

# Verkko imee lukijoita iltapäivälehdiltä

► Pasi Kivioja tutki iltapäivälehtien muutosta kolmena vuosikymmenenä

Sirpa Pääkkönen  
HELSINGIN SANOMAT

► Iltapäivälehdillä ei ole nyt helppoa. Levikit laskevat, lukijat hupenevat ja väki siirtyy verkkoon, arvioi tutkija Pasi Kivioja maanantaina julkaisussa tutkimuksessaan *Iltapäivälehdet mediakentän ja yhteiskunnan muutoksessa*.

Muutos ei sinänsä ole uutta, sillä markkinamuutoksille herkempien iltapäivälehtien on täytynyt päivittää identiteettiään joka vuosikymmen.

Pasi Kiviojan mukaan yllätys on muutoksen rajuudessa. Dramaattisin muutos tapahtui keväällä ja kesällä 2007, jolloin iltapäivälehdet siirsivät verkkoon uutisten tuoreimmat kärjet. Sitä ennen verkossa julkaistiin pääasiassa uutistoimistojen ja paperilehden aineistoja.

”Sama koskee muitakin lehtiä yleismaailmallisesti. Muutos on voimakas. Suomessa iltapäivälehtien levikki alkoi laskea vuonna 2001, ja rajummin se on koskenut Ilta-Sanomia”, Kivioja sanoo.

Verkkojulkaisun uudistuminen on muuttanut iltapäivälehtien sisältöä ja ravistellut markkinoita, liikevoittoa sekä lukijamäärää, mutta samalla se on nostanut iltapäivälehtien internetsivut maan luetuimmaksi verkkomediaksi.

**Kiviojan tutkimuksen** aikajänne ulottuu vuodesta 1985

Verkon kävijämäärät kasvavat iltapäivälehdissä, painetun lehden levikit laskusuunnassa

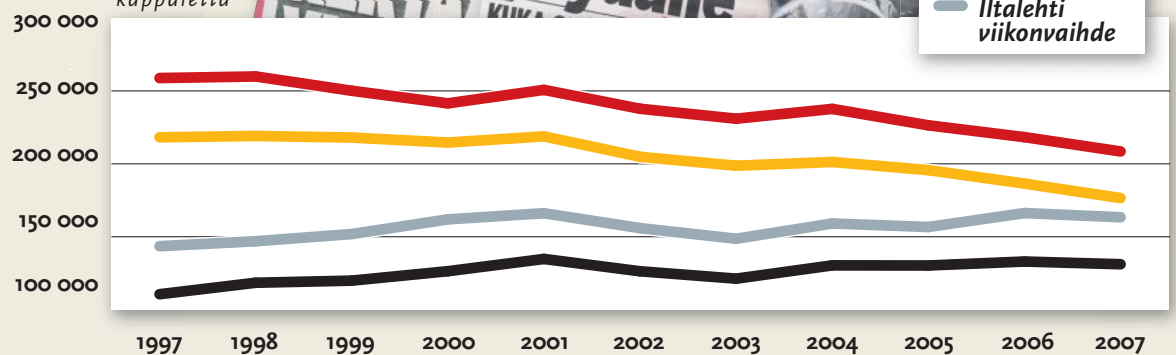
TIINA KÄLKÄINEN / HS



”2000-luku on pikaviihteen ja internetin aikakausi.”

Pasi Kivioja

Irtonumero-  
sanomalehdet  
1997–2007  
kappaletta



vuoteen 2006. Jonkin verran mukana on myös tuoreempaa aineistoa. Kolmen viime vuosikymmenen aikana Ilta-Sanomats ja Iltaalehti ovat lähestyneet toisiaan niin sisällöltään, ulkoasultaan kuin levikiltäänkin.

Kivioja luonnehtii 1980-lukua kilpailun vuosikymmeneksi. Iltaalehti alkoi ilmestyä 1980, jolloin Ilta-Sanomats pirstui, kun se sai kilpailijan. Uutispainotteisuus oli voima-

kasta. 1990-luku oli taloudellisen turbulenssin ja nopean teknisen vallankumouksen aikaa. Iltapäivälehdet hakivat rooliaan suhteessa televisioon ja kaupallisiin radiokanaviin. Viihteellistyminen voimistui 1990-luvulla. Silloin löytyi myös sensaatiohakuinen tyyli.

**2000-lukua Kivioja** kuvaa pikaviihteen ja laajakaistan vuosikymmeneksi. Iltapäivälehtien on etsittävä paikkansa internetin ja lukijaa lähemmäksi kaipaavien päivälehtien puristuksessa. Ne kilpailevat ihmisten ajankäytöstä kaiken muun tarjonnan kanssa.

Uutiset ovat lisääntyneet ja lyhentyneet. Samalla sisältö on

köyhtynyt ja keventynyt.

Politiikan ja talouden aiheet ovat vähentyneet iltapäivälehdissä 2000-luvulla, mutta rikosuutiset ovat lisääntyneet. Poliittikkoja käsitellään aikaisempaa intiimimmin henkilöiden ja draaman kautta. Draamaa ja tarinankerrontaa käyettään myös uutisoinnissa.

”Ihmissuhdeaineisto on nostanut painoarvoaan. Iltapäivälehdet ovat muuttuneet aikakauslehtien suuntaan. Niillä ei ole enää omia iltapäivälehdille tyypillisiä aihepiirejä”, Kivioja sanoo.

Teknologian kehitys näkyi lehtien ulkoasussa. Lööpit ja etusivut ovat kokeneet huiman visuaalisen harppauksen. Kuvien määrä on kasvanut 1990-

luvulla, ja graafisia elementtejä on tullut lisää.

**Tulevaisuudessa riittää** uhkakuvia. Kivioja siteeraa Ruotsissa iltapäivälehtiä tutkinutta **Karl Erik Gustafssonia**, joka ennakoii raakaa pudotuspeliä. Iltapäivälehtimarkkinat Ruotsissa ovat kutistuneet puoleen 1970-luvun alusta. Gustafsson ennustaa, että kakkoslehdeksi pudonnut Expressen voi katoa markkinoilta 5–10 vuodessa. Kiviojan mukaan muutos muissa Pohjoismaissa on ollut dramaattisempi kuin Suomessa.

”Levikkien suunta alaspäin alkoi aikaisemmin kuin Suomessa. Muutokseen vaikuttaa myös kulttuuriympäristö.

Ruotsissa on vahva kaupunkilehtien perinne. On mahdollista, että Expressen muuttuu puhtaaksi kaupunkilehdeksi”, Kivioja arvioi.

Suomen näkymät eivät ole hänen mielestään yhtä arvaamattomat.

”Iltapäivälehdillä on Suomessa voimakas asema. Molemmat ovat edelleen kannattavia julkaisuja. Tietenkin on mahdollista, että jossain vaiheessa meilläkin olisi vain yksi painettu iltapäivälehti ja kaksi verkkojulkaisua.”

► Pasi Kivioja: Iltapäivälehdet mediakentän ja yhteiskunnan muutoksessa. Tampereen yliopisto, tiedotusopin laitos. 245 s. 25 e.



”Verkkouudistuksen lisääntyminen pakottaa iltapäivälehdet etsimään uusia aihepiirejä”, Pasi Kivioja sanoo.