnasta, vaan haastateltavien mukaan paljon juttuaiheita syntyy pikemminkin yhdistelemällä ja syventämällä paikallista tietoa: juttujen täytyisi kiinnostaa yleisesti, herättää lukemaan myös muualla (aluekirjoittamisen tavoitteista seuraavissa luvuissa).

”[S]iit tavallaan massasta, mitä koko aikaa tavallaan pyörittää: hankkii tietoo, analysoi. Niin siitä sitten ne jutut nousee kyl aika helposti esille. Ja sit tulee aina [isot, alueelle sattuvat] uutiset.” A

Jonkin verran haastateltavat kertovat toteuttavansa alueensa kautta myös omia yleis-maailmallisia juttuideoitaan. He siis saattavat hakea kunnista kasvot tai muun esimerkin

yleiselle uutisaiheelle. Näillä jutuilla ei välttämättä ole lähtökohtaisesti mitään tekemistä alueen kanssa. Idea on voinut herätä vaikka työpaikan keskustelussa tai arkihavainnosta.

Tiedonlähteitä aluetoimittajilla on seurantakunnissaan moninaisia. Ne vaihtelevat myös yksilöiden välillä, mutta jotkut rutiinit näyttävät toistuvan aluetyössä kautta linjan.

”Se on ihan säännöllistä kuntien nettisivujen, tiedotteiden, esityslistojen, kaikkien tällaisten seuranta, että tavallaan pysytään kärryillä siitä, mitä kunnissa tapahtuu.” A

Kunnallisesta päätöksenteosta ja hallinnosta aluetoimittajat kirjoittavat harkiten ja pääsääntöisesti ”jalostaen” kotimaanjuttuja (ks. luku 6.4). Paitsi julkiselta sektorilta, myös muilta alueen toimijoilta, kuten yritys- ja kulttuurielämästä, tulee tiedotteita ja kutsuja, joista osan haastateltavat valikoivat juttuaiheiksi. Aluetoimittajan työtä kuvaa sinänsä hyvin se, että tiedote alueelta voi koskea niin ministerin vierailua, ympäristö-hanketta, taidenäyttelyä kuin vaikka golf-kilpailua: kirjoittamaan voi päätyä mistä vain.

Muiden medioiden seuraaminen on edelleen olennainen osa aluetoimittajan työtä.

Seurattavat mediat vaihtelevat tietysti alueen mukaan, mutta yksikään haastateltavista ei edelleenkään jätä vähintäänkin selailematta paikallislehtiä. Raportoidessaan tarkasti paikallisista asioista ne ovat maakuntalehden aluetoimittajalle eittämätön apu pysyä perillä kuntien tapahtumista. Muutama haastateltava kertoo lukevansa paikallislehdistä tarkoin myös mielipidekirjoittelua, koska siitä näkee, mitkä asiat alueella puhuttavat.

Muita maakuntalehtiä ja alueellisia päivälehtiä luetaan edelleen tarkkaan toimituksissa kentällä. Niiden seuraaminen korostuu juuri niiden toimittajien työssä, jotka uutisoivat valikoiden hyvin laajalta alueelta, saati muista maakunnista. Seuraamisessa on edelleen hieman kilpailun tuntua, mutta nähdäkseni kyse on jo aineiston perusteella ensisijaisesti oman uutislinjan pitävyydestä: lukemalla muita alueella toimivia lehtiä (myös verkossa) aluetoimittajat varmistavat, että kunnista tulee kerrottua Turun Sanomien näkökulmasta olennaiset asiat (kilpailusta tarkemmin luvussa 7.1). Tämä pätee mielestäni myös Ylen alueellisiin uutisiin, joiden satunnaista tarjontaa omista kunnistaan valtaosa toimittajista seuraa. Valtakunnalliset mediat, kuten Helsingin Sanomat ja Yle, näyttäytyvät aluetoimittajan työssä etupäässä eräänlaisena alueellisen ideoinnin tukena. Niiden kautta pysyy perillä kotimaan yleisestä uutisagendasta, ja joillekin niiden seuraaminen on osa päivittäisiä työruutiineja. Myös erilaiset erikois- kuten talousmediat voivat olla aluetoimittajalla säännöllisessä seurannassa, etenkin elinkeinoelämältään vilkkaalla alueella.

Internetistä on tullut erottamaton osa myös aluetoimittajan tiedonhakua ja juttuaiheiden taustoitusta. He eivät tietysti kulje vastaan yleistä teknistä kehitystä (ks. Nikunen 2011, 71). Koska aluetoimittajien työtavoissa on kuitenkin sanottu säilyneen verrattain paljon piirteitä vanhanajan lehtityöstä (ks. luku 2.3), halusin haastatteluissa erikseen selvittää, onko sosiaalinen media lyönyt läpi aluetyössä. Yleisesti ”somen” eri muodoissaan on kuitenkin uumoiltu ja osin jo huomattukin muuttavan journalistista työtä (emt., 66–78). Kysymys some-käyttäytymisestä toi hyvin selvästi esiin sen, että aluetoimittajat ovat työssään nimenomaan yksilöitä: kukin on löytänyt itselleen sopivimmat tavat toimia alueellaan. Muutama toimittaja sanoo ”menevänsä hautaan” eksymättä ”feisbuukeihin”. Tästä ei kuitenkaan tule vetää sitä johtopäätöstä, että sosiaalinen media osana aluetyötä olisi vain ikäkysymys: kolme nuoremman polven aluetoimittajaa on tietoisesti jättänyt valjastamatta some-minäänsä työkäyttöön. Heille kyse on enemmän työ- ja vapaa-ajan persoonan erillään pitämisestä, mikä nousee kysymykseksi yhteisöpalvelujen kohdalla.

Sosiaalista mediaa voi kuitenkin hyödyntää tiedonhaussa alueelta muillakin tavoin. Yksi haastateltava tuo esiin paikallisten aktiivien kyläportaalit, joista voi löytyä juttuaiheita. Toinen kertoo lukevansa netin yleisiä keskustelupalstoja, joilla puidaan myös seuranta-kuntien asioita; mielipiteenvaihtoa kuntatasolla käydään nykyisin myös verkossa. Hyvin mielenkiintoinen uudentyypinen tiedonlähde aluetoimittajalle ovat mielestäni myös paikallisten kirjoittajien blogit. Kaksi haastateltavaa kertoo lukevansa säännöllisesti kuntien päättäjien tai alueen niin sanottujen ”harmaiden eminenssien” blogikirjoituksia.

”Blogit on tietenkin semmonen, mitkä sit taas liittyy tähän uuteen poliittiseen kulttuuriin. - - [S]ielt pitää tämmöst paikalliskäihinää seurata.” A

Mikroviestipalvelu Twitteriä kukaan ei vielä mainitse uutisvälineenä alueella. Facebook on sen sijaan muuntunut kahdella aluetoimittajalla ihan ehdottomaksi työkaluksi. He kertovat, että yhteisöpalvelu on osoittautunut todella hyväksi välineeksi luoda ja pitää yllä suhteita kuntiin. Heidän ratkaisunsa on siis ollut avata henkilökohtainen profiilinsa työkäyttöön. Sitä myötä heille tulee Facebookissa ihan suoria juttuvinkkejä. Toinen toimittajista sanoo, että ”inboxiin” voivat laittaa viestiä sellaisetkin ihmiset, jotka tuskin soittaisivat. Hän sanoo löytävänsä juttuaiheita myös ”kavereidensa” tilapäivityksistä.

”[T]ää on niinku kauheen yleist nykyään, et sitä myöten, kun mä oon jonkun haastatellut, niin mä pääsen koneel, niin mul on Facebookis kaveripyyntö. Okei – ei mul oo mitään salattavaa.” A

Facebookin toimivuus aluetoimittajan työvälineenä perustuukin nähdäkseni juuri siihen, että sen ytimessä ovat ihmissuhteet. Nimittäin, jos jokin tiedonlähde nousee aineistossa

arvossaan yli muiden, ovat se henkilökontaktit kunnissa. Aluetoimittajat vastaavat tässä kohti osuvasti Juntusen (2011, 34–36) havaintoja jonkin aihealueen erikoistoimittajista yleensä: he kokevat kattavan suhdeverkoston työssään hyvin tärkeäksi monesta syystä.

”Se kontaktiverkosto on avainjuttu. Että kun ei pysty liikkumaan koko alueella, niin sul pitää olla ne tavallaan korvat ja silmät ja sit ne juorukellot, jotka niinku kilkattaa sit täällä päässä.” A

Kontaktien merkitys ja etenkin niiden haaliminen nousee esiin varsinkin alueryhmän ja yleensäkin kuntiaan lyhemmän aikaa seuranneiden toimittajien puheessa. Heille yhteyshenkilöt – tai niiden vähyys – on akuutimpi teema kuin haastateltaville, jotka ovat olleet alueellaan jopa vuosikymmeniä tai ovat pysyvästi ”lehden edustajina” paikan päällä. Alueryhmäläiset puhuvat verkoston tietoisesta kartuttamisesta sekä siitä, miten he pyrkivät tekemään itseään tutuksi kunnissa. Tämä selittää osin myös intoa lähteä juttumatkoille: keikoilla tulee myös ei-aiottuja kohtaamisia ja keskustelujakin.

Syitä haluan kartuttaa henkilösuhteita on helppo ymmärtää. Kuten yksi alueryhmäläinen asian ilmaisee, kun toimittajalla on verkosto kunnossa, hän alkaa saada tiedotteita, ja kun kasvot ovat käyneet tutuiksi, ihmiset myös soittavat ja laittavat suoraan viestejä. Toinen alueryhmäläinen arvelee, että hänen jutuistaan yli puolet saa nyt alkunsa ”ulko-puolelta” tulleista vinkeistä. Tähän lukeutuvat niin erinäiset työnsä puolesta tiedottavat tahot, kuten virkamiehet, kuin myös yksityishenkilöt. Hän tiivistää toivotun tilanteen:

”Ihmiset lähettää tiedotteita ja vinkkejä, että täällä tapahtuisi nyt tällaista.” AR

Valmiit suhteet ovat avuksi myös silloin, kun aluetoimittaja alkaa itse selvittää jotain aiheita. Työtä helpottaa, kun tietää, kenelle alueella voi soittaa tai kuka ainakin osaa ohjata eteenpäin. Epämuodolliset keskustelut ovat toki tärkeitä myös taustatiedon takia.

Ihmiskontakteilla on siis edelleen suuri merkitys aluetyössä. Tämä käy hyvin ilmi myös yhden pitkän linjan aluetoimittajan kommentista, kun hän vertaa itseään miltei puolta nuorempaan kolleegaan. Hän toteaa, että tämä kyllä käyttää enemmän nettiä, mutta...

”...kumpikin kailottaa puhelimessa ja suhaa keikoilla. Et must tuntuu, et ne perustyötavat – se tämä: kohtaamme ihmisen – , ni ei se oo muuttunut mihinkään.” A

Pyrkimys lähelle ihmisiä ja kontaktien tärkeys työssä tuo tietysti esiin myös perinteisiä journalistisia haasteita. Kuinka varmistua siitä, että tieto on oikeaa, tai päästä ainakin selville siitä, kuka sen esittää? Myös läheisyyteen liittyy pulmia. Useampi aluetoimittaja puhuu vaikutusyrityksistä ja lähdekritiikin tärkeydestä. Palaan näihin teemoihin, kun kyse lopulta on suoran kontaktin, läsnäolon ja seuranta-ajan merkityksestä (luku 7.4).

6.4 Paikallisen kynnyksellä kaikilla hakusessa

Aluetoimittajan työnkuvaan liittyen otan vielä esiin teeman, jonka en ennalta nähnyt nousevan ollenkaan ratkaisevaan rooliin haastatteluissa: maakuntalehden alueellinen uutiskynnyks. Aihe tuli puheeksi oikeastaan joka haastattelussa, vaikkeen siitä suoraan kysynyt, ja sitä pohdittiin useista näkökulmista ja eri teema-alueisiin liittyen. Lopulta ymmärsin, että kyseessä on itse asiassa kysymys aivan tutkimuksen ytimestä, kun pyrkimyksenä on selvittää aluetoimittajan päivittäistä työtä ja aluetoiminnan merkitystä nykypäivän maakuntalehdessä. Mitä levikkialueen paikallisista asioista tulee kertoa alueen valtalehdessä ja ketä palvelen juttuja tehdään? Palaan näihin kysymyksiin yleisemmällä tasolla tulevaisuudessa, mutta tässä avaan sitä, miten paikallisen uutiskynnyksen määrittäminen näkyy aluetoimittajan arjen työssä. Aineistosta käy ilmi, että tämä rajanveto ei itse asiassa tunnu olevan lehdessä oikein kenellekään selvä.

”[Y]ks asia, mikä on hirveän tärkeä asia mun mielestäni, ja se on ollut mulle kaikkein vaikeinta tässä työssä: tehdä se päätös, että tästä ei tehdä. Se on journalistinen teko[.]” A

Haastatteluista käy ilmi, että kysymys paikallisesta uutiskynnyksestä on aluetoimittajan työssä hyvin tiiviisti läsnä. Kyse on ihan konkreettisesta, toistuvasta harkinnasta siinä, mitä asioita omista seuratakunnista voi ja tulee kertoa maakuntalehdessä ja kuinka laajasti aiheita kuuluu käsitellä. Kynnyksen korkeutta pohtivat niin uransa alku- kuin loppuvaiheilla olevat aluetoimittajat, ja haastateltavat kertovat myös puhuvansa paljon keskenään siitä, millaisia juttuja levikkikunnista tulee lehteen tehdä. Eräs toimittaja tiivistää hyvin monen paikallisen juttuaiheen kohdalla läpikäytävän pohdinnan:

”[M]ihin asti tietty juttu kestää ja kuin isosti sen voi tehdä ja miten sen vois tehdä sillein, et se kiinnostais muitakin.” A

Toistuvan rajanvedon taustalla on tietysti se, että toimittajilla on seurattavanaan laaja alue. He linjaavat lähtökohtaisesti koko ajan itse sitä, mitä kunnista kerrotaan ja mitä ei. Mahdollisia aiheita eri osastoille toteutettavaksi löytyisi alueelta varmasti enemmän, kuin yhdellä toimittajalla on aikaa – ja mitä maakuntalehteen toisaalta on järkeväkään (ks. myöh.) – toteuttaa. Yksi aluetoimittaja sanoo, että tiettyä rajankäyntiä liittyy myös siihen, että kunnat tulisivat ”kohdeltua” lehdessä jossain määrin tasapuolisesti.

”Tavallaan se tietynlainen riittämättömyyden tunne on koko ajan seuralainen, koska tapahtuu paljon asioita ja semmoisia, mitkä saattaisi itseä henkilökohtaisesti kiinnostaa[.]” A

Yhtenäisen ja valintoja selkeyttävän linjan löytäminen levikkialueen uutisointiin on aineiston perusteella hankalaa monestakin syystä. Täysin vedenpitävää linjaa ei tietysti liene mahdollista eikä uutisoinnin elävyyden kannalta nähdäkseni tarpeenkaan löytää. Aluetoimittajat ovat yksilöitä, kuten edellä on käynyt ilmi, joten *uutiskerronnan* tyyli voi tästä syystä vaihdella alueittain. Yksi toimittaja toteaa, että heissä on vähän kahta koulukuntaa: toisten tapa kirjoittaa alueelta liukuu asteen lähemmäs kuntia seurailevaa paikallislehteä, toiset irrottavat reippaammin yksittäisiä laajoja kokonaisuuksia yleistasolle. Myös toimittajan omat kiinnostuksen kohteet saattavat muokata painotuksia alueella. Paljon enemmän uutiskynnyksen korkeuteen yhdellä kunta-alueella vaikuttaa nähdäkseni kuitenkin alue itse: jos kuntarykelmässä on elävä kaupunkikeskus, menee aluetoimittajan työaika itsestään selvästi enemmän kotimaan ja talouden uutisjuttuja tehden kuin Sunnuntai- ja kulttuuriaiheita kehitellen. Kaksi haastateltavaa toteaa, että ”stabiileissa” asuin- ja maaseutukunnissa työ on enemmän oman ideoinnin varassa.

Paikallisen uutiskynnyksen toistuvaa haarukointia selittänee osaltaan sekin, ettei ulomman levikkialueen ”sopivasta” uutisoinnista tunnu olevan selvää linjaa myöskään toimituksen päättävällä taholla. Muutama aluetoimittaja kertoo tilanteesta, jossa hän on kysynyt keskuspöydästä ohjeistusta, kannattaako jostain paikallisesta asiasta tehdä juttu ja jos, niin kuinka laajasti, ja vastauksena on ollut epäröivä ”no, jos nyt jotain vähän”. Yksi toimittaja toteaa, että uutiskynnys alueelta voi vaihdella ihan uutispäällikönkin mukaan. Hänen näkemyksensä on, että talossa tehdään välillä useaa erilaista lehteä:

”Pahimmillaan, kun yks tilaa jutun, niin toinen illal tulee sitten, muuttaakin sen, ettei se näin voi olla.” A
 Toinen toimittaja toteaa alueyksikön seurannassa olevien kuntien uutiskynnyksestä, että kenelläkään ei tunnu olevan tällä hetkellä oikein kirkkaana se kuva, mitä pitäisi tehdä.

”[K]un lehteä seuraa, niin sen näkee, että se kynnyksen korkeus, vaihtelee aika paljon. Alueittain ja päivittäin ja tekijästä riippuen.” A

Vaihtelevia käsityksiä alueellisesta uutisoinnista saattavatkin selittää, paitsi nykyhetken, myös menneen ajan tekijät. Yksi aluetoimittaja tuo esiin, että kyseessä on itse asiassa ikuisuuskyseminen: aluetoiminnassa maakuntalehteen sopivasta paikallisuutisten linjasta on väännetty kättä jo 1980-luvulta. Aineistoa teoreettista viitekehystä vasten lukiessa mieleeni nousikin kysymys, eivätkö juuri maakuntalehdistössä viime vuosikymmeninä tapahtuneet muutokset (ks. luvut 3 ja 4) voisi selittää ainakin osaltaan uutiskynnyksen nykyistä epäselvyyttä. Avaan aluetoiminnan muuttunutta merkitystä tarkemmin luvussa 7.1, mutta jo toimittajien päivittäisten juttuvalintojen kohdalla on hyvä huomata, miten

lehtien kilpailuasetelmien muutos ja siihen liittynyt ”sisäänpäin kääntyminen” ovat olennaisesti muuttaneet uutisoinnin tapoja ja tavoitteita ulommalta levikkialueelta.

Haastateltavat kertovat, että uutiskynnys seuratakunnissa on noussut huomattavasti nykyhetkeä kohti tultaessa – myös vielä 2000-luvulla. Selitys on ainakin osin ilmeinen, ja tulee esiin monessa vastauksessa: kun maakuntalehdet eivät enää painotetusti yritä houkutella lukijoita reuna-alueilta, ja valtaosa lukijoista on jo joka tapauksessa muualla kuin aluetoimittajien kunnissa, keskittyy tarkin paikallisuutisointi lehdissä ydinalueille (ks. tarkemmin luvuissa 3.3.1 ja 7.1, ja esim. Nikunen 2011, 44–45; Pietilä 2007, 220).

”Ei mun mielest sitä voi niinku kiistää, - - että meidän lukijoista kuitenkin puolet on turkulaisia ja 80 prosentti on niinku 30 kilometrin päässä kaupparista edelleen. Et kyl siihen - - pitää niinku aatella, et ei voi laiminlyödä sitä palveluu sitten.” P

Huomion ja teknisen kehityksen myötävirrassa (ks. luku 7.1) ydinalueille ovat palailleet myös toimittajat. Tämä selittää nähdäkseni osaltaan uutiskynnyksen nousua: kun väkeä kentällä on vähennetty ja toimittajien vastuualueet ovat kasvaneet, ei uutisointi ulompaa alueelta voisikaan olla yhtä tarkkaa kuin aiemmin. Turun Sanomissa viimeisin muutos aluekenttään tuli noin kolme kuukautta ennen haastatteluja, jolloin ”varsinaisia” aluetoimittajia vähennettiin kahdella (ks. luku 4.2). Viiden kentälle jääneen aluetoimittajan taakkaa kevennettiin hieman, kun muutamia reunakuntia rajattiin taas pois varsinaisesta seuranta-alueesta. Tosin, ei niitäkään kaikkia täysin unohdettu, kuten yksi haastateltava alla toteaa, joten käytännössä kynnyksen kirjoittaa näiltä alueilta on taas astetta korkeampi.

”Niit ei tämmöttiin ydinalueeseen enää lueta. Niistäkin satunnaisesti toki tehdään edelleen jotakin.”

”Et jos jotakin tapahtuu, mikä niinku yleisesti kiinnostaa, niin sehän se aika tärkeä pointti on.” A

Käytännössä aluetoimittajat – etenkin uloimpana levikkialueella – tekevät koko ajan valintoja siinä, missä menevät maakuntalehden alueellisen uutisoinnin rajat: mitkä asiat ja kuinka etäällä Turusta kiinnostaisivat vielä useimpia lukijoita? Vallitseva näkemys tuntuu olevan, että kampa harvenee kyllä koko ajan ytimeistä pois päin mentäessä, mutta kuinka harvaksi piikit missäkin kohti käyvät, on jokaisen miltei itse ratkaistava. Yksi aluetoimittaja toteaa, että vaikka uutiskynnys levikkikunnista on selvästi noussut viime vuosikymmenten aikana, ei siitä missään vaiheessa ole tullut selvää ”työnjohdollista ohjeistusta”. Hän sanoo siis vähentäneensä selvästi paikallisia aiheita oman harkintansa mukaan. Mielessä on yhtäältä ollut, että paikalliset mielellään lukisivat lehdestä lähi-alueen asioita, kuten lukijatutkimuksetkin osoittavat, mutta toisaalta hänen on täytynyt huomioida omien resurssiensa rajallisuus ja etenkin maakuntalehden näkökulma.

Yksi päällikkö ottikin esiin haastattelussa, että jokaisen maakuntalehden toimituksessa olisi nyt hyvä käydä keskustelu siitä, mikä on lehden *paikallinen*. Hän on huomannut, että Turun Sanomienkin tekijöillä on hyvin erilaisia käsityksiä siitä, mikä on se alue, jolla lehti yhä pyrkii olemaan paikallinen, eli kertomaan myös kyseisen alueen asioista. Päällikkö sanoo kuulleensa, että vastaavanlaisiin käsityseroihin on törmätty muissakin lehdissä. Hänen näkemyksensä on, että maakuntalehti voi määritellä paikallisuutensa joko lavasti, jolloin se uutisoi alueen asioista myös etäämpää maakunnasta, tai se voi keskittää seurantansa ydinalueelle, jolloin se tässä tapauksessa olisi vielä osuvammin *Turun Sanomat*. Eriävät käsitykset lehden paikallisesta eivät mielestäni sinänsä yllätä, kun huomioi, miten paljon turkulaislehdenkin toimituksellinen alue on muuttunut sitten 1990-luvun alun ja miten erilaiselta se näyttää keskus- ja aluetoimituksista katsottuna.

Olellaisen huomion maakuntalehden paikallisuudesta esittää myös toinen päällikkö – tosin ei alueen laajuuden vaan ennemmin aiheiden ja ”kerrontaotteen” näkökulmasta. Päällikkö huomauttaa, että lehdessä on vuosi vuodelta vähemmän sellaisia juttuja, jotka kiinnostaisivat vain yhden paikkakunnan asukkaita. Päinvastoin, suurin osa jutuista on hänen mielestään jo sellaisia, että ne voivat puhutella periaatteessa ketä tahansa, asuinpaikasta riippumatta. Myös tämä liittyy uutiskynnyksen nousuun levikkikunnista.

”Jos nyt miettii, että mikä nyt oikeasti on maantieteellisesti paikallista, niin kolarit, muut onnettomuudet, rikokset, oikeusistuimien päätökset – siinäkin itse asiassa on yksiköt suurentunut, niin ne on sitten laajempia alueita – ja sitten tietysti kunnallinen hallinto ja kunnallispolitiikka. Mut jos nää luetaan pois, niin useimmat kai on enemmän tai vähemmän kaikille suomalaisille ristiin rastiin.” P

Sitaatti kiteyttääkin hyvin ne raamit, joiden sisällä aluetoimittajat tänään luovivat juttuja valitessaan. ”Maantieteellisesti paikallisista” aiheista voi vielä karsia onnettomuudet ja pienet rikosjutut, sillä Turun Sanomissa hälytysten ja poliisitiedotteiden seuraaminen ei ole enää alueyksikön vastuulla (syistä luvussa 7.1). Käytännössä toimittajat hakevatkin kunnistaan aiheita, jotka kiinnostaisivat myös muualla. Kun tiedustelin haastateltavilta, kenelle maakuntalehden aluetoimittaja sitten kirjoittaa juttuja, mainittiin kohdelukijaksi esimerkiksi lounaissuomalainen, suomalainen, mediaani-ihminen ja ”kaikki”. Jokunen vastaaja tosin kritisoi kohderyhmäajattelua, mutta pääsääntönä kaikilla on, että alueelta ei kirjoiteta *vain* alueelle. Yksi toimittaja toteaa, että tähän on pitänyt ihan oppiakin. Toinen huomauttaa, että oman välineen sisäistäminen on tärkeää nimenomaan alueella.

”[P]aikallislehti saa tehdä sen tarkimman työn. Ja sitten sanomalehti poimii ne, mitkä kiinnostaa kuntarajojen ulkopuolellakin, mitkä on taas jonkinlaisii esimerkkejä tai ennakkotapauksia[.]” A

”[J]oku Pöytäperän yksityistien korjaussuunnitelma – ei todellakaan. Nosta aina vähän sitä rimaa.” A

Kaksi toimittajaa tosin myöntää, että he saattavat yhä joskus hieman poiketa päälinjasta, jos tiedossa on selvä uutisvoitto alueellisesta lehdestä tai kunnissa on vielä niin paljon tilaajia, että heidän vuokseen lehden linja voikin yhä vähän joustaa (ks. luvut 7.1 ja 7.2).

Lähtökohtana rima on kuitenkin hilattu levikkikunnissa jo korkealle, ja konkreettisesti tämä näkyy juuri kunta-asioiden uutisoinnissa. Aluetoimittajille paikallisen päätöksenteon seuraaminen on edelleen merkittävä osa työtä, mutta kerronnan tavat ja tavoitteet siitä ovat haastateltavien mukaan muuttuneet vielä 2000-luvullakin. Toimittajat sanovat, että alueelta on pyritty pääsemään eroon pienistä päätös- ja kaavoituspätkistä, ja nyt lähtökohtana on pikemmin, että kunnan asiasta tehdään juttu vain, jos sillä katsotaan olevan myös muualla kiinnostusarvoa. Tällöin paikallinen asia voidaan käsitellä kerralla laajemmin ja yrittää sitoa se osaksi isompaa kuvaa (ks. luku 7.3). Ulkoaluetta ei siis enää sananmukaisesti seurata lehdessä, jotta sen asukkaat tulisivat informoiduiksi, vaan pyrkimyksenä on, että kuntien paikalliset asiat tarjoaisivat jotain myös muille lukijoille.

Tässä suhteessa Turun Sanomien aluetoimittajiin päteekin tänään sama havainto, jonka Temmes (2004) teki vuosikymmen sitten Helsingin Sanomien alueväestä: isolta alueelta uutisoidessaan he paljolti ”poimivat rusinoita pullasta”. Paikallisessa aiheessa pitää olla jotain, mikä nostaa sen paikkaa ”ylemmäs”, jotta se kannattaa kertoa maakuntalehdessä. Isot uutiset välitetään alueelta perinteisten uutiskriteerien mukaan, mutta ”pienikin” asia saatetaan nostaa esiin, jos sen katsotaan olevan poikkeava tai erikoinen – tai ilmentävän yleistä. Alueelta kirjoitetaan aina myös lukijalle aivan toisaalla. (emt., 70–72; 80–81.)

Mutta mikä kiinnostaa muualla? Missä menee yleisesti kiinnostavan raja? Mitä alueelta voi jättää kertomatta? Kynnyskysymykset eivät liene ainakaan vähenemässä aluetyössä. Temmes (2004, 71) toteaa, että toimittajien väheneminen ja reportaasimaisen uutistyön yleistymisen ovat lisänneet aihevalintoja alueella. Tähän yhtyy myös yksi TS-päällikkö, joka toteaa, että resurssien laskiessa ei voida enää tehdä määrällisesti yhtä paljon, mutta ”puolivillaisesti” hän ei tekisi mitään, jottei ”hommasta putoa pohja”. Valintoja on siis tehtävä enemmän, missä päällikkö korostaa toimitusten yhteydenpidon tärkeyttä (ks. luku 7.4). Isoilla alueilla toimittajia haastaa se, ettei aiheita voi valita vain perinteisten uutiskriteerien mukaan; vain paikallinen näkökulma ei riitä (myös Temmes 2004, 104).

”[K]un kaikist rasahduksist ei voi kirjoittaa, niin pitää - - niinku aistia jollain tavalla se, että mikä tääl nyt on niinku oikeesti olennaista.” A

”Tee nyt vaikka vasemmalla kädellä vähäsen.” - [S]e ei oo hyvä tapa. Koska kaikki se, mikä tehdään, se ansaitsee, et se on mietitty, et miks mä teen tästä, ja et se sit tehdään kunnolla.” A

7 NORSUNLUUTORNIN TUNTOSARVET ALUEELLA

Edellä on käynyt ilmi, että maakuntalehden aluetoimittajat ovat yhä varsin ”perinteisiä” journalisteja. Aineiston perusteella heidän työtavoissaan eivät ilmene ainakaan kovin vahvasti monet toimitustyössä viime aikoina havaitut muutokset. Mutta mikä tällaisten toimittajien merkitys sitten on 2010-luvun alun maakuntalehdessä – tai laajemmin koko journalistisessa tiedonvälityksessä? Lehtitalot, suomalainen mediakenttä ja ihmisten tavat hankkia ja saada tietoa hakevat tällä hetkellä muotoaan, ja haastattelut antavatkin lopulta aiheen tarkastella aluetoiminnan merkitystä nimenomaan tässä isossa kuvassa.

Mielestäni aluetoimittajien – tai heidän kaltaistensa: kentällä yhä liikkuvien, juttuaiheita itse ideoivien ja yhteen asia- tai maantieteelliseen alueeseen keskittyvien – toimittajien merkitys on tiivistettävissä haastattelujen pohjalta kolmen teemakysymyksen ympärille:

- 1) Kuinka maakuntalehti näyttäytyy lukijoille, eli miten aluetoimittajat vaikuttavat siihen kuvaan, joka lehdestä syntyy ulospäin, ja millainen suhde siihen voi muodostua?
- 2) Millaisen kuvan todellisuudesta lehti antaa lukijoilleen, eli mikä merkitys aluetoimittajien jutuilla on siinä kokonaisuudessa, joka maakuntalehden sivuilta välittyy ympäristöstä ja sen erilaisista elämäntavoista; keiden asiat nousevat esiin mediassa?
- 3) Mikä merkitys aluetoimittajille ominaisilla työtavoilla (ihmisten kohtaamisella, asioiden omin silmin näkemisellä ja alueen pitkäaikaisella seuraamisella) on alueellisen journalismin laadulle? Menetetäänkö uutisoinnista jotain, jos toimittaja ei ole alueella läsnä, vai voisiko pysyvän aluetoiminnan (etenkin aluepisteet) jo korvata jollain tavalla?

Tarkastelen aluetoimittajien merkitystä tänään luvuissa 7.2, 7.3 ja 7.4 näiden teema-alueiden puitteissa. Aivan ensiksi avaan kuitenkin sitä, missä haastattelujen perusteella *ei* enää ole aluetoiminnan ensisijainen arvo maakuntalehdessä. Viestintätekniikan ja mediakentän muutokset ovat olennaisesti muuttaneet toimitusverkoston merkitystä.

7.1 Merkki menneestä muuttuvalla kentällä

Aluetoimitukset ja -toimittajat ovat historiallinen heijaste siitä, kuinka suomalaislehdet aina ovat kurkottaneet ilmestymispaikkansa ulkopuolelle. Ensin poliittiset sanansaattajat halusivat aatteelleen jalansijaa kaupungin ulkopuolella, myöhemmin alueellisiksi valtamedioiksi nousseet maakuntalehdet houkuttelivat lisää lukijoita levikkialueen reunoilta. (ks. luku 2). Levikkikunnista kertovat uutiset ovat olleet lehdille kilpailuvaltti (ks. esim. Hujanen, J. 2000, 78–80; Salovaara-Moring 2002, 117), ja nähdäkseni aluetoiminnan merkitys linkittyykin haastattelujen ja teoreettisen viitekehyksen valossa pitkälti siihen, miten uutisoinnin syyt, mahdollisuudet ja muoto ovat ajan mittaan muuttuneet ulompaa maakunnasta. Kuten luvussa 6.4 kävi ilmi, uutisoinnin tapa on useista syistä muuttunut levikkialueelta, ja näin aluetoiminta on ikään kuin saanut uudenlaista ”roolia” lehdessä.

Onko aluetoimittajia sitten maakuntalehdessä vielä siitä syystä, että he pitäisivät lehden puolia medioiden välisessä kilpailussa? Koetin selvittää tätä haastatteluissa. Kysymys on tietysti monitahoinen, sillä kilpailua medioiden välillä voi tarkastella monella tasolla. Kuten yksi päällikkö huomauttaa, maakuntalehdet eivät enää toimi vain alueellaan, vaan verkossa ne voivat kilpailla periaatteessa kenen tahansa kanssa – myös sähköisen ja valtakunnallisen median. Yksittäisen aluetoimituksen näkökulmasta ja aluetoiminnan historiallista taustaa vasten kysymys kilpailusta asettuu kuitenkin toisin: pyrkiikö aluetoimittaja yhä uutisoimaan kunnistaan mahdollisimman hyvin, jotta paikallinen asukas valitsisi ennemmin hänen edustamansa kuin jonkin toisen, alueesta kertovan median? Tämähän on ollut merkittävä syy panostaa aluetoimintaan (ks. luku 2). Nähdäkseni syyt pitää toimittajia seuraamassa ulompaa levikkialuetta ovat tänään ensisijaisesti toiset.

Kuten luvussa 6.4 ilmeni, aluetoimittajat eivät tänään suinkaan kirjoita kunnistaan vain siellä asuville. Nyt paikallisaiheista kirjoitetaan lähtökohtaisesti silloin ja niin, että ne kiinnostaisivat myös muualla. Tämä poikkeaa ajoista, jolloin lehdet kilpailivat lukijoista levikkialueen reunoilla ja myös aiemmin sen sisällä: kun ne paikalliset uutiset kattavasti tarjoamalla yrittivät haalia *lisää* lukijoita ja näin myös pitää heistä kiinni. Tämä käy hyvin ilmi Turun Sanomissa jo ”maanisen levikinkasvatuksen aikaan” työskennelleiden haastatteluista (ilmaisu päälliköltä). Aluetoimittajat ovat tehneet lehteen vaihtosivuja, jotka jaettiin vain tietyllä kolkalla levikkialuetta, ja myös alueellisia erikoissivuja. Työ on ollut paljon ”paikallislehtimäisempää” myös etäällä Turusta, mikä yhden toimittajan

mukaan johtui ihan kilpailutilanteesta. Samaan aikaan aluetoimituksia myös ehkä perustettiin ennemmin muut lehdet kuin oman ”luontaisen” alueen lukijat mielessä:

”[M]eil oli kahta aluetoimittajaa siel, aluetoimittajapiste kartalla siel äärialueilla, ja jotenkin niinku torjumassa Hesaria tai Aamulehtee tai Länsi-Suomee tai Satakunnan Kansaa[.]” P

Aluetoiminnan merkitys oli tuolloin nähdäkseen nykyistä enemmän ulomman alueen lukijoiden kuin *kaikkien* tilaajien palvelemisessa. Tämä johtui pitkälti kasvuhaluisten synnyttämästä kilpailutilanteesta; juttuja ulkoalueelta tehtiin eri pyrkimyksin kuin nyt.

”Siihen aikaan ajateltiin niin toisella tavalla. Kyl se nyt tuntuis hölmöltä.” A

Sittemmin huomio maakuntalehdissä onkin kohdistunut reunoilta ja toisistaan takaisin-päin, kun lehdet 1990-luvun alussa havahtuivat ”tervehdyttämään” levikkistrategiaansa. Paikallisseuranta on tullut askel askeleelta lähemmäs ydinalueen lukijoita, kun vuosien saatossa ovat vähentyneet niin levikkikuntien uutiset kuin aluetoimitukset. Huomion kohdentamista maakuntakeskuksiin lienee osaltaan nopeuttanut myös muuttoliike, joka on lisännyt mahdollisten tilaajien määrää kaupungissa ja sen liepeillä ja karsinut heitä ulompana alueella. Näin maakuntalehtien tontit ovat pitkälti vakiintuneet, ja mikä aluetoiminnan merkityksen kannalta on olennaista, ulommalta levikkialueelta uutisoinnin kannattavuus on asetettu kyseenalaiseksi. (Hujanen, E. 2007, 35–36; Nikunen 2011, 44–45, 83; Pietilä 2007, 220.) Turussa ”ajatusmuutos” havainnollistui vuonna 1994, jolloin yksi päällikkö kertoo alueryhmää kasvatetun muutamasta 7-henkiseksi. Aluetta noin 30 kilometrin säteellä alettiin seurata tarkemmin ja äärialueiden pisteitä karsia. Näin alueyksikössä onkin hiljalleen alettu hakea yleisesti kiinnostavan kynnystä (ks. luku 6.4).

Aluetoiminnan merkitys ei ole entiseen tapaan *alueellisessa* uutiskilpailussa. Kuten yksi päällikkö toteaa, mediakentälle on syntynyt eräänlainen ”työnjako”. Kaksi toimittajaa puhuu siitä, miten maakuntalehden tapa uutisoida levikkikunnista on nyt erilainen kuin millään muulla medialla. Aluetoimittajat kirjoittavat yleensä aiheista, jotka voivat olla maakunnassa merkittäviä, mutta eivät useinkaan ylitä valtakunnan uutiskynnystä (tästä on toki poikkeuksia, mistä myöhemmin lisää). Aineistossa tuleekin esiin, että ainakaan Turun Sanomissa aluetoimittajat eivät juuri kohtaa kilpailijoita kunnista uutisoidessaan – etenkin vertaisiaan. Paikallislehdet palvelevat lukijaa tarkkuudella, johon maakuntalehden resurssit eivät riitä, eikä haastateltavien mielestä ole enää mielekästäkään pyrkiä.

”Ne on *niin* sen oman paikkakunnan asiassa kiinni.” A

Uutisoinnin tavoissa lähimmäs maakuntalehteä voisi nähdä tulevan Ylen maakunta-toimitusten, mutta useimmat Turun Sanomien päälliköt ja toimittajat sanovat, ettei Yle tunnu kilpailijalta *alueellisessa* uutisoinnissa. Toimittajat kyllä seuraavat Yleä omien kuntiensä osalta, mutta aineistosta käy ilmi, että ainakaan tällä toiminta-alueella Ylen verkosto ja seuranta eivät yllä maakuntalehden tasolle. Samaa haastateltavat sanovat myös Helsingin Sanomista, mikä ei sinänsä yllätä, koska lehdellä on vain yksi toimittaja lounaisessa Suomessa. MTV3 taas ei periaatteessakaan näyttäydy alueella kilpailijana, koska se ja Turun Sanomat tekevät uutisissa yhteistyötä. Käytännössä aluetoimittajat kohtaavatkin työssään hyvin harvoin valtakunnan median edustajia, mikä on herättänyt ihmetystä aluetoimittajassa, jonka alueella on myös valtakunnallista uutisarvoa:

”[K]un on havainnut sen, et tavallaan sen, mitä itse täältä nostaa, niin sen sitten Hesari, Kauppalehti, muut lainaa.”

”[M]ulla ei ole niinku semmost merkittävää, varteenotettavaa kilpailijaa. Hyvässä ja pahassa.” A Tästä ei kuitenkaan tule vetää sitä johtopäätöstä, että aluetoimittajissa ei enää pihisisi kilpailuhenkeä. Jos seuranta-alueelle sattuu kova uutinen, se halutaan kertoa mediassa ensimmäisenä. Kirittävän vaikutuksen aistii etenkin toimituksissa kentällä, missä aluetoimittajaa vastassa on häntä itseään isompia toimijoita. Uutisvoitto alueellisesta lehdestä saa aluetoimittajan ”hykertelemään”, ja yksi heistä sanoo, että saattaa joskus vähän laskea uutiskynnystäkin, jos tiedossa on selvä uutinen ohi vahvan aluelehden. Myös saman konsernin lehdet ja muut maakuntalehdet saattavat kirittää kentällä, sillä yhteistyöstä huolimatta niihinkin on säilytetty ”kilpailusuhde”: skuppeja ei jaeta.

Kaikkiaan tulkitsen haastatteluja kuitenkin niin, että uutisvoitoissa ja tietyssä kilpailuhenkisyydessä on tänään enemmän kyse aluetoimittajien ammattitilpeydestä ja kenties oman lehden maineesta uutismedianakin kuin uskosta siihen, että uutisvoitoilla voitaisiin voittaa *uusia tilaajia*. Muutama vastaaja tämän suoraan sanookin, ja havainnollisesti ajattelutavan muutos näkyy juuri ”ulkokehällä” eli myös muiden isojen lehtien alueella:

”Tottakai, [-] joka päivähän täällä ollaan sitä varten, et kilpaillaan ja yritetään uutisvoittoja saada, mut en mä nää, et... Ei täällä sil taval mitään semmoista [-] veristä kilpailua käydä.” AT

”Useimmis asioissa tehdään jopa yhteistyötäkin sitten tiukan paikan tullen, et autetaan toista.” AT

”Mä olen Turun Sanomien [x-alueen] aluetoimittaja, ja mä hoidan tämän homman niin hyvin, kui se on yhden ihmisen mahdollista hoitaa.” AT

Tänään aluetoimittajan mielessä onkin ensisijaisesti hänen edustamansa media. Vaikka toimittajat yhä seuraavat tiiviisti muita tiedotusvälineitä, kuten luvussa 6.3 kävi ilmi, on

tähän nähdäkseni nyt päällimmäisenä syynä se, että kasvaneilta seuranta-alueilta tulisi kerrottua asiat, jotka voivat olla kiinnostavia Turun Sanomien nykylukijoiden kannalta.

”Nyt tää liittyy enempi ihan olemassa olevien tilaajien palvelemiseen.” P

Olenneisemmiksi kysymyksiksi aluetoiminnan tarpeellisuuden kannalta nousevatkin haastattelujen perusteella, *miten ja millaista* (ks. myös luku 8) maakuntalehteä halutaan tehdä. Nimittäin, jos jokin asia on juuri nykytilanteesta katsottuna muuttanut pysyvän aluetoiminnan merkitystä, niin muuttuneet tekemisen tavat. Toimitustekniikka ja sitä myötä uutistyö lehdissä ovat kehittyneet harppauksin vielä viime vuosikymmeninäkin.

”Nyt päästään niinku tavallaan siihen peruskysymykseen[!]” P

Alkujaan aluetoiminnan merkitys kiteytyi tietysti siihen, että sanomalehtiin yleensäkin saatiin juttuja etäältä ilmestymispaikan ulkopuolelta. Haastatteluissa tulee valaisevasti esiin, kuinka aluetyö vielä pitkään vaati sitä, että toimittaja oli fyysisesti paikan päällä: moni juttu paikallistasolta *ei syntynyt* ilman ihmistä läsnä, ainakaan nopeasti. Pitkään lehtityössä mukana olleet haastateltavat luettelevat muutoksia: Ennen tietojen saaminen paikallishallinnosta saattoi edellyttää asioimista virastossa, tuomioita käräjiltä odoteltiin oikeustalolla, ja myös kunnallisen päätöksenteon seuraaminen oli aivan erilaista etäältä: mitään listoja, asiakirjoja tai tiedotteita ei ollut valmiina verkossa, saati lähetetty sähköpostilla. Sähköinen yhteydenpito haastateltaviinkaan ei ollut itsestäänselvyys kuten nyt. Ääriesimerkistä käy toimittaja, joka kertoo aikoinaan vuorotelleensa puhelinta kiireisen konttoristin kanssa. Jutut Turkuun hän joko saneli tai laittoi filmien kanssa linja-autoon.

”[A]luetoimituksethan on tullut tavallaan ihan erilaisen teknologian aikana[.]” P

Digitaalinen mobiiliteknologia on tuonut tietoa ja ihmisiä hyvin kaukaakin toimittajan ulottuville. Yksi päällikkö toteaaakin, että internet on vähentänyt aluetoimittajien määrää siinä missä ulkomaankirjeenvaihtajia. Jos kirjeenvaihtajan työ vielä 1980-luvulla oli sitä, että hän istui Berliinissä tai Lontoossa lukemassa paikallisia lehtiä ja kirjoittamassa niiden pohjalta juttuja, ei ketään enää kannata päälliköstä pitää asemapaikassa tästä syystä, koska samoja medioita voidaan seurata verkossa ja tehdä jutut kotitoimituksessa.

Nykyisen ubiikin teknologian ja median aikana (Jyrkiäinen 2008, 91) ei lienekään ylitulkintaa sanoa, että pysyvien aluetoimitusten verkostoa ei lähdetäisi rakentamaan tänä päivänä. Ne näyttävät eittämättä jäänteeltä menneestä, mikä on totta Turun Sanomien kohdalla. Yksikään haastateltava ei muista, että hänen aikanaan olisi puhuttu uuden toimituksen perustamisesta. Toimittajien tuplaamista harkittiin erään päällikön mukaan

yhdessä aluepisteessä vielä 2000-luvun alkuvuosina. Nykyiset toimitukset ovat jääneet paikalleen, kun lehti on harventanut alueverkostoaan. Ne ovat joko taloudellisten seutukuntien keskuksissa tai muuten kunnissa, jotka on katsottu tärkeiksi uutisarvonsa takia.

Internetin vakiintuminen osaksi maakuntalehden toimitusta ja alueverkon harveneminen samanaikaisesti on muuttanut aluetoimittajien roolia levikkikunnista uutisoitaessa myös toisella tapaa. Kun lehdissä online-version myötä on siirrytty jatkuvaan julkaisurytmiin, ja uutiset pitäisi saada verkkoon mahdollisimman nopeasti (ks. Nikunen 2011, 51), on Turun Sanomissa yhden päällikön mukaan ”luovuttu siitä harhasta”, että toimittaja alueella ehtisi aina paikan päälle tai yleensä reagoida. Aluetoimittajien tehtävänä ei ole enää noin neljään vuoteen ollut seurata hälytys- ja poliisiviestintää kunnistaan, koska tällaisten ajankohtaistapahtumien seuranta nähtiin tarpeen keskittää Turun uutispöytä.

”[T]odettiin, että [aluetoimittajilla] on niin monta muuta hommaa yleensä kesken, että sen netin takia meidän tarvii jotenkin kootusti ruveta tekemään tällaiset poliisiuutiset.” P

Toisin kuin kai useimmat muut uutistoimittajat tänään, aluetoimittajat eivät siis enää elä niin paljon reaaliajassa kuin ennen. Edeltävä lause on itse asiassa suora lainaus yhdeltä Temmeksen (2004, 50) haastattelemalta Helsingin Sanomien aluetoimittajalta, sillä heillä viranomaiskanavien seuranta oli siirretty pääosin STT:lle jo tuolloin. Tänään aluetoimittajat singahtavat yhtäkkiä tulleele uutispaikalle (muiden töiden salliessa), jos tapahtuma on niin merkittävä, että tietojen ja esimerkiksi kuvien saamisen kannalta toimittajan kannattaa ehdottomasti olla paikalla. Tällöin maakuntalehden aluetoimittaja voi tietysti ehtiä paikan päälle ennen kuin mikään muu iso mediatalo Suomessa.

Painopiste aluetyössä on tänään joka tapauksessa aiempaa enemmän taustoittavassa tai ”syventävässä jutussa”, kuten yksi toimittaja toteaa. Hän arvelee tämän johtuvan osin siitä, että kun itse uutinen ehditään usein jo kertoa sähköisissä medioissa, on painettuun lehteen saatava jotain lisäarvoa. Kuten luvussa 6.2 tuli esiin, Turun Sanomissa aluetyö on yhä verrattain printtipainotteista. Toimittaja puhuu uutisten ”eteenpäin johtamisesta” ja valikoitujen kunnallisaiheiden ”pidemmälle jalostamisesta” (ks. luvut 6.4 ja 7.3). Maakuntalehden aluetoimittajien jutut eivät siis ole enää niin kiinni paikassa ja ajassa, vaan heidän merkityksensä kunnista uutisoijina on tänään enemmän jossain muualla.

”[K]yl se on ihan erilaista se työ tänä päivänä, mitä sieltä odotetaan, kui mitä se oli silloin.” P

Mitä hyötyä sitten enää on alueita kiinteästi seuraavista toimittajista ja toimituksista? Useampi haastateltava toteaa, että juttuja ulompaa maakunnasta kyllä saataisiin lehteen

tänään ilman sivutoimituksiakin. Kaikkien toimittajien päätoimitukseen keskittämisen puolesta puhuukin moni asia. Kuten Turun Sanomista aiemmin on tullut esiin, selvästi suurin osa lehden lukijoista asuu nyt Turun tuntumassa. NykYTEKNIKALLA juttuja voidaan tehdä päätoimituksesta, ja yksi päällikkö huomauttaa lisäksi, että tänään alueryhmästä päästään alueelle varsin sukkelaan, kun liikenneyhteydet ovat parantuneet entisajoista. Hän korostaa päätoimituksen etuna etenkin työyhteisöä: alueryhmässä toimittajat voivat miettiä juttuja yhdessä, eivätkä ole yksin etäällä. Päätoimitukseen keskittäminen lienee myös kustannustehokkaampi tapa hoitaa alueuutisoitinta, vaikka tästä tuleekin esiin eri näkemyksiä: yhtäältä voidaan laskea, että toimittaja Turussa sitoo keikalle aina myös kuvaajan, toisaalta pysyvissä sivutoimituksissa tulevat kaikki ylläpidon kustannukset. Rahaa lehden teossa varmasti joka tapauksessa säästyisi ilman erillisiä aluetoimituksia. Seuraavissa alaluvuissa avaan, mitä syitä haastateltavat vielä näkevät panostaa pysyvään aluetoimintaan eli tutkittavien kaltaisiin toimittajiin maakuntalehdessä.

”Kyl varmasti [keskustoimituksesta käsin hoitaa] voidaan, mut jotain varmaan menetetään.” P

”Hoitamaan se pystytään, mut hyvin sitä ei pystytä hoitamaan.” A

Palatakseni vielä kysymykseen, onko aluetoiminta yhä maakuntalehdelle kilpailuvaltti, riippuu vastaus tietysti ihan siitä, *millaista* lehteä halutaan tehdä: kenelle sitä tehdään ja millaisella sisällöllä ja tekotavoilla tätä yleisöä pyritään tavoittamaan. Yksi päällikkö toteaa, että Turun Sanomat kilpailee tänään muiden medioiden kanssa paikasta ihmisten ”medialokerossa”, ja nyt siinä lokerossa on ahtaampaa kuin koskaan aiemmin (media-markkinoiden muutoksesta luvussa 3.1). Aluetoiminnan vahvuus on – ei yllättäen – ison ja moninaisen alueen uutisoinnissa ja esiin tuomisessa. Onko se valtti yleisön lokerossa?

7.2 Liikkuu, näkyy, huomioi – on alueella uskottava

Yhdeksi aluetoimittajien ja -toimitusten arvoksi tänään nousee haastatteluissa maakuntalehden uskottavuus. Tämä liittyy niin lehden uskottavuuteen toimia laajan alueen medianäkökulmasta kuin siihen, miltä toimittajien työ näyttää yleisön silmissä; ovatko lehden tekijät mukana siinä, mistä he kirjoittavat? Tässä olennaista on, että levikkialueella, kasvavan kaupunkiseudun ulkopuolellakin, on yhä tilaajia. Lehden uskottavuus palaakin lopulta siihen, kokevatko lukijat maakunnassa lehden itselleen yhä tilaamisen arvoiseksi.

Kuten luvussa 6.2 kävi ilmi, olennainen osa aluetoimittajien työajasta kuluu edelleen toimituksen ulkopuolella. He pyrkivät tekemään mahdollisimman paljon haastatteluja kasvokkain, ja paikan päälle meno on jutunteossa jopa lähtökohta. Tämä liittyy toki myös työn painottumiseen kuvallisiin juttuihin. Liikkumisen määrässä aluetoimittajat tuntuvat joka tapauksessa ”jäävän” nykykehityksestä, jossa työtä lehdissäkin tehdään aiempaa enemmän tietokoneen ääressä – kiitos niin internetin ihmeiden ja modernin viestintäteknologian kuin kenties myös kiireen (Nikunen 2011, 86; Pietilä 2007, 392).

”Pääsääntöisestihän nykyisin tehdään puhelimella, tai tehdään paljon enemmän puhelimella.” P
Haastateltavat perustelevat haluaan liikkua muun muassa kentältä juttuihin saatavilla aineksilla ja mahdollisilla uusilla ideoilla ja kontakteilla. Toimittajien työskentelyyn päätoimituksen seinien ulkopuolella liittyy kuitenkin myös toinen aspekti: he näkyvät.

Monessa haastattelussa aluetoimittajat mainitaan Turun Sanomien edustajiksi kentällä, kerran tulee esiin myös termi ’markkinahenkilö’. Rivien välistä ja osin vastauksista suoraankin välittyy kuva, että lehden näkyminen laajasti levikkialueella olisi jo jossain määrin ”delegoitu” alueyksikön vastuulle. Ei muille toimittajille lehdessä varmasti ole sanottu, että he voivat hyvillä mielin istua Artukaisissa tai pitäytyä kaupunkiseudulla, mutta etenkin liikkuminen ”kansan parissa” liitetään mielestäni korostetusti aluetyöhön, varsinkin toimittajiin asemapaikoissa. Siltä osin aluetoimittajien näkyminen levikki-alueella muita useammin on tietysti selvyyskin, että he ovat lehdessä tietääkseni ainoita, joilla on tehtävän tuoma velvoite tehdä juttuja Turun ja kehyskuntien ulkopuolelta.

”Jos meit syytetään, et me ollaan norsunluutonnis täällä, eikä mennä ulos täältä, niin tuota...
[Aluetoimittajat] on niinku niit meidän tuntosarvii siellä[.]” P

”[K]un aluetoimittaja liikkuu, niin porukka kattoo, et ’jaaha, Turun Sanomat on liikkeellä’. - - [S]e on maaseudul ihan eri juttu - - kuin se, et me mennään Kauppatorille seisomaan.” P

Aluetoiminnalla näyttää siis yhä olevan merkitystä maakuntalehden imagon kannalta. Haastatteluista käy ilmi, että yksi olennainen syy pitää kiinni aluetoimittajista ja etenkin pysyvistä sivutoimituksista on se, että se osoittaa lehden yhä panostavan kuntiin myös ydinalueen ulkopuolella. Haastateltavat puhuvat viestistä, jonka lehti antaa lukijoilleen näkymällä myös ulommissa kunnissa – tai päinvastoin vähentämällä aluetoimituksia. Yhden päällikön ilmausta lainaten, aluetoiminnalla on tänään nähdäkseni merkitystä ”maakuntalehden maineen vaalimisen” kannalta. Tämä tulee hyvin esiin myös toisen päällikön puheessa, kun hän yhtäältä sanoo, että tiedonsaannin ja itse kirjoitustyön takia toimittajien ei enää tarvitsisi olla paikan päällä, mutta vaakakupissa painaa toisaalta...

”...mikä merkitys on sillä, et siel [x-kunnassa] on se toimitus, - - lukee jossain talon kyljessä et Turun Sanomat, ja siellä on se toimittaja, jota voi ottaa hihasta kiinni.” P

Kolmas päällikkö viittaa lehteen laajan alueen uutisoijana, kun kysyin häneltä imagosta.

”Ainakin olis hyvin hankala olla uskottava, jos meillä ei olis edustajaa yhtään missään. Siinä tapauksessa me ikään kuin annettais ihan suosiolla se rooli jollekin paikallislehdelle[.]” P

Aineistossa esiin nouseva aluetyön merkitys maakuntalehden uskottavuutta ylläpitävänä tekijänä löytää mielestäni osuvan sanallisen muodon Paavo Lintulan (2005, 175–178) väitöskirjassa. Lintula kirjoittaa ”myytistä”, jossa uskomus levikistä laajalla alueella ja *toimiminen sen mukaan* pitää yllä maakuntalehden legitimizeettiä koko alueen medianan. Hän liittää aluetoimitukset valtaehtoisten vuosikymmenien pyrkimyksiin toimia suurten alueiden äänenkannattajina, missä alueellisen legitimizeetin säilyminen on ollut tärkeää myös niiden ansaintalogiikassa olennaisen markkinadominanssin takia (ks. luku 3.1). Lintula toteaa, että vaikka hyvin laajalle alueelle jakautuva levikki ei lopulta, kaikkien kustannusten jälkeen, edes olisi lehdille kannattavaa, sen kyseenalaistaminen on niiden edun kannalta jopa uhkarohkeaa. Maakuntalehdet kun ovat alueillaan yli satavuotiaita instituutioita, joihin on pitkän ajan kuluessa syntynyt luottamus. Siinä missä luottamus on vaatinut alueella vuosikymmeniä syntyäkseen, se voi Lintulasta kadota nopeastikin.

Aluetoiminnasta kiinnipitäminen on tänään nähdäkseni ensisijassa viesti juuri lukijoille seurantakunnissa. Kolmea haastateltavaa lainaten: edustuksellaan alueella lehti osoittaa, että se edelleen ”huomioi”, ”on kiinnostunut” ja ”arvostaa” kyseisten seutujen asioita.

”Että ei tule sellaista oloa, että ’aijjaaa, no tekin vaivauduitte paikalle’ -tyyppistä.” A

Haastatteluista välittyy yhtäältä halu palvella ydinkuntien ohella myös ulomman alueen tilaajia mutta toisaalta myös tietoisuus siitä, että ilman ”omaan edustajaansa lehdessä” nämä lukijat saattavat luopua tilauksesta (ilmaus päälliköltä). Aluetoimittajat kun eivät tietenkään vain ole ja edusta alueellaan, vaan tekevät sieltä juttuja. Jos näin ei jatkossa olisi, moni haastateltava uskoo, että lehden levikki ulkoalueella laskisi väistämättä – tai paljon nopeammin kuin nyt. Nämä vastaajat eivät usko, että lukijoilla etäällä Turusta riittäisi halua jatkaa maakuntalehden tilausta, jos sen tiivistymiskehitys (Nikunen 2011, 44–45) etenisi niin, että seuranta vielä paljon painotetummin olisi Turun seudulla.

”Ei [maaseutukaupungin asukkaita] kiinnosta lukea Turun kaupungin lautakuntien päätöksenteon vaiheita, ei ne - - vois paikallisii vähempää kiinnostaa.” A

Haastateltavat muistuttavat, että vaikka selvä enemmistö lukijoista jo asuu Turussa ja sen ympäriskunnissa, lehdellä on edelleen merkittävä määrä tilaajia myös niiden ulko-

puolella. Monessa alueyksikön seurantakunnassa peittoprosentti on paljon korkeampi kuin Turussa; toki määrällisesti maakunnan keskuksessa on eniten tilaajia. Muutamassa haastattelussa tulee kuitenkin voimakkaasti esiin tilaajien ”tyyppi”. Maakuntalehden sitoutuneimpien lukijoiden sanotaan asuvan kaupungin ulkopuolella, ja muualla alueella riittää vastaajien mukaan edelleen kysyntää nimenomaan *paperilehdelle*. Haastateltavat kiinnittävät huomiota samaan, minkä Erkki Hujanen (2007) totesi tutkiessaan ei-tilaajia: Turun Sanomien kaltaisen kasvukeskuksen lehden voi olla vaikeaa säilyttää paikkaansa kaupunkiarjessa, mutta kuten yksi toimittaja toteaa, elämäntavoiltaan perinteisemmällä ”maaseudulla” tilattu lehti on monille edelleen ”pyhä kombinaatio” aamukahvin kanssa. Ulkoalueella ei ole niin paljon Hujanen nimeämiä ”liikkuvia ihmisiä”, eikä siellä yhden toimittajan sanoin olla niin kiinnostuneita ”vempaimista”. (emt., 39, 44, 230–232.)

Aluetoimittajilla on siis maakuntalehdessä edelleen taloudellista merkitystä, jos he pitävät seurantakuntiansa (kesto)tilaajat tyytyväisinä, kuten yksi toimittaja ”arvokseen” katsoo. Turun Sanomissa tämä korostuu nähdäkseni siksi, että yksi päällikkökin toteaa, että printti on edelleen tärkein osa lehteä. Liiketoiminta nojaa nähdäkseni yhä paperiin.

”Se on niinku lehden edun mukaista – *minkä tahansa* lehden edun mukaista – pitää aluetoimittajist kiinni, koska me palvellaan *sitä* lukijakuntaa, mikä pysyy tilaajina kauimmin.” A

Levikkikuntien lukijoiden palveleminen palaa tietysti taas kysymykseen, kuinka paljon ulompaa maakunnasta tulisi kertoa lehdessä, jotta tilaajat siellä yhä tuntisivat itsensä palvelluiksi. Valtaosa lehden kohderyhmästä on kuitenkin ydinalueella. Hujanen (2007, 196–199) kirjoittaa ”väärästä paikallisuudesta” eli siitä, kuinka maakuntalehden lukijat saattavat kokea turhiksi ja jopa ärsyttäväksi sellaiset jutut, jotka kertovat paikoista ja kohteista, joihin heillä itsellään ei ole mitään kosketuspintaa. Kaupunkilaiset saattavat turhautua pienten kuntien ”pikku-uutisista”, kun kaupungin lähiöistäkin voisi kertoa paljon useampia koskettavia asioita. Lukijoita ydinalueen ulkopuolella taas saattaa harmittaa lehden kaupunkikeskeisyys. Paikallisuus on siis Hujanen mukaan maakuntalehdelle ristiriitaista, kun se yhtäältä liitetään sen valtiaksi, toisaalta voi olla rasitekin.

Ratkaisu tässä on aina pyrkiminen yleisesti kiinnostavaan uutisointiin. Näin toteavat kaikki haastateltavat ja myös Hujanen (emt.): paikallistasolta tulisi etsiä lukijoita laajalti koskettavia aiheita tai tapahtumista yleisesti kiinnostavia näkökulmia. Yksi toimittaja tosin sanoo, että hänen kunta-alueellaan on edelleen niin paljon tilaajia, että joskus täysin paikalliseksikin jäävä aihe ylittää lehden kynnyksen, jos asia vain on ”tarpeeksi kummallinen”. Samoilla linjoilla levikkikuntien uutisoinnista on myös yksi päällikkö:

”[J]os se asian tärkeys siellä on iso, niin tottakai ne täytyy hoitaa. Ihan yhtä lailla ne on lehtensä maksaneet siinä kuin turkulaisetkin.” P

Ulkoalueen lukijoista kiinnipitämisen kannalta tärkeintä haastattelujen perusteella on kuitenkin se, että heidät edelleen jollain tapaa uskottavasti *huomioidaan* lehdessä. Yksi toimittaja kertoo keskusteluistaan seurantakuntiansa tilaajien kanssa, että monet heistä tilaavat niin paikallis- kuin maakuntalehteä, ja jälkimmäiseltä he tuntuvat odottavan nimenomaan maakunnallista näkökulmaa – eivät suinkaan juttua jokaisesta lautakunnan päätöksestä tai kissanristiäisistä (ks. luku 7.3). Eri asia toimittajasta kuitenkin olisi se, jos lukijoilta alueella katoaisi kokonaan ”samaistumis pohja” maakuntalehdessä.

”[S]iis se, et ne kunnat ei näkyis siel *ollenkaan*, niin - - kyl varmaan hyvinkin dramaattisesti vaikuttais siihen, et haluaks ne ihmiset tilata sitä lehteä.” A

Etäällä Turusta asuvan lukijan näkökulmaa avaa tässä valossa myös muutama huomio Hujaselta (2007). Hän totesi ei-tilaajien haastatteluissa, että jos lukija kokee maakuntalehden kirjoittavan vain ”toisten” tai ”vieraiden” asioista, edustavan hänelle väärää paikallisuutta, sen sisältö voi jäädä lukijan elämän kannalta hyödyttömäksi. Jos alueen valtalehdestä ei löydy kosketuspintaa omaan elinympäristöön, jutut voivat tuntua epäkiinnostavilta ja koko lehti jopa sisäpiirimäiseltä. (emt., 197–198.) Kärjistäen voi kysyä, mikä saisi esimerkiksi loimaalaisen tai paraislaisen jatkamaan Turun Sanomien tilausta, jos lehti vetäytyisi seuraamaan lounaisessa Suomessa vain kasvavan keskuksen asioita; riittäisikö lehden muu tarjonta? Hujanen huomauttaa, että historiallisesti ihmiset ovat sitoutuneet sanomalehtiin henkilökohtaisista syistä, koska ne ovat tuoneet heidät osaksi aatetta tai yleensä ympäröivää yhteisöä. Hän vertaa lehden lukijasuhdetta jopa ihmisuhteeseen: molemmissa kiintymyksen, luottamuksen ja kunnioituksen peruskiviä ovat Hujasesta yhteiset tavat ja tunteet sekä jaetut arvot ja päämäärät. Hujanen toteaa, että lehden uskottavuus syntyy lopulta ”katsojan silmissä”. Kyseessä on subjektiivinen kokemus, johon vaikuttaa se, miten lukija itse asennoituu lehteen. (emt., 75, 129, 167.)

Kentällä liikkuvilla toimittajilla ja pysyvillä toimituksilla on nähdäkseni kuitenkin myös muuta arvoa maakuntalehden lukijasuhteelle: ne ovat alueen lukijoille kontakti lehteen ja voivat avata yleisölle myös ikkunaa toimitustyöhön. Kommentti alla pätee esittäjänsä mukaan toimittajiin paikasta riippumatta, niin Turussa kuin etäällä levikkikunnissa.

”[M]itä enemmän me näytään, niin sitä uskottavampii me ollaan. Et me ollaan niinku läsnä ja me ollaan oikeasti kiinni siinä, mitä me tehdään.” A

Taustakirjallisuudessa tulee monin tavoin esille, että suuret päivälehdet ovat tahtoneet jäädä lukijoille etäisiksi. Esimerkiksi Pietilä (2007, 48–49, 86–91, 384–385) kirjoittaa, että alueellisten valtalehtien lukijasuhde rapautui ”helpon rahanteon” vuosikymmeninä, kun ne markkinaykkösinä saattoivat jopa ylimielisesti määrittää sisältöään, miettimättä lukijoitaan (myös Hujanen, E. 2007, 229). Jaana Hujanen (2009, 112, 125) taas totesi haastatteluissaan valtalehdissä, että lukijat suhtautuvat lehtiin etäisen kunnioittavasti, mikä johtunee niiden virkamieskeskeisyydestä. Hujasen mukaan ihmisiltä on vaikeaa saada lehtiin kommentteja, ja heitä tavoittaakseen lehdentekijöillä pitäisi olla ”aikaa ja rohkeutta lähteä kenttäolosuhteisiin”. Heikki Kuutti (2002, 153, 159, 163) taas kirjoittaa yleisellä tasolla, että yleisö pitää toimitustyötä usein mystisenä ja epäilee toimittajien motiiveja. Toimittajia kun voi kiinnostaa enemmän palaute kollegoilta kuin lukijoilta.

Aluetoimittajilla on aineiston perusteella mahdollisuus kuroa kiinni tätä etäisyyttä – tai estää sitä syntymästä. Paitsi liikkuminen yleensä, nimenomaan ”tavallisten” ihmisten tapaaminen useammin liitetään heihin useammassa haastattelussa ikään kuin erottavana tekijänä muihin toimittajiin lehdessä. Pyrkimyksestä tavata ihmisiä käy esimerkkinä alueryhmäläinen, joka sanoo yrittävänsä ehtiä paikan päälle, vaikka kentältä oltaisiin enää hakemassa juttuun vain kuvaa, ja kuvaajakin voisi periaatteessa tehdä kuvatekstin.

”[M]ä pidän sitä hirveen tärkeänä, et ne näkee myös toimittajan.” AR

Alueen ihmisten kanssa tekemisissä ovat suhteessa eniten toimittajat sivutoimituksissa, joilla ”asiakaspinta” on oven takana. Osa heistä sanoo paikallisten joskus piipahtavan sisäänkin, ja muutenkin ihmiset ottavat yhteyttä – myös kadulla, kahvilassa, kaupassa... Kommunikointi voi olla hyvin välitöntä, etenkin jos toimittaja on itse avoin persoona. Olennaista on, että pysyvät aluetoimittajat ovat asemapaikoissaan tiedettyjä henkilöitä: heitä saattavat tervehtiä kadulla myös ihmiset, joita he eivät ole koskaan tavanneetkaan. Yksi toimittaja toteaa kuvaavasti, että aluetoimituksessa kentällä työnantaja on paljon tuntuvammin osa toimittajan identiteettiä kuin työskenneltäessä Turussa:

”Se on niinku oikeesti tää legendaarinen, et ’ottaaks Turun Sanomat kahvii, maitoo!’” A

Tunnettuus toimii kentällä myös toisinpäin. Yksi toimittaja sanoo, että päätoimituksessa hän on kokenut mahdolliseksi kirjoittaa ”täysin kasvottomalle joukolle”, mutta asemapaikassa tilanne on toinen. Keskellä kunta-aluetta ei voi ”vain kirjoittaa lehteen juttuja” tietämättä yhtään kenelle. Uutistoimituksessa Turussa hän on saattanut näin tehdä.

Kentällä näkyvien toimittajien merkityksestä yleensäkin kielivät Erkki Hujasen (2007) havainnot. Tyypillinen maakuntalehden ei-tilaaja (mutta kenties lukija) ei ollut koskaan ollut itse tekemisissä toimittajien tai toimitustyön prosessien kanssa. Jos lehtitoimittaja oli jäänyt lukijalle mieleen, kyse oli vakiopalstasta, -aiheesta tai kasvokuvasta lehdessä, ei tapaamisesta sen ulkopuolella. Hujanen toteaa, että siinä missä tv- ja radiotoimittajat saattavat välineen luonteen vuoksi tulla ”lähelle” ihmisiä, lehdentekijät jäävät lukijoille etäisiksi. Hänen mielestään toimittajien heikko tunnettuus voi vähentää maakuntalehden uskottavuutta: lehti saattaa tuntua etäiseltä siitäkin syystä, ettei lukija tunne lainkaan sen tekijöitä. Hujanen toteaa, että vaikka jutun tekijällä ei sinänsä olekaan lukijalle usein merkitystä, lehti saattaisi tuntua läheisemmältä ja ehkä näyttäytyä toisessa valossa, jos toimittajan olisi kohdannut myös muussa yhteydessä. Toisaalta, pulmaksi sanomalehden uskottavuudelle Hujanen näkee myös sen, ettei vastaajilla tunnu olevan selvyyttä siitä, miten uutiset syntyvät. Ei-tilaajat tuumaavat, että aiheita ”saadaan” toimitukseen jostain tai niitä hankitaan muista välineistä. Uutisten koetaan Hujasesta tapahtuvan ikään kuin toimittajista riippumatta; heidät nähdään pikemminkin asioiden passiivisina raporttoijina kuin aiheita itse ideoivina. Kaikkein vähiten mahdollisuuksia vaikuttaa lehden sisältöön nähdään Hujasen mukaan kuitenkin itse lukijoilla. (emt., 185–190, 199, 252–253.)

Aluetoimittajat ovat lähtökohtaisesti lähempänä lukijoita. Ihmiset voivat nähdä heidät työssään, ja he saavat joskus ”tavallisilta” lukijoilta vinkkejä. Maakuntalehden lukijasuhteen kannalta merkityksellistä on nähdäkseni se, että asukkaat alueella voivat kokea pysyvät toimitukset ja toimittajat linkkinä lehteen. Parhaimmillaan aluetoimitukset ovat yhden toimittajan sanoin sellaisia, että niihin on helppo ottaa ihmisten yhteyttä. Hänen kollegansa taas tuo esiin täysin vastakkaisen skenaarion, eli jos edes päätoimituksessa ei jatkossa olisi pysyvästi ulompaa levikkialuetta seuraavia toimittajia:

”[J]os ei oo - - osoittaa, et tää tyyppi on se, joka seuraa näit kuntia, niin helposti ne ihmiset myöskin lakkaa soittelemasta.” A

Edeltävä huomio pätee tietysti, paitsi lukijoihin, myös muihin lehden aluekontakteihin. Maakuntalehden lukijasuhteen ja ulkoalueen tilaajien tyytyväisenä pitämisen merkitystä ei kuitenkaan voitane aliarvioida tänä päivänä, kun lehdet ilmoitustulojen laskiessa ovat tulleet aiempaa riippuvaisemmiksi lukijoistaan. Tänään alueen lukijoilla on varaa valita heitä itseään parhaiten palveleva media. (Pietilä 2007, 91; Hujanen, E. 2007, 228–229.)

”Jos [ihmiset maaseutukaupungissa] päättää pistää kolmattasataa euroo johonkin päivälehteen [paikallisen] lisäksi, niin sit se on Hesari ja Turun Sanomat useimmiten se pari, minkä välillä ne sen valinnan tekee.” A

7.3 Pieni arki osaksi isoa todellisuutta

Aluetoimittajilla on tänään merkitystä myös siinä, millainen kuva maakuntalehden lukijoille muodostuu ympäröivästä todellisuudesta. Haastatteluissa tulee monin tavoin esille, miksi on alueellisesti arvokasta uutisoida myös ulommista levikkikunnista ja mitä toisaalta kenties koko mediasta voisi jäädä pois, jos lehdet luopuisivat pysyvästä alue-toiminnasta. Kuten Tommila (1979, 2) kirjoittaa, sanomalehtien merkitys ei ole koskaan jäänyt siihen, että ne välittävät tietoa vaikutuskuntiensa sisällä ja välillä: lehdet ovat aina kertoneet lukijoilleen myös asioista alueen ulkopuolella – ja vastaavasti välittäneet tietoa levikkialueen elämästä ja tapahtumista sen ulkopuolelle.

Aineistosta tässä luvussa esiin nousevien näkemysten taustaksi tiivistän, miksi alueelta kerrottavien asioiden moninaisuus tai suppeus voi olla tärkeä kysymys. Siksi, että medially on suuri vaikutus siihen, mitä tiedämme ja millaisiksi asiat ja ihmiset koemme. Esimerkiksi Jaana Hujanen (2000, 18, 77) tarkastelee median agendan määrittämisvaltaa yleisön aluetietoisuuden valossa ja kirjoittaa, että tiedotusvälineen painotukset ohjaavat sitä, mihin paikkoihin, asioihin ja henkilöihin ihmiset tulevat kiinnittäneeksi huomiota ja mitä he ”oppivat” pitämään tärkeänä. Kun maakuntalehden rajalliselle sivumäärälle kootaan päivittäin katsaus ”meiltä, maasta ja maailmalta”, lukijoille voi syntyä vain rajattu tietoisuus ympäristöstään. Salovaara-Moring (2002, 115) taas tuo esiin median identiteettiä rakentavan luonteen, kun hän toteaa, että median yhtenä tehtävänä on kertoa, keitä me olemme, missä on meidän paikkamme ja mikä on suhteemme muihin.

Maakuntalehti ei enää uutisoi tarkoin ulompien levikkikuntien asioista, kuten edellä on käynyt ilmi, mutta aineistossa tuleekin esiin sen arvo *suhteuttajana*. Tämä liittyy tiiviisti juuri aluetoimintaan, jossa kuntatasolta tulisi kirjoittaa laajaa lukijakuntaa palvelevasti. Kuten yksi toimittaja toteaa, paikallinen näkökulma harvoin riittää, joten asiayhteyksiä on osattava ”laventaa”. Kyse on aluetyössä haasteesta, mutta toisaalta monen vastaajan mielestä myös suuresta mahdollisuudesta. Yksi toimittaja toteaa, että maakuntalehden vahvuutena on kontekstointi: vaikka kuntia ei voida seurata yksityiskohtaisesti kuten paikallislehdessä, esiin voidaan nostaa yksittäisiä paikallisia aiheita ja taustoittamalla liittää ne laajempiin yhteyksiin. Tällöin ”pieni” näyttäytyy osana isompaa kuvaa.

”[Y]rittää kertoa, että miks tämä [x-kunnan] keissi, mitä se enemmänkin kertoo meidän maakunnasta tai yhteiskunnasta tai yleisemmistä ilmiöistä.” A

Maakuntalehden kynnyksen ylittävät ilmiöt rajoittuvat harvoin vain yhteen paikkaan, kuten yksi päällikkö toteaa. Avaan kohta erilaisia paikallista laajempaan ”suhteuttavia” kirjoitustapoja, mutta yksi toimittaja huomauttaa myös, että oikein hyvin kirjoitettuun juttuun kuntatasolta voidaan ”puristaa” vaikka koko yhteiskunnassa pinnalla oleva asia. Hän kertoo esimerkkinä kollegastaan, joka oli kuvannut kuin tarinana eräästä kunnasta, millaisiin äärimmäisyyksiin kuntaliitoskeskustelut voivat johtaa: paikalliset vaikuttajat olivat päätyneet räjäyttelemään toistensa postilaatikoita. Aihe herättää varmasti tunteita ympäri Suomen, ja lehden lukijat saattoivat heijastella ajatuksiaan yhden pienen kunnan tapahtumiin. Toinen toimittaja toteaaakin, että jos juttu alueelta koskee mielenkiintoista aihetta tai henkilöä ja se on kirjoitettu taiten, paikka menettää täysin merkityksensä.

Mitä väliä sillä sitten on, että juttuja – joskus ihan yleisistäkin aiheista – on maakuntalehdessä eri puolilta aluetta? Haastateltavat toivat tähän esiin useita syitä, kun pyrin selvittämään, mitä merkitystä vielä on aluetoiminnalla ja jutunteolla etäämpää alueelta.

Ensinnäkin moni haastateltava uskoo, että iso osa ihmisistä tilaa maakuntalehteä nimenomaan omaa asuinseutua laajemman alueellisen näkökulman ja seurannan takia. Tätä tukee myös Turun Sanomien vuoden 2011 brändi- ja lukijatutkimus, jonka sisältöä yksi päällikkö avasi haastattelussa. Hän kertoi, että koko kyselyssä korkein prosenttiluku oli tullut vastausvaihtoehtoon kohdassa, jossa kysyttiin, miksi lukija oli tilannut lehden: ”oman alueen asioiden uutisointi”. Toisaalta, toisessa kohden laajaa samanmielisyyttä oli saavuttanut väittämä, että Turun Sanomien on tärkeää kertoa myös muiden lähiympäristön kuntien asioista. Tähän lukeutuivat aluetoimituskunnatkin. Kuitenkin myös koti- ja ulkomaan uutisia piti yhä tärkeänä moni vastaaja, joten yhteen vetäen voisi ehkä sanoa, että monet tilaajat toivovat näkevänsä asuinseutunsa osana laajaa kokonaisuutta. Toimittaja maaseutukaupungissa toteaa, että sinne lehti myydään koko paketin ansiosta.

”Et siin on kotimaata, ulkomaita, kulttuuria, taloutta, ja sitten mukana on tietysti [tätä aluetta].” AT Haastateltavat uskovat, että ihmiset voivat useasta syystä haluta lukea muiden kuntien asioista. Yksi aluetoimittaja nostaa esiin vertailemisen mahdollisuuden: ihmisiä saattaa kiinnostaa, miten asiat on hoidettu muualla. Oman kunnan menoa saatetaan siis peilata muihin. Toimittaja toteaa, ettei hänen kannata kirjoittaa kunnallisasioista varsin pienelle tilaajajoukolle alueellaan, mutta kuntien toimet saattavatkin kiinnostaa toisaalla. Kaksi haastateltavaa tuo esiin niinkin luonnollisen syyn olla kiinnostunut muista kunnista kuin se, että lukija itse on asunut niissä: levikkialueen sisällä on paljon muuttoliikettä, joten

esimerkiksi työperäistä muuttajaa voi kiinnostaa, miten asiat ovat kotiseudulla. Tilaajilla saattaa myös olla ihan yleistä mielenkiintoa elämään Lounais-Suomen muilla kolkilla:

”[M]ä uskon, että - - Turun Sanomien lukijoita laajalla alueella kiinnostaa se, - - mitä tääl [”ulkokehän” seuranta-alueella] tapahtuu, millaisia ihmisiä tääl on, mitä tänne kuuluu.” AT

Yksi aluetoimittaja kertoo huomanneensa, että ihmiset lukevat lehteä hyvin laajalla haarukalla, eivät paikkasidonnaisesti. Hän on saanut jutuistaan palautetta ihan toisaalta levikkialueelta. Maakuntalehteä luetaan siis lopulta ehkä enemmän aiheiden kuin paikan perusteella (ks. myös Hujanen, E. 2007, 198–199). Laajalta alueelta uutisointi ei näin ollen välttämättä palvele vain lukijan ”tiedostettua” tiedonhalua omalta alueeltaan, kun se kertoo myös muista kuin tilaajalle itsestään selvästi merkityksellisistä paikoista.

Jutuilla ulommalla alueelta on haastattelujen perusteella merkitystä yleisen, laajan tietoisuuden ja ymmärryksen kannalta. Muutama haastateltava huomauttaa, että Turun Sanomienkin levikkialue on laaja ja monimuotoinen: kullakin kuntaseudulla on omat erikoispiirteensä, ja näiden vastaajien mielestä niiden tulisi näkyä maakuntalehdessä. Alueet eivät tietysti ole vain fyysisiä paikkoja, vaan niihin liittyy eroja elinkeinoissa, elämän- ja jopa ajattelutavoissa. Aluetoimittajien merkitys näyttäytyy tässä, yhtä heistä lainaten, ”seudullisina asiantuntijoina”, jotka tuntevat kunta-alueiden ominaispiirteitä ja osaavat tuoda niitä esiin. Yhden toimittajan mielestä jokaisen ihmisen tulisi ihan yleisivistyksen takia tuntea laajasti oman maakuntansa asioita ja tapahtumia.

Erityisesti haastatteluissa nousee esiin eroavaisuus maakuntakeskuksen ja muun levikkialueen välillä. Muutamat haastateltavat esittävät uutisoinnin ulommista kunnista ikään kuin *vastapainoksi* seurannalle ydinalueella. Nämä kommentit ovat mielestäni huomionarvoisia juuri sitä vasten, että juttujen määrä etäämpää alueelta on hiljalleen vähentynyt maakuntalehdissä. Nikunen (2011, 44–45, 83) toteaa, että lehdet kertovat nyt aiempaa monipuolisemmin ydinalueistaan, mutta samalla suuret alueet näiden tihentymien ulkopuolella jäävät vähemmälle huomiolle: kokonaisuudessaan uutisointi ei monimuotoistu.

Kaksi aluetoimittajaa muistuttaa, että elämää on yhä muuallakin kuin Turun kaltaisissa ”kaupunkikaupungeissa” eli kasvavissa keskuksissa. Toinen heistä pitää aluetoimintaa tärkeänä, jotta lehdessä näkyisi kaupunkikulttuurin rinnalla myös ”maaseutukulttuuria”, millä hän nähdäkseen viittaa elämään suurten keskittymien ulkopuolella, ei niinkään taiteeseen. Toinen toimittajista huomauttaa, että samojen arkisten ongelmien kanssa ihmiset kipuilevat ulompanakin maakunnassa, esimerkiksi päivähoidon saatavuuden ja

homekoulujen. Vastausta rohkeasti tulkiten uskoisin hänen tarkoittavan, ettei tällaisia asioita tulisi esittää lehdessä vain ydinalueen esimerkkien kautta, ikään kuin kaupunkiseudun ongelmina; ne koskettavat myös muualla. Kolmas aluetoimittaja kysyy, mitä me yleensäkin tietäisimme, jos tietäisimme vain isojen kasvukeskusten asiat.

”Kun asioita voi tehdä monella tapaa. Eikä välttämättä mikään tapa niistä oo sen oikeampi tai väärempi kuin toinen.” A

Sama toimittaja nimeää maakuntalehden aluetoiminnan yhdeksi suureksi arvoksi nimenomaan suhteuttamisen mahdollisuuden. Hän huomauttaa, että jos pienen paikan asian nostaa esiin, sen voi sitoa aina maakunnan, valtakunnan tai jopa Euroopan tasolle. Hän ja toinen toimittaja puhuvat siitä, miten tällainen suhteuttava kirjoitustapa voi yhtäaikaan palvella niin paikallista kuin ketä tahansa maakuntalehden lukijaa. Juttu paikallistasolta voi heistä tuoda lisää tietoa niin kunnassa asuvalle kuin paikkakunnan kenties juuri ja juuri tietävälle lukijalle. Kunnan asukas, jolla mahdollisesti on jo pohjatiedot aiheesta, voi saada siihen syvempää tietoa, esimerkiksi käsityksen siitä, miten yleistä tällainen on, eli onko paikallinen asia erikoinen myös laajassa mittakaavassa. Aihetta täysin ennalta tuntematon lukija taas voi havahtua paikallisen esimerkin kautta, että tällaistaikin tapahtuu. Muualla asuva voi kiinnostua itselleen ennalta vieraasta ilmiöstä. Toisen toimittajan alla olevan kommentin perusteella kuntien paikallista laajempiin yhteyksiin suhteuttavilla jutuilla voi olla merkitystä myös identiteetin kannalta.

”[S]e laajentaa meidän kaikkien, lukijoidenkin, ymmärtämystä siitä, et keitä me ollaan.” A

Aineistossa tulee esiin useita tapoja, joilla yksittäisiä paikkoja ja niiden asioita voidaan suhteuttaa laajempaan kokonaisuuteen. Kyse on erilaisista rinnastus-, vertailu- ja esiin tuomisen keinoista ja myös selitysten etsimisestä paikalliseen vaikuttavilta ”ylätasoilta”.

Aluetoimittajat voivat tehdä juttuja yhdessä lehden muiden toimitusosastojen kanssa. Esimerkiksi yksi toimittaja kertoo laatineensa alueen talousuutisia joskus Turun taloustoimittajien kanssa. Tällöin alan erikoistoimittajat voivat tuoda paikalliseen aiheeseen syvempää tietoa ja laajemman näkökulman, aluetoimittaja avata aihetta oman alueensa ihmisten kautta. Toisinpäin osastojen välinen yhteistyö toimii niin, että aluetoimittaja varta vasten etsii kunnistaan esimerkin jonkin toisen osaston työstämään juttuun. Yksi päällikkö toteaa, että tällaisia paikallistuksia sopisi tehdä enemmänkin, jotta niin sanotut ”kainalotavikset” eivät aina olisi Turusta tai lähikunnista. Aluepaikallistukset toteuttavat hänestä alueellisuutta, eikä hän koe niitä keinotekoisiksi yleisinhimillisissä aiheissa.

Pientä suurempaan voidaan suhteuttaa myös osoittamalla aluetoimittajille omia erikois-alueita. Turun Sanomissa monilla aluetoimittajilla on ollut seurattavanaan jokin asia-tema, joka on ollut luonteva kyseisellä alueella. Tällaisia ovat olleet esimerkiksi kunta-liitokset, puolustusvoimat, vanhustenhoito ja Itä- ja Saaristomeren suojele. Teemat ovat sellaisia, että ne konkreettisesti näkyvät kunnissa mutta ovat todellisuudessa osa paljon laajempia kokonaisuuksia. Esimerkiksi yhden aluetoimittajan seuraamassa aihepiirissä päätöksiä tehdään valtioiden välillä, mutta käytäntö näkyy paikallisten hankkeissa. Näin teemaa voi tarkastella hyvin laajasti taustoittaen, alueen esimerkkien kautta – se auttaa ymmärtämään, mihin tapahtumat kunnissa liittyvät. Aihealueisiin erikoistuminen vaatii tietysti aikaa ja halua panostaa niin aluetoimittajilta kuin toimituksen johdolta. Seuranta kun tulee muun aluetyön oheen ja voi tarkoittaa vaikka osallistumista alan tapahtumiin.

Aluetoimittajien suurin valtti maakuntalehdessä lienevät kuitenkin heidän yhteiset juttu-projektinsa. Turun Sanomissa alueverkostoa on hyödynnetty tekemällä toiminta-alueelta erilaajuisia koosteita, joissa toimittajat selvittävät jotain teemaa omien kuntiensa osalta. Näin aiheesta ja sen ilmenemisestä kentällä saadaan laaja kuva. Alueelta kartoitettava asia voi olla oikeastaan mikä tahansa: esimerkiksi lastensuojelu, lukiot, kunnallisverotus tai vierasvenesatamat. Yksi päällikkö toteaa, että uutiskärjen selvityksiin löytää usein, kun tilannetta levikkikunnissa vertaa valtakunnan tasoon tai toimittajat Turussa tekevät ydinalueelta oman osuutensa. Näin paikat asettuvat näkyville laajassa kokonaisuudessa. Moni vastaaja sanoo, että tällaisiin koosteisiin voitaisiin panostaa enemmänkin. Ne ovat toki järjestelyineen työläitä, ja selvitystyö vie aikaa, mutta usean yksikön yhteistyöllä nähdään eittämätön arvo: vain maakuntalehti pystyy tällaisiin alueellisiin katsauksiin.

”[N]e on sitä antia, tällaiset maakunnalliset koosteet, joita mikään muu media ei lukijalle anna.” A
Yksi toimittaja toteaa, että vaikka yhteisistä hankkeista ei sovi tulla aluetoiminnan itse-tarkoitusta, kannattaisi miettiä enemmän, mihin kaikkeen verkostoa voidaan hyödyntää.

”Koska - - aluetoimittajat edelleenkin, vaikka nyt niitä on vähennettykin, niin tää muodostaa tosi hyvän tämmöttii tiedonhankintaverkon. Siis se on käsittämättömän hyvä.” A

Käänteisesti, sitaatin pohjalta ymmärtää myös, kuinka paljon uutisointi alueelta voisi muuttua, jos maakuntalehdet luopuisivat pysyvästä aluetoiminnasta. Yksi aluetoimittaja huomauttaa, että kunnat voivat ”unohtua”, jos kenenkään tehtävänä ei ole seurata niitä ja lukea systemaattisesti päätöksenteon listoja. Hän kokee, että lehden varsinaisen kotimaantoimituksen ”fokus” on kuitenkin aivan eri, sillä vaikka myös uutistoimittajat Turussa tekevät juttuja toiminta-alueelta, he hakevat myös valtakunnallisia skuppeja.

Huomiota tukee yhden päällikön kommentti, että Turun Sanomat on pyrkinyt lehtenä säilyttämään vahvuutenaan ”utisherkkyyden”, vaikka kilpailu läpimenoista muihin medioihin onkin päälliköstä ”vähän hiekkalaatikkoleikkiä”. Yksi aluetoimittaja toteaa, että he harvemmin juhliivat läpimenoilla, mikä kertonee siitä, että aluetoimittajat ovat enemmän kiinni levikkialueen asioissa. Toki uutisarvoltaan merkittävässä paikoissa aluetoimittajan merkitys voi olla juuri isojen uutisten saannissa (ks. luvut 7.1 ja 7.4).

Haastateltavat mainitsevat useita syitä, miksi myöskään pienten ja ulompien kuntien ei pitäisi jäädä lehden seurannan ulkopuolelle. Muutaman toimittajan puheessa kajahtaa jopa journalistinen ”intomieli”, kuten yksi heistä ilmaisee. Aluetoimittajien arvoksi mainitaan, että he voivat nostaa seurantakunnistaan esiin epäkohtia, herättää alueella keskustelua ja näin saada jopa aikaan muutoksia. Yksi toimittaja toteaa, että kunnissa ei voi tapahtua mitään ”mielivaltaista”, kun he toimittajina ovat hiukan vahtimassa.

”On tärkeää, että asiat tulee julki, ja sun tehtäväs on olla niinku sen pienen ihmisen puolella.” A Kuntien hallinnon ja päätöksenteon seuraaminen katsotaan tärkeäksi, koska tällä alue- tasolla tehdään *niitä* päätöksiä, jotka koskettavat ihmisiä. Aluetoimittajat voivat nostaa laajempaan tarkasteluun yksittäisiä paikallisia aiheita, ja kuten luvussa 6.1 tuli esiin, heillä on mahdollisuus käsitellä alueen asioita myös pääkirjoituksissa. Kaksi toimittajaa puhuu siitä, ettei pienistä kunnista pidä tehdä maakuntalehteen juttuja väkisin, mutta niistä voi hakea juuri esimerkkejä, kärkiä, yleisiin uutisaiheisiin. Toinen toimittajista toteaa, että pikkukuntien ja ”syryäalueiden” huomioimisen tärkeys oikeastaan korostuu juuri tänään:

”[K]oska tää on tätä keskittämistä. Ja niitten laita-alueitten ongelmat – mä uskon, et ne kärjisty.” A Aineiston perusteella on mielestäni aiheellista kysyä, kuka haja-asutusalueiden elämää ja ongelmia vielä toisi esille, jos maakuntalehdillä ei olisi aluetoimintaa. Kuten luvussa 7.1 kävi ilmi, haastateltavat eivät koe, että Yle ainakaan lounaisessa Suomessa kykenee seuraamaan aluetta nykymuodossaan yhtä tarkkaan kuin maakuntalehti: sen seurannan sanotaan olevan sattumanvaraisempaa ja paikallistuntemuksen heikompaa. STT:stä yksi aluetoimittaja toteaa, että jos hänen kuntansa jätettäisiin täysin uutistoimiston varaan, sen resursseja pitäisi kasvattaa. Haastattelun aikaan STT ei olisi hänestä pystynyt aluetta hoitamaan, ja tämä olisi siis ennen kuin yhtiö päätti merkittävästi supistaa verkostoaan (ks. luku 3.3.2). Kun Helsingin Sanomatkin on hiljalleen harventanut aluetoimintaansa, uutisoivat maan suuret mediat kotimaasta nyt pääosin Helsingistä käsin. Olisiko kasvu-

keskusten ulkopuolinen uutisointi siis jatkossa pääosin paikallislehtien varassa, jos maakuntalehdet keskittyisivät ytimeen? Nousisiko asioita muualta yhä laajaan tietoisuuteen?

Maakuntalehden aluetoimittajat ovat nyt uutisoijina mielestäni samassa tilanteessa kuin kollegat Helsingin Sanomissa olivat Temmeksen (2004) tutkimuksen aikaan. He eivät ole riippuvaisia alueellisesta uutisagendasta, koska kunnista ei enää pyritä uutisoimaan kattavasti, joten he voivat valita aiheita myös paikallisten päivälisterien ulkopuolelta ja ”poimia rusinoita pullasta” (ks. luku 6.4). Temmes katsoi tämän HS:n aluetoimittajien mahdollisuudeksi virkistää maakunnan uutisointia eli nostaa esiin myös sellaisia aiheita, jotka saattavat jäädä huomiotta perinteisillä uutiskriteereillä. Temmes arveli myös, että HS-toimittajat olivat alueella riippumattomampia tarkkailijoita kuin maakuntien lehdet, mutta haastattelujeni perusteella Turun Sanomien aluetoimittajat kirjoittavat kunnistaan tänään ihan yhtä lailla asioita kaunistelematta. (emt., 20, 60–62, 71.) Heidän ei tarvitse miellyttää alueen vallanpitäjiä, saati ajaa näiden asiaa (ks. tarkemmin luvussa 7.4).

”He tietää, et jos he mokaa, niin mä kirjoitan siitä.” A

Hujanen (2000, 74) kirjoittaa, että maakuntalehdillä on tärkeä tehtävä muuttotappiosta ja työttömyydestä kärsivien alueiden ongelmien ja niiden ratkaisukeinojen esiintuojana. Salovaara-Moring (2002, 113–114) taas totesi analysoidessaan 1990-luvun alun lama-uutisointia, että alueellinen näkökulma harvoin ylsi valtakunnallisiin uutisiin: paikalliset ongelmat ja konfliktit näkyivät maakuntalehtien sivuilla, koska ne kertoivat lama-ajasta juuri kyseisten alueiden kulttuuristen ja taloudellisten ominaispiirteiden näkökulmasta. Maakuntalehden asema oman alueensa johtavana uutismedianana ja sen muista medioista erottava kyky tarkastella juuri alueensa asioita tuli esiin myös monessa haastattelussani.

”[S]e suurin ero näillä kaikilla maakuntalehdillä on näihin valtakunnallisiin viestimiin, että pystytään tekemään paikallista.” P

Maakuntalehden juttutarjonta kuitenkin köyhtyisi alueellisesti, jos sillä ei olisi aluetoimittajia, kiteyttää yksi toimittajahaastateltava. Hän toteaa, että lehti menettäisi maakunnallista näkökulmaansa, ja tarjonnan kaventuminen ei olisi pois vain uutisosastolta: perinteisesti aluetoimittajat ovat tuoneet kunnistaan lehteen hyvin monenlaisia aiheita. Juttuaiheiden moninaisuuden vähenemistä voi toki pohtia jo sen havainnon valossa, että Turun Sanomissa aluetoimittajien jutut painottuvat tänään paljolti kotimaan- ja talouden uutissivuille (ks. luku 6.1). Jos aluetoimittajia ei jatkossa olisi, seuraisivatko esimerkiksi Turun kulttuuri- ja liitetoimittajat nykyistä tarkemmin alansa tapahtumia ja tiedotusta ulompana maakunnassa, jotta tätä puolta ei tulisi valtalehdessä esiin vain ydinalueelta?

Alueelta lehteen yltävien aiheiden moninaisuutta on nähdäkseni aiheenkin pohtia, koska mediasisällön on havaittu Suomessa yhdenmukaistuvan. Pietilä (2007, 118–119) puhuu jo jopa ”sisällöttömyyden tilasta”, jossa samat aiheet toistuvat mediasta toiseen ja uutismedioiden ominaispiirteet laimenevat. Tähän voi lyhyestikin mainita useita syitä. Alalla on yleistynyt niin sanottu mediajournalismi, jossa juttujen lähteenä tai aiheena on media itse: viestimet kertovat toistensa jutuista ja synnyttävät myös itse ”ilmiöitä” uutisoimalla esimerkiksi tv-ohjelmista (Herkman 2009, 45). Sanomalehtien yhteistyö on tarkoittanut samojen juttujen julkaisemista eri puolilla Suomea, minkä myötä aiheet tahtovat irrota paikastaan etenkin teemasivuilla ja -liitteissä (Kolari 2009, 154; Nikunen 2011, 44–45). Yhdenmukaistumista selittää myös STT:n päivälistan seuraaminen toimituksissa ympäri maan ja uutistoimistomateriaalin iso osuus etenkin sanomalehdissä (Juntunen 2001, 42, 56). Juntunen (emt., 54) totesi tutkimuksessaan, että ulkopuolisen valmiin materiaalin ja aiheiden hyödyntäminen korostuu etenkin verkossa, jossa ”uutta” pitäisi olla koko ajan tarjolla. Hän selvitti paitsi uutistoimistolähteitä, myös tiedotteita ja medialainoja. Uutisaiheiden toistuvuutta verkkomediasta toiseen hämmästeli myös kaksi haastateltavaani.

Aluetoiminnalla voi siis tänään nähdä merkitystä siinä, että tähän ”myllyyn” (Herkman 2009, 45) saadaan uutta ainesta. Juha Herkman (emt., 45–47) huomauttaa, että nykyisin median ympäröimänä ei ole vain yleisö vaan myös sen tekijät. Hän kirjoittaa vanhasta ajatuksesta journalismista ”ikkunana todellisuuteen” ja siitä, miten tämä ajatus nyt alkaa olla entistäkin kauempana todellisuudesta. Hän kysyy, vieläkö toimittajat voivat lähteä ulos toimituksesta selvittämään maailman tapahtumia vai jäävätkö he vain pyörittämään myllyä. Pietilä (2007, 130–132, 395) toteaa, että valtaosa ihmisistä saa tänään ensikäden tietonsa median kautta, joten se ohjaa mielipiteitämme ja -kuviamme, koska harvoja asioita todistamme itse. Koska tämä pätee myös toimittajiin, on nähdäkseni arvokasta, että osa heistä on edelleen kiinni muussa kuin uutisten valtavirrassa. Yhden päällikköhaastateltavan mielestä toimittajien läsnäolon merkitys kentällä korostuu nykyajassa:

”[K]un kaikki menee - - tonne verkkoihin ja ihmiskontaktit tuntuu, että vähenee millä tahansa elämän alueella, niin mun mielest se on hyvä, et meillä on siellä.” P

7.4 Norsunluutornin tuntosarvia vaikea korvata

Aluetoimittajilla on tänään haastattelujen perusteella merkitystä myös maakuntalehden (alue)journalismin laadulle. Tässä kyse on siitä, miten toimittaja ihmisiä kasvokkain tapaamalla, asioita omin silmin näkemällä ja sarkaansa pitkään seuraamalla voi päästä lähemmäs alueen todellisuutta kuin vaikka yleisuutisoijana työpisteellä. Aluetoiminnan ansioksi tämän voi katsoa siitä syystä, että aluetyö alkaa aineiston perusteella poiketa edeltäviltä osin toimitustyöstä yleensä (ks. edeltävät luvut, etenkin 6). Tämä on jo työn sijainnin ja seurantavastuun sanelemaa. Alueuutisoinnin todenmukaisuus palaa lopulta kysymykseen etäisyydestä ja läheisyydestä: läsnä uutistyötä on helpompi tehdä hyvin. Lähellä oloon ja yhteen alueeseen keskittymiseen liittyy toki journalistisia haasteitakin.

Lähden purkamaan pysyvän aluetoiminnan etuja tarkastelemalla sitä korvaavia keinoja. Kuten luvussa 3.3 kävi ilmi, mediatilat ovat kehittäneet kiinteiden sivupisteiden sijaan erilaisia tapoja tuottaa uutisia toiminta-alueeltaan. Ulompaa aluetta seuraavia toimittajia on keskitetty keskustoituksiin, maakuntalehtiin ovat alkaneet kirjoittaa myös saman konsernin paikallislehtitoimittajat, ja esimerkiksi iltapäivälehdet luottavat pääkaupunki-seudun ulkopuolisessa uutisoinnissa nyt vakituisiin avustajiin. Eikö ainakin erillisistä aluetoimituksista siis voitaisi jo luopua? Tänään myös lukijat lähettävät toimituksiin uutiskuviaan, joten eikö heitäkin voitaisi hyödyntää enemmän juttujen teossa alueelta?

Keräsen (1984, 145–146) väitöskirjasta käy ilmi, että kalliin alueverkoston korvaamista osittain freelancereilla saatettiin harkita lehdissä jo 1980-luvulla. Uskalin (2007, 51–53) ulkomaan uutisoinnin termiä lainaten maakuntalehdet voisivat siis korvata pysyviä aluetoimittajiaan vakituisilla tai satunnaisluonteisilla *stringereillä* eli paikallisilla avustajilla. Nämä voisivat olla ammattimaisia vapaita toimittajia, mutta mikseivät nähdäkseni myös ”tavallisia” alueen asukkaita, kuten alkuperäiset maaseutukirjeenvaihtajat (ks. luku 2.2).

Päälliköt ja kolme toimittajaa kommentoivat pysyvän aluetoiminnan korvaamista ulkopuolisilla kirjoittajilla. Tässä kohti aineistoni ei ole kattava, sillä en tarkentaen kysynyt kaikilta toimittajilta pysyvien toimitusten korvaamisesta juuri avustajilla. Avaan silti esitettyjä vastauksia tässä, koska ne tuovat mielestäni esiin huomionarvoisia näkökohtia.

Ulkoalueen uutisoinnin järjestäminen avustajilla näyttäisi kohtaavan useita haasteita. Kaksi haastateltavaa toteaa, että ammattilais-freelancereillä voitaisiin ehkä täydentää

lehden omaa seurantaa, mutta kukaan ei näe heidän *korvaavan* pysyviä aluetoimittajia. Yksi toimittaja toteaa, että ammatti-freelancer osaisi kyllä tehdä juttuja alueelta, mutta toimituksen ulkopuolisena hänen voisi olla vaikeaa hahmottaa, miten merkittäviä asiat ovat lehden kokonaisuudessa. Toimittaja kysyy, kenen tehtävänä olisi huolehtia, että alueelta välittyvä tasapainoinen kuva ja ajankohtaiset asiat tulee huomioitua: vastaisiko siitä joku esimies lehdessä vai avustaja itse? Paikallisiaiheisiin kynnyksen asettaminen kun tuntuu olevan hankalaa pysyville aluetoimittajillekin (ks. luku 6.4). Yksi päällikkö katsoo, että lukijoille freelancer ei voisi olla sama kuin lehden vakituinen toimittaja kentällä: häntä ei voitaisi kokea samalla tavalla Turun Sanomien edustajaksi alueella.

Lehden ulkopuolisilta olisi vaikeaa hankkia nimenomaan uutisia. Päälliköt kertovat, että Turun Sanomilla on säännöllisiä avustajia etenkin teemaliitteissä ja urheilussa ja jonkun verran myös kulttuurissa ja ulkomailla, mutta kotimaan uutissivuille juttuja ostetaan hyvin harvoin. Yksi päällikkö sanoo, ettei alueelta oikeastaan edes tarjota sitä koskevia uutisia, ja jos niin olisikin, ostamiseen liittyy monia pulmia. Päällikkö huomauttaa, että toisin kuin esimerkiksi teemaliitteisiin ilmiöjuttua myytäessä kaupanteko uutisideasta voi olla jopa kiusallista: jos juttua myyvä henkilö paljastaa kovan uutisen esimerkiksi päällikölle uutisdeskissä, tämän on miltei ”pakko” ostaa se. Haastateltava pohtii, mitkä mahtavat olla sellaisen ihmisen motiivit, joka tarjoutuu itse kirjoittamaan ehdottamansa uutisen. Tekisikö hän sen ”vain” rahasta vai olisiko taustalla muitakin vaikuttimia?

”[S]e menee sitten kyllä vähän hankalaks, koska me kuitenkin vastataan siitä, että se pitää paikkansa.” P Juttujen ostamista alueelta rajoittaisi myös rajallinen avustajabudjetti. Päälliköt sanovat, että ostojuuttujen määrä on viime vuosina pikemminkin vähän vähentynyt kuin kasvanut. Yksi heistä kiteyttääkin, että uutisointi alueelta ”rakentuu omiin”. Oman alueen hoitoon on nähdäkseni pyrittykin ohjaamaan resursseja lehtitalojen yhteistyöllä (ks. luku 3.1), sillä kahden päällikön mukaan juttuja ei vaihdeta juuri koskaan kotimaan uutissivuille.

”Mun mielest - - , jos puhutaan maakuntalehtiyhteistyöstä, se tärkein juttu on siinä, et tehdään siin yhteistyötä, mis paikallisuudel ei oo merkitystä.” P

Lukijoilta asiaa kommentoivat vastaajat toivottavat lehteen tervetulleiksi uutiskuvat, mutta muutoin mielipidesivujen ulkopuolella korostetaan yhä journalistista harkintaa. Esimerkiksi yksi toimittaja toteaa, ettei ulkopuolinen sisältö korvaisi journalistista työtä, ja yksi päällikkö kuittaa, ettei uutisointi alueelta voisi pyöriä ihan kansalaisjournalismin varassa. Toinen päällikkö uskoo, etteivät ”tavallisten” ihmisten kirjoittamat uutisjutut

lopulta edes palvelisi muita lukijoita. Hän sanoo lukijakyselyjen osoittaneen, että lukijat haluavat hyvin tehtyjä juttuja. Se ohjaa hänet yhä uskomaan ammattilaisten sisältöön.

Paikallis- ja maakuntalehden välistä toimituksellista yhteistyötä on herätelty myös TS-konsernissa. Kaksi Turun Sanomien aluetoimittajaa työskenteli haastateltaessa samoissa tiloissa konsernin paikallislehden kanssa. Käynnissä oli myös alkuvaiheen kokeilu juttuvaihdosta lehtien välillä, mutta koska se koski vain murto-osaa haastateltavista, ei aluetoimittajia yleisemmin, jätän sen huomioimatta aineistosta. Yleisellä tasolla maakunta- ja paikallislehden välisestä yhteistyöstä tuli kuitenkin esiin kiinnostavia näkökohtia.

Yksi päällikkö toi esiin sen etuja: pyrkimyksenä on karsia päällekkäistä työtä ja kuluja, jolloin esimerkiksi onnettomuuspaikalle ei kannata kiiruhtaa toimittajan kameroineen molemmista lehdistä. Myös juttuaiheita voidaan välittää lehtien välillä. Kaikki yhteistyöstä puhuneet haastateltavat varoittivat kuitenkin myös sen riskeistä: samalla alueella ilmestyvät lehdet eivät saisi yhdenmukaistua, koska silloin ne ”syövät toistensa leipää”, kuten yksi toimittaja toteaa. Jotta paikallisilla tilaajilla riittäisi mielenkiintoa konsernin molempiin lehtiin, niillä pitäisi säilyä oma uutisprofiili ja olla skuppeja ohi toistensa.

”Mä koen, et me tehdään eri asioita. Ja tavallaan niin sen pitää ollakin, koska ideaalitalanteessa se ihminen tilaa kummatkin lehdet ja se haluaa lukee kummatkin.” A

Antoisimmin aineisto avaa ajatusta kaikkien toimittajien siirtämisestä päätoimitukseen.

Luvussa 7.1 tuli esiin, että toimittajat liikkuvat tänään aiempaa sukkelammin keskustoituksesta. Kukaan haastateltavista ei tätä kiistä, mutta valtaosa on silti sitä mieltä, että juttumatkoilla alueella tulisi käytyä nykyistä harvemmin, jos kaikki sitä seuraavat toimittajat olisivat päätoimituksessa. Syitä tähän tuli esiin luvussa 6.2: päätoimituksen toimittajat ovat liikkumisessaan riippuvaisia kuvaajista ja seuranta-alueelle on jo lähtökohtaisesti jonkin verran matkaa, joten keikat vaativat ennalta järjestelyä. Yksi alue-ryhmäläinen sanoo, että jos kaikki aluetoimittajat keskitettäisiin Turkuun, ihmisiä tulisi väistämättä nähtyä vähemmän ja reissuja, joilla kerätään usean jutun ainekset, tehtäisiin enemmän. Vastaajalla kentällä on pessimistinen kuva koko alueen hoitamisesta Turusta:

”Eihän se mikään mahdottomuus ole. Sit se on sitä, että luetaan vähän listoja ja soitellaan infokutsujen perään ja jossakin poiketaankin – ja sit se on suurta paus, kun sinne mennään.” AT

Sama toimittaja toteaa kärjistäen, että tänään tuntuu jo välillä olevan ”vähän häpeällisen iso tapaus”, kun toimittaja Artukaisista ”pääsee oikein liikkeelle”. Vastaajan äänessä on hieman ivaa ja ihmetystä keskustoitituksen työtavoista, mutta samansuuntaisia, joskin astetta lievempiä, näkemyksiä esittää moni muukin haastateltava. Neutraalimmin Turku

alueella liikkumisen lähtöpaikkana todetaan ”hankalaksi”. Ero konkretisoituu sitaatissa alla yhdeltä aluetoimittajalta, joka työskentelee seurantakuntiansa keskellä:

”[E]i mul oo mitään kynnyst, et mä lähden tonne kadul hortoilemaan, höpöttämään ihmisten kans.” AT Ihmisten tapaamisella ja asioiden omin silmin näkemisellä onkin aineiston perusteella yhä merkitystä journalistisessa työssä. Yksi toimittaja toteaa, että kommunikointi toisen ihmisen kanssa on aivan erilaista kasvokkain kuin sähköisten välineiden välityksellä. Hän uskoo esimerkiksi, että toimittajalle on vaikeampi valehdella kasvokkain, ja toisen nähdessään toimittajan lienee myös helpompi selvittää asioita, esittää jatkokysymyksiä. Kollega toteaa, että toimittaja saa haastattelusta irti sata kertaa enemmän, jos hän tapaa haastateltavan – niin tekeillä olevaan juttuun kuin jatkoa ajatellen. Sama aluetoimittaja huomauttaa, että puhelimen päästä toimittaja saattaa tehdä isonkin jutun aiheesta, josta hän paikan päällä käydessään voisi todeta, ettei tässä ehkä olekaan jutun aihetta. Pietilä (2007, 392) kirjoittaa, että puhelimitse ja sähköpostitse haastatteleva toimittaja menettää mahdollisuuttaan kriittisiin havaintoihin. Hän ei saa kosketusta tilanteeseen ja ihmisten välisiin suhteisiin. Pietilä katsoo, että ilman omakohtaista kokemista toimittaja saattaa asettaa uutisen väärään viitekehukseen tai antaa sille epäoikeudenmukaiset raamit.

Etenkin alueryhmäläisten puheessa tulee esiin, että alueen todellisuutta on vaikeampaa tavoittaa etäältä. Yksi heistä toteaa jopa, että hänen suurin pelkonsa ja haasteensa työssä on, että todellisuuskuva seuranta-alueelta pääsisi hämärtymään. Hän pohtii, pääseekö toimittaja ikinä tutuiksi sen alueen kanssa, josta hänen pitäisi kirjoittaa, jos hän seuraa sitä etäältä. Toimittaja sanoo olevansa yleensäkin vähän huolissaan kehityksestä, jossa toimittajat eivät enää niin paljon liiku ”kansan keskellä”, ”siellä arjessa”. Epäilyksensä toimittajien vieraantumisen ja jopa elitistymisen hän kohdistaa lopulta itseensä: aluetoimittajiin, joiden seurannan kohteet ovat lähtökohtaisesti vaikka 50 kilometrin päässä.

”[K]yl mul herää se kysymys, et minkälainen se niiden kuva todellisuudesta on, joka sillä alueella vallitsee, jota niiden tulis *tarkkailla*.” AR

Alueella tärkeät asiat ovat monesti ”sellaista hiljaista tietoa”, josta ei lähetetä tiedotteita, toteaa toinen alueryhmäläinen. Tieto niistä tuskin kiirii heti aluetoimittajalle, jos tällä ei ole kontakteja alueella tai hän ei itse tiedä olla juuri asian päällä. Toimittaja, joka esitti yllä huolensa, pohtiikin, keiden ääni alueelta lopulta pääsee kuuluviin, jos *hän* ei tunne sieltä erilaisia ihmisiä. Nousevatko kunnista esiin vain sellaisten ihmisten asiat, jotka ovat tottuneita toimimaan median kanssa ja ymmärtävät lähettää tiedotteita ja kutsuja? Entä sellaiset ihmisryhmät, jotka eivät osaa, halua tai pysty pitämään itsestään meteliä,

kysyy aluetoimittaja. Häntä vaivaa, millaisen todellisuuskuvan hän kykenee alueeltaan välittämään. Toinen alueryhmäläinen mainitsee, että kunnasta syntyvään kuvaan saattaa vaikuttaa, jos siellä asuu esimerkiksi aktiivinen kulttuuritoimija tai hankevetäjä. Yksi aluetoimittajista kentältä toteaaakin, että hänestä juuri aluetoimittajien työtä on mennä puhumaan (tavallisten) ihmisten kanssa ja hakea näiltä vastauksia – ei puhua ylhäältä alaspäin tai kirjoittaa olettamusten varassa. Aluetoimituksesta käsin se käy helpommin.

Läsnä alueella, vakituisesti sen keskellä, toimittajalla on sarkaansa parempi *tuntuma*. Näin sanoo moni haastateltava, myös kaksi päällikköä. Toinen päälliköistä kiteyttää, että siinähan aluetoimitusten arvo tänään on, että lehdellä on alueella ihmisiä, joilla on ”tatsi” siihen paikalliseen elämään ja jotka osaavat kertoa sieltä monipuolisesti kaikille Turun Sanomien lukijoille. Hän toteaa, että tuntumaa ja vinkkejä alueelta ei voida saada samalla tavalla päätoimituksesta. Päällikkö puhuu norsunluutornista ja sen tuntosarvista alueella. Samaa termistöä käyttää myös yksi alueryhmän toimittaja, joka kokee, että erillisistä aluetoimituksista luovuttaessa menetettäisiin ”kosketuspintaa”.

”[S]en niinku tiedonsaannin ja jutun kirjoittamisen takia ei tarvii olla siel alueella, - - mut se, et meil on ne tuntosarvet siellä alueella, niin sen takia se vaatii, et ollaan siellä.” P

”Jos me vetäydytään - - niin se on vähän niin kuin kiipeäis norsunluutorniin ja sanois, että me nyt täältä vähän katellaan ja soitellaan ja kiikaroidaan, että teillä näyttää nyt tommoselta.” AR

Keskellä uutisoitavaa aluetta toimittaja saa siitä ”väkisinkin” enemmän, sanoo toimittaja yllä. Toinen alueryhmäläinen toteaa kokemuksesta, että paikan päällä ympäristöön saa ihan toisella tavalla kontaktia; Turusta se vaatii paljon enemmän tekemistä. Vastaajasta asemapaikassa, ”osana yhteisöä”, toimittaja kuulee ja aistii aivan eri tavalla, mitkä asiat alueella puhuttavat, mietityttävät ja kuohuttavat. Aluetoimittaja yllä pitää työn kannalta tärkeänä, että toimittaja on ”siellä lähempänä”. Näihin näkemyksiin yhtyvät nähdäkseni kaikki neljä alueryhmäläistä, joista kolme on työskennellyt myös sivutoimituksessa.

”Paljon helpompi mun on [aluetoimituskunnassa] ollut nähdä ne niinku monet kasvot tuol kentällä, kun mä olen itse siellä läsnä.” AR

Asemapaikassa työskentelyllä nähdään merkitystä myös uutishankinnan kannalta. Yksi päällikkö huomauttaa, että toimituksessa kentällä työskentelevä voi saada vinkkejä arki-elämässäänkin: hän saattaa kuulla vaikka kaupassa jutun arvoisen asian alueelta. Päällikkö toteaa, ettei tällaista tapahdu päätoimituksesta käsin, eikä sitä ”mikään netti syrjäytä”. Yksi toimittaja sanoo, että aluetoimituksissa tulee ”aitoja” suhteita, aiheita ja skuppeja. Ihmissuhteiden merkityksen ymmärtää, kun muistaa, miten merkittävä tiedonlähde ne

ovat aluetyössä (ks. luku 6.2). Ääriesimerkkinä yhdellä toimittajalla kentällä on alueen aiheista jopa runsaudenpulaa, sillä hän on saanut niin sanottuja syväkurkkuja. Kollega edellä toteaa, että uutislöydöt saattavat palvella koko maakunnan lukijoita, mutta nousta myös valtakunnan keskusteluun. Tällöin uutisväline on hänestä ”kahta merkittävämpi”.

Alueuutisoinnin laadun kannalta merkitystä on myös seuranta-ajalla. Yksi päällikkö toteaa, että alueen tapahtumista perillä oleva toimittaja tietää, mikä asia siellä on uusi, mikä vanha: mikä on uutinen. Myös kaksi toimittajaa liittyy pysyvien aluetoimitusten arvon uutisoinnin laatuun eli siihen, että toimittaja osaa kontekstoida asiat alueelliseen yhteyteen. Tämä tarkoittaa yhtäältä sen hahmottamista, miten merkittävä asia alueella on, ja toisaalta, mihin se siellä liittyy. Toinen heistä vertaa alueella pysyvää toimittajaa paikalle Turusta vinkin perässä saapuvaan toimittajaan. Hänestä jälkimmäiseltä puuttuu kyky kontekstoida aihe eli tuoda esiin asian ”merkittävyys”. Hänestä laatu nousee alue-osaamisesta, jonka pohjalta toimittaja voi analysoida tapahtumia ja arvottaa niitä niin, että ymmärtää, mitä kunnista kannattaa kertoa ulospäin. Toisen aluetoimittajan mielestä teksteistä paistaa läpi, jos kirjoittaja ei ole sisäistänyt asiaa, jos hän ei ”ole siinä sisällä”.

”[L]aadukkaan sisällön tuottamises on ihan ensiarvoista, et - - sä todella tunnet ja tiedät, mitä siellä tapahtuu, ja sul on niihin asioihin perspektiivi ja perstuntuma.” A

Pysyvän aluetoiminnan merkitys näyttää siis olevan pitkälti aluetuntemuksessa. Kuten lehdissä 1800-luvun lopulla yleistyneet vakituiset kirjeenvaihtajat, kuntiin perehtyneet toimittajat kykenevät satunnaisia kävijöitä tai ”maaseutukirjeiden” lähettäjiä paremmin erottamaan olennaisen epäolennaisesta (Keränen 1984, 142). Aineistosta käy ilmi, että aluetoimittajien itsenäiseen harkintaan luotetaan arjen uutistyössä, heidän perusteltuja näkemyksiään kuunnellaan ja valintoja harvemmin kyseenalaistetaan (ks. myös luku 3). Joskus aluetoimittajat saattavat myös toppuutella päällikön alueelle ehdottamaa aihetta, kun katsovat, ettei se ole siellä niin merkittävä, ja toisinaan he taas ”promoavat” jonkin paikallisuutisen puolesta, kun näkevät sen alueella tärkeäksi. Jatkuva ja etenkin kohteita lähempänä oleva seuranta tuo aluetoimittajilla nähdäkseen asiantuntemusta, jonka myötä heillä on eräänlainen asiantuntijarooli lehdessä. Tästä syystä vakituista aluetoimintaa on vaikeaa korvata, ilman että uutisoinnin taso alueelta laskisi. Aineistosta voi peilata, että parhaimmillaan maakuntalehden aluetoimittaja voi olla kuin Vehkoon (2011, 214, 217) hahmottelema erikoistoimittaja, joka kykenee tarkastelemaan alueelta tarjottua tietoa kriittisesti ja tuomaan siihen lisää ymmärrystä. Vehkoosta tämä on ero yleistoimittajiin.

Läheisyyteen, yhteen (aihe)alueeseen keskittymiseen ja henkilösuhteisiin liittyy tietysti myös journalistisia riskejä. Kuten Juntunen (2011) toteaa, toimittajan ja tämän lähteiden välinen suhdedynamiikka on jatkuvaa tasapainoilua etäisyyden ja läheisyyden välillä. Tämä korostuu juuri aluetoimittajien kaltaisten erikoistuneiden toimittajien työssä, jossa kontaktiverkostolla on merkitystä oman asiantuntemuksen, aiheiden saannin ja kiireisen uutistyon kannalta (ks. luku 6.3). Riskinä on Juntusen mukaan, että toimittaja samaistuu liikaa kohteeseensa, alkaa tuntea lojaaliutta viiteryhmäänsä kohtaan ja muuttuu jopa sen ”äänitorveksi”. (emt., 34–37.) Toisaalta aluetoimittajien arviointikykyä voisi nähdä hämärtävän sekin, että he seuraavat pitkään jotain aluetta, saati ovat sen keskellä. Miten säilyy tuntuma muualla merkittävään? Yksi toimittaja toteaa, että aluetoimittajilla on varmaan taipumusta ”rakastua” alueeseensa, jolloin sen asiat alkavat näyttää ”maailman tärkeimmiltä”. Hetkeä myöhemmin hän kuitenkin toteaa, että kyseessä on enemmän klisee kuin vallitseva tilanne uutisarjessa. Läheisyyden haasteet ovat työssä silti läsnä...

Aineistosta käy ilmi, että aluetoimittajiin kohdistuu vaikutusyrityksiä. Yhden mukaan siihen törmää ”yllättävän paljon”, että haluttaisiin sanella, mistä näkökulmasta ja ketä kuullen uutinen tehdään. Useampi toimittaja puhuu juttuvinkkejä tarjoavien ihmisten agendasta ja halusta hyötyä julkisuudesta. Yksi heistä sanoo jopa, että hän on saanut tehdä useita kertoja selväksi, että hän ei ole kuten paikallinen lehti, jolle on tärkeää olla suututtamatta esimerkiksi kuntien päättäjiä ja yrityksiä. Moni haastateltava huomauttaa, että vinkkien todenperäisyyden voi selvittää vain kysymällä asiasta monelta taholta ja selvittämällä ihmisten taustoja. Tässä pitkään asemapaikassa olleet toimittajat näyttävät olevan alueryhmäläisiä paremmassa asemassa: he ovat oppineet tuntemaan paikallisia toimijoita, ja alueella on tietysti ”helpompi nähdä monet kasvot”. Yksi kokeneista aluetoimittajista sanoo, että uutisvinkkien kohdalla on oppinut vähän ”painamaan jarrua”, kun on oppinut tuntemaan paikallisia yhteyksiä ja osaa ”laskea yks ynnä yks”.

Kontaktien merkitys aluetyössä kiteytyy näkemyksiin ”hyvistä ja pahoista toimittajista”. Yksi alueryhmäläinen tuo esiin ”kirjoittamattoman” hyvä poliisi–paha poliisi -ajattelun, joka on kai jossain määrin tuttu toimituksessa. Kyse on siitä, kuka tekee alueelta jutun, joka käsittelee kriittisesti aluetoimittajan kontaktihenkilöä. Tekeekö sen joku muu, jotta aluetoimittaja ei polttaisi siltojaan? Alueryhmäläisen mielestä näin voi toimia, mutta yksi päällikkö, joka myös puhuu asiasta, vierastaa ajatusta. Päällikkö katsoo, ettei aluetoimittaja voi olla ”hampaaton” aluettaan kohtaan. Alueryhmäläinen huomauttaa, ettei

lukijalle ole merkitystä, kuka jutun kirjoittaa. Hän vakuuttaa, ettei uutinen jää tekemättä tai ole ”hampaaton”, jos hän ei sitä tee. Saman työn hän tekisi jonkun toisen tontilta.

”Mä jotenkin niinku uskon tällaiseen - -, et mun ei tarvii purra sitä kättä, joka ruokkii minua. Sen puremisen voi silloin tehdä joku muu.” AR

Painokkaasti aluetoimittajan sanotaan kuitenkin olevan alueellaan ”neutraali tarkkailija” tai ”objektiivisuuteen *pyrkivä* raportoija”. Tehtävänä on tuoda aluetta esiin kaikin tavoin – olla sen ”äänitorvi hyvässä ja pahassa”. Halusin kysyä toimittajien roolista alueella, koska tunsin edellä esiin tulleen kliseen. Moni haastateltava muistuttaa kuitenkin, ettei negatiivisuus ole arvo sinänsä, vaan uutinen voi kertoa myös hyvästä. Kaksi toimittajaa sanoo saattavansa joskus ”harkiten” nostaa alueelta esiin positiivisen asian, kuten uskoa luovan yrittäjän lamassa. Työn perusteisiin aluevastuu ei heidän kollegastaan vaikuta:

”En mä muutu erilaiseks toimittajaks siin vaihees, kun mä vaihdan esimerkiks - - kotimaantoimituksesta aluetoimittajaks. Sama journalistinen harkinta ja järjenkäyttö siihen liittyy.” A

Kuuluuko aluetoimittajan sitten asua seuranta-alueellaan? Kysymys on olennainen niin tuntuman kuin lähellä olon riskien kannalta. Turun Sanomissa on ollut käytäntönä, että ”varsinaiset” aluetoimittajat asuvat vastuualueellaan, joskaan eivät välttämättä toimituskunnassa. Nyt tästä on tosin hieman lipsuttu. Edut ovat silti selvät: toimittaja on alati näkemässä ja kuulemassa alueen asioita, tekemisissä paikallisten kanssa. Toisaalta, tästä syystä toimittajalle voi olla myös helpotus, jos hän työpäivän päätteeksi jättää ainakin toimituskunnan: jos toimittaja on tunnettu kasvo kunnassa ja nostaa sieltä esiin tunteita herättäviä aiheita, ei palautteelta voi välttyä ja työroolia riisua myöskään vapaa-ajalla. Jos siviilielämä sijoittuu muualle, voi olla ammatillisesti helpompaa säilyttää neutraali ote. Haastateltavien kokemukset ovat toki yksilöllisiä. Todellisuuden tavoittamiseksi toimittajat tuntuvat kuitenkin haluavan olla *työaikana* mahdollisimman paljon alueella.

Hyötyjen lisäksi ongelmia voi nähdä myös pitkässä seuranta-ajassa. Yksi päälliköistä huomauttaa, että hyvin pitkä pesti alueella voi johtaa, paitsi ”vankaan paikalliseen asiantuntemukseen”, myös alueeseen ”leipääntymiseen”. Päällikkö on huomannut, että uusi ihminen alueella voi piristää juttutuotantoa. Hänestä aluetoiminnassa pitäisikin jo jättää ”elinikäiset jutut” ja vaihtaa toimittajaa asemapaikassa muutaman vuoden välein – aivan kuten ulkomaankirjeenvaihtajia. Toinen päällikkö ei kannata näin lyhyisiin aluepesteihin siirtymistä, vaan puoltaa enemmän ”kierrätystä”. Hänestä riittävästi vaihtelua tulee, jos pitkäaikainen toimittaja alueelta käy välillä työskentelemässä jonkin jakson Turussa. Tällöin joku halukas kotitoimituksesta voi lähteä tilalle aluekomennukselle.

Aivan lyhyillä pesteillä vakituista alueseurantaa ei voida korvata, jos aluetoimittajien halutaan säilyvän ”tuntosarvina”. Etenkin kuntiaan vähemmän aikaa seuranneiden alueryhmäläisten puheesta ilmenee, että voi mennä pari vuottakin, että uusi toimittaja pystyy tekemään alueelta kunnolla ”muutakin kuin perustiedonhankintaa”. Jos aluetoimittaja ei tunne kuntia ennalta, ne ovat kohteina alkuun ”harmaita” ja ”vieraita”; kaksi toimittajaa sanoo, että niitä tuntee kuin lehden lukija. Alueen ”nyanssit”, kuntien erikoispiirteet, paikallis päättäjien ”menteliteetti” ja kunkin kunnan ”oma tyyli” hoitaa asioita avautuvat ajan kanssa. Seudulla meneillään oleviin asioihin pääsee kiinni seuraamalla ja etenkin kontakteja saamalla. Kaksi alueryhmäläistä toteaa, että tehtävässä on tärkeää olla vähän kauemmin, jotta ihmiset kunnissa alkavat hahmottaa, kehen lehdessä voi ottaa yhteyttä.

”[T]äysin pystymättästä revitty, ihan ventovieras ihminen niille. - - [T]odella vaikee kuvitella, että kukaan ainakaan vuoteen - -, jos kahteenkaan, niin soittaa[.]” AR

Pysyvää aluetoimintaa on vaikeaa korvata. Loppukaneettina aineistosta tulee kuitenkin nostaa, että verkostosta voitaisiin ehkä saada enemmänkin irti. Yksi päällikkö korostaa, miten tärkeää on nähdä ”yhteinen etu”. Hän pohtii sitä, miten itsenäistä tai keskukselta ohjattua aluetyön tulisi olla. Edellä on tullut esiin paljon hyvää, mitä aluetoimittajien itsenäisyys – ja jopa irrallisuus – muusta toimituksesta voi tuoda nykyiseen. *Liika* etäisyys ei nähdäkseni silti ole etu. Luvussa 6.4 ilmeni, että alueväki pohtii usein lehden kokonaisuuteen sopivaa alueuutisointia. Myös se käy aineistosta ilmi, että etäisyys kotija muiden toimitusten välillä saattaa aiheuttaa, paitsi epätietoisuutta, myös epäluuloja. Päällikkö edellä korostaa keskusteluyhteyttä ja pitää tärkeänä ”sparrausta” keskukselta. Hänestä ”viisaus” jutuntekoon alueella ei tule Turusta, mutta yhteisen edun näkemisen merkitys on vain korostunut: vähemmällä väellä valintoja on osattava tehdä enemmän.

Yksi toimittaja tuo esiin keinoja nykyisen alueverkoston työn kehittämiseen. Hän peilaa mielestäni osuvasti aineistoa pysyvän seurannan annista. Myös hän korostaa yhteydenpitoa. Toimittaja säilyttäisi aluetyössä saman vastuun ja vapauden kuin nyt, mutta hioisi alueyksikön toimintaa niin, että itsenäisen työn vastineena todella syntyisi toivotunlaisia juttuja. Hän korostaisi aluepäällikön roolia, jotta alue- ja muun toimituksen välillä olisi selvästi yksi ”palettia” kokoava taho. Aluetoimittajat pitäisivät häneen tiiviisti yhteyttä, ja hän olisi jutunteossa linkki muualle toimitukseen. Kun yhdelle ihmisellä olisi kootusti langat käsissään alueelta, voisivat toimittajat alueella keskittyä parhain eväin työhönsä.

”Elikkä tiettyy suunnitelmallisuutta. Ei liian sitovaa, ei mitään semmost uutistoimituksen tyyppistä. Vaan et luotetaan niihin alueen toimittajiin.” A

8 YHTEENVETO: TUTKIMUKSESTA TULEVAAN

Tässä tutkimuksessa tarkoituksena oli selvittää aluetoimittajan työtä ja merkitystä nykypäivän maakuntalehdessä. Tutkimuskohteena Turun Sanomat pääsin tarkastelemaan kahta tapaa seurata vakituisesti ulompaa levikkialuetta: pää- ja sivutoimituksesta käsin. Aluetoimittajien työtapojen sekä haastateltavien näkemysten ja havaintojen pohjalta olen avannut, mitä merkitystä pysyvällä aluetoiminnalla vielä 2010-luvun alkupuolella voi nähdä maakuntalehdessä, media-alan menneet ja nykyiset muutostuulet huomioiden.

Tutkimuksesta voi tiivistää, että maakuntalehden aluetoimittajat ovat tänään monessa enemmän, kuten kai kaikki toimittajat olivat ennen. Työn alussa (Johdanto ja luku 2.3) esiin tuomani olettamus tästä piti siis aineiston perusteella paikkansa. Aluetyössä olennaisessa osassa on edelleen työtapoja, jotka ennen olivat itsestäänselvyys ja jopa välttämättömyys lehtijournalismissa. Enää näin ei ole, kun tietoa ja muuta materiaalia virtaa toimitukseen kaukaakin verkkoa ja puhelinlankoja pitkin – ja ”langattomastikin”.

Eräs Nikusen (2011, 48) haastattelema toimittaja kuvaa tahtomattaan osuvasti aluetyötä – sellaisena kuin se aineistosta hahmottui. Uransa alkuvaiheilla oleva toimittaja toteaa kannattavansa ”vanhanaikaista journalismia”, jossa toimittajat ovat asiantuntijoita ja ”sieltä tulee niitä uutisia”. Vastakohtana hän näkee toimittajat, jotka nyt ovat luopuneet omasta uutishankinnasta, koska ”siihen ei ole mahdollisuutta”, vaan tulevat töihin ja toteuttavat annettuja aiheita. Näitä aiheita kehittelevät uutispöydässä päälliköt, joilla ei ole aikaa kunnolla syventyä mihinkään, saati lähteä tapaamaan ihmisiä ja verkostoitua.

Mediatyön ja -tekniikan alati muuttuessa aluetoimittajan työ onkin helppo nähdä nimenomaan vanhanajan journalismina. Alan kirjallisuudessa nousee kuitenkin esille, että itse asiassa tällaiset perinteisemmät työtavat voivatkin olla jotain, jota toimittajalta juuri saatetaan toivoa tässä media-ajassa. Kun teknologia on mahdollistanut työn tekemisen toimituksessa ”etänä”, lähemmäs meneminen voikin olla jopa hyvällä tavalla erilaista.

Jaana Hujanen (2009) kirjoittaa *uudenlaisesta ihmisläheisyydestä*, jonka hän havaitsi ”loistavan kuin taikalamppu” alueellisten valtaalehtien toimituksissa 2000-luvun alussa. Sanomalehti nähtiin tarpeen uudistaa lukijaa läheisemmäksi, sen sijaan, että se on arjelle

etäinen, virallinen ja asiantuntijakeskeinen. Taustalla painoi kannattavuuden vaatimus. Hujanen toteaa haastatteluistaan, että uusi ihmisläheisyys nousee yhtäältä kaupallisista, toisaalta yhteiskunnallisista lähtökohdista. Molemmissa lehdentekoa ohjaavat kansalaisnäkökulma, jalkautuminen ja paikallistaminen. Näistä *yhteiskunnallisen journalismin projekti* kuvaa mielestäni paremmin Turun Sanomien haastateltavien näkemyksiä, mutta myös markkinaehtoisesti ”toivottavat” työtavat kuvaavat hämmästyttävän osuvasti alue-toimittajien työtä – tai vähintään sitä, mitä aluetyön mahdollisuuksina nähtiin. Hujanen haastateltavista toimittajan on laitettava itsensä likoon. (emt., 112–113, 116, 119, 123.)

”Markkinalähtöisen journalismin projektissa pyritään irrottautumaan modernin ja poliittisen lehdistön työkäytännöistä sekä etsimään ennakkoluulottomasti uusia tapoja toimia. Haastateltavia lainaten on astuttava ulos työpaikalta, mentävä paikan päälle ja kierrettävä kylillä. Haastateltavat painottivat, että toimittajien täytyy tavata ihmiset ”face-to-face” ja tavoitettava heidän ainutlaatuiset kokemuksensa. Hyvän toimittajan on oltava valpas, ahkera ja innostunut, ja hänellä on oltava hyvät suhteet ja vinkkaaja-verkostot. Toimittajan tulee kulkea silmät ja korvat auki ihmisten mukana työajan ulkopuolellakin. Tärkeää on myös tarinan kertomisen taito – on löydettävä mehukkaita yksityiskohtia ja muututtava uutiskirjoittajasta luovaksi reportaasi- ja kolumnikirjoittajaksi.” (Hujanen, J. 2009, 119)

Pietilä (2007, 230–231) kertoo mobiilijournalistien ammattikunnasta, joka on syntynyt Yhdysvalloissa pyrkimyksestä päästä asiakasta lähelle. Nämä ”mojokset” kiertävät koko ajan kentällä kuvailemassa tapahtumia ja haastattelemassa ihmisiä. Toimitukseen he raportoivat langattomilla päätelaitteilla. Pietilä toteaa, että nämä mobiilijournalistit ovat palauttaneet toimittajien omat silminnäkiäkertomukset ja omiin havaintoihin pohjaavat käsittelytavat. Heitä on jo Ruotsin lehdissä, ja Pietilä aavistelee rantautumista Suomeen. Myös Vehkoo (2011, 220) raottaa Amerikan uutuuksia muutamasta sikäläisestä lehdestä ja uutisblogista. Hän kertoo, että etenkin pienet paikallismediat ovat ”uskaltaneet” avata toimituksensa ihan konkreettisesti lukijoille: toimittajat ovat siirtäneet työnsä kahvilaan. Tarkoituksena on Vehkoon mukaan tavata kansalaisia ja kuulla näiden juttuvinkkejä.

Keskipohtajanmaa-lehden aluetoimittaja Antti Savela toteaa työkuvaussessaan Suomen Lehdissä (5/2011, 10) osuvasti, että aluetoimittajilla ”asiakaspinnan kohtaaminen” alkoi silloin, kun ensimmäiset aluetoimitukset perustettiin. Häntä tuntuu huvittavan, kun ”sosiaalisen median gurut” nyt muistuttavat, kuinka tärkeää yrityksen on kommunikoida asiakkaiden kanssa, jotta näille voitaisiin kehittää tuotteita ja palveluja parhaalla tavalla. Aluetoimitukseen kun voi Savelankin mukaan piipahtaa ihmisiä, ja puhelimet pirisevät. Aineistoni mukaan suhde tuttuun toimittajaan kentällä voi parhaimmillaan olla välitön.

Mitä merkitystä ulommalla levikkialueella liikkuvilla ja siellä pysyvästi olevilla alue-toimittajilla sitten on maakuntalehdessä? Tylysti yksinkertaistaen voisi sanoa, että ei

paljoakaan, jos lehden linjana ei jatkossa ole uutisoida asioita *seuraten* laajalta alueelta. Ydinalueen hyvin hoitamiseen aluetoimintaa ei tietysti tarvita. Toki silloin voisi toivoa, että ydinalueellakin työskentelee toimittajia, joilla on aluetyössä havaittavia piirteitä: aineistossa nousi vahvasti esiin, mitä merkitystä sekä lehdelle että sen tekijöille voi olla kentällä liikkumisella, paikalle menemisellä ja pitkäaikaisella seuraamisella (ks. myöh.). Tutkimukseni perusteella aluetoimitukset ja -toimittajat pitävät tänään yllä maakuntalehden uskottavuutta toimia laajan alueen mediana. Pysyvän aluetoiminnan arvo lehden kokonaisuudessa on pitkälti juuri hyvässä ja levikkialueen erikoispiirteitä tavoittavassa uutis- ja muussa kerronnassa. Siksi sillä nähdään olevan myös taloudellista arvoa, *jos* ihmisten uskotaan tilaavan maakuntalehteä nimenomaan ydinaluetta laajemman näkökulman takia. Moni haastateltava uskoi, että ainakin osa ulkoalueen tilaajista saattaisi luopua valtalehdestä, jos oma seutu ei enää mitenkään uskottavasti näkyisi sen sivuilla.

Kysymys aluetoiminnan merkityksestä maakuntalehdessä onkin *strateginen valinta*. Sen arvo määrittyy suhteessa siihen, millaista lehteä halutaan tehdä. Kuten yksi päällikkö toi esiin haastattelussa (ks. luku 6.4), kyse on lehden *paikallisesta*: mikä on se alue, jonka asioita toimitus yhä seuraa ja niistä uutiskynnyksensä mukaan raportoi? Jos maakuntalehti määrittelee paikallisuutensa laveasti, kuten päällikkö ehdotti, pysyvä aluetoiminta on nähdäkseni edelleen paras tapa yltää tasokkaaseen seurantaan. Tutkimukseni mukaan etenkin uutisointia ulkoalueelta on vaikeaa, ellei mahdotonta, järjestää esimerkiksi free-toimittajilla. Kuitenkin myös päätoimituksesta käsin vastuualueeseen on hankalampaa saada *tuntumaa* kuin asemapaikasta: etäisyys vaikeuttaa aina todellisuuskuvan saamista.

Kuten luvuissa 2–4 kävi ilmi, toimituksen verkko alueella on kuitenkin aina heijastellut lehden kulloisiakin tarpeita. Sen laajentaminen vastasi haluun kasvattaa lukijakuntaa ja samalla uutisoitavaa aluetta. Enää pysyviä sivupisteitä ei kuitenkaan tarvita siihen, että lehteen yleensä saadaan juttuja etäältä. Liioin lukijoita ei enää pyritä aiempaan tapaan ”voittamaan” muiden alueellisten lehtien tontilta, ja myös tilaajakunnan hajautuminen hyvin laajalle ”omalla” alueella on todettu problemaattiseksi. Yksi päälliköistä toi esiin haastattelussa, että tänään yksi ”kompastuskivi” maakuntalehden maineen vaalimisessa on jakelu; se on paperilehden ongelma. Päällikkö epäili, että moni lukija etäällä ei jatka tilaustaan, jos lehti alkaa tulla vasta päiväpostissa, ja hän epärooi, onko asia ratkaistavissa esimerkiksi lukulaitteilla (varhaisjakelun ongelmista esim. Hujanen, E. 2007, 125–128). Totuus on, että tänään valtalehden lukijat – eli ilmoittajienkin toivomat kuluttajat – ovat maaltamuutonkin myötä keskittyneet maakunnassa. Lehdet ovat hakeneet toiminnalleen

”optimaalista” aluetta (emt., 35–36), ja tuskin ne nytkään, kun ”pakkastuulet” yhden toimittajan sanoin jälleen puhaltavat, pohtivat aiempaa keveämmin aluepainotuksiaan.

Pyrkiikö maakuntalehti yhä pitämään kiinni myös tilaajistaan etäällä? Miten laaja on se alue, jota käsittelevistä jutuista lehti uskoo lukijoiden keskittyneen enemmistön olevan kiinnostunut? Jos juttuja jatkossakin tehdään ulompaa alueelta, pyritäänkö uutisoinnissa tasapainoisuuteen, laatuun? Mitkä ovat ne eväät, joilla alueen valta lehti päättää yrittää säilyttää paikkansa ihmisten ”medialokerosta”, josta yksi päällikkö puhui? Alueellisuus on aina ollut maakuntalehden taloudellinen valtti, kuten luvussa 2 kävi ilmi, mutta tämä tieto ei vielä kerro, kuinka *laajalla* alueella toimiminen lehdelle tänään on kannattavaa – ja millä tavoilla. Tutkimus aluetoiminnan merkityksestä nosti esiin kysymyksiä, joihin se ei vastannut. Vastaukset olisivat kuitenkin ratkaisevia siinä, onko vakituisella alue-toiminnalla roolia maakuntalehden jatkossa. Lehtitalojen on todettu palaavan juurilleen, kun ne tulovirtojensa muututtua ovat aiempaa riippuvaisempia tilaajistaan, ja koettavat, poliittisen lehdistöajan tavoin, jälleen todella tavoittaa ”omia” lukijoitaan. Kilpailussa ihmisten huomiosta ne kuuntelevat, mitä lukijat lehdeltä haluavat, jotta voisivat säilyttää sijansa näiden arjessa. (Hujanen, E. 2007, 242; Jyrkiäinen 2012, 71; Pietilä 2007, 231; Tommila & Salokangas 1998, 319–320.) Onko laajempi alueellisuus tässä vielä valtti?

Turun Sanomia tehdään päälliköiden mukaan Lounais- tai Varsinais-Suomessa asuville ihmisille. Millaisella aluetarjonnalla heitä parhaiten palvellaan, tuntui kuitenkin olevan hieman epäselvää, kuten luvussa 6.4 kävi ilmi: aluetoimittajat pohtivat, mitkä seuranta-kuntien aiheet ja kuinka toteutettuina kiinnostavat lukijoiden enemmistöä. Linjanvetoa moni kaipasi etenkin edellisvuosien saneerausten jäljiltä, joiden myötä ”koko toimitus-apparaatti oli vähän sekamelskassa”. Haastatteluissa nousi esiin huoli ja myös oletuksia alueverkoston supistamisesta, ja muutama varoitti lyhytnäköisistä päätöksistä säästöinä. Ennen muuta peräänkuulutettiin kuitenkin keskustelua siitä, kuinka juttuja alueelta ja lehteä yleensäkin halutaan tehdä. Yksi toimittaja totesi, että nyt jos koskaan tekemisen tapojen pohdinta on ajankohtaista alueellakin, kun levikkikehitys, median murros ja yhä vaativammat lukijat ovat haastaneet koko journalistisen työn kentän. Toinen toimittaja toivoi johdon linjausten ohella sekä koko taloon että osastoille lisää *visiokeskustelua*: mitä me olemme yhdessä tekemässä, mitä haluamme olla, mitä haluamme saavuttaa?

Merja Helle (2009, 91) toteaa journalismin vallitsevasta murroksesta, että työyhteisössä elävät nyt rinnan vanhat ja uudet journalismin ihanteet ja normit sekä työnteon tavat. Ne

voivat Helteestä olla keskenään ristiriitaisia ja tuottaa eri näkökulmia muutokseen ja sen toivottuun suuntaan. Perinteiset sanomalehdet sopeuttavat jälleen kerran sisältöään ja muotoaan alan ja ympäristön muutoksiin (Franklin 2009, 2), ja tähän liittyen Pietilä (2007, 290) tiivistää, kuinka omaa toimintaa kriittisesti tarkastellaan: lehdissä mietitään, mitä tehdään enemmän kuin ennen, mitä tehdään vähemmän kuin ennen, mitä uutta on tehtävä ja mistä vanhasta voidaan luopua. Etenkin aluetoimitukset ovat eittämättä kallis sijoitus. Aineiston mukaan pysyvään sijoittaminen on alueuutisissa kuitenkin laadun tae.

”Mun mielestä maakuntalehti ei ole maakuntalehti, jos sillä ei ole sakaroita tuolla maakunnassa.” A
 ”Et sit se muuttuu. Tää on siinä sit semmonen valinta, mikä tehdään, tietoisesti tai tiedostamattomasti.” A
 Päätyvätpä maakuntalehdet valitsemaan minkä alueellisen strategian tahansa, tutkimus herätti huomaamaan, kuinka suuri arvo pysyvällä maakunnallisella aluetoiminnalla voi olla laajemmin suomalaisessa mediassa. Taustaselvitykseni kotimaisista valtamedioista (luku 3.3) kun osoitti, että paitsi maakuntien valtalehdet, myös maan suurimmat mediatilat ovat olennaisesti karsineet edustustaan ilmestymiskaupungin ulkopuolella. Tänäpä uutiskuvaa Suomesta luodaan entistä painotetummin Helsingistä käsin. Viime vuosien väenvähenysten jälkeen toimittaja kasvukeskuksen ulkopuolella tapaa yhä harvemmin kollegan toisesta mediasta kentällä. Ylellä on valtakunnan viestimistä selvästi kattavin verkosto ”maakunnissa”, mutta ainakaan Turun Sanomien alueella sen aluetoimitusten seuranta ei yllä haastattelujen perusteella maakuntalehden tasolle. Valtalehden asema alueensa johtavana uutismedianana voikin nähdäkseni olla vain vahvistunut. Samalla korostuu sen toiminnan ja verkoston merkitys siinä, mitä asioita alueelta nousee esiin.

Vahti haukkuu harvakseltaan, toteaa Ylen uutispäällikkö Jarno Liski kolumninsa otsikossa Journalisti-lehdessä (11/2013, 22). Hän kiinnittää huomiota siihen, että kun paikallis- ja aluelehdistäkin nyt on vähennetty väkeä, on median perinteisessä roolissaan vallan vahtikoirana vaikeampaa olla kunnissa valppaana. Liski huomauttaa, että toisin kuin valtionhallinnosta, kuntasektorilta tietoa ei ole keskitetysti saatavilla – vaikka siellä tehdään kansalaisten hyvinvointiin selvimmin vaikuttavia päätöksiä. Liski provosoikin, että lehdistö alkaa pystyä vain vahingossa paljastamaan paikallisesti valonarkoja asioita. Parempana hän ei tosin näe tilannetta Ylen aluetoimituksissakaan. Kaupallisen median ahdinko alan murroksessa ja talouden alhossa on kirvoittanut hiljattain muitakin huolenilmauksia mediatalojen toimintakyvystä laajassa maassa. Suomen Kuvalehti otsikoi jo peräti pääkirjoituksensa: *Sananvapaus on jo vaarassa* (18/2013, 4). Myös pääministeri

Jyrki Katainen (kok) on ilmaissut huolensa median moniäänisyyden vähenemisestä. Eri mielipiteiden esiin pääseminen on hänestä tärkeää sivistysvaltiossa. (HS 28.10.2013.)

Hujanen (2000, 255) muistuttaa, ettei journalismin merkitys yhteiskunnassa ole ”vain” uutisten välittämisessä. Aineistooni hyvin osuvasti hän tuo esiin, että maakunnallisella journalismilla on merkitystä myös ihmisten arjen ja yhteiskunnallisten kysymysten esiin tuojana – myös ”hiljaisilta alueilta”, jotka saattavat sulkeutua kehittyvien kaupunkien ja niitä hallitsevien eliittien verkostojen ulkopuolelle. Hujanen näkee, että alueelta lehden teksteissä rakentuvalla kuvalla voi olla vaikutusta myös ihmisten identiteettiin ja jopa yhteiskunnalliseen toimintakykyyn. Haastatteluissani Turun Sanomissa nousi esiin alue-toiminnan arvo siinä, että lehdessä näkyisi elämää kasvavien keskusten ulkopuoleltakin, ”maaseutukulttuuria” kaupunkikulttuurin rinnalla. Juttuja keskuskaupungista katsottuna ”periferiasta” (Tommila 1979, 3) pidettiin lopulta tärkeinä kaikkien lukijoiden kannalta: niiden toivottiin lisäävän tietoa ja ymmärrystä erilaisista elämisen ja olemisen tavoista.

Aluetoimittajat edustavat nyt vähenevää erikoistoimittajuutta. He ovat yleistoimittajia, mutta valtamediassa jopa kunta-alueensa parhaita asiantuntijoita. Pitkän seuranta-ajan myötä heillä on ”hiljaista tietoa” eli kontakteja ja taustojen tuntemusta, jota on viime vuosina karissut pienentyneistä, nuorentuneista toimituksista. Yhä hyvin autonomisina, aiheita itse etsivinä ja ideoivina toimittajina heidän on mahdollista nostaa esiin aiheita myös tiedotteiden ja median valtavirran ulkopuolelta. (vrt. Nikunen 2011, 36, 47–50, 52–54.) Aineistosta kävi ilmi, kuinka lukuisista lähteistä toimittaja voi hakea ja saada tietoa, jos hänellä on aikaa perehtyä ja luoda suhteita. Nykyistä *mediasisältöä* ajatellen aluetoimittajien ammattitaidoista korostuukin mielestäni perinteinen asiaosaaminen eli ajan kanssa karttuva tieto; ei vain nopeus ja kyky omaksua uutta (emt., 39–42). Tältä osin heidän merkityksensä saattoi lukea jo Ilari Tapion (1996) vitsikkäästä artikkelista: Oman alueensa asiantuntijana pätevä aluetoimittaja vastaa ”viittä virkamiestoimittajaa keskustoitituksen maisemakonttorissa”. Paitsi että hän tuntee lukuisia ihmisiä kunnista, hän on alueelta myös yhteyshenkilö lehteen päin. Ja ”seudullisella uutisilmaston tajulla” hän, ”provinssijournalisti”, osaa antaa uutiselle nopeastikin asiaankuuluvat mittasuhteet.

Tämän pohjalta voi tietysti kysyä, voisiko aluejutuilla ansaita verkossa. Vehkoo (2011, 15, 39–41) kun ainakin katsoo, että verkossa rahaksi voi muuttua vain sellainen sisältö, jota ei ole kellään muulla, koska perusuutisia saa maksutta monesta paikasta. Paikalliset aiheet ovat hänestä kuitenkin edelleen pitkälti alueellisten medioiden varantoa. Turun

Sanomien esimerkistä on tietysti nähtävissä, etteivät aluetoimittajat ehdi olla koko ajan päivittämässä nettiä, jos heidän työpäivänsä suurella alueella täyttyvät jo printtilehden jutuista. Mutta voisiko heille tyypillisellä, paikallisia aiheita taustoittavalla kerronnalla, olla kysyntää verkossa? Pietilä (2007, 255, 261) näkee, että median *brändistä* syntyvän mielikuvan pitäisi olla yhtenevä kaikissa kanavissa, jotta kuluttaja voisi sitoutua siihen.

Ennen kaikkea aineistossa nousi esiin lähemmäs menemisen merkitys. Hujanen (2000, 245–255) toteaa tutkimuksestaan, että levikkialue määrittyy maakuntalehden teksteissä usein hallinnollisena ja poliittisena: se hahmottuu esimerkiksi kuntien, komiteoiden ja yritysten näkökulmasta. Hän pohtii, tavoittaako journalismi tällöin sen, miten lukijat, eli etupäässä ”tavalliset” ihmiset, alueen kokevat ja sitä arjessaan elävät: vastaako lehden ’maakunta’ lukijoiden elämismaailman aluetta? Kysymys on mielestäni olennainen sitä tässä tutkimuksessa tarkasteltua kehitystä vasten, että toimittajat työskentelevät aiempaa enemmän työpisteeltään käsin. Aineistossa aluetyöstä ilmeni, että ”etänä” toimituksesta toimittajan on vaikeampaa saada alueeseen tuntumaa; paikan päällä hän ”aistisi” aivan eri tavalla, mitkä asiat ihmisiä puhuttavat ja miten he reagoivat. Toimituksessa viihtyvä toimittaja on nähdäkseni enemmän ulkopuolisten juttuvinkkien ja kommenttien varassa. Jos niitä eivät tarjoa lukijat alueelta tai toimittajalla ei ole ruohonjuuritasolla kontakteja, on työ minusta väistämättä enemmän esimerkiksi tiedotteiden ja virkamiesten varassa. Hujanen (emt., 255) toteaa, että jotta journalismi tavoittaisi, kuinka ihmiset tunnistavat ja elävät aluetta todeksi eri elämänvaiheissaan, se tarvitsee ”herkät arjen tuntosarvet”.

Yksi tutkimus tavoista toimia alueella

Tämä pro gradu -tutkielma avasi ikkunan aluetoimintaan yhdessä maakuntalehdessä. Olen pyrkinyt tuomaan havaintoja Turun Sanomista yleisemmälle, käsitteiden tasolle, jotta tuloksia olisi mahdollista tarkastella myös tämän tapaustutkimuksen ulkopuolella (vrt. Eskola & Suoranta 1998, 65). Yleistykseksi 2010-luvun alun maakuntalehtien aluetoiminnasta tutkimus ei toki käy, sillä kuten Keränenkin (1984, 124) kirjoittaa, lehtitalot eivät perinteisesti ole suunnitelleet organisaatioitaan yhteistyössä, vaan kukin toimitus on ”kudottu omana räätälintyönä” ja tehtävävakanssit voivat olla lehdissä erilaisia. Esimerkiksi yksi Turun Sanomien toimittaja sanoi olevansa siinä käsityksessä, että heidän

laaja alueverkostonsa alkaa olla *poikkeus* tänä päivänä. Uskoisin kuitenkin, että alue-toimittajan työssä tietyt piirteet toistuvat talosta toiseen. Lisäksi alueellisen toiminnan periaatteita voidaan pohtia irrottautuen fyysisestä paikasta ja yhden talon rakenteista.

Aineistoni kertoi siitä, mitä aluetoimittajat ja päälliköt työnteon tavoista, lehdestä ja esimerkiksi lukijoista sanoivat. Haastatteluissa pääsin lähelle heidän näkemyksiään ja kokemuksiään rajatuista aiheista, mutta on toki hyvä muistaa, että olen rakentanut kuvaa aluetyöstä nimenomaan heidän vastaustensa varassa. Tulosten ”näennäistä varmuutta” (Hirsjärvi & Hurme 2008, 39) olisi vähentynyt, jos minulla olisi ollut vertailukohtana lehden muiden toimittajien työtapoja: liikutaanko päätoimituksesta todella vähemmän kuin ennen ja selvästi harvemmin kuin sivutoimituksista? Lehden sisällön analysointi olisi tukenut haastatteluja tai voinut tuoda esiin myös vastakkaisia havaintoja. Oli joka tapauksessa hyvä, että haastattelin myös päälliköitä eri vastuualueilta, koska se auttoi tarkastelemaan aluetoimintaa osana lehteä, ei vain lehteä alueyksikön näkökulmasta.

Työ aineiston parissa kirvoitti tutkimuksellisia jatkomahdollisuuksia. Haluaisin nähdä maakuntalehden lukijoiden – niin ydinalueella kuin etäämmässä kunnissa – värittävän kartalle, miltä alueelta he haluavat lukea juttuja lehdessä – ja millaisia juttuja mitenkään etäältä maakunnasta. Saman väritystehtävän haluaisin teettää lehden toimituksessa, jotta selviäisi, millaiseksi toimittajat ja päälliköt tänään hahmottavat lehden toiminta-alueen: kuinka laajalle se keskuksesta ulottuu ja miten tarkasti ja mitä asioita siltä tulisi kertoa? Millaiseksi tänään mielletään maakuntalehden rooli alueella? Toisaalta, paitsi lehden ja alueen suhdetta, tutkimus sai pohtimaan myös suhdetta toimittajien ja lukijoiden välillä. Onko median murros jotenkin muuttanut heidän yhteydenpitoaan? Jäävätkö toimittajat yhä etäisemmiksi lukijoille, jos he näkyvät aiempaa vähemmän kentällä, vai ovatko he kenties tulleet jopa ”läheemmäs”, kun saattavat nyt olla ”läsnä” verkossa? Miten ihmiset luontevimmin lähestyvät mediaa; ottavatko he yleensä yhteyttä ja vinkkaavat aiheita? Kiinnostavaa olisi myös laajemmin selvittää, paljonko toimittajien ”veri” tänään yleensä vetää kentälle. Aluetoimittajat haluavat alueelleen, mutta onko moni toimittaja jo täysin tyytyväinen työpisteellään? Kaipaavatko he edes mitään puhelimen ja päätteen lisäksi?

Ulos lähteminen ja etäämmäs meneminen voi joka tapauksessa avata näkökulmia.

Valtamedian päätoimitukset kiinnostavat tutkijoita taatusti jatkossakin, mutta välillä voi olla hyvä poiketa kaupunkien ulkopuolellekin. Siellä voi tulla vastaan hyviä, uusia tai vanhoja, työn tekemisen tapoja. Samalla median aiheitakin saattaa nähdä eri valossa.

LÄHTEET

Kirjallisuus

Aslama, Minna & Kivikuru, Ullamaija 2002. Lamajulkisuuden raamit: suomalainen mediamaisema 1990-luvulla. Teoksessa Ullamaija Kivikuru (toim.) Laman julkisivut. Media, kansa ja eliitit 1990-luvun talouskriisissä. Helsinki: Palmenia-kustannus, 25–45.

Cole, Peter 1998. Instinct, savvy and ratlike cunning: training local journalists. Teoksessa Bob Franklin & David Murphy: Making the Local News: Local Journalism in Context. London, New York: Routledge, 65–79.

Eskola, Jari & Suoranta, Juha 1998. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. 8. painos. Jyväskylä: Gummerus.

Eskola, Jari & Vastamäki, Jaana 2007. Teemahaastattelu: opit ja opetukset. Teoksessa Juhani Aaltola & Raine Valli (toim.) Ikkunoita tutkimusmetodeihin 1. Metodien valinta ja aineistonkeruu: virikkeitä aloittelevalle tutkijalle. 2. uudistettu painos. Jyväskylä: PS-kustannus, 25–43.

Franklin, Bob (toim.) 2009. The Future of Newspapers. London: Routledge.

Hakala, Juha T. 2007. Menetelmällisiä koetuksia. Teoksessa Juhani Aaltola & Raine Valli (toim.) Ikkunoita tutkimusmetodeihin 1. Metodien valinta ja aineistonkeruu: virikkeitä aloittelevalle tutkijalle. 2. uudistettu painos. Jyväskylä: PS-kustannus, 12–24.

Helle, Merja 2009. Journalistisen työn muutos. Teoksessa Esa Väliaverronen (toim.) Journalismi murroksessa. Helsinki: Gaudeamus, 91–111.

Herkman, Juha 2009. Journalismi markkinoilla. Konserni- ja mediajournalismia. Teoksessa Esa Väliaverronen (toim.) Journalismi murroksessa. Helsinki: Gaudeamus, 32–49.

Hirsjärvi, Sirkka & Hurme, Helena 2008. Tutkimushaastattelu: teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Gaudeamus.

Hujanen, Erkki 2007. Lukijakunnan rajamailla. Sanomalehden muuttuvat merkitykset arjessa. Jyväskylä Studies in Communication 11. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.

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

Hujanen, Jaana 2009. Kiinnostavaa vai tärkeää? Ihmisläheisen journalismin kaksi polkua. Teoksessa Esa Väliverronen (toim.) Journalismi murroksessa. Helsinki: Gaudeamus, 112–128.

Hytönen, Timo 2010. Käenpoika journalismin pesässä. Monimediaalisen uutisjournalismin mahdollisuus – Tapauksena Yleisradion alueelliset uutiset. Jyväskylän yliopisto. Viestintätieteiden laitos. Journalistiikan lisensiaattityö.

Juntunen, Laura 2011. Leikkaa-liimaa-journalismia? Tutkimus uutismedian lähdekäytännöistä. Viestinnän tutkimusraportteja 4/2011. Helsinki: Helsingin yliopisto.

Jyrkiäinen, Jyrki 2008. Journalistit muuttuvassa mediassa. Tampereen yliopisto, tiedotusopin laitoksen julkaisuja B 50.

Jyrkiäinen, Jyrki 2012. Sanomalehdistö. Teoksessa Kaarle Nordenstreng & Osmo A. Wiio (toim.) Suomen mediamaisema. 3. täysin uudistettu laitos. Tampere: Vastapaino, 67–100.

Kalpa, Harri 1984. Sanansaattajana Auran rannoilla: Turun Sanomat 1905–1985. Reportaasi lehdestä ja sen tekijöistä. Turku: Turun Sanomat.

Keränen, Esko 1984. Muuttuva työnkuva. Toimitustyön differentioitumiskehitys Suomen sanomalehdistössä. Suomen sanomalehdistön historia -projektin julkaisuja N:o 24, Helsinki.

Kolari, Erja 2009. Toimittajasta tuottajaksi. Sanomalehden toimitustyö muutoksessa. Teoksessa Esa Väliverronen (toim.) Journalismi murroksessa. Helsinki: Gaudeamus, 150–167.

Kontinen, Seppo 2012. Suora lähetys. Tosiasiaa Yleisradiosta. Helsinki: Siltala.

Kuutti, Heikki 2002. Lukija-asiamies. Sanomalehden yleisösuhteen kehittäjä. Teoksessa Touko Perko, Raimo Salokangas & Heikki Luostarinen (toim.) Median varjossa. Jyväskylä: Mediainstituutti, Jyväskylän yliopisto, 152–179.

Lintula, Paavo 2005. Maakuntalehden toimittajan toimintatila teknis-rationaalisessa ajassa. *Jyväskylä studies in business and economics* 45. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.

Lyytinen, Jaakko 2006. Kun pöllö sai siivet: MTV:n uutisten historia. Helsinki: Tammi.

Nikunen, Kaarina 2011. Enemmän vähemmällä. Laman ja teknologisen murroksen vaikutukset suomalaisissa toimituksissa 2009–2010. Tampere: Tampereen yliopiston journalismin tutkimusyksikkö.

O’Sullivan, John & Heinonen, Ari 2008. Old Values, New Media: Journalism role perceptions in a changing world. *Journalism Practice* 2 (3), 357–371.

Pietilä, Antti-Pekka 2007. Uutisista viihdettä, viihteestä uutisia. Median muodonmuutos. Helsinki: Art House.

Ruusuvuori, Johanna & Tiittula, Liisa (toim.) 2005a. Haastattelu: tutkimus, tilanteet ja vuorovaikutus. Tampere: Vastapaino.

Ruusuvuori, Johanna & Tiittula, Liisa 2005b. Tutkimushaastattelu ja vuorovaikutus. Teoksessa Johanna Ruusuvuori & Liisa Tiittula (toim.) Haastattelu: tutkimus, tilanteet ja vuorovaikutus. Tampere: Vastapaino, 22–56.

Salokangas, Raimo 1996. Aikansa oloinen, Yleisradion historia 1949–1996, osa 2. Helsinki: Yleisradio.

Salokangas, Raimo 1998. Epätyypillistä liiketoimintaa? Raha, aate ja palvelutehtävä sanomalehdistön historiassa. Teoksessa Touko Perko & Raimo Salokangas (toim.) Kymmenen kysymystä journalismista. Jyväskylä: Atena Kustannus, 39–58.

Salovaara-Moring, Inka 2002. Laman maantiede – aika, paikka ja median merkitystalous. Teoksessa Ullamaija Kivikuru (toim.) Laman julkisivut. Media, kansa ja eliitit 1990-luvun talouskriisissä. Helsinki: Palmenia-kustannus, 113–151.

Sauri, Tuomo & Picard, Robert C. 2012. Mediatalous. Teoksessa Kaarle Nordenstreng & Osmo A. Wiio (toim.) Suomen mediamaisema. 3. täysin uudistettu laitos. Tampere: Vastapaino, 35–64.

Sumiala, Johanna 2010. Median rituaalit. Johdatus media-antropologiaan. Tampere: Vastapaino.

Steinle, Paul & Brown, Sara 2012. Embracing the Future. *American Journalism Review* (34) 1, 50–55.

Talvinen, Outi 1982. Sanomalehtien aluetoimitustoiminta ja aluetoimittajien työ: tutkimus sanomalehtien aluetoimitustoiminnasta ja aluetoimittajien työstä Satakunnassa. Tampereen yliopisto. Tiedotusopin laitos. Tiedotusopin pro gradu -työ.

Tapio, Ilari 1996. Aluetoimittaja hallitsee alueensa. Teoksessa Marjatta Pöllänen (toim.) *Julkisesti palveluksessanne. Paikallisviestinnän tienviittoa*. Tampere: Moniviestintä, 15–16.

Temmes, Asko 2004. Aluetoimittajasta valtakunnantoimittajaksi. Helsingin Sanomien aluetoimittajien työ ja uutisten alueellisuus. Jyväskylän yliopisto. Viestintätieteiden laitos. Journalistiikan pro gradu -työ.

Tienari, Janne, Vaara, Tero & Meriläinen, Susanna 2005. Yhteyden rakentuminen haastattelussa. Teoksessa Johanna Ruusuvoori & Liisa Tiittula (toim.) *Haastattelu: tutkimus, tilanteet ja vuorovaikutus*. Tampere: Vastapaino, 103–124.

Tommila, Päiviö 1979. Maaseutukirjeitä tutkimaan. Toimitustyön historiaa Suomessa. Suomen sanomalehdistön historia -projektin julkaisuja N:o 13, Helsinki.

Tommila, Päiviö 2001. Sanomalehdistön historia. Teoksessa Kaarle Nordenstreng & Osmo A. Wiio (toim.) *Suomen mediamaisema*. Helsinki: WSOY, 45–61.

Tommila, Päiviö & Salokangas, Raimo 1998. *Sanomia kaikille. Suomen lehdistön historia*. Helsinki: Edita.

Uskali, Turo 2007. *Ulkomaanuutisten uusi maailma*. Tampere: Vastapaino.

Vehkoo, Johanna 2011. *Painokoneet seis! Kertomuksia uuden journalismin ajasta*. Helsinki: Teos.

Viljakainen, Jarmo 2004. Radiomonopolista kanavatulvaan. Poimintoja Suomen radio- ja televisiotoiminnan vaiheista. Helsinki: Edita.

Wiio, Osmo A. & Nordenstreng, Kaarle 2012. Viestintäjärjestelmä. Teoksessa Kaarle Nordenstreng & Osmo A. Wiio (toim.) *Suomen mediamaisema*. 3. täysin uudistettu laitos. Tampere: Vastapaino, 9–34.

Painetut lehtiartikkelit

Hynninen, Asko 2005. Alueitoimittajien työtä tutkittiin vihdoin. Suomen Lehdistö 75 (2), 38–39.

Katainen erittäin huolissaan median tilanteesta, Helsingin Sanomat 28.10.2013, 11.

Laurila, Esa 1996. Alueitoimitusten mielekkyys puntarissa. Suomen Lehdistö 66 (4), 13–15.

Liski, Jarno 2013. Vahti haukkuu harvakseltaan. Journalisti 89 (11), 22.

Malin, Veera 2007. Yhdessä vahvempia. Suomen Lehdistö 77 (3), 16–17.

Pohjola, Johanna 2012. Perhe Petti. Journalisti 88 (21), 8–11.

Sananvapaus on jo vaarassa -pääkirjoitus. Suomen Kuvalehti 95 (18) 2013, 4.

Sanomalehtien levikit (LT/12). Suomen Lehdistö 83 (5) 2013, 12–13.

Savela, Antti 2011. Lehmän poijituksesta Brysselin kabinetteihin. Suomen Lehdistö 81 (5), 10–11.

Virranta, Riikka 2011. Lehtien järkiliitot. Suomen Lehdistö 81 (8–9), 15–19.

Virranta, Riikka 2012a. Kaleva ja Aamulehti rakensivat verkkokaupat. Suomen Lehdistö 82 (11), 8.

Virranta, Riikka 2012b. Muurin miettijät. Suomen Lehdistö 82 (11), 4–5.

Verkkolähteet

Helsingin Sanomat lopettamassa alueitoimituksia, Yle Uutiset 12.2.2009, päivitetty 25.5.2012.

<http://yle.fi/uutiset/helsingin_sanomat_lopettamassa_alueitoimituksia/5723119>.

Viitattu 19.2.2013.

Helsingin Sanomat vähentää yli 50 työpaikkaa, HS.fi 7.1.2014.

<<http://www.hs.fi/talous/Helsingin+Sanomat+v%C3%A4hent%C3%A4%C3%A4+yli+50+ty%C3%B6paikkaa/a1389061551027>>. Viitattu 16.1.2014.

HS: Helsingin Sanomien aluetoimitukset säilyvät, Yle Uutiset 25.8.2010, päivitetty 4.6.2012.

<http://yle.fi/uutiset/hs_helsingin_sanomien_aluetoimitukset_sailyvat/5620280>.

Viitattu 19.2.2013.

LT-Levikit 1999-2012. Levikintarkastus Oy.

<<http://www.levikintarkastus.fi/levikintarkastus/tilastot/Trenditilasto.pdf>>. Viitattu

1.3.2013.

LT-Levikkitilasto 2012. Levikintarkastus Oy. Päivitetty 18.9.2013.

<<http://www.levikintarkastus.fi/levikintarkastus/tilastot/Levikkitilasto2012.pdf>>.

Viitattu 3.10.2013.

Lukijapeitto eri kunnissa. Kartta Turun Sanomien peittoprosenteista levikkialueen kunnissa lehden Mediamyynti-sivuilla (sarake: Varsinais-Suomi markkina-alueena).

<<http://mediamyynti.ts.fi/tutkimukset-apunasi/varsinais-suomi-markkina-alueena/>>.

Viitattu 26.1.2014.

Mikael Pentikäinen: Hesari pysyy Turussa, Yle Uutiset 13.12.2012.

<http://yle.fi/uutiset/mikael_pentikainen_hesari_pysyy_turussa/6412862>. Viitattu

19.12.2012.

MTV:n yt-neuvottelut päätökseen – 34 irtisanotaan, MTV3 Uutiset 5.11.2012.

<<http://www.mtv3.fi/uutiset/talous.shtml/mtvn-yt-neuvottelut-paatokseen---34-irtisanotaan/2012/11/1649933>>. Viitattu 19.2.2013.

Muutoksia arvonlisäverotuksessa 1.1.2013, tiedote Verohallinnon sivuilla 4.12.2012.

<[https://www.vero.fi/fi-FI/Tietoa_Verohallinnosta/Tiedotteet/Muutoksia_arvonlisa_verotuksessa_112013\(25044\)](https://www.vero.fi/fi-FI/Tietoa_Verohallinnosta/Tiedotteet/Muutoksia_arvonlisa_verotuksessa_112013(25044))>. Viitattu 6.2.2013.

Sanomalehtien tuottorakenne 2011. Sanomalehtien liitto.

<<http://www.sanomalehdet.fi/index.phtml?s=128>>. Viitattu 16.1.2012.

STT lopettaa suurimman osan aluetoimituksistaan, Markkinointi&Mainonta

27.11.2013.

<http://www.marmai.fi/uutiset/stt+lopettaa+suurimman+osan+aluetoimituksistaan/a2218090?fb_action_ids=691241327561725&fb_action_types=og.recommends&fb_source=

[other_multiline&action_object_map=%5B560217967392803%5D&action_type_map=%5B%22og.recommends%22%5D&action_ref_map=%5B%5D](#)>. Viitattu 9.12.2013.

Toimipaikat. Yle yhtiönä -sivut. <<http://yle.fi/yleisradio/toimipaikat>> Viitattu 19.2.2013.

TS-Yhtymän vuosikertomus 2012. Viestintäkonsernin sivut. <<http://www.ts.fi/ts-yhtyma/489404.pdf>>. Viitattu 27.1.2014.

Turun Sanomat, Alma media ja Ilkka lisäävät yhteistyötä, TS.fi 18.12.2012. <<http://www.ts.fi/uutiset/talous/428466/Turun+Sanomat+Alma+media+ja+Ilkka+lisaavat+yhteistyota>>. Viitattu 19.12.2012.

Turun Sanomat jatkaa omalla toimituksella Helsingissä, TS.fi 13.11.2012. <<http://www.ts.fi/uutiset/kotimaa/414108/Turun+Sanomat+jatkaa+omalla+toimituksella+Helsingissa>>. Viitattu 15.11.2012.

Turun Sanomat täyttää perjantaina 105 vuotta, TS.fi 31.12.2009. <<http://www.ts.fi/uutiset/kotimaa/99804/Turun+Sanomat+tayttaa+perjantaina+105+vuotta>>. Viitattu 25.2.2013.

Turun Sanomat vähentää enintään 60 henkilöä, TS.fi 13.11.2012. <<http://www.ts.fi/uutiset/talous/414184/Turun+Sanomat+vahentaa+enintaan+60+henkiloa>>. Viitattu 15.11.2012.

Ylen irtisanomiset välttämätön osa talouden tasapainottamisohjelmaa, tiedote Yle yhtiönä -sivuilla 25.11.2005. <<http://yle.fi/yleisradio/ajankohtaista/ylen-irtisanomiset-valttamaton-osa-talouden-tasapainottamisohjelmaa>>. Viitattu 19.2.2013.

Yle-vero. Liikenne- ja viestintäministeriö. <<http://www.lvm.fi/yle-vero>>. Viitattu 22.2.2013.

Yt:t kokenut STT-Lehtikuva keskittyy uutisseurantaan, Suomen Lehdistön verkkosivut 9.12.2013. <<http://www.suomenlehdisto.fi/blog/2013/12/09/ytt-kokenut-stt-lehtikuva-keskittyy-uutisseurantaan/>>. Viitattu 9.12.2013.

Teemahaastattelut

Kari Vainio (Turku, 18.12.2012)

Hannu Miettunen (Turku, 18.12.2012)

Juhani Tala (Turku, 18.12.2012)

Elina Malkamäki (Turku, 18.12.2012)

Päivi Palm (Salo, 8.1.2013)

Jonna Lankinen (Turku, 8.1.2013)

Heidi Pelander (Turku, 9.1.2013)

Lilli Jokela (Salo, 9.1.2013)

Jaakko Louhivuori (Uusikaupunki, 22.1.2013)

Jari Rantanen (Rauma, 22.1.2013)

Jorma Pihlava (Säkylä, 23.1.2013)

Anne Savolainen (Loimaa, 23.1.2013)

Muut lähteet

Aluetoiminnan kunnat 2009; 2013. Kartat Turun Sanomien aluetoimitusten ja aluetoimittajien sijoittumisesta levikkialueelle sekä heidän seurantakuntansa. Kartoista käy ilmi aluetoiminnan tilanne vuosien 2009 ja 2013 alussa.

Heino, Mikko 2013. Iltalehden toimituspäällikkö. Re: Graduntekijä kysyy Iltalehden aluetoiminnasta. Sähköpostiviesti 18.2.2013.

Häkkinen, Jarmo 2012. Suomen Journalistiliiton koulutusasiamies. Re: Aluetoimituksista kootusti tietoa? Sähköpostiviesti 15.11.2012.

Jäppinen, Kaija 2012. Suomen Lehdistön päätoimittaja. Re: Aluetoimituksista kootusti tietoa? Sähköpostiviesti 12.11.2012.

Korelin, Elisabeth 2013. STT-Lehtikuvan mediapalveluista. Puhelinhaastattelu 18.2.2013.

Kyytsönen, Jouko 2013. Maaseudun Tulevaisuuden uutispäällikkö. Puhelinhaastattelu 18.2.2013.

Lähteenmaa, Jaakko 2013. Helsingin Sanomien toimituspäällikkö. Re: Graduntekijä kysyy Helsingin Sanomien aluetoiminnasta. Sähköpostiviesti 19.2.2013.

Palmunen, Marja 2012. Suomen Journalistiliiton järjestöasiamies. Re: Aluetoimituksista kootusti tietoa? Sähköpostiviesti 27.11.2012.

Pohjala, Tapani 2013. MTV3 Uutis- ja ajankohtaistoimituksen toimituspäällikkö. Puhelinhaastattelu 18.2.2013.

Rissanen, Erik 2013. Ilta-Sanomien toimituspäällikkö. Puhelinhaastattelu 18.2.2013.

Silvennoinen, Jari 2012. Puruvesi-paikallislehden toimittaja, joka kirjoittaa myös saman konsernin (Länsi-Savo Oy) maakuntalehteen Itä-Savo. Luento Keski-Suomen Journalistien järjestämässä Journalismin päivä -seminaarissa Jyväskylässä 24.11.2012.

LIITE 1: TURUN SANOMIEN ALUEYKSIKÖN KUNNAT VUODENVAIHTTESSA 2012–2013

Alueryhmä päätoimituksessa Turussa

- Mynämäki, Masku, Nousiainen
- Paimio, Sauvo, Aura, Tarvasjoki
- Pöytyä, Marttila, Koski TL
- Parainen, Kemiönsaari

(Ns. **kuntatoimituksen vastuualue**: Turku, Kaarina, Raisio, Naantali, Lieto ja Rusko)

Aluetoimitukset levikkialueella

- Rauma, Eurajoki, Pyhäranta, Laitila
- Uusikaupunki, Kustavi, Taivassalo, Vehmaa
- Säkylä, Köyliö, Eura, Huittinen, Punkalaidun
- Loimaa, Humppila, Jokioinen, Ypäjä, Oripää
- Salo, Somero



Pohjana on käytetty karttaa (Lukijapeitto eri kunnissa) Turun Sanomien mediamyynnin verkkosivuilta. Selvyyden vuoksi olen poistanut kartalta prosenttiluvut ja niiden ”ulkokehän” kuntien nimet, jotka eivät kuulu aluetoimittajien nimettyyn vastuualueeseen. Asemapaikkoihin olen merkinnyt ”aluetoimitukset”.

LIITE 2:

HAASTATTELURUNKO TURUN SANOMIEN PÄÄLLIKKÖTOIMITTAJILLE

1 Haastateltavan tausta

- Työhistoria Turun Sanomissa
 - kauanko nykyisessä tehtävässä?
 - aiemmat työtehtävät?
 - yhteydet aluetoimituksiin?

2 Lehden yleinen linja

- Kenelle Turun Sanomia tehdään?
 - levikkialue?
 - mallilukija?
- Pyrkiikö lehti uutisoimaan kattavasti koko levikkialueelta vai onko päähuomio ydinalueilla?
- Onko TS profiloitunut jollain tavalla?
 - yleismedia?
 - panostus esim. uutisiin/urheiluun/kulttuuriin?
- Minkä medioiden kanssa TS kilpailee?
 - paikallislehdet?
 - muut maakuntalehdet?
 - Ylen alueradio ja -TV?
 - valtakunnan media?

3 Jutut kotitoimituksen ulkopuolelta

- Mistä TS:iin tulee juttuja kotitoimituksen ulkopuolelta, aluetoimitusten ohella?
 - Helsingin-toimitus?
 - lehtiyhteistyö (Ketkä ja mille osastoille?)
 - freelancerit (Mistä ja mille osastoille?)
- Kuinka suuri on ulkopuolelta tulevan osuus? Onko tässä tapahtunut muutosta?

4 Aluetoimitusten rooli lehdessä

- Millä perusteella aluetoimittajien sijainti päätetään?
 - mitä alueita seurataan?
 - erillinen toimitus vai Turun "alueryhmä"?
- Mille osasto(i)lle aluetoimittajien ensisijaisesti tulee kirjoittaa? Onko määritelty?
- Ovatko aluetoimitukset osa kotimaan-toimitusta?
- Kenen näkökulmaa aluetoimittajat edustavat?
 - seuranta-alueen?
 - maakunnan?
 - TS:n tiedostusvälineenä?

5 Aluetoimitukset ja muuttuva media

- Mikä on aluetoimittajien merkitys maakuntalehdelle tänään? Onko se muuttunut?
 - tiedonsaanti?
 - kilpailu muiden medioiden kanssa?
 - imago?
 - Jotain muuta?
- Voitaisiinko erillisistä aluetoimituksista luopua kokonaan? (tiedonsaanti ja -siirto nykyisin helppoa)
 - kotitoimituksesta toimittajat keikalle?
 - avustajat alueelta?
 - kansalaisjournalistit?
- Tuleeko mieleen muuta, miten lehden aluetoimintaa voisi kehittää?

LIITE 3

HAASTATTELURUNKO TURUN SANOMIEN ALUETOIMITTAJILLE

1 Haastateltavan tausta

- ikä
- koulutus
- kotipaikka
- aiempi työhistoria (TS, muu media)

2 Seuranta-alue

- Aluetoimitus vai Turun "alueryhmä"?
- Miten määrittäisit seuranta-alueesi?
- Miten päädyit hoitamaan tätä aluetta?
- Miten kuvailisit suhdettasi alueeseen?
 - tuttu/vieras?
 - valmiita kontakteja?
- Kuinka paljon liikut alueella?
 - millaiset jutut hoidat toimituksesta?
 - mistä syystä paikan päälle?

3 Juttutuotanto alueelta

- Mille osastoille kirjoitat, missä suhteessa?
- Mistä juttuaiheet tulevat?
 - omat ideat, oma-aloitteisuus?
 - päätoimitus?
 - lukijat? sidosryhmät?
 - muut mediat, sosiaalinen media?
- Välittykö alueesta mielestäsi totuudenmukainen kuva? Oletko tyytyväinen?
- Onko jotain aiheita, jotka korostuvat tai jääkö joku teema liian vähälle huomiolle?

4 Aluetoimittajan rooli maakuntalehdessä

- Mistä aiheista tulee kirjoittaa, mistä ei?
 - Onko tätä määritelty?
 - Oma mielipide?
- Kenelle juttuja kirjoitat, mikä on kohderyhmäsi?
 - alueen paikalliset lukijat?
 - turkulaiset?
 - koko levikkialue?
- Ketä koet edustavasi toimittajana?
 - seuranta-alueitasi?
 - maakuntaa?
 - Turun Sanomia lehtenä?
 - itseäsi tai toimittajakuntaa yleensä?
- Kenen kanssa koet kilpailevasi?
 - paikallislehdet?
 - muut maakuntalehdet?
 - alueen radiokanavat?
 - valtakunnan media?

5 Aluetoimitukset ja muuttuva media

- Mikä on ollut suurin muutos aluetoimittajan työssä sinun aikanasi?
 - Muutos hyvään vai huonoon?
- Millaisia haasteita työssäsi kohtaat?
- Entä mikä työssä on parasta, motivoi?
- Mikä on aluetoimittajan anti maakuntalehdelle tänään? Onko se muuttunut?
- Voitaisiinko erillisistä aluetoimituksista luopua?
 - tiedon saa netistä ja puhelimella?
 - kotitoimituksesta keikalle?
 - kansalaisjournalistit?