

MIKSI TILASIN?
TUTKIMUS ETELÄ-SUOMEN SANOMIEN LUKIJOIDEN
DIGITILAUKSEEN JOHTAVISTA SYISTÄ

Kaisa Kaarna
Kandidaatintutkielma
Journalistiikka
Kieli- ja viestintätieteiden
laitos
Jyväskylän yliopisto
Syksy 2023

JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO

Tiedekunta Humanistis-yhteiskuntatieteellinen	Laitos Kieli- ja viestintätieteiden laitos
Tekijä Kaisa Kaarna	
Työn nimi Miksi tilasin? Tutkimus Etelä-Suomen Sanomien lukijoiden digitilaukseen johtavista syistä	
Oppiaine Journalistiikka	Työn tyyppi Kandidaatintutkielma
Aika Syksy 2023	Sivumäärä 26 + liitteet (3 sivua)
Ohjaaja Mikko Villi	
<p>Tiivistelmä</p> <p>Tässä tutkimuksessa tarkastellaan Päijät-Hämeen maakuntalehti Etelä-Suomen Sanomien lukijoiden maksuhalukkuutta. Tutkimuksessani selvitän, minkä vuoksi tilaajat ovat päättäneet tilata Etelä-Suomen Sanomien lehden digiversioiden. Tarkastelen myös, kuinka yleistä maksumuuriin törmääminen on. Keskityn tutkimuksessani digiversioiden tilanneisiin, sillä maakuntalehdet painottavat toimintaansa verkkoon yhä enemmän. On tärkeää tietää tuotteen kuluttajista, jotta lehdellä on tulevaisuus.</p> <p>Aineistona tutkimuksessani on kyselytutkimus, joka toteutettiin lokakuun 2023 aikana. Kysely lähetettiin syys-lokakuun aikana tilaajaksi ryhtyneille. Aineistoa analysoin määrällisesti, minkä tueksi nostin avovastauksia. Näin yritän havainnollistaa ajatuksia numeeristen lukujen taustalla.</p> <p>Analyysin perusteella löysin kaksi suurempaa tekijää, jotka vaikuttavat lukijoiden maksuhalukkuuteen. Suurimmat tekijät ovat lehden paikallisuus sekä hinta. Monelle hinta on lehden tilaamisessa ratkaiseva tekijä. Kyselystä selvisi, että moni on tilannut lehden tarjouksen houkuttelemana.</p>	
Asiasanat: Media, Journalismi, Maksumuuri, Tilaajat, Lukijasuhde, Verkkjournalismi	
Säilytyspaikka Jyväskylän yliopisto	
Muita tietoja	

SISÄLLYS

1. JOHDANTO	1
2 TEOREETTINEN TAUSTA JA KÄSITTEIDEN MÄÄRITTELY	3
2.1 Keskeiset käsitteet.....	3
2.1.1 Maksumuuri.....	3
2.1.3 Lukija- ja tilaajasuhde.....	4
2.2 Halukkuus maksaa verkkojournalismista	5
3 TUTKIMUSMENETELMÄ JA AINEISTO	8
3.1 Tutkimuskysymykset	8
3.2 Tutkimusmenetelmä.....	8
3.3 Aineiston kerääminen	9
3.4 Aineiston analysointi	10
4 TULOKSET	12
4.1 Maksumuuriin törmääminen.....	12
4.2 Sisältö ja hinta vaikuttavat tilaamiseen.....	14
4.3 Tilauksen jatkamisen todennäköisyys	16
5 JOHTOPÄÄTÖKSET.....	19
6 LOPUKSI	22
6.1 Tutkimuksen arviointi.....	22
6.2 Jatkotutkimusaiheita	23
7 LÄHTEET.....	24
LIITTEET	27

1. Johdanto

Verkkolehden tilaajamäärät kasvavat jatkuvasti ja sanomalehtien lukeminen siirtyy kiihtyvällä vauhdilla printtilehdestä verkkoon. Printtilehden sanotaankin kuolevan pian. Sen painaminen ja tuottaminen on kallista, joten moni mediatalo keskittyy tekemiseen ”verkko edellä”. Ihmisten maksuhalukkuutta verkkolehdistä on tutkittu, mutta ei sitä, miksi lukija haluaa ryhtyä maakuntalehden tilaajaksi ja pysyä tilaajana. Sen vuoksi valitsin tutkimusaiheekseni maakuntalehtien maksumuuritilaajat.

Tutkin kandidaatintutkielmassani maksumuurin kautta sanomalehden tilaajiksi ryhtyneiden lukijoiden maksuhalukkuutta. Tutkimukseni kohteena oli Päijät-Hämeen maakuntalehti Etelä-Suomen Sanomat (ESS). Etelä-Suomen Sanomat on perustettu vuonna 1914 ja se tavoittaa kokonaisuudessaan 223 600 lukijaa viikossa (KMT 2023). Valitsin tutkimuskohteekseni Etelä-Suomen Sanomat, sillä olen työskennellyt lehdessä osa-aikaisesti kesästä 2022 lähtien. Toteutin tutkimuksen kyselytutkimuksena. Lähetin kyselyn syys- ja lokakuun 2023 aikana lehden digitilauksen tehneille.

Tutkimuksessani selvitin, minkä vuoksi tilaajat ovat päättäneet tilata Etelä-Suomen Sanomien lehden digiversioon. Valitsin kohteekseni digilehden, sillä ESS käyttää periaatetta ”verkko edellä” ja verkko uudistuu jatkuvasti. Verkkoon ja sen käyttäjiin on tärkeää kiinnittää huomiota, jotta osaamme palvella heitä paremmin. Tutkimuskysymyksissäni kysyin syitä ryhtyä tilaajaksi sekä aikooko tilaaja mahdollisesti jatkaa tilausta. Selvitin myös kuinka usein lukija törmää maksumuuriin ennen lehden tilaamista.

Koen tutkimukseni tarpeellisenä ja hyödyllisenä Etelä-Suomen Sanomille, mutta myös yleisesti Suomessa toimiville maakuntalehdille. Mitä enemmän tiedetään lukijoiden mieltymyksistä, sitä paremmin voidaan tuottaa menestyvää sisältöä. Tahdoin selvittää, millaisista jutuista lukijat ovat valmiita maksamaan ja läpäisemään maksumuurin. Työskennellessäni Etelä-Suomen Sanomissa olen huomannut, että aiheina paikallisuus sekä rikokset ja onnettomuudet kiinnostavat erityisesti lehden lukijoita. Arvelin tämän näkyvän myös tutkielmani lopputuloksissa.

Lehtitalojen tulevaisuuden ratkaisee yleisön halukkuus maksaa verkkouutisista (Van der Wurff, 2012, 248). Sanomalehtiorganisaatiot kamppailevatkin jatkuvasti löytääkseen uusia liiketoimintamalleja tuleville vuosille (Kammer ym. 2015).

Tutkimukseni on ajankohtainen, sillä lehtitalot ovat jatkuvasti enemmän kiinnostuneita yleisön tarpeista ja toiveista. Yleisön käyttäytymistä verkossa on helppo seurata uuden analytiikan avulla ja muuttaa siten toimintamalleja (Reunanen 2023).

Tutkimus koostuu kuudesta luvusta. Johdannossa kerron tutkimukseni aiheen sekä perustelen sen tarpeellisuutta. Toisessa luvussa esittelen keskeiset käsitteet sekä teorian, johon tutkimukseni pohjautuu. Kolmannessa luvussa esittelen tutkimusmenetelmät, tutkimuksen toteutuksen sekä kerron miten olen käsitellyt aineistoani. Neljännessä luvussa esittelen tulokset ja viidennessä kokoan tuloksista johtopäätökset ja vertaan niitä aiempaan tutkimukseen. Kuudennessa luvussa arvioin tutkimukseni onnistumista sekä ehdotan mahdollisia jatkotutkimusaiheita. Pohdin myös yleisesti lehtitalojen tulevaisuutta.

2 Teoreettinen tausta ja käsitteiden määrittely

Tässä luvussa käsittelen tutkimukseni teoreettista taustaa. Vaikka maksumuuritutkimusta on tehty lukijoiden kiinnostuksen kohteista ja luetuimmista sisällöistä, maksumuuritutkimusta ei ole toistaiseksi tehty maakuntalehtien digiversioiden osalta. Aion selvittää syitä, miksi lukija alun perin on ryhtynyt tilaajaksi. Peilaan tutkimustani maksumuuritutkimukseen sekä tutkimukseen lukijoiden halukkuudesta maksaa verkkojournalismista.

2.1 Keskeiset käsitteet

2.1.1 Maksumuuri

Internetissä on sen olemassaolon aikana ollut lähes aina maksutonta sisältöä saatavilla. Sanomalehtien siirtyessä hiljalleen verkkoon, on lehtitalojen perinteisestä printtilehdestä saatavat tilaustulot vähentyneet. Verkkouutisia ei ole voitu enää tarjota ilmaiseksi, joten on tarvittu keino laskuttaa verkkoyleisöjä (Kammer 2015). Moni lehti on ottanut käyttöönsä maksumuurin asian ratkaisemiseksi.

Maksumuuri on verkkosivulla oleva este, joka erottaa maksullisen ja maksuttoman sisällön toisistaan. Maksumuurin voi läpäistä ostamalla lehden tilauksen, jolloin pääsee käsiksi lehden tilaajille suunnattuun sisältöön. Sen voidaan katsoa olevan sanomalehden digitaalisen tilauksen muoto. Mathiasová ja kollegat (2022) perustelevat maksumuurin tuottavan tuloja ja sitä myötä laadukkaampaa sisältöä. Tarkastelen laadukkaan sisällön määritelmää tarkemmin luvussa 2.2.

Mathiasová ja kollegat (2022) määrittelevät kolme maksumuuria: kova maksumuuri, freemium-malli sekä mittaroitu malli. Kova maksumuuri antaa lukea jutusta vain pari ensimmäistä lausetta, mutta kaikki muu sisältö on muurin takana. Freemium-mallissa ei-tilaaja pääsee lukemaan osan tarjolla olevasta sisällöstä, mutta esimerkiksi laajemmat uutiset ja raportit ovat maksumuurin takana. Mittaroidussa mallissa lukija saa lukea tietyn määrän juttuja ilmaiseksi, ennen kuin törmää maksumuuriin. Maksumuurit yleistyivät Suomessa 2010 luvulla. Helsingin Sanomat oli ensimmäinen, mikä otti maksumuurin käyttöönsä vuonna 2012. (Haapanen 2012).

Etelä-Suomen Sanomat liittyi joukkoon vuonna 2016 ja viimeisenä Suomessa ilmestynvä päivälehti otti maksumuurin käyttöön vuonna 2019 (Simola 2019). Päivälehdillä tarkoitetaan tässä tutkimuksessa Uutismedian liiton sivuilta löytyviä päivälehtiä, jotka ilmestyvät 5–7 kertaa viikossa.

Maakuntalehdet tyypillisemmin panevat maksumuurin taakse valtaosan itse tuottamastaan sisällöstä. Vapaasti luettavissa on lähinnä muualtakin verkosta luettavia juttuja ja rutiininomaisia perusuutisia. (Reunanen 2023.) Etelä-Suomen Sanomat ei poikkea muista maakuntalehdistä ja myös heillä on käytössä kova maksumuuri, jonka taakse suurin osa jutuista kätkeytyy. Ainoastaan kolumnit, otteluraportit sekä pääkirjoitukset ovat kaikkien luettavissa. Jos työn tulokset jaettaisiin ilmaiseksi, sanomalehdellä ei olisi enää taloudellisia edellytyksiä toimia. (Hämeen media 2020.)

Monet käyttäjät löytävät kuitenkin helposti ilmaisia korvikkeita. Van der Wurffin (2012) mukaan palveluntarjoajalla tulee olla ainutlaatuista tarjottavaa, mitä muualta ei saa, jotta lukija ryhtyy tilaajaksi. Muuten palveluntarjoajat ovat vaarassa menettää huomattavan osan yleisöstään (Van der Wurff 2012). Hämeen media perustelee tilaustulojen tarpeellisuutta laadukkaan paikallisen journalismin tekemisellä (Hämeen media 2020). Paikallisuus on monen maakuntalehden valttikortti ja veikkaan sen näkyvän myös tutkimukseni tuloksissa (Siippainen 2019).

2.1.3 Lukija- ja tilaajasuhde

Lukija- ja tilaajasuhde ovat keskeisiä sanomalehdille. Tässä tutkimuksessa käsitteillä tarkoitetaan lukijan tai tilaajan henkilökohtaista suhdetta sanomalehteen. Lukija- ja tilaajasuhteen erottaminen toisistaan voi olla vaikeaa. Tilaajasuhde tarkoittaa lehden tilaamista, kun taas lukijasuhde voi perustua ainoastaan lehden lukemiseen esimerkiksi työpaikalla tai vanhempien kotona ilman lehden tilaamista (Heikkilä ym. 2023). Hujanen (2007) määrittelee tällaisen suhteen olevan ”lukeva ei-tilaaja”. Lukevia ei-tilaajia ovat yleisimmin eläköityneet tai opiskelevat nuoret naiset. Lehteä luetaan tutuissa paikoissa, jolloin lehteä ei tarvitse ostaa itse. Tätä perustellaan saman rahan käyttämisellä johonkin enemmän tarpeelliseen. Monelle myös riittää ainoastaan lehden vilkuilu. (Hujanen 2007.)

Järvelän (2015) mukaan päätös tilata lehti on suurempi sitoumus, kuin päätös lukea lehteä. Heikkilän ja kollegoiden (2015) mukaan lukijasuhde on silti sisällöllisempi ja kokemuksellisempi kuin tilaajasuhde. Lukijasuhde rakentuu usein vuosien mittaan erilaisiksi odotuksiksi siitä, mitä

lehden toivotaan tarjoavan ja millaisen paikan se ottaa ihmisen omassa toiminnassa (Heikkilä ym. 2023).

Usein maakuntalehtien tilaajat ovat nykyisiä tai entisiä alueen asukkaita. Moni lukee lehteä tottumuksesta ja kiinnostuksesta alueen asioihin, vaikka olisikin muuttanut alueelta pois. Siippaisen (2019) mukaan eri ihmiset kokevat paikallisuuden eri tavalla: yhdelle paikallisuus on elintärkeää ja toiselle sillä ei ole merkitystä. Heikkilän ja kollegoiden (2023) mukaan maakunnallisen median voidaan olettaa vahvistavan alueellista identiteettiä. Siippainen (2019) määrittelee identiteetin liittyvän sellaisiin paikkoihin, jolloin ihminen tuntee kuuluvansa johonkin. Oletusyleisöstä huolehtimista vaikeampi tehtävä lehdillä on saada ote uudesta lukijakunnasta (Siippainen 2019).

2.2 Halukkuus maksaa verkkojournalismista

Oxfordin yliopiston Reuters-instituutti teettää joka vuosi Digital News Reportin, joka kertoo jokaisen maan uutiskäyttämisen. Uutismediaan syventyvä tutkimus on maailman kattavin vertaileva tutkimus, johon osallistui vuonna 2023 yli neljäkymmentä maata. (Reunanen 2023, 5).

Tutkimus kertoo kattavasti ihmisten uutistottumuksista ja -käyttämisen, mutta tutkimustani varten tarkastelin ihmisten verkkouutisten kulutusta. Vuoden 2023 raportin mukaan 21 prosenttia suomalaisista maksaa verkkouutisista. Esa Reunanen (2023) mukaan luku on suhteellisen paljon, sillä esimerkiksi Saksassa ja Ranskassa verkkouutisista maksetaan vain 11 prosenttia. Onnisen (2023) mukaan suomalaisten maksuhalukkuus on silti jäänyt junaamaan paikalleen. Ruotsissa verkkouutisista maksetaan enemmän kuin Suomessa ja ero kasvaa koko ajan.

Onninen (2023) kertoo, että on hyvin suomalaista suhtautua varauksella digitaalisiin palveluihin, sillä se vaatii uuteen totuttelua. Syy voi olla myös toisenlainen. Ilmaisia uutisia oli pitkään tarjolla verkossa, joten ihmiset eivät ole vielä tottuneet maksamaan uutisista verkossa. Kolmannes suomalaisista pitääkin verkkouutisia edelleen liian kalliina. (Onninen 2023.) Onnisen (2023) mukaan luvut ovat hurjia, sillä vuonna 1997 Suomessa luettiin uutisia eniten maailmassa. Suomalaisista 87 prosenttia luki sanomalehtiä päivittäin, vaikka sanomalehti maksoi aina rahaa.

Kaiken kaikkiaan sanomalehtiä luetaan Suomessa edelleen paljon, tilaajana tai ilmaiseksi. Kansallisen Mediatutkimuksen 2023 mittauksen mukaan 96 prosenttia 15 vuotta täyttäneistä suomalaisista lukee sanomalehtiä (Uutismedian liitto 2023). Digitaalisena sanomalehtisisältöjä lukee 86 prosenttia suomalaisista. Suomessa sanomalehtien kulutus verkossa on suurta, mutta tiedämme hyvin vähän yksittäisten ihmisten mieltymyksistä, tai syistä ryhtyä tilaajaksi. Kuten todettua, internetissä on paljon maksutonta sisältöä tarjolla, joten tilaajiksi ryhtyneillä on varmasti jokin syy tilata tuote.

Kantar Median (2017) tekemän tutkimuksen mukaan laatu on tärkeä kriteeri, kun ihmiset valitsevat maksavatko verkkouutisista. Laatu voi tarkoittaa ihmisille eri asioita: jutun puolueettomuutta, laajuutta, tarkkuutta ja syvyyttä tai esimerkiksi tuttua kirjoitustyyliä (Kantar Media 2017). Puolestaan Uutismedian Liiton (2023) mukaan laadukas journalismi sisältää luotettavaa uutisointia tärkeistä ja kiinnostavista aiheista sekä muuta lukijoiden elämään liittyvää hyöty- ja viihdeaineistoa. Laadukas journalismi on kuitenkin lopulta jokaisen lukijan henkilökohtainen näkemys. Kammer ja kollegat (2015) määrittelevät myös tärkeäksi kriteeriksi laadun sekä kannattavuuden, kun puhutaan ihmisten maksuhalukkuudesta. Verkkouutisilla on suuremmat mahdollisuudet olla kannattava kuin paperilehdellä. Verkkouutiset ovat helposti saavutettavissa ja ne ovat luettavissa missä ja milloin vain. Verkkouutisia myös päivitetään jatkuvasti sekä ne ovat usein edullisempia kuin muut uutislähteet. (Kammer ym. 2015.)

Valitsin digitilaaajat tutkimuskohteekseni, sillä verkkolehti on suuressa kasvussa ja syrjäyttää printtilehden hiljalleen. Siippaisen (2019) mukaan sanomalehtien on vaikea kilpailla nopeudessa verkon kanssa, sillä verkossa informaatio leviää reaaliajassa. Erityisesti nuorempi sukupolvi on omaksunut internetin tärkeäksi viestintävälineeksi, mutta myös tottuneet löytämään sisältöä ilmaiseksi. Siippainen (2019) mainitsee verkkolehden tärkeimmäksi menestymisen avaimeksi kiinnostavan ja laadukkaan paikallisen journalismin. Tärkeintä on vuorovaikutteinen sisältö, joka luo yhteisöllisyyttä (Siippainen 2019). Kuten jo aiemmin mainitsin, maakuntalehden tarkoitus on luoda maakunnallista identiteettiä ja kuuluvuuden tunnetta.

Lehtitalojen tulisi kiinnostua syvemmin lukijoiden tarpeista ja toiveista. Tällä hetkellä lehtitalojen käsitys lukijakunnan toiveista ja tarpeista nojaa suurelta osin puutteellisiin tietoihin. (Heikkilä ym. 2023.) Tästä syystä tahdon selvittää lukijoiden tarpeita omassa tutkimuksessani. Lehdellä ei ole tulevaisuutta, jos emme ole kiinnostuneita tuotteemme kuluttajista.

Turun Sanomille tehdyssä opinnäytetyössä selvitettiin, mikä lukijoita Turun Sanomien lukijoita kiinnostaa sisällöllisesti (Pakala 2018). Turun Sanomat on samankaltainen maakuntalehti kuin Etelä-Suomen Sanomat, joten vastauksia voi verrata myös Etelä-Suomen Sanomiin. Turun Sanomien kokonaistavoittavuus on tosin hieman suurempi, 374 000, kuin Etelä-Suomen Sanomien, jonka kokonaistavoittavuus oli 223 600 (KMT 2023). Tutkimuksen mukaan paikalliset jutut hallitsivat selkeästi verrattuna koko Suomea koskeviin juttuihin. Sisällöistä kiinnosti eniten onnettomuuden ja rikokset, yhteiskunnan epäkohdat, kaupunkikehitys sekä terveys ja hyvinvointi keräsivät isoimman osan otannasta (Pakala 2018). Oletan, että oman tutkimukseni tulokset ovat samankaltaisia. Paikalliset uutiset ja onnettomuudet ovat todennäköisesti kiinnostavia aihepiirejä myös Etelä-Suomen Sanomissa.

3 Tutkimusmenetelmä ja aineisto

Tässä luvussa kerron tutkimukseni toteutuksesta. Aluksi esittelen tutkimuskysymykset, jonka jälkeen käsittelen tutkimusmenetelmää ja tutkimukseni toteuttamistapoja. Lopuksi kerron kuinka analysoin aineistoani.

3.1 Tutkimuskysymykset

Tutkielmassani tarkastelen kahden kuukauden aikana tilaajiksi ryhtyneitä lukijoita. Tässä tutkimuksessa puhun tutkimusryhmästäni yleisesti tilaajina, vaikka tarkoituksena ei ole yleistää vastauksia kaikkiin Etelä-Suomen Sanomien tilaajiin. Tutkin syitä tilaamisen taustalla ja sitä, millainen sisältö tilauksen tehneitä kiinnostaa. Tämän pohjalta muodostin seuraavat tutkimuskysymykset:

1. Törmäsivätkö lukijat usein maksumuuriin ennen lehden tilaamista?
2. Mistä syystä Etelä-Suomen Sanomien tilaajat tilasivat lehden digiversion?
3. Miksi tilaajat haluavat jatkaa tilausta tai perua tilauksen?

3.2 Tutkimusmenetelmä

Tutkimusmenetelmäksi kandidaatintutkielmaani valitsin kyselytutkimuksen. Kyselytutkimus on yksinkertainen ja helppo tapa lähestyä suurta, entuudestaan tuntematonta väkijoukkoa ja kerryttää luotettava määrä vastauksia. Kysely soveltuukin aineiston keräämisen tavaksi silloin, kun tutkittavia on paljon ja he ovat hajallaan. (Vilka 2007, 28). Vehkalahden (2014, 17) mukaan kyselytutkimuksella saa tietoa ihmisten toiminnasta, mielipiteistä, asenteista ja arvoista. Sen vuoksi kysely sopii tutkielmani aineistonkeruutavaksi. Kyselyn avulla voin tehdä yleistyksiä siitä, mikä Etelä-Suomen Sanomien sisällössä on ollut kiinnostavaa tutkittavan kahden kuukauden aikana syys-lokakuussa 2023.

Verkkokysely on myös helppo ja ajallisesti nopea tapa toteuttaa. Saan aineiston suoraan käsiteltävässä muodossa, mikä helpottaa sen analysointia.

Tutkimukseni perusjoukko, eli kohdejoukko, josta teen päätelmiä (Vilka 2007, 51) on kahden kuukauden aikana digitilaaajiksi ryhtyneet henkilöt. Koen, että kahden kuukauden aikana tilaajiksi ryhtyneet antavat ajankohtaista tietoa siitä, mikä uusia lukijoita kiinnostaa. Etelä-Suomen Sanomat pyrkii jatkuvasti uudistumaan, joten tämänhetkinen tieto on tärkeää. Vuosia tilanneiden tutkiminen ei olisi antanut minulle haluamaani vastausta siihen, miksi lukija päätti tilata lehden.

Tutkimuksessani käytän otantamenetelmänä kokonaisotantaa. Kokonaisotannassa tutkimukseen otetaan mukaan koko perusjoukko, eli tässä tapauksessa kaikki kahden kuukauden aikana digitilauksen tehneet.

Lähetin kyselyn sähköpostilla, jotta kokonaisotannalla voidaan varmistaa mahdollisimman suuri vastaajajoukko. Verkkokysely oli perusteltu valinta, sillä verkkolehtien lukijoiden voidaan olettaa toimivan jo muutenkin verkossa luontevasti.

3.3 Aineiston kerääminen

Tutkimukseni aineisto kerättiin Webropol-kyselyohjelmalla. Tein kyselyn yhteistyössä Etelä-Suomen Sanomien kanssa. Etelä-Suomen Sanomista sain apua kysymysten muotoilussa ja kyselyn lähettämässä. Kysely oli anonymi, eikä vastauksia yhdistetty henkilöihin.

Kysely lähetettiin 259 henkilölle. Kyselyn avasi 82 henkilöä ja vastaamisen aloitti 36 henkilöä. Lopulta vastauksensa lähetti 32 henkilöä, joten vastausprosentti on 12,36. Etelä-Suomen Sanomien kyselyiden yleiseen vastausprosenttiin nähden yli kymmenen prosentin vastaustulos on hyvä. Vilka (2007) mainitsee, että kyselytutkimuksissa kato saattaa usein olla jopa yli 70 prosenttia. Kaikki täytetyt kyselyt olivat kuitenkin asiallisia ja oikeita, joten toteutunut otos oli 32.

Kyselyn yksi tärkeimmistä huomioitavista seikoista verkossa on lähettämisen ajoitus. (Vilka 2007, 28). Lähetimme kyselyn tilaajiksi ryhtyneille asiakaskirjeenä, joka käyttää Einstein-ajatustyökalua. Einstein optimoi sähköpostin lähetyssajankohan jokaiselle vastaanottajalle sen perusteella, milloin vastaanottaja on aktiivinen sähköpostissa. Tällä mahdollistetaan suurin todennäköisyys vastaajalle huomioda sähköpostiviesti. Kysely lähetettiin maanantai-iltana 23.10.2023 ja suljettiin seuraavan viikon keskiviikkona 1.11.2023. Vastausaikaa oli reilu viikko, mutta suurin osa vastauksista saatiin ensimmäisen päivän aikana. Tilaaajille lähetettiin lisäksi sähköpostimuistutus lauantaina.

Kyselylomakkeen toimivuuden varmistin lähettämällä sen viidelle ystävälleni. Muokkasin kyselyä ystäviltä saamieni huomioiden pohjalta sekä kysyin palautetta Etelä-Suomen Sanomien uutis- ja digipäälliköltä sekä kandiohjaajaltani. Lopulta lomakkeessani oli 11 kysymystä, jotka olivat kaikille vastaajille samat. Vastaaja sai halutessaan jättää yhteystietonsa arvontaa varten, mutta yhteystietoja ei yhdistetty vastauksiin.

3.4 Aineiston analysointi

Lähtökohtaisesti kyselytutkimusta tutkitaan aina määrällisin tutkimusmenetelmin. Hyödynnän omassa tutkimuksessani sekä määrällistä-, että laadullista tutkimusmenetelmää. Vilkan (2007, 19) mukaan määrällinen tutkimus selittää, kuvaa, kartoittaa, vertailee tai ennustaa asioita, ominaisuuksia ja ilmiöitä. Määrällisellä tutkimuksella tavoitellaan yleiskäsitystä tutkittavasta ilmiöstä. Laadullisella tutkimuksella pureudutaan yksityiskohtiin. (Vehkalahti 2014, 13.) Tahdon selvittää pääpiirteitä tilaajien motiiveista, mutta poimia yksittäisiä laadullisia vastauksia tukeakseni havaintojani.

Aloitin aineistoon tutustumisen selailemalla saatuja vastauksia. Webropol kokoaa vastauksista tarkat luvut ja kaaviot, joiden avulla tilastojen tarkastelu on tehty helpoksi. Pehdyin aineistooni tarkemmin Webropolin analyysityökaluilla. Sen avulla voi suodattaa haluamansa vastaajat, ja vertailla vastauksia keskenään. Kyselyssä oli kysymyksiä, jossa oli ennalta määrätyt vastausvaihtoehdot, joita käsittelemä määrällisenä lukujen puolesta. Suljettujen kysymysten lisäksi kyselyssä oli avoimia kysymyksiä, jossa vastaajat saivat itse kirjoittaa oman näkemyksensä ja mielipiteensä.

Kokosin vastauksista jokaisen erilleen ja tarkastelin taulukoita, sekä vertasin avoimia vastauksia saamiini lukuihin. Kävin jokaisen vastauksen yksitellen ja systemaattisesti ja vertasin prosentteja keskenään sekä korreloivatko vastaukset toisiaan. Avovastauksilla pääsin numeroiden taakse ja löysin luvuille selittäviä tekijöitä. Esimerkiksi kuinka moni on törmännyt maksumuuriin ja mitä siitä ajateltiin? Etsin avoimista vastausaineistoista samanlaisia aihepiirejä ja ryhmittelin ne lukumäärien mukaan. Tämän avulla selvitin, kuinka usein samat teemat toistuivat vastauksissa ja mitä se kertoo. Kävin jokaisen avoimen vastauksen läpi, mutta nostin tutkimukseeni kuvailevat ja eniten aiheittani havainnollistavat vastaukset.

Siten yritän luoda johdonmukaisuutta ja selittää syitä luvuille. Olen ottanut mukaan taulukoita sekä kuvia havainnollistamaan tuloksia. Kuvioiden ja taulukoiden avulla asia on helpompi sisäistää ja lukea. Olen tuonut avoimet vastaukset määrällisen kysymyksen yhteyteen, jotta asia pysyy yhdessä ja selittää teemoja enemmän.

4 Tulokset

Tässä luvussa esittelen tutkimukseni keskeisimmät tulokset. Tulosluvussa pyrin vastaamaan tutkimuskysymyksiin. Tulokset on saatu määrällistä ja laadullista analyysia käyttäen. Avoimista vastauksista esittelen yleisimmin esiintyneet ja mielenkiintoisimmat. Tulosluvut etenevät samassa järjestyksessä tutkimuskysymysten kanssa.

4.1 Maksumuuriin törmääminen

		Kaikki n=32
Ikä	35–44	6 %
	45–54	22 %
	55–64	38 %
	65–74	28 %
	75+	6 %
Sukupuoli	Nainen	53 %
	Mies	47 %

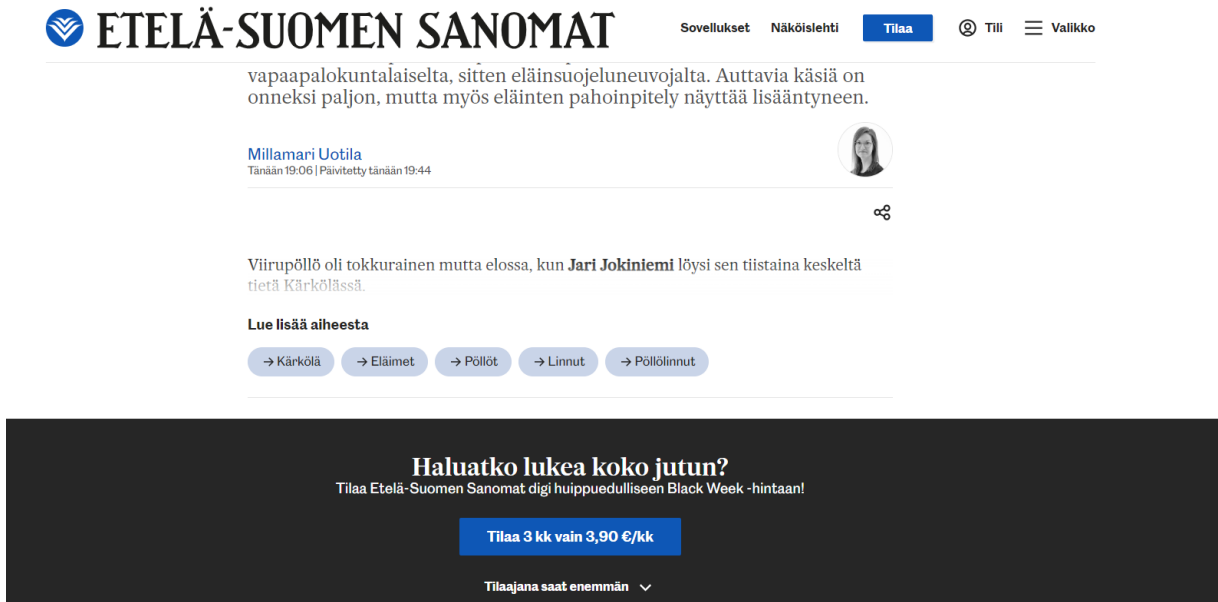
Taulukko 1. Vastaajien osuus eri ryhmissä

Taulukossa 1. on luokiteltuna vastaajat iän ja sukupuolen mukaan. Naisia ja miehiä vastasi lähes yhtä paljon. Ikäluokissa 45–74 vuotiaat olivat selvästi enemmistö, mikä oli odotettavissa, sillä maakuntalehtien tilaajat ovat usein keski-ikä ylittäneitä.

	n=31	Prosentti
Kyllä	25	81 %
En	5	16 %
En osaa sanoa	1	3 %

Taulukko 2. Oletko aiemmin törmännyt ess.fi-sivulla maksumuuriin?

Vastaajista 81 prosenttia (n=31) kertoi törmänneensä Etelä-Suomen Sanomien verkkosivuilla maksumuuriin aiemmin. 16 prosenttia kertoi, ettei ole törmännyt maksumuuriin aiemmin ja 3 prosenttia ei osannut sanoa. Maksumuuriin törmää aina, jos juttua yrittää selata ingressiä pidemmälle. Tämän jälkeen näkyviin pomppaa seuraavanlainen muuri:



ETELÄ-SUOMEN SANOMAT Sovellukset Näköislehti Tilaa Tili Valikko

vapaapalokuntalaiselta, sitten eläinsuojeluneuvojalta. Auttavia käsiä on onneksi paljon, mutta myös eläinten pahoinpitely näyttää lisääntyneen.

Millamari Uotila
Tänään 19:06 | Päivitetty tänään 19:44

Viirupöllö oli tokkurainen mutta elossa, kun **Jari Jokiniemi** löysi sen tiistaina keskeltä tietä Kärkölässä.

Lue lisää aiheesta

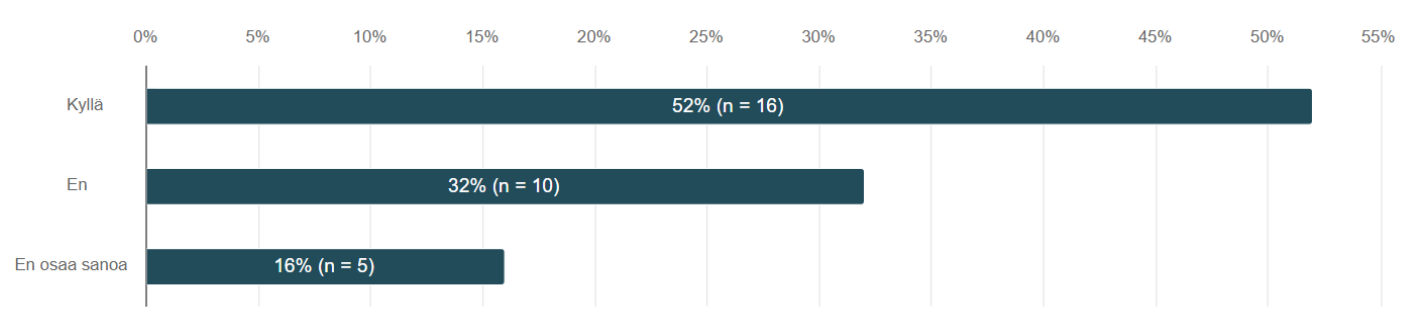
→ Kärkölä → Eläimet → Pöllöt → Linnut → Pöllöinnut

Haluatko lukea koko jutun?
Tilaa Etelä-Suomen Sanomat digi huippuedulliseen Black Week -hintaan!

Tilaa 3 kk vain 3,90 €/kk

Tilajana saat enemmän

Maksumuuri ehdottaa tilaajaksi ryhtymistä, milloin lukija pääsisi lukemaan koko jutun. Moni saattaa törmätä maksumuuriin useasti, mutta ei kuitenkaan ryhdy tilaajaksi. Lukija saattaa myös klikata maksumuuria mielenkiinnosta, mutta jättää tilaamisen kesken. Kyselyni seuraava kysymys selvitti, kuinka moni oli jo aiemmin harkinnut tilaajaksi ryhtymistä.



Kuvio 1. Jos olet törmännyt maksumuuriin aiemmin, harkitsitko jo silloin digi-ilauksen tekemistä?

Taulukon 2. mukaan maksumuuriin oli törmännyt 25 vastaajaa. Kuvion 1. kohtiin ”kyllä” ja ”ei” on vastannut kuitenkin 26 vastaajaa, joten luokittelen 26 vastaajan törmänneen maksumuuriin.

Maksumuurin läpi siirtyäkseen on lukija yleisimmin törmännyt mielenkiintoiseen juttuun, jonka on halunnut lukea kokonaan. Tämä tapahtuu yleisimmin kun lukija on törmännyt useammin kuin kerran maksumuuriin. Lukija huomaa lehdessä olevan paljon mielenkiintoista sisältöä.

Seuraavana oli avokysymys, jossa kysyttiin mikä juttu sai lukijat siirtymään maksumuurin läpi (n=23). Tässä kohtaa laskin, kuinka usein vastauksissa toistui samat teemat.

Kuusi henkilöä ei muistanut mistä jutusta hän tilasi ja viisi vastaajista kertoi, ettei tilaamisen syynä ollut mikään yksittäinen juttu. Urheilun mainitsi 5 vastaajaa, paikallisuuden 3 vastaajaa ja hinnan 4 vastaajaa.

”Ei mitään yksittäistä, mutta olen ollut noin 40 vuotta lehden tilaaja enkä osannut olla täysin ilman sitä.”

”Mikään artikkeli ei herättänyt mielenkiintoani tilata lehti.”

”Monena päivänä selasin, aina näkyi vain alku.”

Jokaisella oli hyvin erilaiset syyt siirtyä maksumuurin läpi, mutta paikallisuus ja urheilu mainittiin useasti. Moni oli kuitenkin unohtanut, mistä jutusta oli siirtynyt tilaajaksi. Urheilun suosiota voi perustella Lahden identiteetillä. Lahti identifioituu urheilukaupungiksi, joten urheilu kiinnostaa yleisesti (lahti.fi).

4.2 Sisältö ja hinta vaikuttavat tilaamiseen

Vastaajia pyydettiin vielä kuvailemaan muita mahdollisia syitä ryhtyä tilaajaksi (n=27). Kysymys oli edelliseen nähden hyvin samankaltainen, mutta antoi mahdollisuuden ajatella laajemmin omia syitä tilaajaksi ryhtymiseen. Paikallisuuden mainitsi 12 vastaajista ja tarjouksen 8 vastaajista.

”Kiinnostaa maksumuurien takana olevat useimmat jutut.”

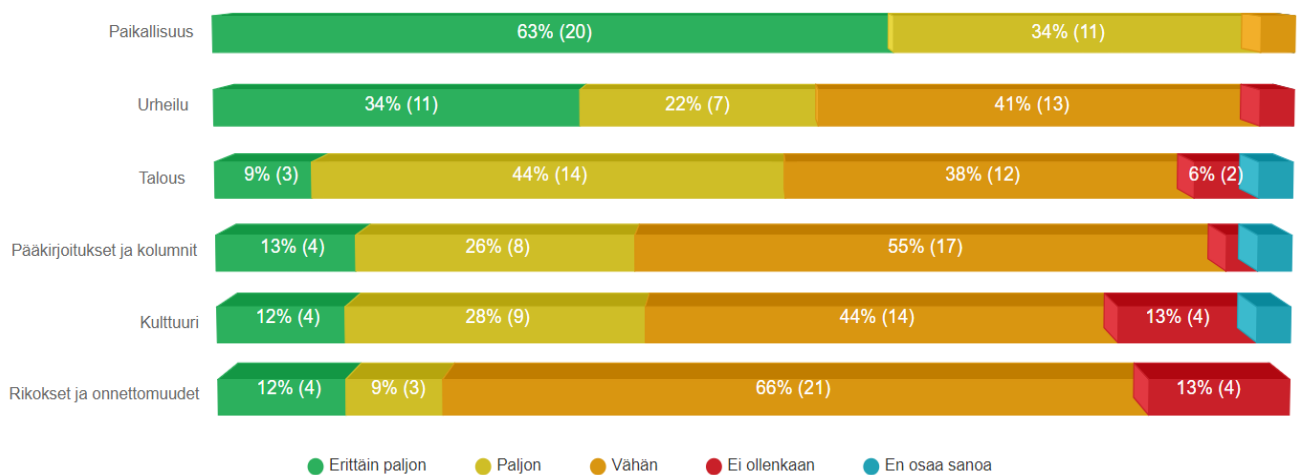
”Pelicansin liput ja hinta mikä ei ollut aivan älyttömän kova.”

”Siitä saa helposti tietoa oman asuinalueen tapahtumista ja muuta mielenkiintoista tietoa esim. päätöksenteosta.”

”Paikallisuutisten lisäksi hyvin uutisoidut kv-jutut. Tapahtumat Lahdessa ja lähialueella kiinnostavat, samoin kulttuuri.”

”Oli edullinen tarjous digilehdestä, niin tartuin siihen. Etlarista näkee paikalliset uutiset parhaiten ja pysyy niistä ajan tasalla.”

Kyselyn lähettämisen aikaan Etelä-Suomen Sanomilla oli tarjous, jolla lehden sai 5,90 €/ 6kk tai 7,90 €/ 6kk + 2 lippua Pelicansin jääkiekkopeliin. Molemmat tarjouksista oli kuuden kuukauden kestotilauksia. Molemmat tilaukset jatkuivat tarjousjakson jälkeen normaalihinnalla: 3 kk maksujaksoin 9,90 € / kk.



Seuraavaksi kysyin etukäteen annetuilla aihealueilla, kuinka paljon jokainen vaikuttaa lehden tilaamiseen.

Kuvio 3. Miten paljon seuraavilla sisällöillä on vaikutusta lehden tilaamiseen?

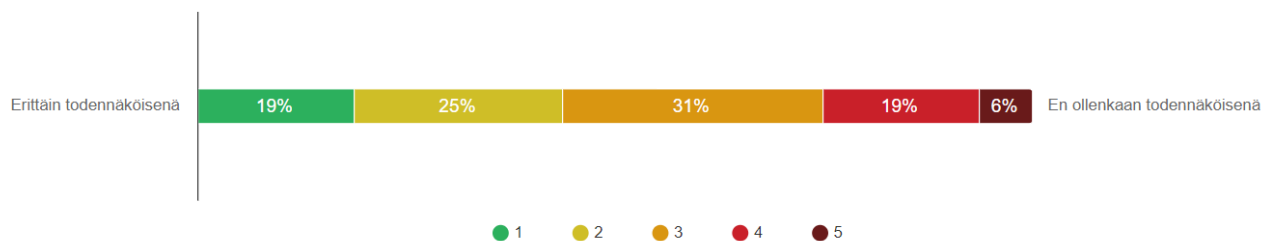
Kuviosta on huomattavissa, kuinka paikallisuutta pidetään suurena syynä lehden tilaamiseen. Paikallisuus vaikuttaa ”erittäin paljon” lehden tilaamiseen vastasi 63 prosenttia (n=32). Paikallisuus mainittiin useasti myös muissa vastauksissa ja on selvästi suurin syy lehden tilaamiseen ja lukemiseen. Maakuntalehdet ovat maakuntia edustavia ja hyvin paikallisia. Tilaajat haluavat olla perillä omalla lähialueellaan tapahtuvista asioista, minkä vuoksi paikallisuutta korostetaan.

Toiseksi eniten kohtaan ”erittäin paljon” vastattiin urheilu. Paikallisuus ja urheilu mainittiin usein myös aiemmassa kysymyksessä ”mikä juttu herätti mielenkiintosi, että päätit tilata lehden?”.

Taulukon mukaan vastaajia kiinnostaa myös talous ”paljon” 43,8 prosenttia.

Tilaajien tilaushalukkuuteen vaikuttaa aihealueina vähiten kulttuuri sekä rikokset ja onnettomuudet. Molempiin on vastattu ”ei ollenkaan” 13 prosenttia. Tutkimukseni alussa esitin hypoteesin, että rikokset ja onnettomuudet ovat yksi suurimmista sisällöllisistä syistä tilata lehti. Näiden vastauksien mukaan hypoteesini ei pitänyt paikkaansa.

4.3 Tilauksen jatkamisen todennäköisyys



Kuvio 4. Kuinka todennäköisenä pidät, että jatkat lehden tilausta?

Kysymys oli muotoiltu viisiportaiseksi Likert-asteikoksi. Nimesin vastausvaihtoehdot lopulta seuraavanlaisesti:

1. Erittäin todennäköisenä
2. Todennäköisenä
3. Neutraali
4. Vähän epätodennäköisenä
5. En ollenkaan todennäköisenä

19 prosenttia (n= 32) vastaajista pitää erittäin todennäköisenä, että jatkaa lehden tilausta vielä tarjousjakson jälkeen. 25 prosenttia vastasi tilaavansa lehden todennäköisesti ja 31 prosenttia vastaajista oli neutraali asian suhteen. Vastaajista 19 prosenttia vastasi vähän ja 6 prosenttia ei pitänyt ollenkaan todennäköisenä jatkavansa lehden tilausta.

Kysymykselle oli avoin jatkokysymys, jossa vastaaja sai perustella vastaustaan. Suodatin jokaisen luokan (1–5) vastaajien vastaukset kysymykseen ”Voitko vielä kuvailla, miksi vastasit edelliseen kysymykseen näin?”. Rajasin siis esimerkiksi vastanneiden ”erittäin todennäköisenä” kirjallisen vastauksen jatkokysymykseen ja keräsin ne erilleen.

Tällä tavalla sain selville syyt, miksi tilaaja aikoo tai ei aio jatkaa tilausta. Muuten vastaukset olisivat menneet sekaisin keskenään, enkä olisi voinut tehdä johtopäätöksiä vastausten välillä.

Kahdeksan vastaajista (n= 26) mainitsi kilpailukykyisen hinnan olevan suuri syy lehden tilauksen jatkamiseen. Moni sanoi jatkavansa tilausta, jos hinta pysyy edullisena tai lehden saa hyvällä tarjouksella. Kokosin jokaisesta luokasta esimerkit avoimista vastauksista.

Luokassa 1.(n=3) ”erittäin todennäköisenä” asiaa perusteltiin paikallisuudella ja paperilehden hinnalla.

”Koska paperilehti on törkeän kallis etkä jatkuvana tilaajana saa mitään alennusta, vaikka tilaisit lehteä vuosikymmenien ajan.”

”Ilman Etlaria on vähän "pihalla" paikallisista tapahtumista.”

Luokassa 2. (n=7) ”todennäköisenä” vastauksissa korostui paikallisuus ja hinta. Kolme vastaajaa myös mainitsi seuraavansa, millaista sisältöä lehteen ilmestyy ja onko tilaaminen kannattavaa.

”Tilasin juuri 6 kk periodin ja seuraan kuinka paljon lehdessä mielenkiintoista luettavaa.”

”Jos hinta on edullinen. Arvostan todella paljon hyvin tehtyjä, hyvin taustoitettuja artikkeleita, mutta oma budjetti on aika tiukka, jolloin joudun odottamaan tarjouksia.”

”Lähinnä paikallisten uutisten vuoksi.”

”Olen luopunut aiempien tilausten haaveilusta.”

Luokassa 3. (n=8) ”neutraali” oli selkein jako. 4 vastaajista mainitsi hinnan ratkaisevaksi ja kaksi vastaajaa ei osannut sanoa jatkaako tilausta lyhyen kokemuksen perusteella.

”Jos hinta pysyy edullisena, niin jatkan tilaamista.”

”Jos tilausta jatketaan hyvällä tarjoushinnalla.”

”En osaa viikon kokemuksella vielä sanoa.”

”Taloudellinen tilanne määrittelee pystyykö tilausta jatkamaan.”

Luokassa 4. (n=4) ”vähän epätodennäköisenä” vastaukset olivat yllättäviä. Vastaukset eivät olleet linjassa siihen nähden, että vastaajien tilauksen jatkaminen on epätodennäköistä. Tämä voi johtua väärinymmärryksestä, tai sitten lehdelle ei ole riittävän suurta tarvetta, vaikka sisältö kiinnostaakin.

”Lahti entinen koti kaupunki, mukava välillä seurata uutisia.”

”Paikalliset uutiset kiinnostavat.”

Luokassa 5. (n=2) ”en ollenkaan todennäköisenä” vastaukset olivat ytimekkäitä. Vastaajat eivät aio tilata lehteä uudestaan. Toinen perustelee asiaa hinnalla ja toinen ei lukenutkaan lehteä säännöllisesti.

”En tilaa, ellei hinta ole minulle sopiva.”

”En olekaan lukenut ”lehteä” säännöllisesti, vaikka olin niin ajatellut tilatessani.”

Kyselyssä kysyttiin myös ylimääräisenä kysymyksenä mitä tilaajat haluaisivat lisää. Paikallisuus mainittiin kuudesti (n=17) ja terveyteen liittyvät aiheet kahdesti. Neljä oli vastannut tyhjää, josta päättelen, että lehti on hyvä näin tai vastaushetkellä ei tullut mitään kehitettävää mieleen.

”Kaikkea ja kaikenlaista varsinkin paikallisista asioista / ilmiöistä / ihmisistä / tapahtumista.

”Terveyteen ja hyvinvointiin liittyvistä jutuista.”

”Alueen kehittämiseen ja toiminnan ideointiin liittyvät asiat sekä turvallisuuteen liittyvä toiminta.”

”Paikallisista tapahtumista, asuinympäristöön liittyvät uutiset ja päätökset.”

5 Johtopäätökset

Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää, miksi Etelä-Suomen Sanomien tilaajat ovat halukkaita maksamaan digi-ilauksesta. Tutkimuskysymykseni olivat seuraavanlaiset:

1. Törmäsivätkö lukijat usein maksumuuriin ennen lehden tilaamista?
2. Mistä syystä Etelä-Suomen Sanomien tilaajat tilasivat lehden digiversioon?
3. Miksi tilaajat haluavat jatkaa tilausta tai perua tilauksen?

Tutkimuksessa korostuu erityisesti kolme syytä sille, miksi lukijat ovat halukkaita maksamaan digi-ilauksesta. Syyt liittyvät maksumuurin toistuvaan esiintyvyyteen, maakuntalehden paikallisuuteen ja tarjoukseen sekä digi-ilauksen hintaan. Suurin osa myös harkitsee tilauksen jatkamista. Tässä kappaleessa käsitellään tarkemmin näitä syitä sekä niihin liittyviä johtopäätöksiä.

Tulosten mukaan suurin osa vastaajista on törmännyt maksumuuriin aiemmin. Suurin osa oli myös jo harkinnut aiemmin tilauksen tekemistä, mutta törmännyt maksumuuriin useammin kuin kerran ennen tilausta. Useimmiten lukija törmää maksumuuriin useasti ennen tilaamista. Moni saattaa myös aloittaa tilauksen tekemisen monta kertaa, mutta jättää sen kesken. Lukijan mielenkiinto lehden sisältöä kohtaan kasvaa jokaisella kerralla ja on lopulta niin suuri, että lukija päättää tilata lehden.

Tutkimustuloksista nousi esiin kaksi selvää ja useasti toistuvaa teemaa, jotka vaikuttavat lehden tilaamiseen: hinta ja paikallisuus. Aineisto ei ollut vastaajamäärältään suuri, mikä saattaa vaikuttaa samojen teemojen toistumiseen. Hinnassa mainittiin useasti tarjoukset. Vastaaja tilasi lehden, kun tarjous oli hyvä, eikä aio jatkaa tilaamista, jos samanlaista tarjousta ei ole saatavilla. Reunanen kokoaman (2023) raportin mukaan maksumuuriin törmänneitä lukijoita houkutellaan edullisilla tarjouksilla, mutta tarjouksen umpeuduttua tilauksen jatko on epävarmaa. Monet katkaisevat tilauksen ja jäävät odottamaan uutta tutustumistarjousta (Reunanen 2023). Tutkielmani avoimissa vastauksissa tulikin ilmi, kuinka osa tilaa lehteä pätkittäin. Reunanen (2023) raportin mukaan useimmiten mainitaan tarjous tai kokeilu, kun ihmisiltä kysytään syitä verkkolehden tilaamiseen. He puolestaan, jotka eivät maksa verkkolehdestä sanovat, että halvempi hinta kannustaisi ostamaan lehden (Reunanen 2023).

Heikkilä ja kollegat (2023) toteavat, että tarjouspätkien mukaan tilaaminen on loogista, kun työtilanteet ovat yleisesti tilapäisiä ja epätyypillisiä. Medioilla onkin usein tarjouksia ja kokeilupätkiä tuotteisiinsa, jotta kuluttajat tilaisivat lehden. Onkin todettu, että mediayhtiöiden edulliset tarjoukset maksumuuriin törmänneille saavat ”todellakin” ihmiset tekemään tilauksia (Reunanen 2023).

Analysoidessani vastauksia huomasin, että useampi ihminen mainitsi seuraavansa Etelä-Suomen Sanomien kilpailukykyä tai lopettaneensa muiden tilausten haaveilusta. Onnisen (2.11.2023) mukaan suomalaiset tyytyvätkin usein yhteen verkkojournalismin tilaukseen. Kuluttajatutkimuksen professori Visa Heinonen (Onninen 2023) väittää, että suomalaisten kulutusmentaliteetissa on varovaisuutta. Ihmiset eivät tilaa useampaa lehteä, vaan toivovat saavansa yhdestä lehdestä kaiken oleellisen. Sen sijaan, että ihmiset etsisivät ilmaista ja vaihtoehtoista sisältöä, ovat he valmiita maksamaan sisällöstä, josta saa kaiken tarpeellisen (Himma-Kadakas & Kõuts 2015). Kammerin (2015) mukaan halvempi vaihtoehto voittaa lähes aina, jos kaikki muut mitat olisivat samat. Lehden täytyy siis erottua, kuten esimerkiksi maakuntalehti paikallisuudellaan.

Paikallisuus oli toinen teema, joka mainittiin useassa vastauksessa. Paikallisuutta pidettiin myös suurimpana syynä lehden tilaamiseen (ks. 4.2). Paikallisuuden esiintyminen usein vastauksissa on perusteltavissa paikallisuuden tärkeydellä maakuntalehdille. Etelä-Suomen Sanomien uutiset ovat suurimmalta osin paikallisia ja edustaa oman alueen asioista. Tyypillinen paikallinen uutinen koskettaa läheisyys-uutiskriteerin perusteella lukijan arkea (Siippainen 2019). Heikkilän ja kollegoiden (2023) mukaan oman alueen sanomalehti mielletään maakunnan ääneksi ja edustajaksi, jonka uutistarjonta palvelee lukijakuntaansa paremmin kuin muut sanomalehdet. Se tarjoaa jotain, mitä muut eivät ja luo usein tiiviin lukijasuhteen. Näin maakuntalehti oikeuttaa veloittamaan sisällön lukemisesta (Kvalheim 2020). Myös urheilu mainittiin vastauksissa useasti. Lahti on myös tunnettu urheilukaupunkina, joten urheilu on myös lehdessä suuresti näkyvissä. Siippaisen (2019) mukaan urheilu on tärkeä imago- ja identiteettitekijä. Esimerkiksi yleisölajin ympärille perustetut kiekkosivut ovat paikallista lukijakuntaa yhdistävä asia (Siippainen 2019).

Alussa arvelin, että paikallisuus sekä rikokset ja onnettomuudet ovat luetuimmat ja halutuimmat sisällöt. Tuloksissa oli kuitenkin yllättävää, ettei rikokset ja onnettomuudet kiinnostaneet. Raportin mukaan (Reunanen 2023) ihmiset ovat yleisesti kiinnostuneista väärinteoista. Etelä-Suomen Sanomien tilaajat hakevat sisällöllisesti ensisijaisesti kuitenkin jotain muuta.

Suuri osa vastaajista pitää jokseenkin todennäköisenä jatkavansa lehden tilausta tarjousjakson päätyttyä. Myös tilauksen jatkamisen syynä mainittiin paikallisuus sekä tarjoukset. Moni sanoi jatkavansa tilausta ainoastaan, jos hinta pysyy kohtuullisena. Kuten Onninen (2023) mainitsi, kolmannes suomalaisista pitää verkkouutisia liian kalliina. Tämän tutkimuksen aikaan Etelä-Suomen Sanomilla oli tarjous lehdestä, joka selittää, että moni vastaajista mainitsee tarjouksen myös tilauksen jatkamisen ehtona. Kaksi vastaajista ei aikonut missään tapauksessa jatkaa tilaamista ja mainitsivat syyksi korkean hinnan tai lehden vähäisen lukemisen. Yhteenvetona suurin osa harkitsee kuitenkin tilauksen jatkamista, etenkin jos se jatkuu tarjouksella.

Tulokset ovat hyödyllisiä ja kiinnostavia yleisesti maakuntalehdille. On merkittävää huomata, kuinka hinnalla on suuri vaikutus tilaamiseen. Monella on heikko taloudellinen tilanne, jolloin tarjoukset ovat arvokkaita. Tulokset ovat myös muuten hyvin yhteneviä vastaajajoukon kesken, joten tästä voi hyvin tehdä yleistyksiä perusjoukosta.

6 Lopuksi

Tähän luvussa tiivistän tutkimukseni kulun ja arvioin tutkimukseni onnistumista. Esitän myös mahdollisia jatkotutkimusaiheita.

6.1 Tutkimuksen arviointi

Mielestäni onnistuin vastaamaan tutkimuskysymyksiin hyvin. Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää lukijoiden halukkuutta maksaa Etelä-Suomen Sanomien tilauksesta. Sain selville kaksi suurta teemaa lukijoiden halukkuuteen tilata lehti ja pysyä lehden tilaajana. Tulokset olivat osittain odotettavissa, mutta paikallisuus ja hinta nousivat yllättävän monesti esille.

Tutkielmaani oli aluksi hyvin vaikea löytää aineistoa, mutta lopulta sain kasaan tutkimuksen kannalta oleellisen ja perustellun teoriaosuuden. Käytän tutkielmassa tärkeinä käsitteinä maksumuuria sekä lukija- ja tilaajasuhdetta. Käsitteenä lukijasuhde jäi lopulta hyvin vähäiselle, vaikka sivunsinkin teemaa erilaisin termein. Pohdinkin, olisiko aiheen voinut liittää muulla tavoin teoriaosuuteen kuin omana käsitteenään.

Esittelen kyselytutkimuksen syntyprosessin hyvin laajasti ja läpinäkyvästi, joka auttaa lukijaa hahmottamaan työn kulkua konkreettisesti. Analyysiosuutta olisi saanut vieläkin laajentaa, mutta kaikki oleellinen tulee lukijan kannalta kuitenkin esille. Lopuksi esittelen tutkimukseni tulokset, sekä siitä saadut johtopäätökset. Tutkimus on rakennettu tutkimuskysymysten varaan ja vastaa niihin selkeästi. Ensimmäisen tutkimuskysymyksen vastaus jäi johtopäätöksissä hieman vajaaksi, mutta vastaa oleelliseen eikä poikkea aiheen vierestä.

Tutkimusta olisi voinut laajentaa pidemmälle aikavälille, mutta suuremman vastaajajoukon analysoiminen olisi voinut olla aikataulullisesti haastavaa. Sain mielestäni kuitenkin hyviä vastauksia ja vastaajamäärä pysyi tiiviinä. Maakuntalehtiä olisi voinut myös vertailla keskenään. Olisiko tilaajien vastaukset samanlaisia muissakin maakuntalehdissä. Aikataulullisesti tällainen olisi ollut myös hyvin vaikeaa, vaikkakin mielenkiintoista.

6.2 Jatkotutkimusaiheita

Usein puhutaan, kuinka printtilehden aikakausi tulee päätökseen viiden vuoden sisällä. Useampi kollegani on sanonut, että pian ei ole enää töitä. Etelä-Suomen Sanomat menee verkko edellä ja moni työntekijä on jäänyt kiinni printtiaikaan. Printin tuottaminen on kallista, eikä se palvele lukijoita enää samalla tavalla kuin verkkoversio. Verkossa jutut ovat tuoreita ja ajantasaisia, kun printtiin juttu saattaa tulla vasta päivien päästä verkon julkaisusta.

Siippainen (2019) puhuu tuhon kierteestä, jossa toimitusten ja sivumäärien supistukset heikentävät sisältöä ja vähentävät yleisön kiinnostusta tilata lehteä. Olen myös itse havainnut samaa maakuntalehdissä. Printtilehdestä viedään kaikki ”erilainen”, mikä on tehnyt printistä verkkoversiosta erottuvan, kuten liitesivut ja erilaiset ristikot. Siippainen (2019) kysyykin, kuinka pitkälle kehitys voi jatkua niin, että maakuntalehti voi perustella asemansa ja tehtävänsä lukijoilleen. Milloin tulee se hetki, kun lukija ei tarvitse maakuntalehteä enää? Tästä voisi tehdä oman tutkielmansa. Voisi kysyä maakuntalehtien työntekijöiltä tai esihenkilöiltä miten he näkevät maakuntalehtien tulevaisuuden lukijoiden arjessa konkreettisesti. Onko maakuntalehti tuhon kiertessä?

Tilaushintoja ei voida myöskään laskea, vaan niitä usein nostetaan jatkuvasti tilaajan huomaamatta. Jossain kohti tilaaja havahtuu kallistuneisiin hintoihin ja irtisanoo lehden sopimuksen. Missä vaiheessa kukaan ei ole enää valmis maksamaan maakuntalehdestä? Tästä aiheesta voisi selvittää tilaajilta, mikä on heidän kipurajansa.

Paikallisuutta korosti moni tilaaja ja se on myös maakuntalehtien identiteetin kulmakivi. Siippainen (2019) kertoo monen uuden asukkaan kokevan uutisoinnin vieraaksi sen takia, että paikkojen ja henkilöiden nimet ovat tuntemattomia ja paikallisia suhteita on sen vuoksi vaikea ymmärtää. Pohdin, onko maakuntalehtien sisältö liian paikallista? Pitääkö olla vanha asukas, jotta ymmärtää sisäiset suhteet ja on halukas tilaamaan lehteä? Aihetta olisi mielenkiintoista tutkia lisää.

Kaiken kaikkiaan tutkimukseni vastasi tutkimusaukkoon digitilaajien halukkuudesta tilata lehti. Jatkotutkimusaiheita olisi paljon ja niitä olisi erittäin mielenkiintoista tutkia lisää. Maakuntalehti pärjää paikallisuudella, mutta kuinka pitkään?

7 Lähteet

Arjanmaa, S. (2023) ”Median modernit ansaintamallit: miten omien kohderyhmien tiedostaminen voi auttaa tehostamaan maksumuureja”.

Autio, N. (2015). Kaikille päivälehdille tulossa maksumuuri. <https://suomenlehdisto.fi/kaikille-paivalehdille-tulossa-maksumuuri/>. Haettu 2.10.2023.

Elvestad, E. & Blekesaune A. (2008) ”Newspaper Readers in Europe: A Multilevel Study of Individual and National Differences”. *European Journal of Communication* 23(4):425–47. 2008

Haapanen, M. 2012. Kielitoimiston sanakirja. Julkaistu 4.12.2012.

Heikkilä Heikki, Hellman Heikki & Ovaska Liisa. 2023. Mä lehden luin: Yleisön suhde painettuun ja digitaaliseen sanomalehteen. Tampere: Tampere University Press.

Himma-Kadakas, M. & Kõuts R. (2015) ”Who Is Willing to Pay for Online Journalistic Content?” *Media and Communication* 3(4):106–15.

Hujanen, E. (2007). Lukijakunnan rajamailla – Sanomalehden muuttuvat merkitykset arjessa. Jyväskylän yliopisto.

Järvelä J. (2015) Aikakauslehden tuttuuden vaikutus halukkuuteen osallistua verkkopalvelun sisällöntuotantoon. Pro gradu. Lappeenrannan teknillinen yliopisto.

Kammer, A., Boeck M., Vikær Hansen J., & Juul Hadberg Hauschildt L. (2015) ”The Free-to-Fee Transition: Audiences’ Attitudes toward Paying for Online News”. *Journal of Media Business Studies* 12(2):107–20.

Kantar Media (Elokuu 2017). Attitudes to paying for online news. Reuters Institute for the Study of Journalism. University of Oxford.

Kangas, J. (2019) ”Miksi maksaa kun ilmaiseksikin saa – Lukijoiden halukkuus maksaa verkkojournalismista.” Jyväskylän yliopisto.

Kuutti, H. 2012. Mediasanasto. Jyväskylä: MediaDoc.

- Kvalheim N. (2020). News Behind the Wall: An Analysis of the Relationship Between the Implementation of a Paywall and News Values.
- Mathiasová, A., Solík, M., & Mináriková, J. (2022). Paid Subscriptions and Premium Content: Online News Publishers' Monetisation Strategies. *Communication Today*, 13(1), 17–26.
- Media Audit Finland (2023). KMT 2023 lehtien lukumäärät. <https://mediaauditfinland.fi/wp-content/uploads/2023/09/KMT-2023-lukijamaarat.pdf>. Viitattu 4.10.2023.
- Newman, N., Fletcher R., Eddy K., Robertson Craig T., & Kleis Nielsen R. (2023) "Reuters Institute Digital News Report 2023". https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2023-06/Digital_News_Report_2023.pdf
- Nykänen, M. (2010). Joko klikkasit? Iltalehti.fi:n suosituimmat uutisaiheet vuonna 2009.
- Onninen, O. (2023) Kuinka pääsisimme Ruotsin tielle? Siirtymä digitaaliseen journalismiin on ollut Suomessa vaikea verrattuna muihin Pohjoismaihin. <https://suomenlehdisto.fi/kuinka-paasisimme-ruotsin-tielle-siirtyma-digitaaliseen-journalismiin-on-ollut-suomessa-vaikea-verrattuna-muihin-pohjoismaihin/> Viitattu 27.11.2023.
- Puttonen, K. (2017). ESS tavoittaa viikoittain 214 000 lukijaa. <https://www.ess.fi/paikalliset/218098> Viitattu 20.10.2023.
- Reunanen E. (2023) <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2023/finland>. Viitattu 6.10.2023.
- Reunanen E. (2023) Uutismedia verkossa. Reuters-instituutin Digital News Report Suomen maaraportti.
- Siippainen, M. (2019). Globaali väline, lokaali sisältö – Paikallisuus maakunnallisten verkkolehtien sisällössä. Tampereen yliopisto.
- Simola, K. 2023. <https://suomenlehdisto.fi/viimeinen-paivalehti-otti-maksumuurin-kayttoon-vapaamatkustajista-tama-on-tietysti-huono-asia/>. Viitattu 2.10.2023.
- Steensen, S. (2011). Online journalism and the promises of new technology. *Journalism Studies*, 12(3), 311–327. <http://dx.doi.org/10.1080/1461670X.2010.501151>

Tuomi J. & Sarajärvi A. (2018) Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Kustannusosakeyhtiö Tammi.

Van der Wurff, R. (2012). The Economics of Online Journalism. The Handbook of Global Online Journalism. 231-250. <https://doi.org/10.1002/9781118313978.ch13>

Vehkalahti K. (2014). Kyselytutkimuksen mittarit ja menetelmät 11. 13–17. Finn Lectura.

Vilka H. (2007). Tutki ja mittaa: määrällisen tutkimuksen perusteet. 28–51. Tammi.

<https://www.uutismediat.fi/sanomalehtihaku/>. Viitattu 22.12.2023.

<https://www.lahti.fi/vapaa-aika/liikunta-ja-ulkoilu/>. Viitattu 22.12.2023.

<https://oma.media.fi/hameen-sanomat/ukk/> Viitattu 10.11.2023.

Liite 1. Kyselylomake

Miksi tilasin? Etelä-Suomen Sanomien maksumuuritilaajat

Olet osallistumassa Etelä-Suomen Sanomien tilaajien tilaushalukkuutta käsittelevään tutkimukseen. Kyselyyn vastaaminen on anonyymia ja vastaaminen vie aikaa 5–10 minuuttia.

Tietojen käsittely

[Tietosuojailmoitus](#)

Arvonta

Voit halutessasi jättää loppuun yhteystietosi arvontaa varten. Kaikkien vastanneiden kesken arvotaan viisi S-ryhmän 30 euron lahjakorttia. Yhteystietojasi käytetään vain arvontaan eikä yhdistetä millään tavalla vastauksiisi.

Suostumus

Mikäli vastaat tähän kyselyyn, annat suostumuksesi tietojen käsittelyyn.

Ikä

18–24

25–24

35–44

45–54

55–64

65–74

75+

Sukupuoli

Nainen

Mies

Muu

En halua kertoa

Kerro vielä asuinpaikkakuntasi.

Oletko aiemmin törmännyt ess.fi-sivulla maksumuuriin?*

*Maksumuuri on verkkosivulla oleva este, joka erottaa maksullisen ja maksuttoman sisällön toisistaan. Maksumuurin voi läpäistä ostamalla lehden tilauksen, jolloin pääsee käsiksi kaikkeen sisältöön.

Kyllä

En

En osaa sanoa

Jos olet törmännyt maksumuuriin aiemmin, harkitsitko jo silloin digitilauksen tekemistä?*

*Digitilauksella pääset lukemaan Etelä-Suomen Sanomien uutisia verkosta

Kyllä

En

En osaa sanoa

Mikä ess.fi verkkosivulla oleva uutinen/juttu herätti mielenkiintosi, että päätit tilata lehden ja siirtyä maksumuurin läpi?

Kuvaile vielä syitä ryhtyä Etelä-Suomen Sanomien tilaajaksi.

Miten paljon seuraavilla sisällöillä on vaikutusta lehden tilaamiseen?

Erittäin paljon Paljon Vähän Ei ollenkaan En osaa sanoa

Paikallisuus

Talous

Urheilu

Kulttuuri

Rikokset ja onnettomuudet

Pääkirjoitukset ja kolumnit

Millaisista aiheista haluaisit lukea lisää?

Kuinka todennäköisenä pidät, että jatkat Etelä-Suomen Sanomien digitilausta?

1 2 3 4 5

Erittäin todennäköisenä

En ollenkaan
todennäköisenä

Voitko vielä kuvailla, miksi vastasit edelliseen kysymykseen näin?