

Lehdistö laihdutuskuurilla

12.7.2007 12:39 — Hartti Suomela

World Wide Webin tulon jälkeen perinteisen lehdistön muistokirjoituksia on luonnosteltu jo vuosikausia. Erityisesti sanomalehtien olisi monien mukaan pitänyt kuolla sukupuuttoon jo aikoja sitten. Sitkeästi sanomalehdistö on kuitenkin pitänyt pintansa, vaikka lukijamäärät ovatkin olleet jo vuosia laskussa.

Viimeisen vuoden aikana hälytysmerkkejä on sanomalehtien suunnasta saapunut kuitenkin kiihtyvään tahtiin. Vuoden 1984 huippulevikeistä lähtien sanomalehtien lukijakunta on supistunut vuodelta ja vedenjakaja lieneekin nyt saavutettu. Näin ainakin Yhdysvalloissa. Aamulehti ei tunnu enää tutulta

Oma sanomalehti-annokseni on viime kuukausien aikana ollut varsin kovassa myllerryksessä, ja autotallin edestä löytyvää paperinivaskaa ei enää oikein tunnista edes samaksi lehdeksi, jota aloimme muutama vuosi sitten tilata.

Sivumäärä on tippunut - se nyt on itsestään selvää, mutta myös tekstin määrä sivuilla on laskenut. Erilaisia graafisia elementtejä ja valokuvia on enemmän kuin ennen. Aivan kuin lehdestä yritettäisiin tehdä verkkosivujen näköisiä. Sekä bisnes-, viihde-, että teknologia-osissa onkin otettu tavaksi viitata varsin runsaasti verkosta löytyvään materiaaliin. Blogikirjoituksia lainataan myös kiihkeästi.

Lisäksi osa vakiosivuista on lakkautettu. Viimeisin uhri oli sunnuntai-lehden mukana tullut ja Perspective-nimellä tunnettu näkökulma/mielipide-osio, jossa käsiteltiin ajankohtaisia asioita syvällisemmin vierailevien asiantuntijakirjoittajien voimin. Tämä kuuden sivun älykköpala supistettiin muutama viikko sitten pääkirjoitussivulle muiden mielipidekirjoitusten joukkoon.

Sanomalehtijournalisti - katoava työnimike?

Lukijoille näkyvien muutoksien lisäksi on verhojenkin takana kuohahdellut. Lehti on ilmoittanut pienehköistä irtisanomisista niinkin tiheään, että olen jo seonnut laskuissani, kuinka moni journalisti on saanut kenkää. Tällä hetkellä ihmettelen lähinnä sitä, riittääkö toimituksessa enää yhtään kirjoittajaa päivittäisen uutisannoksen kokoajaksi.

Toki samaan aikaan lehti on koko ajan panostanut lisää verkkosivujensa kehittämiseen. Kilpailu verkossa on kuitenkin aivan eri tasolla kuin paperilehtimaailmassa ja kovakaan panostus ei välttämättä tuota toivottua tulosta.

Verkossa vain rivilehti

Mercury News on verkossa vain yksi tiedottaja monien muiden joukossa. Niinpä tunnetuimmat verkkouutispalvelut, kuten esimerkiksi TechCrunch, ovat nykyään paljon arvostetumpia ja vaikutusvaltaisempia kuin piilaakson entinen äänitorvi. Minunkin on myönnettävä, että vaikka Josari tuleekin tilattuna kotiovelle joka aamu, niin suurimman osan uutisannoksestani saan eri verkkopalveluiden kautta.

Kaikista paperilehdistön ongelmista huolimatta San Jose Mercury Newsin paperiversio tuo kuitenkin kotiin pääosan mediatalon tuloista. Uskolliset paperilehtien lukijat pitävät edelleen yrityksen taloutta pystyssä. Verkkolehden mainostulot kasvavat kyllä vuosi vuodelta, mutta ainakin vielä tulot verkkolehdestä ovat vaatimattomia.

Suomessa samat ongelmat?

Ehkä en ole pystynyt riittävän tarkasti seuraamaan Suomen sanomalehdistön tilannetta, mutta mielestäni suomalaiset sanomalehdet eivät ole vielä samassa jamassa.

Helsingin Sanomat ei tuntunut ainakaan ulkoisesti kärsivän samanlaisista oireista, kun sitä Suomessa käydessäni selailin. Lehti oli edelleen Hesarin näköinen. Sivuja ja mainoksia oli edelleen runsaasti. Osiotkin olivat samassa järjestyksessä. Ja ikävä kyllä, lehden aukeama edelleenkin on liian suuri sopimaan mukavasti aamukahvipöytään.

Hartti Suomela työskentelee Piilaaksossa teknologiayrityksen kehittäjänä.

<http://www.digitoday.fi/mielipide/2007/07/12/lehdisto-laihdukkuurilla/200717047/66>