

Amh. 4.5.15 PO

Pohjois-Pohjanmaan elinkeino-,  
liikenne- ja ympäristökeskus  
Oulu

13. 04. 2015

Dnro POPELY

# DIGI SILTA

## DIGISILTA – Paikallismedian digitaalinen palvelumalli

Hankkeen numero: 17704

**LOPPURAPORTTI 2012-2014**

## 1. Hankkeen toteuttajan nimi

Oulun ammattikorkeakoulu (Oamk), Kulttuurialan yksikkö

## 2. Hankkeen nimi ja hanketunnus

Digisilta - Paikallismedian digitaalinen palvelumalli

Hankkeen numero: 17704

## 3. Yhteenveto hankkeesta

Oulun ammattikorkeakoulun koordinoimassa Digisilta-hankkeessa on tehty kehitystyötä Pohjois-Pohjanmaan ja Kainuun alueen paikallislehtien kanssa. Digisilta-hankkeen aikana kartoitettiin Pohjois-Suomen paikallislehtien nykytilaa digitaalisen jakelun ja verkkokäytäntöjen osalta. Näiden tietojen perusteella hankkeen kuudelle yhteistyölehdelle (Koillissanomat, Rantapohja, Tervareitti, Puolanka-lehti, Maaselkä ja Pyhäjärven Sanomat) hankittiin julkaisujärjestelmä.

Hankkeen piloteissa tutkittiin lukijoiden kokemuksia digilehden lukemisesta, verkkolehden uudenlaista taittamista ja mainostajien näkemystä digilehtien mainonnasta sekä paikallislehtien yhteisöllistä toimittamista. Digitaalista järjestelmästä on ollut suora hyöty osallistuville lehdille, mainostajille ja heidän lukijakunnalleen. Hanke on edistänyt yhteistoimintaa ja verkostoitumista osallistuvien paikallislehtien ja eri sidosryhmien välillä tehtyjen pilottien, työpajojen ja seminaarin avulla. Hankkeen aikana järjestettiin seitsemän työpajaa paikallislehdille sähköisten järjestelmien hyödyntämisestä sekä kaksi suurempaa seminaaria, joissa käsiteltiin koko sanomalehtialalle ajankohtaisia haasteita. Hankkeen aikana syntyi kolme julkaisua.

## 4. Raportti

### 4.1. Hankkeen tavoitteet

#### a) Ylemmän tason tavoitteet joiden osa hanke on

Hanke kuuluu Manner-Suomen maaseudun kehittämisohjelmaan 2007-2013, toimilinjaan 3. Hankkeen toiminta tähtää maaseutualueiden elämänlaadun ja maaseudun elinkeinoelämän monipuolistamiseen. Paikallislehtien säilyminen ja kilpailukyky heijastuvat myös muihin alueen yrityksiin ja matkailun kehittämiseen. Paikallislehdillä on tärkeä merkitys haja-asutusalueiden asukkaiden elämässä.

## b) Tämän hankkeen tavoitteet

### Hankeen neljä päätavoitetta ovat:

- Tuetaan Pohjois-Pohjanmaan ja Kainuun paikallislehtien toimintaedellytyksiä käynnistämällä kehitystyö, joka mahdollistaa paikallislehtien digitaalisen jakelun testaamisen ja käyttöönoton.
- Selvitetään paikallislehtien toimitusten ja niiden sidos- ja lukijaryhmien valmiutta hyödyntää sähköiseen tiedonvälitykseen perustuvaa jakelu- ja vuorovaikutusmallia.
- Valmennetaan paikallislehtien toimituksia ja muita pilotoinnin kohderyhmiä mallin mukaisen järjestelmän kehittämiseen. Järjestelmän lisäksi toimittajat on koulutettava uuteen tehtäväkuvaan digitaalisen sisällöntuotannon maailmassa.
- Testataan ja pilotoidaan digitaalista tiedonvälitysjärjestelmää harvaan asutulla maaseudulla, ja kootaan käyttäjäkokemukset järjestelmän toimivuuden varmistamiseksi.

### Muut tavoitteet:

- Tuottaa toimivia ja käytännönläheisiä työpajoja, joiden avulla kohderyhmät saadaan omaksumaan digitaalinen jakelujärjestelmä ja osallistuvan sisällöntuotannon vuorovaikutusmalli.
- Hankkeen tulokset kootaan sähköiseksi julkaisuksi
- Hankkeesta syntyvää aineistoa hyödynnetään Oulun ammattikorkeakoulun journalismin opetuksen kehittämisessä sekä opinnäytetöiden aiheena. Hankkeen myötä lisätään Oamkin viestinnän osaston ja alueen paikallislehtien yhteistyötä.

### Hankkeen tulokset

Hankkeen toimenpiteiden tuloksena oli kehittää ja testata sisällöntuotantomallia, josta paikallislehdet saavat pysyvää hyötyä.

Hankkeessa tehtyjen selvitysten pohjalta kartoitettiin paikallislehtien valmiutta digitaaliseen sisällön luontiin ja käyttöönottoon. Hankkeen tuloksista merkittävin on paikallislehdille sopivan digitaalisen järjestelmän hankkiminen, jonka toimintaan ja käyttöönottoa pilotointiin Puolanka-lehdessä. Pilotti nosti esiin jatkokehityskohteita sekä antoi osviittaa digitaalisen julkaisun hinnoitteluun. Paikallislehdet pääsivät kokeilemaan digitaalisen julkaisun tekoa skaalautuvan ja rikasteita sisältävän näköislehden muodossa. Digitaalista järjestelmästä on ollut suora hyöty osallistuville lehdille, mainostajille ja heidän lukijakunnalleen.

Hankkeen toisessa pilotissa kokeiltiin uudenlaisen verkkolehden julkaisemista ja selvitettiin yritysten valmiuksia sähköiseen mainontaan omassa paikallislehdessä. Verkkosivujen ja näköislehtien sisältämät mainokset ovat hyvin perinteisiä ja paikalliset yritykset luottavat

yhä paperilehteen. Pilotissa nousi esille kaksi kehitettävää osa-aluetta: tablet-laitteelle taitetun julkaisun interaktiivisuus ja sähköisen lehden lataaminen. Nämä haasteet vaativat tulevaisuudessa toimivampia ratkaisuja julkaisujärjestelmien tuottajilta, ei niinkään lehdiltä itseltään.

Yhteisölliseen viestintään liittyvässä pilotissa nousi esille uudenlaisia yhteistyön mahdollisuuksia kuten mediamerkkien suorittaminen lasten ja nuorten harrastuskerhoissa, kuten partiossa, tai yhteisön oman palstojen toimittaminen ja tapahtumien markkinointi ennakkojuttujen muodossa. Olennaista on sujuva yhteistyö, joka perustuu sovittuihin toimintaperiaatteisiin, kirjoittamisen ohjeistamiseen, aikatauluihin ja nimettyihin kontaktihenkilöihin. Haasteena yhteisöllisessä sisällöntuottamisessa on paikallislehtien henkilöresurssien pienuus; yhteisöt tuottaisivat mielellään sisältöä, mutta tarvitsevat siihen ohjeistusta ja tukea.

#### Työpajat ja seminaarit

Hanke on edistänyt yhteistoimintaa ja verkostoitumista paikallislehtien ja eri sidosryhmien välillä työpajojen ja seminaarien avulla. Yhteistyölehtien toimituksissa on lisätty tietoisuutta digitaalisen julkaisemisen mahdollisuuksista ja sosiaalisen median käytöstä. Työpajoihin ja seminaariin osallistuvien henkilötyöpäivien tavoite on ylitetty reippaasti (tavoite 20hpt ja toteutuneet henkilötyöpäivät ovat 146).

#### Opetuksen kehittäminen

Hankkeen aikana paikallislehtien ja Oamkin viestinnän osaston yhteistyö oli tiivistä. Opetus liitettiin kaikkiin kolmeen pilottiin. Hankkeen tulosten perusteella syntyi uusia kursseja, lisäksi tiedetään paremmin, millaisia tulevaisuuden työelämän taitoja paikallislehdet uusilta työntekijöiltään kaipaisivat.

#### Loppujulkaisu

Hankkeen loppujulkaisuun koostettiin hankkeen aikana esiin tulleita digitaalisen julkaisemisen haasteita ja mahdollisuuksia. Artikkelien kirjoittajina olivat Suomen johtavat asiantuntijat, jotka myös puhuivat Digisillan loppuseminaarissa. Myös hankehenkilöstö kirjoitti omat artikkelinsa ja toimitti artikkelikokoelman julkaisukuntoon.

#### Yhteistyöverkosto

Hanke on edistänyt yhteistoimintaa osallistuvien paikallislehtien, alan opiskelijoiden ja opettajien sekä eri sidosryhmien välillä pidettyjen työpajojen, pilottien ja seminaarien avulla. Lisäksi osallistuvien lehtien toimituksissa on lisätty tietoisuutta ansaintamalleista, digitaalisiin julkaisun mahdollisuuksista, sosiaalisen median käytöstä sekä yhteisöllisestä viestinnästä. Pilotti 2:een, interaktiivisen mainosten työpajaan sekä seminaariin on osallistunut paikallislehtien yhteistyökumppaneita mm. mainostoimistoista. Pilotti 3 tehtiin yhteistyössä yhteisöjen (urheiluseurat, järjestöt) kanssa.

## 4.2. Hankkeen toteutus

### c) Toimenpiteet

#### 1 Hanke käynnistyi 2012

Hankkeen oli hakemuksen mukaan tarkoitus alkaa lokakuussa 2012. Rahoituspäätöksen venymisen vuoksi hanke päästiin aloittamaan marraskuun puolivälissä, kun projektipäällikkö aloitti työnsä. Hankkeen aikataulut oli tehty lokakuun aloituspäivämäärää mieltien, ja olikin selvää että hanke tulisi jatkumaan vuoden 2014 loppuun saman vuoden lokakuun sijaan.

Jatkoajaksi piti hakea erillisellä muutoshakemuksella, joka tehtiin talvella 2014. Samalla kohdennettiin kustannusten kululajeja paremmin hankkeen tarpeisiin sopiviksi. Hanke sai jatkoajan vuoden 2014 loppuun.

#### 2 Työntekijöiden rekrytointi

Projektipäällikön ja projektisuunnittelijan tehtävät olivat molemmat avoimena työvoimahallinnon web-sivuilla. Projektipäällikön valinnassa painotettiin hankehallinnon osaamista ja paikallislehtikentän tuntemista.

Taloushallinnosta vastasi useita eri hankkeita Oamkilla hoitava osa-aikainen taloussihteeri.

Varsinaisen hankehenkilöstön tukena olivat journalismin yliopettaja ja viestinnän osaston päällikkö. Yliopettaja toimi myös hankkeen asiantuntijana ja oli mukana hankkeen ohjausryhmässä.

#### 3 Yhteistyölehtien sitouttaminen

Yhteistyölehdet oli kysytty alustavasti mukaan hankkeeseen hankesuunnitelmaa kirjoitettaessa. Hankkeen valmistelu ja rahoittajan käsittely vei kuitenkin oman aikansa, joten mukaan ilmoittautuneiden lehtien sitouttaminen oli projektipäällikön ensimmäisiä tehtäviä. Lehtien sitouttaminen oli tärkeää myös siksi, että hankkeessa oli yksityisen rahan osuus, josta osa tuli yhteistyölehtien maksettavaksi.

Suunnitteluvaiheessa mukaan oli ilmoittautunut yhdeksän paikallislehteä, joista lopulta mukaan tuli kuusi. Syykin oli selvä: kolme konsernin lehteä oli saamassa verkkolehden ja uudet nettisivut yhteishankintana konsernin kautta.

Lopulta hankkeen yhteistyölehdiksi lähtivät Rantapohja, Koillissanomat, Tervareitti, Puolankalehti, Maaselkä ja Pyhäjärven Sanomat.

Yhteistyölehdiltä vaadittiin kovaa luottamusta hanketta kohtaan, sillä kahden vuoden hankkeen hinnaksi lehdille tuli tuhat euroa. Maksatusten vuoksi se piti maksaa hankkeen alkupuolella, jolloin lehdillä ei ollut vielä konkreettisia tietoja hankkeen hyödyistä.

Osallistumismaksu kattoi lehdille sekä hankkeen aikana hankitun verkkojulkaisujärjestelmän

että kaikki hankkeen työpajat ja seminaarit. Yhteistyökumppanilehtiin pidettiin yhteyttä paitsi lehtivierailuilla ja sähköpostilla, myös hankkeen nettisivuilla lisätyllä intranetillä johon hankehenkilöstö lisäsi luettavaksi hankkeen raporttien lisäksi aihepiiriin liittyvää tutkimustietoa ja kirjallisuutta.

Hankkeen yhteistyölehdistä viisi oli yksityisiä paikallislehtiä, ainoastaan yksi oli ns. konsernilehti. Yksityiset paikallislehdet ovat haasteellisessa asemassa siksi, että niiden kehittyminen on täysin kiinni henkilöstön innostuksesta uusiin innovaatioihin. Konsernin lehdillä monet perehtymistä ja kilpailuttamista vaativat pakolliset asiat (nettisivut, toimitusjärjestelmät) tulevat koko konsernin yhteisinä hankintoina. Yksityiset lehdet vastaavat kaikista omista hankinnoista ja järjestelmistä, jotka usein hankitaan vasta pakon edessä resurssipulasta johtuen. Resurssipulassa on osittain kyse rahasta, mutta usein myös ajanpuutteesta. Lehden kehittäjä, päätoimittaja, on paikallislehdissä myös yksi toimituksen kirjoittava työntekijä.

#### **4 Paikallislehtien digiaikaan siirtyminen - selvitys**

Hankkeen alkupuolella Oamkin yliopettaja ja journalistiopiskelijat tekivät analyysin Pohjois-Suomen paikallislehtien tilanteesta verkossa. Tulokset olivat lyhykäisyydessään seuraavat

- Selvityksissä kävi ilmi, että lehdet ovat digitaalisessa kehityksessä hyvin eri vaiheessa. Useimmat perustelivat verkossa olemista pakolla. Verkko koettiin rasitteena, sillä sen ei koeta antavan takaisin taloudellisia panostuksia. Vaatimatonta satsausta verkkoon selitettiin yleisimmin resurssipulalla.
- Paikallislehdille verkon tehtävänä on lähinnä mainostaa printtiä. Vuorovaikutusta lukijoihin painotettiin ja sosiaalinen media koettiin hyväksi välineeksi, vaikka sen mahdollisuuksia ei juuri hyödynnettykään.
- Digitalisoitumisen vuoksi on ajankohtaista päivittää toimitusjärjestelmiä, ja tilausta on erityisesti järjestelmälle, joka on helppokäyttöinen, edullinen ja integroituu helposti muihin jo käytössä oleviin järjestelmiin.

#### **5 Sähköisen julkaisujärjestelmän hankinta**

Hankkeen alkupuolella tehty lehtikierron antoi suuntaa siitä, mitä lehdet hankkeelta toivoivat. Kävi selväksi, että kaikki kuusi paikallislehteä olivat hyvin erilaisia ja käyttivät hyvin erilaisia toimitusjärjestelmiä. Tämä asetti hankkeen yhdeksi tavoitteeksi asetetulle julkaisujärjestelmän hankinnalle haastetta: sen piti toimia yhteen monenlaisen toimitusjärjestelmän (aina Wordista Dorikseen) kanssa. Kokonaan uuden toimitusjärjestelmän hankkiminen ei ollut järkevää, sillä muutostöihin olisi upponnut vähintään vuosi eikä hankkeen budjetti olisi riittänyt kyseiseen hankintaan.

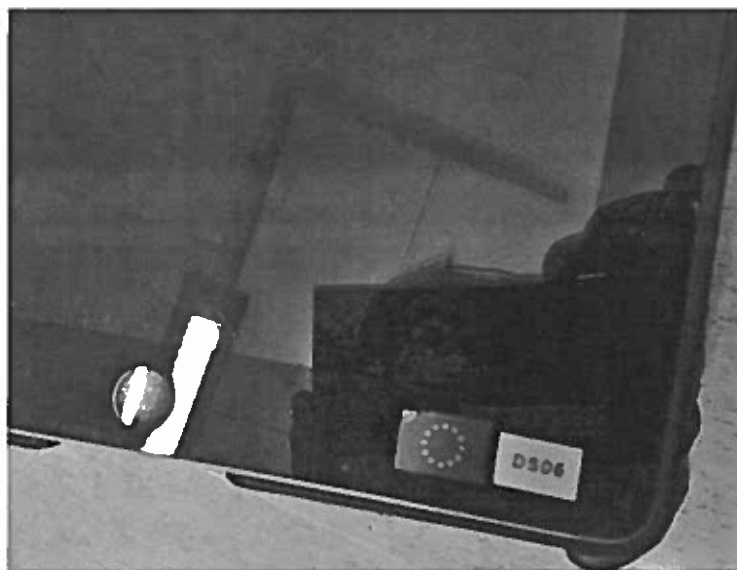
Puolella hankkeen lehdistä oli hankkeen käynnistyessä käytössään näköislehti, mutta se ei ollut skaalautuva eli mukautunut eri päätelaitteen kokoon. Ne lehdet, joilla ei ollut näköislehteä käytössään toivoivat saavansa sellaisen.

Hankehenkilöstö ja asiantuntijat perehtyivät sähköisiin julkaisujärjestelmiin työpajassa. Konsultti myös selvitti, mitä julkaisujärjestelmiä Suomen markkinoilla oli hankinnan tekemisen aikaan tarjolla ja mitkä olivat niiden hyvät ja huonot ominaisuudet. Lehtien kanssa neuvottelujen jälkeen järjestelmältä toivottiin seuraavia asioita:

- helppokäyttöisyys, ei saa viedä paljoa työaika
- näköislehti täytyy tehdä lehden PDF-versiosta tai Adoben taitto-ohjelmien kautta, jotka olivat kaikilla lehdistä käytössä
- suomenkielinen tuki oltava saatavissa
- asiakkaan on voitava ostaa yksittäisnumero tai eripituisia tilausjaksoja
- julkaisujärjestelmässä on oltava maksumuuri / maksamispalvelut sekä
- järjestelmän tarjoajan on pystyttävä tarjoamaan koulutus järjestelmän käyttöön.

Suomenkielisen tuen, maksumuurin ja koulutusten vaatimus rajasivat pois monta ulkomaista yritystä, joiden alustat olivat ehkä enemmän Wordpressin kaltaisia blogien yms. julkaisuun käytettyjä alustoja. Helppo käytettävyys ja pdf-vaatimus taas rajasivat pois suurempia toimitusjärjestelmiä. Järjestelmän hankinnan aikaan Suomessakin oli kehitteillä useampiakin julkaisujärjestelmiä, mutta ne eivät olleet vielä valmiita kaikilta osin (yleensä maksujärjestelmä puuttui eli käyttäjinä oli ilmaisjakelulehtiä).

Aluksi julkaisujärjestelmästä pyydettiin tarjousta yhdessä hankkeen pilotointeihin tarvittavien tablet-laitteiden kanssa. Tällöin saatiin yksi tarjous, jonka hinta meni reilusti yli hankinnalle budjetoidun euromäärän. Tämän jälkeen hankinta jaettiin kahtia: tabletit vuokrattiin Oamkin it-sopimuskumppanilta ja julkaisujärjestelmä kilpailutettiin uudelleen. Lopulta julkaisujärjestelmän toimittajaksi valittiin ePaper Finland Oy, jonka julkaisupaikka Lehtiluukku täytti vaaditut kriteerit.



*Tablet-laitteet oli merkattu EU-lipulla ja laitekohtaisella tarralla*

## 6 Palaute lehdistä

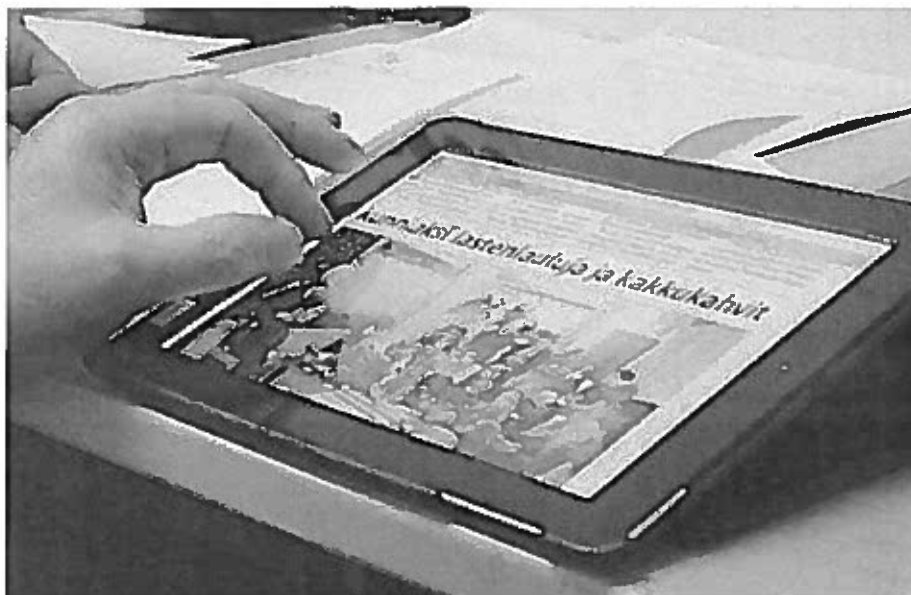
Eniten sähköisen julkaisujärjestelmän hankkimisesta hyötyivät luonnollisesti lehdet, joilla sellaista ei hankkeen alkaessa ollut. Julkaisujärjestelmän ottivat kuitenkin käyttöön hankkeen kaikki lehdet. Pääosin motiivina oli se, että oli hyvä olla esillä paljon erilaisia paikallislehtiä sisältävässä Lehtiluukussa, mutta myös sen tarjoamat yksittäisen lehden ostomahdollisuus ja se, että lehti oli skaalautuva erilaisille päätelaitteille (mitä kaikkien lehtien näköislehdet eivät olleet).

Järjestelmän käyttö koettiin helpoksi ja nopeaksi, ja tarvittaessa apua pulmatilanteisiin oli saatu järjestelmän toimittajalta nopeasti.

Hankkeen päätyessä ainakin kolme lehteä aikoi jatkaa saman julkaisujärjestelmän käyttöä. Yksilehti uusi hankkeen aikana toimitusjärjestelmänsä ja sai sitä kautta verkkolehden ja kahdella muulla oli verkkolehti käytössä oman julkaisujärjestelmänsä kautta.

## 7 Pilotit

Hanke toteutti kolme erilaista pilottia. Pilotit tehtiin eri yhteistyölehtien kanssa. Kaikissa piloteissa hyödynnettiin hankkeelle hankittuja tablet-laitteita, jotka olivat välttämättömiä. Käytännössä pilottien 1 ja 2 tekeminen ei olisi onnistunut ilman niitä. Osa tableteista oli hankkeen yhteistyölehtien käytössä, jotta ne pystyivät tarkastamaan miltä näköislehden taitto tablet-laitteella näytti.



*Puolankalaistestaajat innostuivat lehtien lukemisesta tabletilla.*



### **Pilotti 1 Sähköisen lehden käyttöönotto, Puolankalehti (syksy 2013)**

Pilotin tarkoituksena oli kartoittaa lukijoiden ensimmäisiä käyttökokemuksia digitaalisen lehden käytöstä tablet-alustalla. Tutkimuksessa haettiin sekä näköislehden ja tabletin käytön hyviä puolia että mahdollisia ongelmatilanteita ja uuden teknologian haasteita. Lisäksi pilotissa selvitettiin kustantajan kokemuksia verkkolehden ja sen markkinapaikan käyttöönotosta muutama viikko sähköisen julkaisutoiminnan aloittamisen jälkeen.

### **Pilotti 2 Rukanews - uudenlainen verkkolehti (talvi 2013-14)**

Pilotoinnin tavoitteena oli taittaa sähköinen lehti uudella tavalla huomioiden erityisesti tablet-alusta. Tavoitteena oli hyödyntää hankkeeseen ostettua ePaper Finland Oy:n julkaisujärjestelmää ja Lehtiluukku-markkinapaikkaa ja luoda näiden järjestelmien mahdollistamalla alustalla navigoinniltaan ja taitoltaan lukijoita houkutteleva lehti. Lisäksi pilotissa haluttiin tutkia paikallisten yritysten valmiuksia ja asenteita sähköistä mainontaa kohtaan omassa paikallislehdessä.

### **Pilotti 3 Yhteisöllinen viestintä paikallislehdessä, Rantapohja (kevät 2014)**

Oamkin journalistiopiskelijat kartoittivat Haukiputaalla erilaisten seurojen, yhdistysten ja oppilaitosten halua tuottaa sisältöä Rantapohjaan. Asiat etenivät pisimmälle Haukiputaan lukion kanssa, jossa järjestettiin toimitustyön kurssi osana äidinkielen opetusta. Kurssi tuotti materiaalia lehdelle ja hyvän opintomateriaalin ansiosta kurssista ja yhteistyöstä on tulossa pysyvää.

Pilottien raportit löytyvät hankkeen kotisivuilta [www.oamk.fi/digisilta](http://www.oamk.fi/digisilta).

## **8 Hankkeen työpajat ja seminaarit**

Hanke jatkoi osaltaan Lokkaalin perinnettä valmentamalla paikallislehtien henkilökuntaa uusien mediateknologioiden hyödyntämisessä. Hankkeen työpajat olivat kaikille avoimia. Hankkeen aikana järjestettiin seitsemän työpajaa.

Kaikki työpajat kilpailutettiin erikseen, ja jos saman sisältöisiä työpajoja oli useampi (eri paikkakunnilla) työpaja otettiin samalta tarjoajalta. Kilpailutukset tehtiin pienhankintoina, sillä hankintojen arvo oli alle 10 000 euroa (tällöin EMR:n mukaan on selvitettävä ja dokumentoitava alueen hintataso). Tarjoukset pyydettiin kolmelta eri yritykseltä. Valittujen kouluttajien kanssa tehtiin kirjalliset sopimukset.

Seminaareihin valittiin puhujiksi suomalaisia digiosaamisen ykköstutkijoita- ja toimijoita. Muutamia puhujavinkkejä tuli myös lehdistä, mutta enimmäkseen puhujat olivat hankehenkilöstön tai heidän kontaktiansa suosittelemia. Molempien seminaarien puhujat saivat yleisössä todella hyvän vastaanoton. Puhujissa oli osaajia eri aloilta, ja hyviä ideoita sateli niin mainostoimistoille, toimittajille kuin päätoimittajillekin.

## 8a Seminaarit

Hankkeessa järjestettiin kaksi suurempaa koko päivän kestävästä seminaaria. Ensimmäinen pidettiin 24.5.2013 Oamkin tiloissa Kotkantiellä. Siinä teemana olivat sähköisen julkaisemisen ansaintamallit. Seminaaria markkinoitiin sähköpostitse, toimitusjärjestöjen kautta ja Kalevan mainoksella. Seminaarin järjestelyt sotki kuitenkin täysin journalistiliiton työehtosopimusneuvottelut, joiden kariutuminen aiheutti toimittajien lakonuhan ja työnantajien työsulku-uhka. Sopuun päästiin vasta kaksi päivää ennen seminaarin ajankohtaa, joten oli selvää että toimituksissa oli tuona aikana muuta mietittävää kuin seminaariin osallistuminen.

Hankkeen päätösseminaari järjestettiin syksyllä 2014, ja sen teemaksi otettiin some ja yhteisöllisyys. Tällä kertaa järjestelyt sujuivat hyvin, ja seminaariin saapui 75 kuulijaa. Maantieteellisesti seminaariin osallistujia tuli Sodankylä - Iisalmi-linjalta mikä osoitti että hyvä aihe ja onnistuneet puhujavalinnat saavat kyllä väkeä liikkeelle kauempaakin. Seminaarin aiheet valittiin lehtien henkilöstön vinkkejä kuunnelleen, ja puhujiksi pyrittiin saamaan parhaat suomalaiset asiantuntijat.

Seminaareilla oli tärkeä rooli myös yksityisen rahan keräämisessä. Käytännössä yksityinen raha kerättiin kumppanilehdiltä hankkeen osallistumismaksuina ja muilta lehdiltä osallistumismaksuina seminaareihin ja työpajoihin. Päätösseminaariin myytiin myös ständipaketteja alan yrityksille, joista kertyi puuttuva yksityisen rahan osuus.

## Aloituseminaari

Hankkeen aloituseminaari järjestettiin 24.5.2013 Oamkin tiloissa Kotkantiellä. Seminaarin teemana oli digitaalisen median ansaintamallit. Aiheen asiantuntijoista kyseltiin vinkkejä mm Viestinnän keskusliitosta, osa taas löydettiin samana keväällä tehdyiltä seminaarimatkoilta. Seminaari kärsi pahoin toimittajien lakonuhasta ja sitä seuranneesta työnantajien työsulku-uhasta, neuvottelutulos saatiin vasta kolme päivää ennen seminaaria. Lopulta seminaaria seurasi nelisenkymmentä kuulijaa.

09.15–09.45 Ilmoittautuminen ja kahvit

09.45–10.00 Tilaisuuden avaus: viestinnän yliopettaja Pertti Sillanpää

10.00–10.40 Toimiiko digilehti Äkäslompolossa? Tuloksia Lapin Kansan kevään 2013 tablet-kokeilusta Äkäslompolossa ja Lismassa – vs päätoimittaja Matti Posio, Lapin Kansa

10.40–11.20 Toimittajan työn digitalisoituvassa lehtimaailmassa - Saska Saarikoski, Helsingin Sanomat

11.20–12.30 Ruokatauko (omakustanteinen)

12.30–13.10 Verkkojournalismin kestävätkä liiketoimintamallit - Johanna Vehkoo, Long Play

13.10–13.50 Tabletin seuraava sukupolvi - tulevaisuuden lukulaitteet – Janne Kaijärvi, ePaper

13.50–14.30 Kysymyksiä ja keskustelua

14.30–15.00 Kahvi ja verkostoitumista

## Päätösseminaari

Hankkeen päätösseminaari kantoi nimeä Digiviikkorumpu kumisee - somen ja yhteisöllisyyden hyödyt. Se järjestettiin 3.10.2014 ammattiopisto Luovin tiloissa Nahkatehtaantiellä 100 hengen salissa. Salin koko oli täydellinen, sillä hyvät puhujat ja hyvin rummutettu seminaari sai 75 kuulijaa. Huomioitavaa oli myös se, että kuulijat tulivat varsin laajalta maantieteelliseltä alueelta: toimittajia oli Sodankylästä, Rovaniemeltä, Kainuusta ja lialmesta Oulun lähiseutujen lisäksi.

- 08.30–09.00 Ilmoittautuminen, tutustuminen yhteistyökumppaneiden ständeihin ja aamukahvit  
09.00–09.15 Avaussanat: Digisillan projektipäällikkö Senni Laine  
09.15–09.45 Riikka Räisänen, Verkkoasema: toimiva verkkosivu lehdelle  
09.45–10.00 Yhteistyökumppani Mediabox esittäytyy  
10.00–10.45 Juha Laamanen, Corellia Helsinki: Espoosta Äkäslompoloon – viesti perille sosiaalisten tekniikoiden avulla  
10.45–11.30 Timo Argillander, Digital Media Finland: Digitaalisen sisällönjakelun ansaintalogiikat  
11.30–12.30 Omakustanteinen lounas ja verkostoitumista  
12.30–13.15 Turo Uskali, Jyväskylän yliopisto: Miten hyödyntää datajournalismia paikallislehdissä?  
13.15–13.30 Yhteistyökumppani Corellia Helsinki esittäytyy  
13.30–14.15 Timo Nurmi, Vaikutustoimisto Zipipop Freud: Mikä yhdistää yrityksiä ja mediaa?  
14.15–14.45 Iltapäiväkahvi  
14.45–15.00 Yhteistyökumppani Kaleva esittäytyy  
15.00–16.00 Santtu Parkkonen, Helsingin Sanomat: Näin viet paikallisjournalismin digiaikaan – viisi vinkkiä  
16.00 Siirtyminen jatkoille sovittuun paikkaan. Epäviralliset Digisillan päättäjäiset ja seminaarijatkot.



Pohjois-Suomen suosituin verkkopalvelu Kaleva.fi kertoo tuoreimmat uutiset, menot ja tapahtumat 24/7.

**KALEVA**

## Digiviikkorumpu kumisee – somen ja yhteisöllisyyden hyödyt

DIGISILLA-HANKKEEN LOPPUSEMINAARI  
AIKA: 3.10.2014 KELL. 8.30–16.00  
PAIKKA: AMMATTIOPISTO LUOVIN AUDITORIUMI (NAHKATEHTAANTIENKATU 3, OULU)

### Ojelma

- 8.30 Ilmoittautuminen, tutustuminen yhteistyökumppaneiden ständeihin ja aamukahvit  
9.00 Avaussanat: Digisillan projektipäällikkö Senni Laine  
9.15 Riikka Räisänen, Verkkoasema: toimiva verkkosivu lehdelle  
9.45 Yhteistyökumppani Mediabox esittäytyy  
10.00 Juha Laamanen, Corellia Helsinki: Espoosta Äkäslompoloon – viesti perille sosiaalisten tekniikoiden avulla  
10.45 Timo Argillander, Digital Media Finland: Digitaalisen sisällönjakelun ansaintalogiikat  
11.30 Omakustanteinen lounas ja verkostoitumista, yhteistyökumppanit esittäytyvät istunnon  
12.30 Turo Uskali, Jyväskylän yliopisto: Miten hyödyntää datajournalismia paikallislehdissä?  
13.15 Yhteistyökumppani Corellia esittäytyy  
13.30 Timo Nurmi, Vaikutustoimisto Zipipop Freud: Mikä yhdistää yrityksiä ja mediaa?  
14.15 Iltapäiväkahvi  
14.45 Yhteistyökumppani Kaleva esittäytyy  
15.00 Santtu Parkkonen, Helsingin Sanomat: Näin viet paikallisjournalismin digiaikaan – viisi vinkkiä  
15.45 Seminaari päättyy ja siirtyminen jatkoille Cale Pöytäkirja: Epäviralliset ja ohjelmatonaiset Digisillan päättäjäiset ja seminaarijatkot.

systema | stord

VERKKOASEMA  
WWW.VERKKOASEMA.FI

Corellia  
Helsinki

OAMK

00100 AMMATTIOPISTOKALLIO

Loppuseminaarin käsiohjelma

## 8b Työpajat

Hankkeen aikana järjestettiin seitsemän työpajaa. Verkkojulkaisun perusteet ja nykytila oli tarkoitettu hankehenkilöstön perehdyttämiseen, yhteistyölehdille rajattuja olivat Digitaalisen strategian luominen ja verkkojulkaisujärjestelmän käyttöön liittyvät työpajat. Muut olivat kaikille halukkaille avoimia, joskin maksullisia. Yleensä työpajat järjestettiin Oamkin tiloissa Kotkantiellä, poikkeuksena toinen julkaisujärjestelmien perehdytystyöpaja Haapavedellä ja toinen some-koulutus Kuusamossa.

- Verkkojulkaisun perusteet ja nykytila 19.2.2013. Kouluttajana Sampo Korkeila, Sovelto.
- Paikallislehtien digitaalisen strategian luominen 2.2. ja 7.6.2013 Kouluttajana Miikka Blomster, Oamk.
- Julkaisujärjestelmien perehdytystyöpaja 1.10.10.2013. Kouluttajana Otto Peltola, ePaper Finland.
- Julkaisujärjestelmien perehdytystyöpaja 2.11.10.2013 Haapajärvellä. Kouluttajana Otto Peltola. ePaper Finland.
- Sosiaalinen media ja journalismi 29.11.2013 Kouluttajana Ilkka Olander, Sovelto.
- Sosiaalinen media ja journalismi 28.2.2014 Kuusamo. Kouluttajana Ilkka Olander, Sovelto.
- Miten tehdään tablet-julkaisujen mainoksia? 23.5.2014 Kouluttajana Sampo Korkeila, Corellia.

## 9 Hankkeen aikana tehdyt kyselyt ja tutkimukset

- Paikallislehdet verkossa - analyysi nykytilanteesta. Pertti Sillanpään opiskelijoiden keväällä 2013 tehty analyysi Pohjois-Suomen 12 paikallislehden ajatuksista verkossa olemisesta ja digipuolen kehittämisestä.
- Pakkopullaa vai mahdollisuus - miten paikallislehdet hyödyntävät internetiä toimitustyössään ja miten ne voisivat hyödyntää sitä paremmin. Syksyllä 2012 tehty Eeva Pentikäisen opinnäytetyö, joka tarkasteli miten paikallislehdet hyödyntävät Internetiä journalistisessa työssään ja antaa niille kehitysehdotuksia verkon hyödyntämiseen.
- Paikallislehtien digitaalinen kehittäminen - tutkimus marras-joulukuu 2013, Maaselkä ja Puolankalehti. Pertti Sillanpään selvitys lehtien lukijoiden tietoteknisistä valmiuksista, verkkolehtien lukutavoista, innokkuudesta tuottaa sisältöä paikallislehteen ja näkemyksiä sisältöä tuottavista sidosryhmistä, halukkuudesta maksaa digitaalisesta sisällöstä sekä lehden läsnäolosta sosiaalisessa mediassa.
- Digitaalisen mainonnan kysely ilmoittajille, tammikuu 2014, Koillissanomat. Liiketalouden opiskelija selvitti Koillissanomien ilmoittajien valmiutta digitaalisiin mainoksiin.

Suuremmat kaksi raporttia ja opinnäytetyö löytyvät Digisillan kotisivulta [www.oamk.fi/digisilta](http://www.oamk.fi/digisilta). Digitaalisen mainonnan raportti on hankkeen intranetissä, sillä se sisältää tietoja joiden avulla mainostajat voitaisiin tunnistaa.

## 10 Hankkeen aikana tehdyt julkaisut

- Pertti Sillanpää: Digisilta yhdistää koulutuksen ja paikallislehtien kehittämisen (2013)
- Eeva Pentikäinen: Pakkopullaa vai mahdollisuus, miten paikallislehdet hyödyntävät internetiä journalistisessa työssään ja miten he voisivat hyödyntää sitä paremmin (2013)
- Minna Karukka, Senni Laine ja Heidi Ålander: Digijulkaisun uudet aatteet. Digisilta-hankkeen loppujulkaisu (2014)

Kaikki hankkeen julkaisut ja raportit löytyvät hankkeen nettisivuilta [www.oamk.fi/digisilta](http://www.oamk.fi/digisilta).

## 11 Anti Oamkin toimittajakoulutukselle

Digisilta-hanke linkitettiin hankkeen suunnitteluvaiheessa läheisemmin eri journalismin tai visuaalisen suunnittelun koulutusvaihtoehtojen aihepiireihin. Mukana olivat yliopettaja Pertti Sillanpään vetämät Median verkkoyhteisöt ja paikallisjournalismi (talvi 2013) ja Median verkkoyhteisöt (kevät 2014). Pilotti 2 Rukanewsin taitto toteutettiin Karoliina Niemelän ja Veikko Mynttisen toimesta 2. vuoden visuaalisen suunnittelun opiskelijoiden kanssa. Pilotti 2 liittyi tablet-lehden taittamiseen (talvi 2013). Hankkeen tablet-laitteita käytettiin myös aktiivisesti toiminnassa, jossa opiskelijat osallistuivat pilotointeihin.

Yhteistyö opetuksen kanssa oli hedelmällistä, sillä kurssien aikana kerätyt tiedot jalostuivat raporteiksi jotka taas antoivat uutta tietoa Pohjois-Suomen paikallislehtien nykytilasta. Hankkeen antamien tietojen ja uusien kurssien myötä Oamkista valmistuu nykyaikaan suuntautuneita journalisteja, jotka osaavat taittaa lehden myös uusimmille päätelaitteille. Tämä on merkittävä etu työelämässä, jossa uusimmalle osaamiselle on kysyntää.

Digisillan työpajoissa ja seminaareissa oli mukana myös Oamkin opettajia, jotka kokivat saavansa sitä kautta alan uutta tietoa ja innostusta, jota sitten välittää oppilailleen.

## d) Aikataulut

Digisilta pääsi alkamaan marraskuussa 2012 eli puolitoista kuukautta suunniteltua myöhemmin. Tämä ja julkaisujärjestelmän kahteen kertaan tehty kilpailutus siirsivät hankkeen pilotteja jonkin verran eteenpäin. Hankkeelle haettiin jatkoaikaa vuoden 2014 loppuun muutoshakemuksella helmikuussa 2014 (hankkeen piti alun perin loppua lokakuussa 2014). Kaksi lisäkuukautta antoivat aikaa järjestää loppuseminaari kunnolla. Loppuseminaari oli tärkeä myös hankkeen yksityisen rahan keräämisen suhteen, ja

seminaarin onnistuttua rahatkin saatiin kerättyä. Käytännössä hankkeen lisäkuukaudet käytettiin loppujulkaisun- ja raportin tekemiseen sekä arkistointiin.

#### e) Resurssit

Hankkeeseen oli resurssoitu projektipäällikkö (100 %), projektisuunnittelija (50 %), taloussihteerit (25 %) sekä kaksi asiantuntijaa 20 % panoksella.

Hankkeen henkilöstö koostui Oulun ammattikorkeakoulun projektihenkilökunnasta ja asiantuntijoista. Projektipäällikkö Senni Laine aloitti työnsä 12.11.2012 ja projektisuunnittelija Minna Karukka 1.1.2013. Laineen jäädessä virkavapaalle Karukka aloitti tehtävät Laineen sijaisena 25.6.2013 ja tehtävät jatkuivat 7.5.2014 asti. Heidi Ålander aloitti työskentelynsä 1.8.2013 projektisuunnittelijana Karukan sijaisena. Myös taloussihteerin tehtävissä oli muutoksia Essi Korkiakosken jatkaessa taloussihteerin tehtävää Terhi Mäenpään tilalla toukokuusta 2013 alkaen.

Hankkeen asiantuntijoiden osuudet jaettiin pienempiin, noin 10 % työaikapanoksiin. Ainoastaan journalismin yliopettaja Pertti Sillanpää oli koko hankkeen ajan mukana isommalla työajalla. Pilotti3 sekä kaksi selvitystä tehtiin tiiviissä yhteistyössä Pertin kurssien kanssa ja Pertti kirjoitti raporttia saaduista tuloksista. Hän myös kirjoitti artikkelin hankkeeseen liittyen Oamkin julkaisurekisteri ePookiin.

Muut asiantuntijaosuudet jaettiin Oamkin opettajille, joiden kurssit olivat osa Digisillan aihepiiriä. Miikka Blomster piti yhden työpajan hankkeen yhteistyölehdille, ohjasi opiskelijan selvitystä yritysten sähköiseen markkinointiin liittyen ja kirjoitti loppujulkaisuun, Karoliina Niemelä ja Veikko Mynttinen tekivät opiskelijoiden kanssa pilotti 2 RukaNewsin taiton. Myös Mikko Ruotsalainen ja Marko Taivalkoski ohjasivat opiskelijoiden tekemistä hankkeen yhteydessä.

#### f) Toteutuksen organisaatio

Digisillan käynnistyessä Oulun ammattikorkeakoulu oli osa Oulun koulutuskuntayhtymää (OSEKK). Oamk kuitenkin irrottautui OSEKKista omaksi osakeyhtiökseen 1.1.2014. Käytännön toteutuksen kannalta organisaatiomuutos ei aiheuttanut muutoksia Digisillan toiminnassa.

#### g) Kustannukset ja rahoitus

Hankkeen taloustilannetta hoidettiin Oamkin taloussihteerin että hankehenkilökunnan oman kirjanpidon myötä.

Budjetoituja kululuokkia ei ole ylitetty ja toteutuneet kustannukset ovat olleet hieman pienemmät kuin hankesuunnitelmassa budjetoidut. Rahoituksen toteuma käytiin läpi kaikissa ohjausryhmän kokouksissa.

Hankkeen suurimmat yksittäiset hankinnat tehtiin kesällä 2013. Hankkeeseen ostettu julkaisujärjestelmä kilpailutettiin kahdesti, sillä ensimmäisellä kierroksella tarjouspyyntö sisälsi myös 64 tablet-laitetta (vuokra) eikä kilpailussa saatu yhtään budjetin suhteen realistista tarjousta. Toisella kierroksella tarjouspyynnöt eriytettiin ja julkaisujärjestelmään saatiin yksi tarjous ePaper Finland Oy:ltä ja se hyväksyttiin. Lisäksi hankkeelle vuokrattiin hankepäätöksen mukaisesti 64 tablet-laitetta sim-kortteineen, joiden vuokra-aika on elokuu 2013 – syyskuu 2014.

Hankesuunnitelman täydellinen toteuttaminen vaati kuitenkin budjetin päivittämistä jatkoaikahakemuksen yhteydessä, sillä hankkeen toimenpiteissä oli määritelty sekä osallistuminen kansainvälisille teknologiamessuille (toteutettu lokakuussa 2013) että tulosten levittäminen kansainvälisesti ja osallistuminen kansainväliseen konferenssiin. Hankesuunnitelman mukainen budjetti 4000e ei ollut realistinen kahden ulkomaanmatkan toteuttamiseksi.

Kesken hankkeen tullut ALV-muutos aiheutti päänvaivaa lähinnä hankkeen talousvastaavalle.

## h) Raportointi ja seuranta

Hankkeen tapahtumia raportoitiin joka maksatuksen yhteydessä maksatusajan toiminnan raportilla. Lisäksi tehtiin vuosiraportti (2013, sovittu toimitettavan kumulatiivisesti ajalta 1.10.2012 - 31.12.2013. ) ja loppuraportti (2014). Oamk vaatii omilta hankkeiltaan vähintään kerran vuodessa tehtävän hankearvioinnin, jonka tekee ohjausryhmä. Se tehtiin kolme kertaa ja tuloksista tehtiin yhteenveto.

Ohjausryhmä kokoontui: 1.2.2013, 22.11.2013, 22.1.2014 (sähköpostikokous, hankkeen vuosiraportin hyväksyntä), 14.2.2014, 16.10.2014 ja 19.2.2015.

Ohjausryhmän kokouksissa käytiin läpi hankkeen toimintaa, budjettia ja tehtiin tarvittavat arvioinnit.

Hankkeessa on web-sivut, jotka on jaettu kaikille avoimeen sekä yhteistyölehdille tarkoitettuun Intranet-osioon. <http://www.oamk.fi/hankkeet/digisilta/>. Yhteistyölehtiin oltiin yhteydessä uutiskirjeillä, joita pyrittiin lähettämään kuukausittain. Niissä kerrottiin hankkeen meneillä olevista piloteista ja tapahtumista ja mahdollisista tulevista työpajoista yms. Yhteisistä työpajoista ja seminaarista on tehty suoramarkkinointia sidosryhmälistan kautta. Kahdesta seminaarista on lisäksi ollut ilmoitus Kalevassa.

## i) Toteutusoletukset ja riskit

Hanke eteni hyvin alustavasti mietityssä aikataulussa. Suunnitteluvaiheessa hankkeen kestoa jouduttiin lyhentämään alkuperäisestä ja lisäksi projektipäällikkö aloitti työt hieman hankkeen suunnitellun aloitusajankohdan jälkeen. Lisäksi hankkeen henkilökunnassa on ollut muutoksia hankkeen aikana. Näistä johtuen toimenpiteitä on jouduttu tekemään

tiivillä aikataululla. Kevät 2014 on erityisen työntäyteinen kahden pilotoinnin ja työpajojen osalta. Hankkeelle haettiin kahden kuukauden lisäaika, vuoden 2014 loppuun, jotta saatiin aikaa päätösseminaarin ja -julkaisun tekemiseen ja tulosten raportointiin.

Hankkeen aikana projektipäällikkö oli vanhempainvapaalla, mutta henkilövaihdoista ei aiheutunut ongelmia hankkeen tapahtumista perillä olevan projektisuunnittelijan hoitaessa projektipäällikön tehtävät tänä aikana.

Yhteistyölehtien sitoutumiseen liittyvät riskit toteutuivat jo hankkeen alussa: hankevalmistelussa mukaan lupautui yhdeksän lehteä, joista vuosi myöhemmin, rahoituksen varmistuessa, mukaan lähti kuusi. Se oli hankkeen kannalta riittävä määrä, mutta vähensi aika lailla lehdiltä kerättävän yksityisen rahan määrää. Yksityinen raha saatiin kuitenkin lopulta kerättyä työpajojen ja etenkin loppuseminaarin osanottajamaksuilla ja mainospaikoilla.

### 4.3. Yhteistyökumppanit

Hankkeen suunnitteluvaiheessa mukaan oli ilmoittautunut yhdeksän paikallislehteä, joista lopulta mukaan tuli kuusi. Syykin oli selvä: kolme konsernin lehteä oli saamassa verkkolehden ja uudet nettisivut yhteishankintana konsernin kautta.

Lopulta hankkeen yhteistyölehdiksi lähtivät Rantapohja, Koillissanomat, Tervareitti, Puolankalehti, Maaselkä ja Pyhäjärven Sanomat.

Kalevan rooli hankkeessa oli mentorointi. Se oli mukana hankkeen ohjausryhmässä ja hankehenkilöstö kävi tapaamassa digitaalisen liiketoiminnan osajia useita kertoja.

Yhteistyökumppaneita olivat myös yhteistyölehtien mainostajat, etenkin Koillisanomien kanssa tehdyn RukaNews-lehden mainostajat.

Lisäksi yhteistyökumppaneina olivat yritykset, joilta ostettiin asiantuntijoita työpajoihin ja seminaareihin.

Järjestöistä hyvää yhteistyötä tehtiin Viestinnän keskusliiton ja Pohjois-Pohjanmaan sanomalehtiyhdistyksen kanssa. Pilotti 3:ssa yhteistyön kohteena olivat myös Haukiputaalaiset vapaa-ajan seurat ja yhdistykset.

### 4.4. Hankkeen tutkimukset ja vaikutukset

Hankkeessa tehtiin useita tutkimuksia, joiden tulokset kiinnostivat paitsi paikallisia sanomalehtiä, myös valtakunnallisia tahoja (Sanomalehtien liitto). Hankkeen tutkimukset ovat kaikkien luettavissa Digisillan nettisivulla.

Hankkeen vaikutukset olivat merkittäviä etenkin yhteistyölehdille. Ellei verkkojulkaisujärjestelmää olisi hankittu hankkeen kautta, kolme kuudesta yhteistyölehdessä ei olisi päässyt kokeilemaan sellaista tänä päivänäkään. Perehtyminen



erilaisiin julkaisujärjestelmiin ja parhaan valitseminen sekä kouluttautuminen eivät olisi yksinkertaisesti mahtuneet toimitusten aikatauluun.

Hankkeen vaikutukset ulottuvat laajalle maantieteelliselle alueelle, sillä verkkolehden lukijat asuvat ympäri Suomea- jopa ympäri maailmaa. Hanke myös tasoitti Itellan jakelun supistamista, sillä lehdet pystyivät tarjoamaan verkkolehteä vaihtoehtoksi lehdentulon myöhästymisestä sydämistyneille lukijoille. Verkkolehti oli toimiva ratkaisu myös ulkomaisten tilaajien kohdalla, joiden postimaksut syövät tilaushinnan katetta.

Selvää lukua uusien verkkolehtitilaajien määrästä lehdistä ei saatu. Syynä oli se, että suurin osa lehdistä antoi verkkolehden tilaajiansa luettavaksi ilmaiseksi näin alkuvaiheessa, tarkoituksena totuttaa lukijat verkkolehden käyttöön. Osalla lehdistä taas oli verkkolehti käytössään jo ennen hanketta, ja heillä oli verkkolehden tilaajia jo ennen hanketta. Varovainen arviomme oli, että kuudella yhteistyölehdellä olisi yhteensä noin 800-1000 verkkolehden lukijaa.

Paikallislehdet saivat runsaasti uutta tietoa some-asioista, meneillään olevien hankkeiden tuloksista ja Suomen suurimpien lehtien tekemistä ratkaisuksista digitaaliseen julkaisemiseen liittyen. Paras palaute onnistuneesta hankkeesta tuli yhteistyölehdiltä, sillä kaikki olivat hankkeeseen tyytyväisiä. Lehdestä riippuen parhaimpana pidettiin erilaisia asioita: julkaisujärjestelmää, työpajoja, yhteistyömahdollisuuksia oppilaitoksen kanssa tai yhteistyömahdollisuuksia muiden paikallislehtien kanssa. "Hanke oli mielenkiintoinen, ajankohtainen ja avartava. Mikäli suunnittelette vastaavaa hanketta tai tähän liittyvää tai soveltuvaa jatkoa, olemme mielellämme mukana", totesi eräs päätoimittaja.

**Hankkeen tärkeimpiä määrällisiä tuloksia ovat (suluissa hankesuunnitelman luku):**

- parantuneista palveluista hyötyvä maaseutuväestö 301 hlöä, pilottien käyttäjäryhmät ja digilehden lukijat (200-400 hlöä). Luvussa ei ole otettu huomioon verkkolehtien tilaajia.
- projektissa aktiivisesti mukana olevat viestintäalan yritykset, jotka osallistuvat pilotteihin ja tuotekehitykseen 15 kpl (10 kpl)
- projektiin osallistuvat muut organisaatiot (esim. järjestöt tai mainostavat yritykset), jotka toimivat pilottien testiryhmissä ja osallistuvat työpajoihin 10 kpl (5 kpl)
- projektiin osallistuvat maaseutuväestön edustajat, jotka toimivat pilottien testiryhmissä (yhteisöllinen sisällöntuotanto) 10 hlöä (10 hlöä)
- toteutuneet työpajat 146 htp (20 htp)
- järjestetyt seminaarit/työpajat 2+7 kpl (2 + 6 kpl)
- sisällöntuotannon ja jakelun pilotoinnit 3 kpl (3 kpl)
- julkaisut 3 kpl (2 kpl)

### **Aineiston arkistointi**

Hankkeen arkistoinnissa käytetään Oamkin kampuskohtaista arkistoa. Hankkeen aineisto on jaettu 15v. tai pysyvästi säilytettäviin Oamkin prosessien mukaisesti.

## 5. Esitys jatkotoimenpiteiksi

Hankkeen aikana suomalainen lehdistö on jatkanut siirtymistä digiaikaan hiljaa hiiviskellen. Isot lehtitalot kehittävät erityisesti iPad-pohjaisia sovelluksia isolla rahalla, ja yhä useampi on siirtynyt ainakin osittaiseen maksumuuriin. Paikallislehdet ovat tässä vaikeammassa asemassa: ei ole aikaa eikä rahaa kehitellä omia järjestelmiä, joten yleensä digitaalisuus lepää pitkälle skaalautuvan verkkolehden varassa. Some-kelkkaan on helpompi hypätä, sillä lukijoiden tavoittaminen sen kautta on halvempaa kuin todellisen verkon ansainta-ongelman ratkaisu. Silti yllättävän moni paikallislehti ei edelleenkään ole Facebookissa.

Paperilehden kustannukset jatkavat kasvuaan, hankkeen aikana ainakin kahdessa yhteistyölehdessä on siirrytty omaan jakeluun, kun yhteistyö Itellan kanssa on käynyt mahdottomaksi. Monissa lehdissä on siirrytty aamukannosta iltapäiväkantoon, ja se harmittaa aamulehteen tottuneita lukijoita. Digilehden tarjoaminen tällaiseen ikävään tilanteeseen voi olla toimiva ratkaisu. Hankkeen ykköspilotissa kaikki digilehden testaajat olivat tyytyväisiä siitä, että lehden sai alkaa lukemaan heti aamulla herättyään.

Hankkeen lopussa tehdyllä lehtikiirroksella kyselimme hankkeen yhteistyölehdiltä ideoita mahdollisiin jatkohankkeisiin. Kaikki paikallislehdet olivat yhtä mieltä siitä, että toimittajien koulutukselle olisi aina kysyntää. Pieni, kiireinen toimitus ja pienen paikkakunnan asioista kirjoittaminen saa helposti unohtamaan ajankohtaisten asioiden "suuremman kuvan" ja koulutusta toivottiinkin ajankohtaisista asioista, esimerkiksi eduskunta- kuin seurakuntavaaleista.

Toinen tärkeä esille noussut asia on yhteistyön tiivistäminen paikallislehtien välillä. Yksityisten paikallislehtien ei ole konsernilehtien tapaan mahdollista kierrättää juttuja eri lehdissä, joten jonkinlainen juttupooli lehtien välillä voisi olla mahdollinen. Yleensäkin yhteistyötä ja tietoa siitä, mitä muut puuhailevat, pidettiin hyvin tärkeänä. Tieto taas ei kulje, jos kaikki lehdet käpertyvät oman paikkakuntansa toimituksiin ja kiireeseen vedoten pysyvätkin siellä.

Yhteisöllisyys ja some ovat ajankohtaisia teemoja, ja niiden käytöstä ja lukijoiden joukkoistamisesta toivottiin lisäoppia. Monilla lehdillä on jo ennestään ollut yhteistyötä urheiluseurojen tai koulujen kanssa, mutta usein into vuosien kuluessa hiipuu tai yhteistyö koettiin pientä toimitusta liikaa kuormittavaksi. Toisaalta "paikallisia kirjeenvaihtajia sivukyliltä" kaivattaisiin, mutta lisää toimintaa toimituksia auttavien koulutusten ja yhteistyön muodossa tarvittaisiin.

## 6. Allekirjoitukset ja päiväys

Oulussa 19.02.2015



Riitta Tötterström

Yksikönjohtaja