

RAHA, UUTISMEDIA JA INTERNET

NIKLAS JENSEN-ERIKSEN

Utismedia on Suomessa ja maailmalla vaikeuksissa. Epädemokraattisissa maissa vallanpitäjät vainoavat ”vallan vahtikoiria” ja yrittävät estää heitä tekemästä työtään. Se ei ole uutta, mutta nyt ilmiö on levinnyt myös vakaina pidettyihin demokraattisiin maihin. Donald Trumpin kaltaiset populistipoliitikot hyökkäilevät tiedotusvälineitä vastaan ja leimaavat itselleen epäedullisia uutisia valheiksi. Kannattajat hurraavat.

Eniten länsimaiden uutismedia on kuitenkin tällä vuosituhanella kärsinyt rahasta tai oikeammin sen puutteesta. Internet on vienyt eurot ja romuttanut sen ansaintamallin, jolla yksityistä uutistoimintaa on rahoitettu. Se on suuri ongelma, sillä laadukkaan journalismin tekeminen on aina vaatinut rahaa. Toimittajien ja muiden ammattilaisten palkat sekä muut kulut on maksettava. ”Eihän sitä pyhällä hengellä pyöritetä”, Helsingin Sanomien omistajasuvun jäsen Jane Erkko totesi vuonna 1990. Erkot olivat vapaan journalismin kannattajia ja puolustajia, mutta he tiesivät hyvin myös, että lehden oli kyettävä maksamaan itse kulunsa. Tappiollinen yksityinen tiedotusväline kuolee ennemmin tai myöhemmin pois.

”Yhtiön historia rakentuu väistämättä sekä rahalle että sanalle”, totesi historiantutkija Kai Häggman kirjankustantaja WSOY:n vaiheita tutkittuaan. Sama totuus pätee sanomalehtiin. Lehdistö ei ole koskaan elänyt epäkaupallista aikaa. 1900-luvun lopulla monet lehtitalot olivat tosin niin rikkaita, että niiden toimittajien ei tarvinnut miettiä työnantajansa taoudellista tilaa.

Helsingin yliopistossa on tutkittu Helsingin Sanomien ja sen omistajayhtiön historiaa juuri päättyneessä tutkimushankkeessa, jota on rahoittanut

Helsingin Sanomain Säätiö. Hankkeen viimeinen kirja, allekirjoittaneen yhdessä Aleksi Mainion ja Reetta Hännisen kanssa kirjoittama ”Suomen suurin – Helsingin Sanomat 1889–2019”, ilmestyi viime syksynä.

Mainosrahoitteinen uutismedia

Vielä viime vuosituhanen lopulla sanomalehdistöllä meni hyvin. Helsingin Sanomat teki rahaa niin paljon, että lehden omistaja Sanoma Oy rakensi sen tulovirtojen avulla ensin kansallisen ja sitten kansainvälisen mediakonsernin. Valtaosa Helsingin Sanomien ansaitsemasta rahasta ei tullut lukijoilta vaan ilmoittajilta. Mainostajia kiinnosti erityisesti lehden kyky tavoittaa yli miljoona suomalaiskuluttajaa. Eikä vaihtoehtoisia ilmoitusaloja juuri ollut. 1900-luvun edetessä useimmat Helsingin Sanomien kilpailijat olivat kuolleet pois tai kuihtuneet pieniksi. Lopulta pääkaupungissa Hesarin kanssa kilpaili ilmoitustuloista lähinnä mainostelevisio MTV. Maakuntakeskuksissa mediamaisemaa hallitsivat Aamulehden ja Turun Sanomien kaltaiset paikalliset mahdit.

Rahaa virtasi lehtitaloihin. Niissä työskentelevät journalistit ylpistyivät helposti suurista lukijamääristä ja rahavirroista. Menestyksen syy ei kuitenkaan usein ollut korkeatasoinen journalismi, vaan kilpailun puute. Aikaansa seuraavien kansalaisten oli melkein pakko lukea valtaalehtiä, vaikka niiden sisältö olisikin syystä tai toisesta ärsyttänyt. Ja mainostajat seurasivat perässä.

Internet tuhosi paikalliset monopolit ja mahtiasemat. Verkosta löytyi ilmaista sisältöä jokaiseen maakuun. Sanomalehtien lukijat ymmärsivät vähitellen,

että he eivät välttämättä tarvinneet kotiin kannettua paperilehteä. Muutos ei kuitenkaan tapahtunut hetkessä: internetin vaikutus suomalaislehtien talouteen oli aluksi pieni, mutta kasvoi suureksi 2010-luvulla. Mainoseurat alkoivat virrata Facebookin ja Googlen kaltaisille teknologiayrityksille, jotka kaappasivat ihmisten huomion tehokkaammin kuin vanhat tiedotusvälineet. Helsingin Sanomien paperilehden levikin 1990-luvulla alkanut lasku kiihtyi. Lehden painamisesta ei kuitenkaan voitu kokonaan luopua, sillä osa lukijoista halusi edelleen sen seurakseen aamiaispöytään.

Verkossa Helsingin Sanomien sisällölle riitti vielä enemmän lukijoita. Lehti avasi oman verkkoliitteen toukokuussa 1996. Sisältö oli aluksi varattu vain paperilehden tilaajille, mutta se avattiin vähitellen suuremmalle yleisölle. Uutiset kiinnostivatkin ihmisiä, mutta liian vähän oli niitä, jotka olivat valmiita maksamaan sisällöstä tai ilmoitustilasta.

Pelastus verkosta?

Internet vie, mutta myös tuo. Perinteiset laatu-lehdet ovat viime vuosina jahdanneet innolla uusia verkko-

tilaajia. Sivustojen ympärille on lisäksi rakennettu maksumuureja. Tulostakin on tullut, vaikkakin suomalaisten sanomalehtien kannalta tuskastuttavan hitaasti. Vuonna 2018 internet toi vain 15 prosenttia niiden nettotuloista. Parhaiten verkossa ovat pärjänneet Helsingin Sanomat, Kauppalehti ja iltapäivälehdet. Helsingin Sanomat on kehuskellut ahkerasti verkkotilaajien määrän kasvulla, mutta vaihtoehtoaan ei ollut, sillä mainostajat eivät ole palanneet.

Vanhat laatu-lehdetkin tekevät nyt kaikkensa kerätäkseen klikkauksia sekä koetilauksia, joiden toivotaan muuttuvan pysyviksi. Journalistiset tavoitteet ja ihanteet jäävät klikkien ja tilaajien metsästyksessä helposti sivurooliin. Iltapäivälehtien klikkiotsikot ovat kaikille tuttu ilmiö. Osin niiden avulla Ilta-Sanomat on vahvistanut asemaansa niin paljon, että se on alkanut mainostaa olevansa ”Suomen suurin uutismedia”.

Helsingin Sanomissakin uutisotsikkoja saatetaan vaihdella, jos ne eivät saa riittävästi verkkolukijoita. Lukijoiden klikkauksia ja liikkeitä seurataan lehdesä tarkoitukseen kehitettyjen ohjelmien avulla jopa pakkomielleisesti. ”Analytiikka tuijottaa minua vieressäni ja minä tuijotan sitä”, yksi lehden uutispäälliköistä kertoi toimituksen työstä pro gradu -tutkielmaa tehneelle toimittajalle Minna Nalbantoglulle. Eräs esimiehistä luonnehti itseään ”klikkinarkkariksi”.

Media-alan ammattilehti Suomen Lehdistö kertoo tuoreessa uutisessaan (29.1.2020), että Aamulehti on valjastanut samaan työhön botin. Koneäly ennustaa, tuoko verkkojuttu lukijoita ja tilaajia. Jos odotus huono, ensimmäisenä muutetaan otsikkoa.

Apua lehdistö on saanut yllättäviltäkin tahoilta. Donald Trump on haukkunut vapaata lehdistöä, mutta myös tuonut sille uusia tilaajia. Monet heistä haluavat vastapainoa presidentillisille törkytviiteille ja tietävät vallan tarvitsevan edelleen vahtikoiria. ”Demokratia kuolee pimeydessä”, muistuttaa The Washington Post aiheellisesti etusivullaan. Valon tuottamiseen tarvitaan edelleen rahaa, ja sitä saadaan nyt tilaajilta – jos he ovat valmiita maksamaan. ■

Kirjoittaja on Helsingin yliopiston yrityshistorian professori. Hän johti vuosina 2018–2019 Päivälehti–Helsingin Sanomat 1889–2019 -historiahanketta.

HELSINGIN SANOMAT
Verkkoliite tiistaina 5. marraskuuta 1996

Verkkoliitteen [arkisto](#) on avattu.

UUTISET
Johin leikkauksessa

KLIKI!
Kierrä John Muir Trail

NYT
Elokuvalista

ARKISTO
Menneet uutiset

UKK
Usein Kysytyt Kysymykset

INFO
Opaakartta ja muuta

HS-PALVELUT
Voit jättää ilmoituksen

MARKKINAT
Ilmoitusarvut

toimittaja

REKISTERÖITYMINEN
Mikäli ratkaisua rekisteröitymiseen ja muihin Verkkoliitteen lukemiseen ilmeneviin ongelmiin ei löydy ukk:sta, voitte ottaa yhteyttä help deskiin, 0800-0-6006. Puhelu on maksuton.
Asiaksnumeron saa tilaajapalvelusta numerosta 90-122 611.

Palautte Verkkoliitteen toimitukselle: verkkoliite@sanoma.fi
Teknikkään, rekisteröintin ja vastaaviin asioihin liittyvät kommentit mieluiten osoitteeseen webmaster@sanoma.fi.

Info- ja HS-palvelut ovat avoimia kaikille, muut osat ovat vain Helsingin Sanomien tilaajien käytössä. Lisää tietoa [infosta](#).

[Uutiset] [Ukk] [Ny:] [Info] [HS-Palvelut] [Markkinat]

HS:n verkkoliitteen etusivu vuodelta 1996.