

Pihtiputaan mummokin voi luopua sanomalehdestään

29.1.2007 16:03 — Mika Lahdensivu

- Pätkäelämään kuuluu vilkuiluun ohjaava kiihkeärytminen media ja perinteisen uutismedian vakiintumaton käyttö. Pitkiin tilauksiin ei haluta enää sitoutua. Ollaan median moni- ja päällekkäiskäyttäjiä, toteaa sanomalehtien lukemista tutkinut Erkki Hujanen ja arvuuttelee, lukeeko lehteä takuuvarmasti enää edes Pihtiputaan mummo.

Sanomalehden on entistä vaikeampi löytää paikkaansa suomalaisten arjessa, tuoreessa suomalaistutkimuksessa todetaan.

Kiireisten, liikkuvien ja sähköisiin välineisiin tottuneiden ihmisten on vaikea luoda joka-aamuista lukurutiinia ja siten myös suhdetta sanomalehteensä. Lehtien pitäisi myös uudistaa aiheitaan ja käsittelytapojaan, vihjaa Jyväskylän yliopistossa lauantaina väitellyt **Erkki Hujanen** väitöskirjassaan "*Lukijakunnan rajamailla, Sanomalehden muuttuvat merkitykset arjessa*".

Hujasen mukaan sanomalehteä tilaamattomat kokevat itsensä valikoiviksi kuluttaja-asiakkaiksi, joilla on valta päättää lehden tilaamisesta. Kaikki eivät pidä kansalaisuutensa ehtona sanomalehden säännöllistä tilausta, vaikka siihen saisi tarvittaessa toimeentulotukeakin.

Pätkätoiden luomassa epävarmuudessa lehden hinta mielletään korkeaksi sen tarjoamaan tietoon ja hyötyyn nähden. Sanomalehti korvataankin helpommin ja edullisemmin saatavilla, usein viihteellisillä mediavälineillä, Hujanen toteaa.

Levikkieroosio haastaa maakuntalehdet

Päivälehti elää Hujasen mukaan murrosvaiheessa, jolloin sen idea ja tarkoitus ovat muuttumassa. Sanomalehtien levikkien lasku eli levikkieroosio haastaa erityisesti suomalaiset maakuntalehdet.

Jos lehti tavoittaa aikaisempaa vähemmän uusia väestöryhmiä katoavien tilalle, lehdet saattavat menettää myös mainostajien kiinnostuksen. Kannattavuuden lasku voi samalla heikentää journalistista laatua, mikä taas heikentää julkista keskustelua,

yhteisöllisyyttä ja sananvapauden toteutumista.

Hujasen mielestä maakuntalehtien sivuilleen tuottama julkisuus on juuttunut keskiluokkaiseen ideologiaan, joka ei tunnu kaikista omalta. Alueiden ykköslehdet nousivat hyvinvointivaltion ja vakiintuneen elämänmenon turvin 1960-1980 -lukujen levikkikilpailussa kaikkien lehdiksi, mutta eivät ole enää pysyneet yltäkylläisten mediasukupolvien mukana.

Elääkö Pihtiputaan mummo vielä?

- Pihtiputaan mummo voi olla edelleen hyvä samastumisvaatimus toimittajille, mutta lukeeko hän enää sanomalehteä tai onko hän enää elossa? Voisiko maakuntalehden toimittajalle olla hyvästä, että hän ajattelee juttua kirjoittaessaan esimerkiksi Pihtiputaan mummon kaupungissa asuvaa, liikkuvaa kansainvälistä elämää viettävää lapsenlasta tai vaikkapa maahanmuuttajaa, Hujanen sanoo.

Hujanen väittää, että monopoliaseman saavuttaneiden ja laitostuneiden lehtien yhteys arkeen katkesi levikin kasvun helppoina vuosina.

- Lehtitalot elitistyivät ja pulskistuivat, toimittajat ja markkinointiväki laiskistuivat. Omahyväisyys suhteessa yleisöön toimii kuitenkin huonosti nykyisillä kilpailuilla yleisömarkkinoilla, Hujanen toteaa.

Hujasen mukaan lehtikuolemat ovat paitsi aiheuttaneet lehdistöjärjestelmäämme rakenteellisen yksipuolisuuden, myös turhauttaneet osan sanomalehtien yleisöstä. Sanomalehden tilaaminen ja lukeminen tuntuu myös sukupuolittuneen voimakkaasti miehen asiaksi.

Journalistisia työprosesseja päivitettävä

Hujanen haastaa päivälehdet uudistamaan journalistisia työprosessejaan. Asioiden kirjaaminen, referoiva tyyli tai vanha osastojako eivät hänen mukaansa välttämättä enää toimi.

- Lehtien toimituksissa ei voida jäädä odottelemaan tapahtumauutisia tai valmista tiedotemateriaalia, vaan toimituksissa tarvitaan näkymättömiin yhteiskunnallisiin ilmiöihin liittyvien aiheiden kehittelyä, ideoiden jalostusta ja omaehtoista tiedonhankintaa. Ymmärrän journalistisen kirjoittamisen laaja-alaisesti, sillä kiinnostava uutinen syntyy monivaiheisessa prosessissa, jossa olennaista on innostava vuorovaikutus, luovuus sekä vapaus toimittajien ja yleisön välillä.

Hujasen mukaan journalismin kiinnostavuutta lisää, että lehdet luottavat asiantuntijatiedon rinnalla kokemukselliseen

arkitietoon. Se lisää journalismin havainnollisuutta ja ankkuroi lukijakunnan samastumaan sanomalehteen. **Paneutuminen olisi paikallaan**

Hujanen sanoo ei-tilaajien odottavan laatulehdeltä linjakkuutta, vaan eivät hallitsevaa asennetta.

Lukija kaipaa Hujasen mukaan kirjoittajalta syvällistä analyysia ymmärtääkseen itse asioita, ei niinkään valmiita vastauksia tai ohjeita. Juttujen määrää sanomalehtiin onkin hänen mukaansa turha lisätä. Enemmänkin lehdiltä kaivataan uudenlaista asioihin paneutumista.

Hujasen tutkimuksessa pääaineisto koostuu maakuntalehtien ei-tilaajien haastatteluista liki kymmenen vuoden ajalta vuodesta 1997 lähtien. Laadullisia teema- ja syvähaastatteluja tukevat lomakekyselyt.

<http://www.digitoday.fi/viihde/2007/01/29/pihtiputaan-mummokin-voi-luopua-sanomalehdestaan/20072330/66>