

Menestyvä bisnes kasvatti vaikutusvaltaisen median

Niklas Jensen-Eriksen & Elina Kuorelahti:
Suuri affääri. Helsingin Sanomien yrityshistoria 1889–2016. Siltala 2017. 450 s.
 ISBN 978-952-234-465-6.

Helsingin Sanomien historia (1889–2009) -projektin osana valmistunut *Suuri affääri* keskittyy yritys- ja liiketoimintahistorian näkökulmaan. Niklas Jensen-Eriksen ja Elina Kuorelahti kuvaavat *Helsingin Sanomien* kasvua *Päivälehd*en perustamisesta (1889) aina 2010-luvun kynnykselle saakka, jolloin ”nuorten radikaalien perustama startup” oli muuttunut mediakonserniksi.

Kirjoittajat alleviivaavat, että kyseessä on yrityshistoria, mutta on selvää, että liiketoiminnalla ja lehden sisällöllä on yhteys. ”Suuri affääri” (s. 7) viittaakin yhtiön toimintafilosofiaan, jonka mukaan sanomalehden tuli laatujournalismia tuottaakseen oltava lähtökohtaisesti kannattava. Lehtiyhtiön liiketoiminnalla ja journalismilla on siis selvä yhteys. Tässä suhteessa teos on erinomainen näkökulma paitsi maan merkittävimmän lehtitalon historiaan, myös journalismin kehitystä koskevaan keskusteluun. Sujuvasti kirjoitettu teos kiinnostanee useita kohderyhmiä.

Tutkimuksen keskeisin havainto on, että *Helsingin Sanomat* on aina ollut liikeyritys: ”Se ei ole muuttunut sellaiseksi vasta 2000-luvun vuosina, jolloin on puhuttu paljon median kaupallistumisesta tai hienommin markkinoitumisesta ja jolloin alan liiketoiminnan tuottovaihtumukset ovat koventuneet.” (s. 11) Kirjoittajien mukaan *Helsingin Sanomat* oli 1900-luvun lopulla niin hyvin menestynyt, että journalistit olivat unohtaneet lehden olevan liikeyritys. Tämän takia 1990-luvulta alkanut median viimeisin murros oli monelle alan toimijalle suuri shokki.

Helsingin Sanomien edeltäjä *Päivälehti* (1889–1904) syntyi Nuorsuomalaisen puolueen äänenkannattajaksi. Tavoitteena oli alun alkaen valtakunnallinen lehti, joka ei kuitenkaan kilpailisi maakuntalehtien kanssa, vaan täydentäisi niitä. Aatteelliset juuret näkyivät siinä, että lehteen sijoittaneiden motiivit liittyivät pikemmin kannatukseen ja poliittisiin päämääriin kuin tuotto-odotuksiin. Tästä johtuva sijoittajien pitkämielisyys pelasti lehden sen vaikeina aikoina.

Tästä *Päivälehd*en aatteellisesta lähtökohdasta johdettujen kirjoittajien tapa kutsua *Päivälehteä* ja vielä *Helsingin Sanomiakin* 2010-luvun termein ”startupiksi” – millä yleensä viitataan korkeintaan muutaman vuoden ikäiseen, hyvin kasvuhakuiseen yritystoimintaan – saattaa kuulostaa vieraalta. Rinnastuksen tarkoituksena on selvästi innostaa lukijaa vertaamaan 1900-luvun alun ongelmassa painivaa lehtitulokasta tämän päivän

pienyrytykseen. Kirjoittajat korostavatkin toiminnan kasvuhakuisuutta. Lehden kehitys harrastelijamaisesta toiminnasta mediataloksi on monella tapaa kiinnostava tarina.

1900-luvun alussa ajoittain pahoissakin ongelmissa paininut *Helsingin Sanomat* onnistui askel askeleelta parantamaan asemaansa. Tilaaajamäärän kasvaessa siitä tuli houkutteleva myös mainostajille. Kriisiajat, kuten sota, lama ja sisäpoliittiset levottomuudet lisäsivät uutisjournalismin kysyntää ja hiljalleen vaurastuvalla kansalla oli entistä useammin varaa tilata lehti. Mikään taianomainen menestyskertomus *Helsingin Sanomien* alkutaival ei kuitenkaan ollut. Jensen-Eriksen ja Kuorelahti toteavat: ”Myöhempien sukupolvien vuolaasti ylistämät päivälehteläiset olivat aloittelevia yrittäjiä, jotka tekivät kaikki virheet, joita noviisit voivat tehdä ja vielä muutaman lisää.” (s. 28)

Tarkastellessaan *Helsingin Sanomien* realiteetteja liikeyrityksenä, tekijät nostavat esille tuttuja ja tärkeitä liiketoimintahistorian teemoja. Eräs näistä on yrityksen omistuksen vaikutus sen toimintaan. Hesaristahan muodostui kolmen sukupolven ajaksi Erkköjen perheytyös. Tässä mielessä tutkimus ottaa paikkansa myös osana viime vuosien Erkkö-kirjallisuutta.¹ Perheytyömyisyys näyttäytyi paitsi Erkköjen dynastiaa myös yhtiön rakenteissa ja taloudenpidossa. Kirjoittajat korostavat yhtiön ihmisläheistä, jopa sisäänpäin lämpiävää henkilöstöpolitiikkaa. Vahva omistaja näkyi myös journalistisessa linjassa. Erkot halusivat avata ovia länteen ja suhtautuivat myönteisesti Yhdysvaltoihin. Sen sijaan suhde vasemmistoon vaihteli.

Toinen tärkeä teema ovat tuotannon tekijät ja markkinahäiriöt. Paperin hinta, saatavuus ja paperikartellit nousevat tutkimuksessa keskeiseen osaan. Toisaalta esiin tuodaan myös lehtien keskinäinen sopimus keskinäisen kilpailun rajoittamisesta. Kolmas tärkeä teema on yrityksen laajeneminen eri muodoissaan. Kirjoittajat kiinnittävät paljon huomiota kiinteistökauppoihin ja painotaloihin. Erityisesti toimitilojen laajenemiseen Helsingin kortteleissa paneudutaan paikallishistorian tarkkuudella. Omasta mielestäni kiinnostavampia tematiikkoja ovat itse lehden ja liiketoiminnan laajeneminen. Tärkeä osa yrityksen strategiaa oli valtakunnallisen jakeluverkoston kehittäminen. Yhä suurempi osa maata haluttiin saada varhaisjakelun piiriin. Usein unohdamme, kuinka suuri merkitys esimerkiksi logistiikalla on. Tässä suhteessa kiinnostava yksityiskohta on Varkauden lehtipainon perustaminen. Satelliittipainon avulla *Helsingin Sanomat* vahvisti asemaansa maan itä- ja keskiosissa.

Vuosisadan mittaan keskeinen kehityslinja on lehden epäpoliittisoituminen ja muuttuminen massatuotteeksi. Median muuttuminen yleispalvelulehdiksi on kiinnostava, joskin journalismin historiassa varsin paljon käsitelty aihe. *Helsingin Sanomien* valtti oli korostunut

maltilisuus ja uutisten pitäminen uutisina, ”yhtä tarkoina kuin puolueettominakin” (s. 167). Keskittyminen informoimiseen ja viihdyttämiseen poliittisesti värityneen journalismin sijasta oli kilpailuetu, jolla tavoiteltiin markkinaosuuksia. Tässä se myös onnistui.

Vuosisadan lopulla Sanoma oli kasvanut sanomalehdestä viestintäkonserniksi. Median muutos ja viestinnän digitalisoituminen pakottivat yhtiön muuttumaan. 1990-luvulta alkanut kehitys on todella käänteentekevä, kuten kirjoittajat itsekin toteavat. Siksi kirjan aluksi esitetty argumentti, jonka mukaan murros muistutti journalisteille sanomalehdenteon olevan liiketoimintaa, tuntuu jopa vähättelevältä. Ensimmäinen 1990-luvun laman myötä lehden levikki kääntyi laskuun. Aluksi muutos ei näyttänyt niin mullistavalta, kääntyi hän levikki vielä hetkeksi uuteen nousuun. Totuus kuitenkin valkeni hiljalleen. Paperilehden levikki ei ikinä saavuttanut entisiä mittasuhteitaan. Maksavien asiakkaiden ja mainostulojen väheneminen ovat ongelma, sillä lehden perinteisen filosofian mukaan vahva talous mahdollistaa laadukkaan journalismin.

Yhtiö ei enää ollut pelkästään *Helsingin Sanomat*, vaikka lehti säilyikin yrityksen keskiössä. Mielestäni kiinnostavinta on, kuinka ulkoisten paineiden keskellä konsernin toimintatapa muuttui: nyt se oli valmis hylkäämään vanhat periaatteet. Se osti osuuksia maakuntalehdistä ja laajensi ilmaisjakelumarkkinoille. Myös Erkköjen aika päättyi, kun Aatos Erkkö jäi muodollisesti pois lehden johdosta 1990-luvun lopulla. Aiempi pehmeä henkilöstöpolitiikka sai väistyä. Tosin, kuten kirjoittajat huomauttavat, yhtiötä kovalla kädellä uudistaneet olivat nekin Erkon palkkaamia.

Astuminen sähköisen viestinnän aikakauteen oli hapuileva prosessi. Kuten aiemmassakin kirjallisuudessa todetaan, lehdistölle siirtyminen internetiin oli vaikeaa, koska lukijat eivät olleet valmiita maksamaan sisällöstä, jonka olivat tottuneet saamaan ilmaiseksi. Samaan aikaan perinteiset sanomalehtimarkkinat olivat kylläiset eivätkä luvanneet kasvua. Sitä Sanoma kuitenkin etsi. Kirjoittajat toteavat Sanomien tehneen jälleen useita virheitä. Harharetket nähdään keskeisenä osana yrityksen uudistumista.

Nimensä mukaisesti teos on *Helsingin Sanomat* -keskeinen ja seuraa lehtitalon kehitystä välillä neliö neliöltä. Sen sijaan mediamarkkinoiden yleinen kehitys jää sivurooliin. Näkökulma kuitenkin lunastaa paikkansa. Lukijana jään pohtimaan, kuinka lehtitalojen ja muiden tiedotusvälineiden liiketoiminnalliset päämäärät ovat vaikuttaneet suomalaisen mediamaiseman muotoutumiseen.

Pasi Nevalainen, FT
Jyväskylän yliopisto

1. Ks. esim. Aleksis Mainio, *Erkon Kylmä sota. Helsingin Sanomat Moskovan varjossa*. Siltala 2018; Janne Virkkunen, *Päiväleht-*

den mies. WSOY 2013; Antti Blåfield, *Loistavat Erkot. Patruunat ja heidän päätoimittajansa.* Otava 2015; Ohto Manninen & Raimo Salokangas, *Eljas Erkko. vaikenematon valtiomahti.* WSOY 2009.