

Journalistitutkimus 2010

Lehtimedien tulevaisuus tekijänäkökulmasta

Kari Elkelä, Itella BI

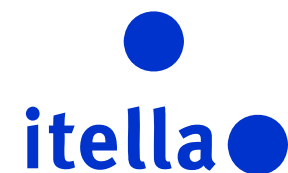
Heikki Nikali, Itella BI

Markus Keränen, 15/30 Research Oy

Riikka Lätti, 15/30 Research Oy

Research series - Tutkimussarja 12/2010

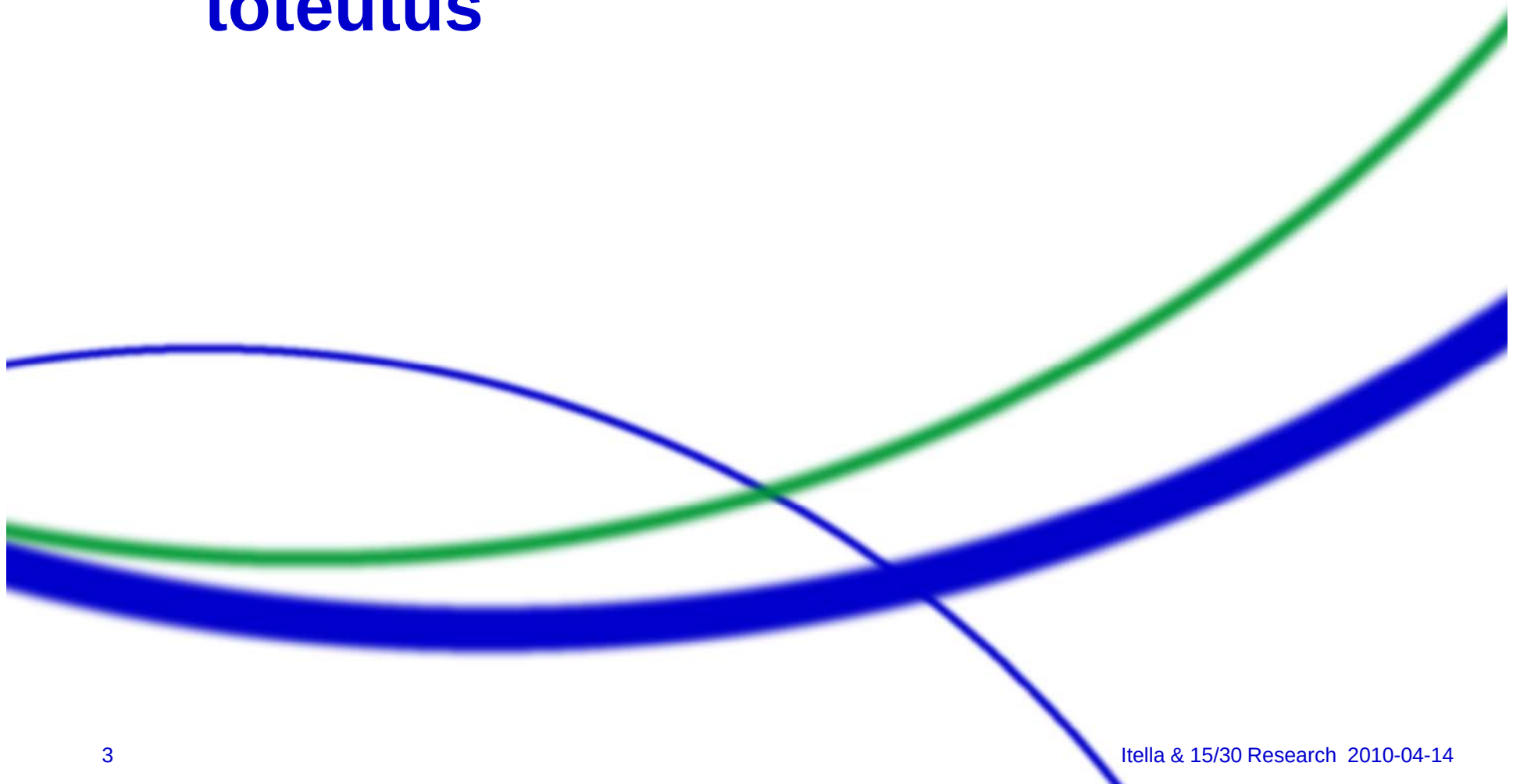
Tutkimuksen julkistus 14.4.2010



Sisältö

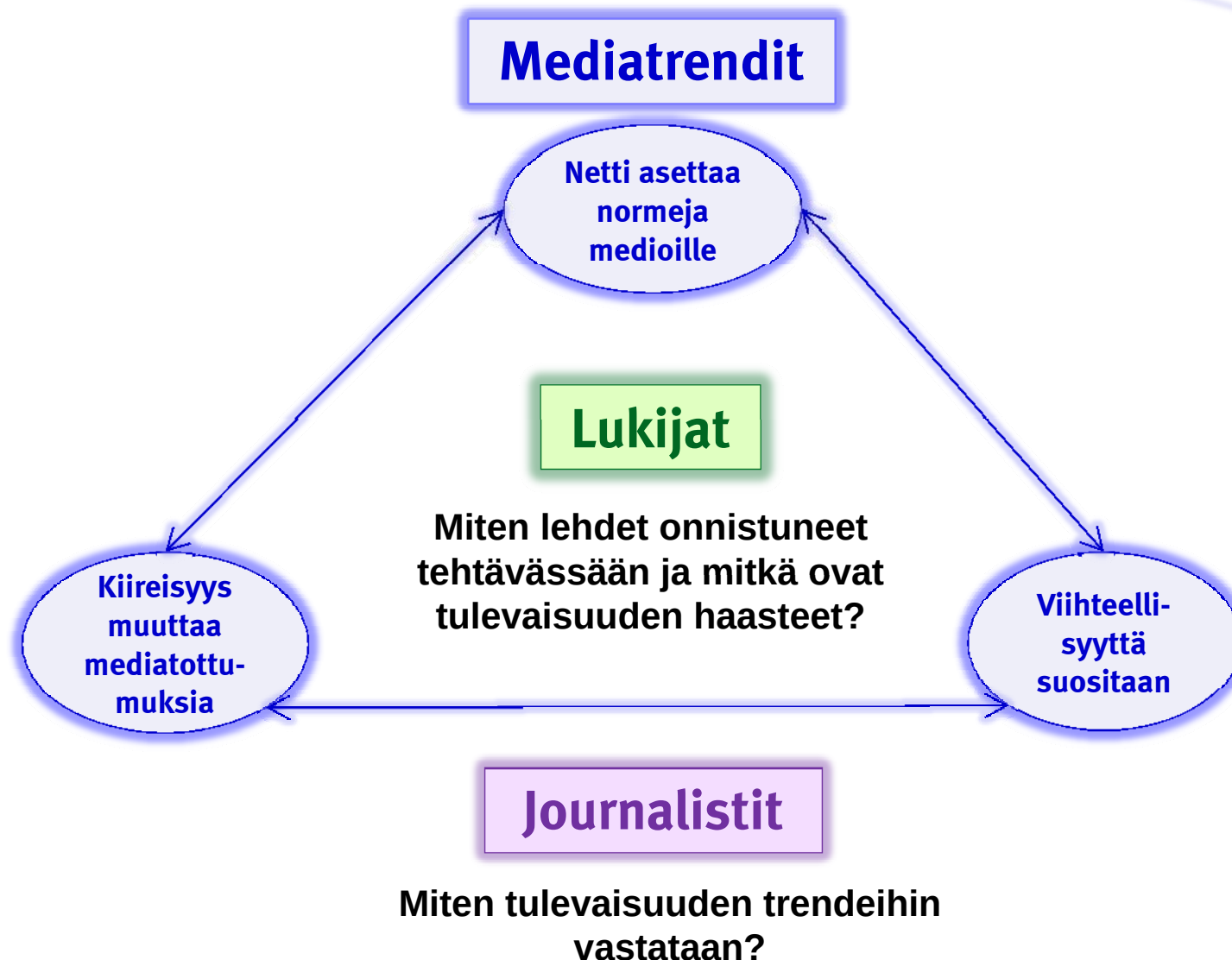
1. Tutkimuksen tavoitteet ja toteutus
2. Lukijamääräodotukset 2010-luvulla
3. Lehti lukijatarpeiden tyydyttäjänä
4. Kehitysedellytykset ja muutoksenhallinta
5. Median käytön muutostrendit
6. Johtopäätökset

1. Tutkimuksen tavoitteet ja toteutus



Tutkimuksen tavoitteet ja toteutus

- Tutkimuksella selvitettiin sanomalehti- ja aikakauslehtijournalistien näkemyksiä paperisen ja sähköisen median nykytilasta ja tulevaisuudesta
- Tutkimuksen journalistikohderyhmät ovat
 - Päätoimittajat ja toimitusjohtajat
 - Toimitus- ja uutispäälliköt ym. esimiehet
 - Toimittajat, vakituisessa työsuhteessa
 - Toimittajat, freelancereina
- Kyselyn sisältö ja lomake ideoitiin Itellan, Aikakausmedian ja Sanomalehtien liiton yhteistyönä
- Tutkimus toteutettiin 15/30 Researchin verkkokyselynä, johon vastaajat kutsuttiin sähköpostiviestillä
- Vastausprosentti oli 29 %, mitä voidaan pitää varsin hyvänä
- Kyselyn 550 vastaajasta 207 työskentelee sanomalehdissä ja 343 aikakauslehdissä
- Vastaajista 53 % on toimittajia, 22 % päällikkötasoa sekä 25 % päätoimittajia ja toimitusjohtajia.

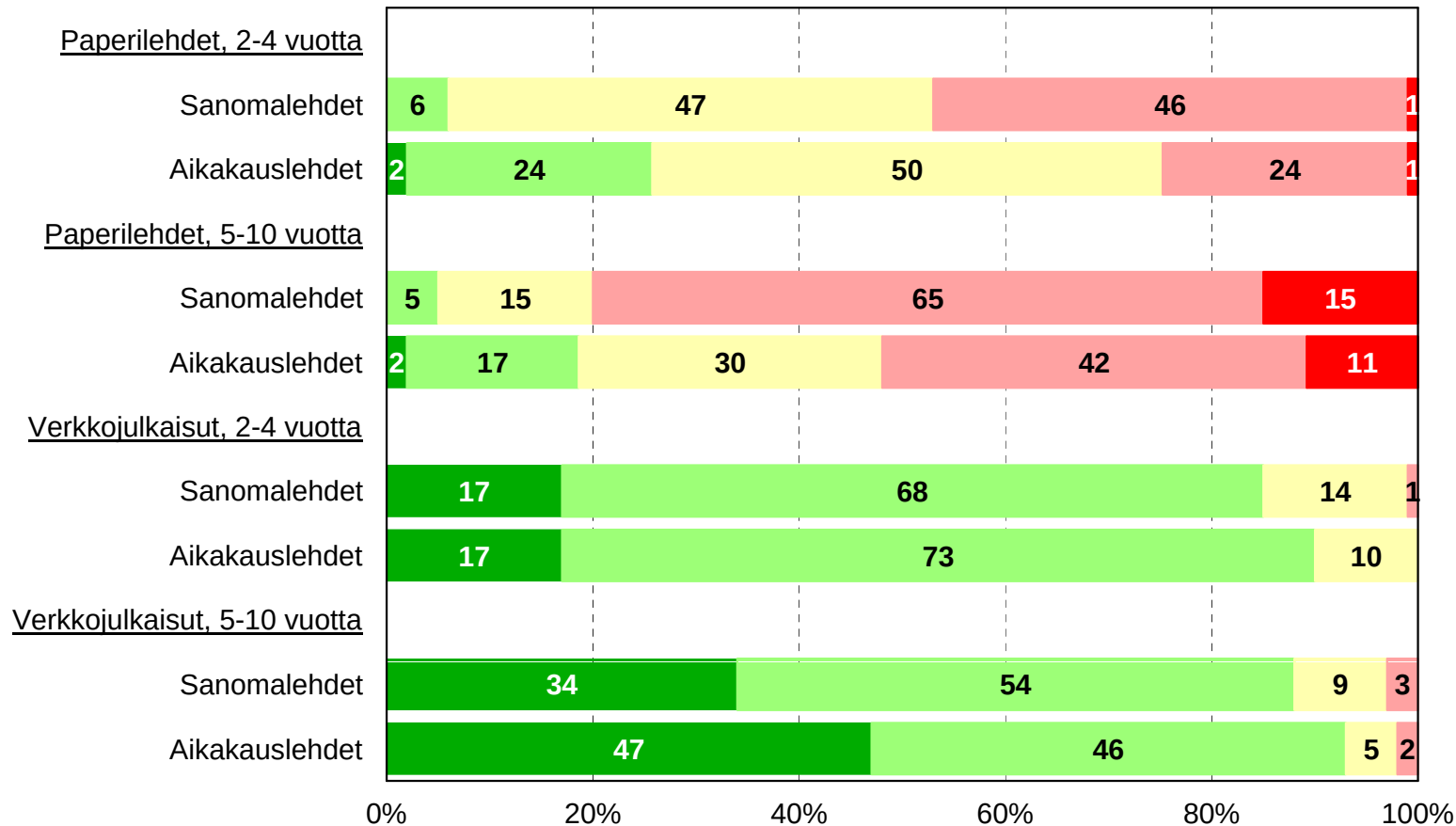


2. Lukijamääräodotukset 2010-luvulla



Journalistien arviot oman lehtiryhmänsä paperilehtien ja verkkojulkaisujen lukijamäärien kehityksestä tulevaisuudessa

■ Lisääntyy selvästi ■ Lisääntyy jonkin verran ■ Pysyy ennallaan ■ Vähenee jonkin verran ■ Vähenee selvästi



15/30 Research & Itella - KE 2009-11-03

Journalistitutkimus (n = 550), Lokakuu 2009

- Paperilehtien lukijamäärien arvioidaan laskevan lähivuosina ja erityisesti 2010-luvun jälkipuolella – vähennystä ennakoidaan erityisesti sanomalehdissä
- Verkkojulkaisujen kasvuun uskotaan vahvasti sekä lähivuosina että vuosikymmenen kuluessa – aikakauslehdissä kasvuodotukset ovat hieman suuremmat

- **Sanomalehdissä** ollaan vakuuttuneita paperilehtien lukijain menetyksestä
- Harvemmin ilmestyvissä sanoma- ja paikallislehdissä journalisteilla on hieman myönteisempi kuva paperilehden tulevaisuudesta
 - *"Formaatti ei kiinnosta, toimitetusta tiedosta ei haluta maksaa, broadsheet on vaikea käyttöliittymä."*
(Nainen, 25-34 vuotta, Toimitus- tai uutispäällikkö tai vastaava esimiesasema, Sanomalehdet)
- **Aikakauslehdistä** paperilehden tulevaisuuteen uskotaan eniten asiakaslehdissä, hyvinvointi-, kauneus- ja terveyslehdissä sekä naistenlehdissä
- Eniten lukijamäärien vähenemistä pelätään perhelehdissä ja harrastelehdissä
 - *"Tarkalle kohderyhmälle tehdyt lifestyle-lehdet jatkavat menestymistään, tosin lehtikuolemia on odotettavissa. Muutamat hyvät pysyvät hengissä".*
(Nainen, 25-34 vuotta, Toimittaja, vakituksessa työsuhteessa, Aikakauslehdet)

Journalisteilla ja lukijoilla ristikkäiset käsitykset paperilehtien lähivuosisien kehityssuunnasta



Journalistit (lukijamääristä)

- Sanomalehdet **-41 %**
- Aikakauslehdet **+1 %**

Lukijat (tilausmääristä)

- Sanomalehdet **+3 %**
- Aikakauslehdet **-9 %**

Tilausten lisäämissyyt lukijoilla

- Kiinnostukset, harrastukset **23 %**
- Taloustilanne kohenee **17 %**
- Jatkossa aikaa lukea **14 %**
- Tiedontarve lisääntyy **13 %**
- Kokeilu, vaihtelunhalu **11 %**

Itsenäistyvillä nuorilla suurin lisäystarve

Lukijoilla sanomalehden lukemistarve, muttei välttämättä rahaa tilata lehti

Tilausten vähentämissyyt lukijoilla

- Lehtien hinta, rahapula **27 %**
- Kiire, ajanpuute **18 %**
- Ei tarvetta **17 %**
- Internet korvaa **9 %**

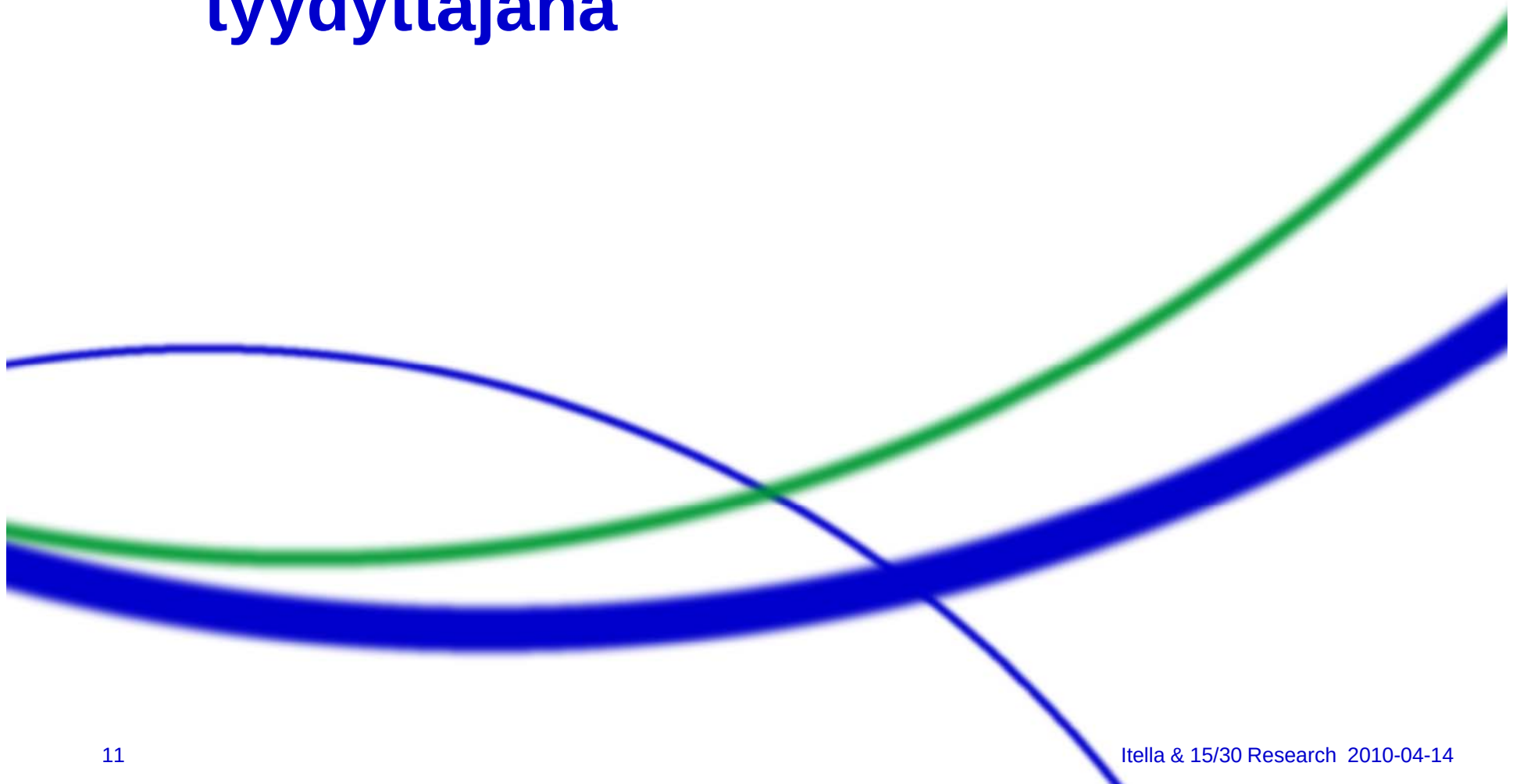
Paljon lehtiä tilaavilla suurin vähentämistarve

Luopumisherkkyys tilauksista kasvanut, mutta tehokas tilausmyynti voi estää tilauskadon

Mikä vaikuttaa lukijamäärien muutokseen?

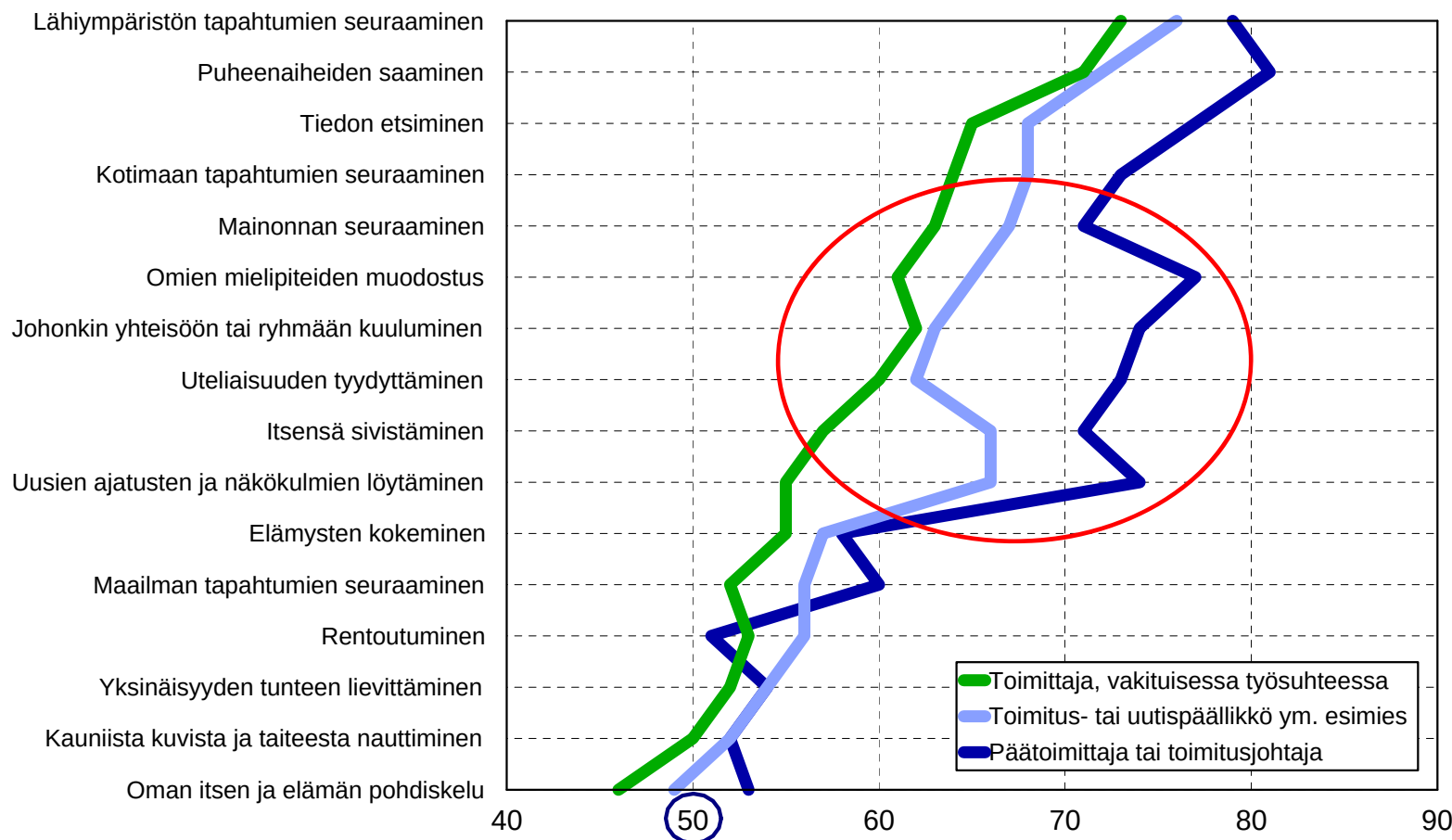
- Miksi lukijoiden ja journalistien näkemykset eroavat? Aliarvioivatko journalistit paperisen sanomalehden selviytymiskyvyn ja yliarvioivatko he aikakauslehtien viehätysvoiman jatkumisen ?
- Sanoma- ja aikakauslehtien verkkojulkaisujen uskotaan kasvavan vahvasti sekä lähivuosina että vuosikymmenen kuluessa
 - Mistä tämä usko syntyy? Mistä verkkojulkaisujen lukijamäärien lisäys tulee?
- Vahvasta internet-uskosta huolimatta verkkojulkaisemisen tulevaisuus on vielä sumupilvessä ja sisältää monia ratkaisemattomia kysymyksiä:
 - Millaisilla liiketoimintamalleilla verkkopalveluista tehdään tuottavia?
 - Millaisia ovat aikakauslehden toimivat verkkoformaattit?
 - Millaisiksi muodostuvat sosiaalisen median ja liiketoimintamedian roolit ja yhteistyömahdollisuudet?
 - Miten internetin ilmaispalveluihin tottuneet kuluttajat saadaan maksamaan tiedosta ja viihteestä?

3. Lehti lukijatarpeiden tyyydyttäjänä



Sanomalehtijournalistien arviot oman lehtensä kyvystä tyydyttää lukijain eri tarpeita ammattiaseman mukaan

Keskiarvot asteikolla: 0 = erittäin huonosti ... 100 = erittäin hyvin



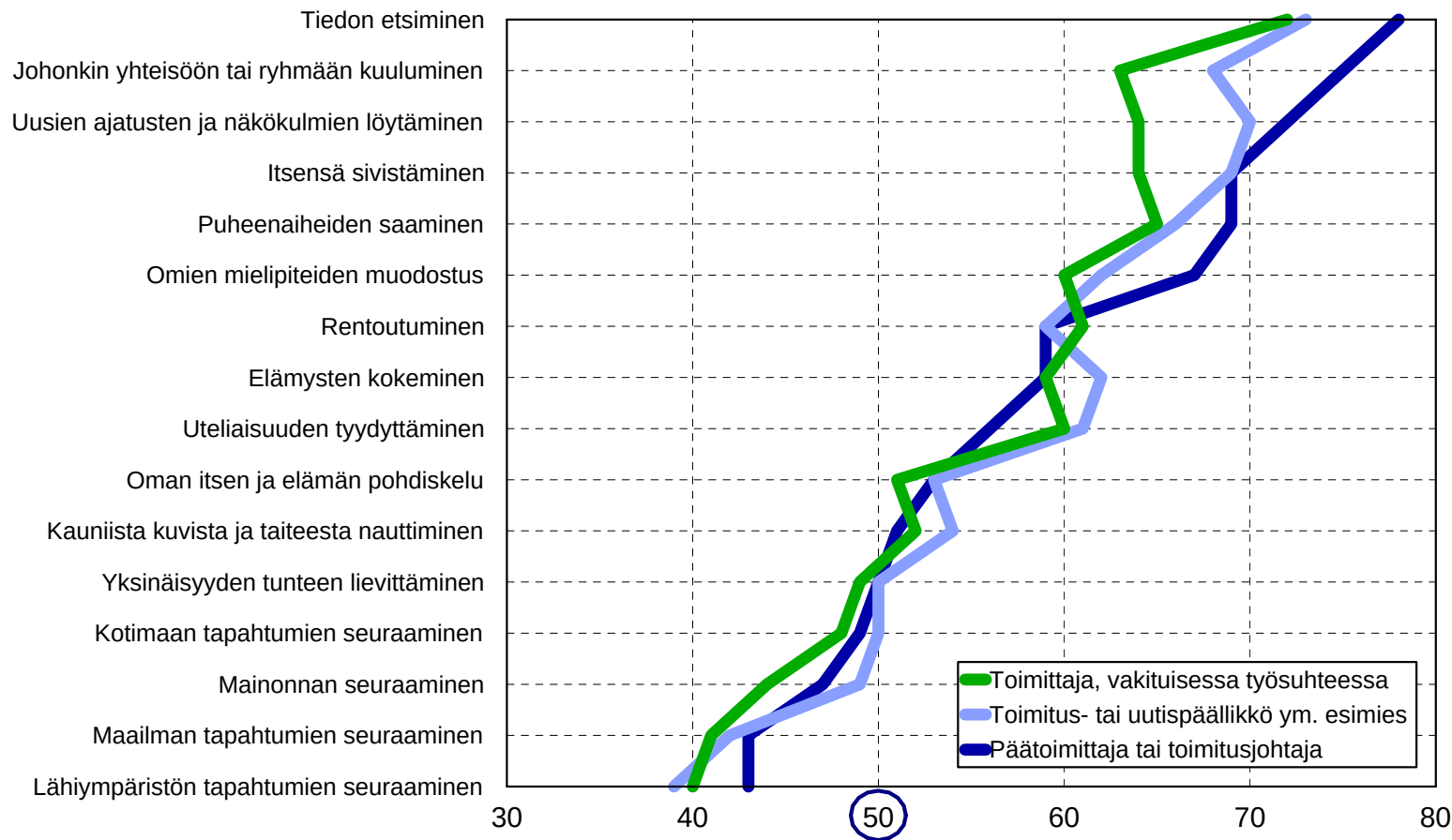
15/30 Research & Itella - KE 2010-02-05

Journalistitutkimus (n = 550), Lokakuu 2009

- Paikallisuus, puheenaiheet ja tiedonsaanti sanomalehtien vahvuutena
- Johto arvioi sanomalehdet lähes kaikissa asioissa paremmaksi kuin esimiehet
- Esimiehet puolestaan arvioivat lehdet kaikissa asioissa paremmiksi kuin toimittajat

Aikakauslehtijournalistien arviot oman lehtensä kyvystä tyydyttää lukijain eri tarpeita ammattiaseman mukaan

Keskiarvot asteikolla: 0 = erittäin huonosti ... 100 = erittäin hyvin



15/30 Research & Itella - KE 2010-02-05

Journalistitutkimus (n = 550), Lokakuu 2009

- Aikakauslehdet erottuvat yhteisöllisyyden luojana ja sivistäjänä
- Aikakauslehdissä eri journalistiryhmien näkemykset ovat varsin yhtenäiset
- Aikakauslehtitoimitukset pienempiä ja homogeenisempia kuin suuret sanomalehdet, joissa on paljon työntekijöitä ja toiminnan hallintaan vaadittava byrokratia

Journalistien arvioita lukijatarpeiden tyydytyksestä

Sanomalehdissä paikallisuus korostuu

“Paikallisuuden merkitys kasvaa, joten maakunnallisilla ja paikallislehdillä menee hyvin, jos vähäisetkin paikalliset uutiset tarjotaan ja osataan tarjota kiinnostavasti, samoin taustoittavien tietojen jakelu lisääntyy, henkilöistäminen = uutiset ihmisten kautta lisääntyy edelleen.”

(Nainen, 55-64 vuotta, Toimittaja, vakituksessa työsuhteessa, Sanomalehdet)

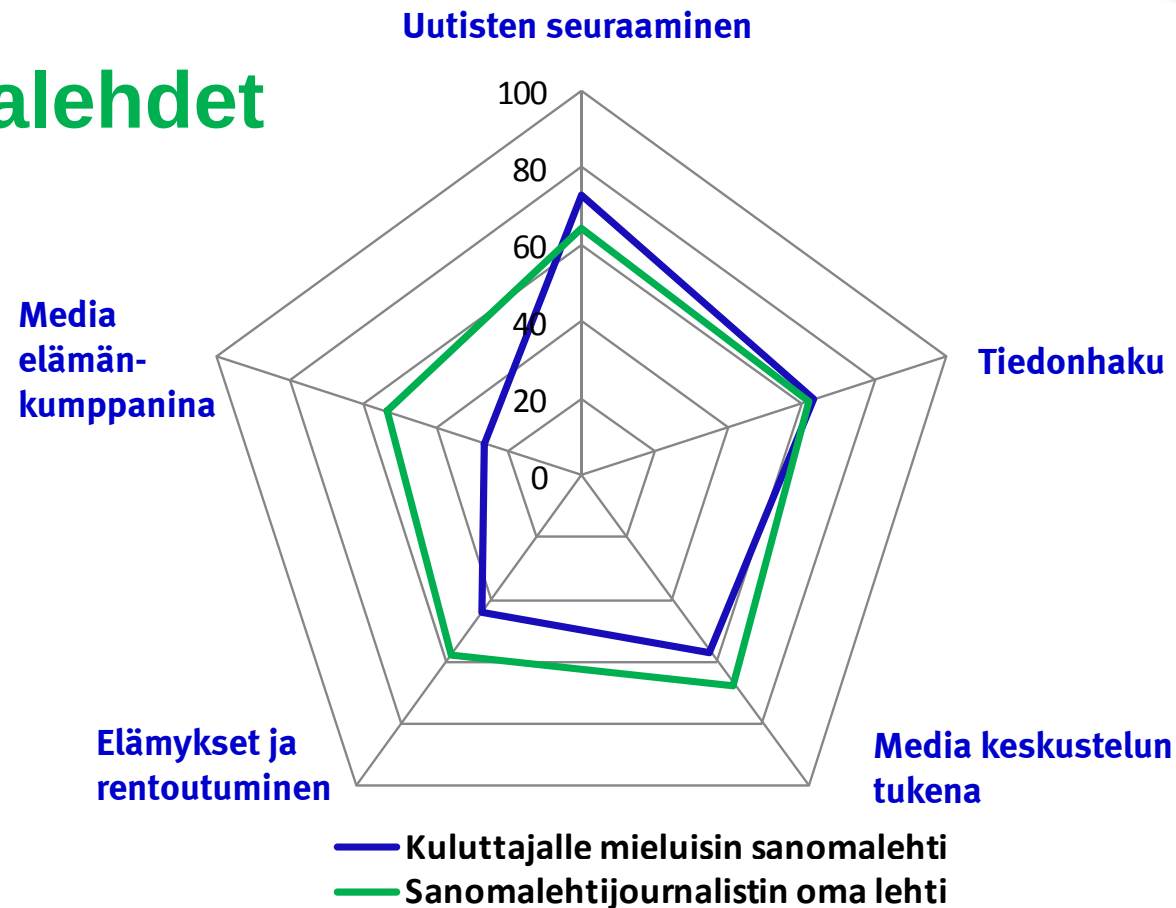
Aikakauslehtien vahvuutena arjen luksus ja elämykset

“Visuaalisten, elämyksellisten ja syvällisten juttujen avulla lukijat voidaan pitää uskollisina aikakauslehdille. Erikoislehdet; kun kohderyhmä on tarkoin tiedossa, aikakauslehdillä on mahdollisuus tarjota juuri heille suunnattua tietoa.”

(Nainen, 34-44 vuotta, Toimitus- tai uutispäällikkö tai vastaava esimiesasema, Aikakauslehdet)

Lehdet täyttävät lukijoiden tarpeita huonommin kuin niiden tekijät kuvittelevat

Sanomalehdet



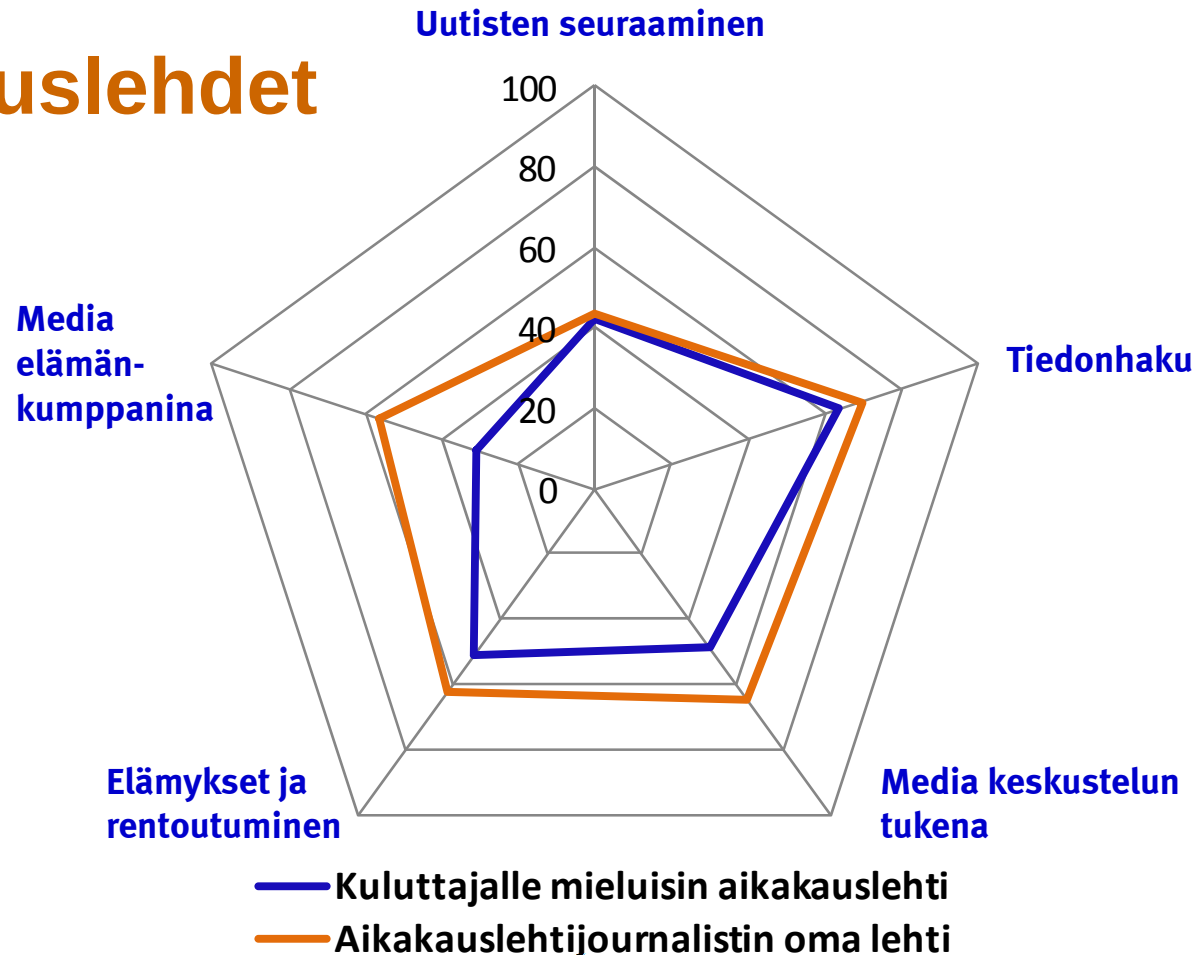
ASTEIKKO

100 =
erittäin
hyvä
.
.
.
0 =
erittäin
huono

- Journalisteilla ylioptimistinen kuva lehdestään elämänkumppanina ja keskustelun tukena, myös elämyksellisyyttä yliarvioidaan selvästi – lukijat kokevat hyödyt pienemmiksi
- Tiedonhausta lehtien lukijoilla ja tekijöillä on sama käsitys
- Uutisten seuraamisessa journalistit aliarvioivat lehteään

Lehdet täyttävät lukijoiden tarpeita huonommin kuin niiden tekijät kuvittelevat

Aikakauslehdet



ASTEIKKO

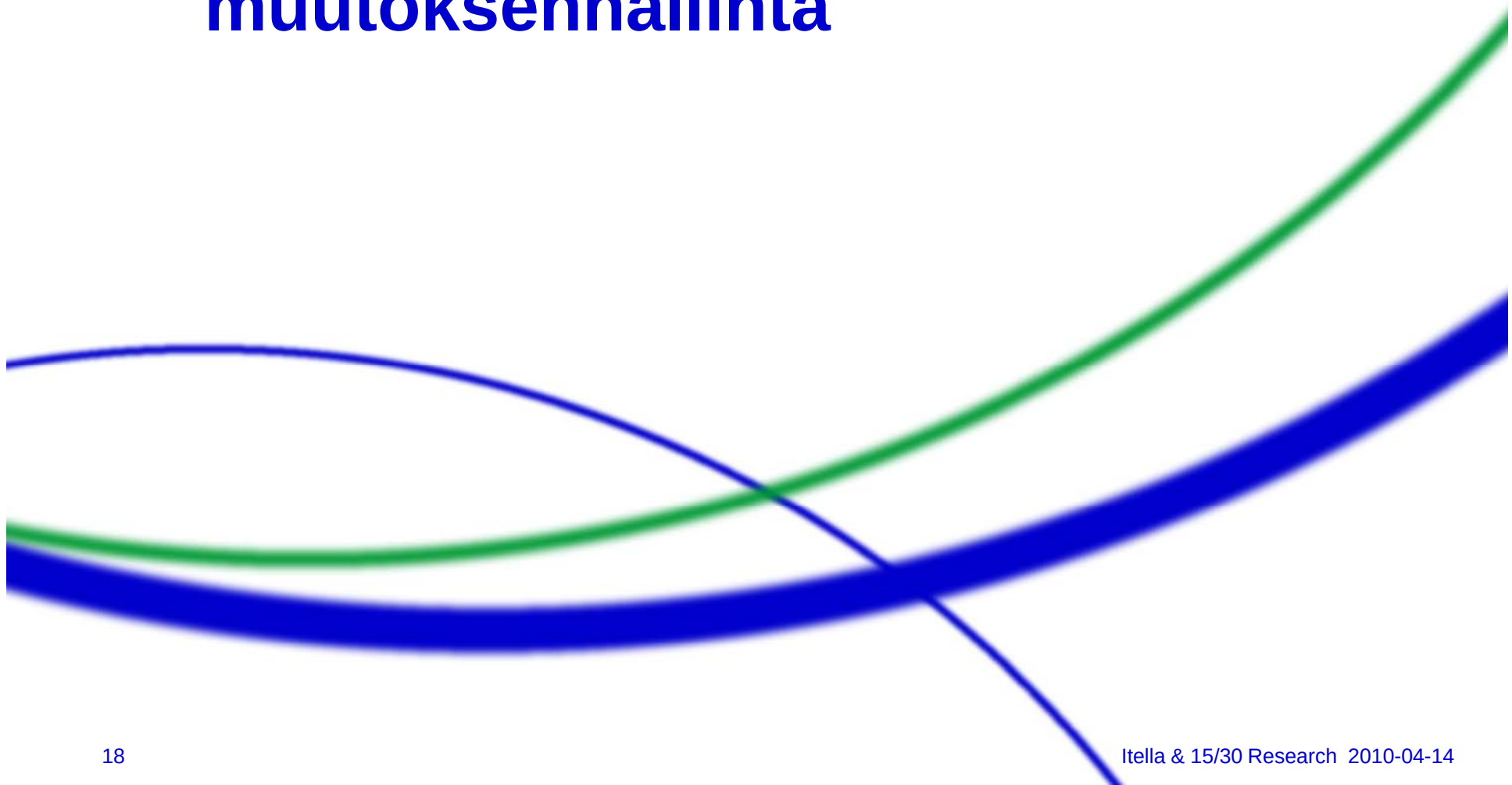
100 =
erittäin
hyvä
.
.
.
0 =
erittäin
huono

- Journalisteilla ylioptimistinen kuva lehdestään elämänkumppanina ja keskustelun tukena, myös elämyksellisyyttä yliarvioidaan selvästi – lukijat kokevat hyödyt pienemmiksi
- Tiedonhausta ja uutisten seuraamisessa lehtien lukijoilla ja tekijöillä on sama käsitys

Miten lehtien tyydyttämät tarpeet jäsentyvät?

- Sanomalehtijournalistien mielipiteet polarisoituneet: sanomalehdet arvioidaan joko monipuolisesti tai rimaa hipoen erilaiset lukijatarpeet tyydyttäviksi
- Aikakauslehdillä nähdään enemmän erilaisia painotuksia
 - Elämykset ja elämänkumppanuus korostuvat naisten, hyvinvointi- ja kotilehdissä
 - Tiedonhaku painottuu uutis- ja ammattilehdissä
 - Niukempi tarpeiden tyydytys on haasteena perhe- ja asiakaslehdissä

4. Kehitysedellytykset ja muutoksenhallinta

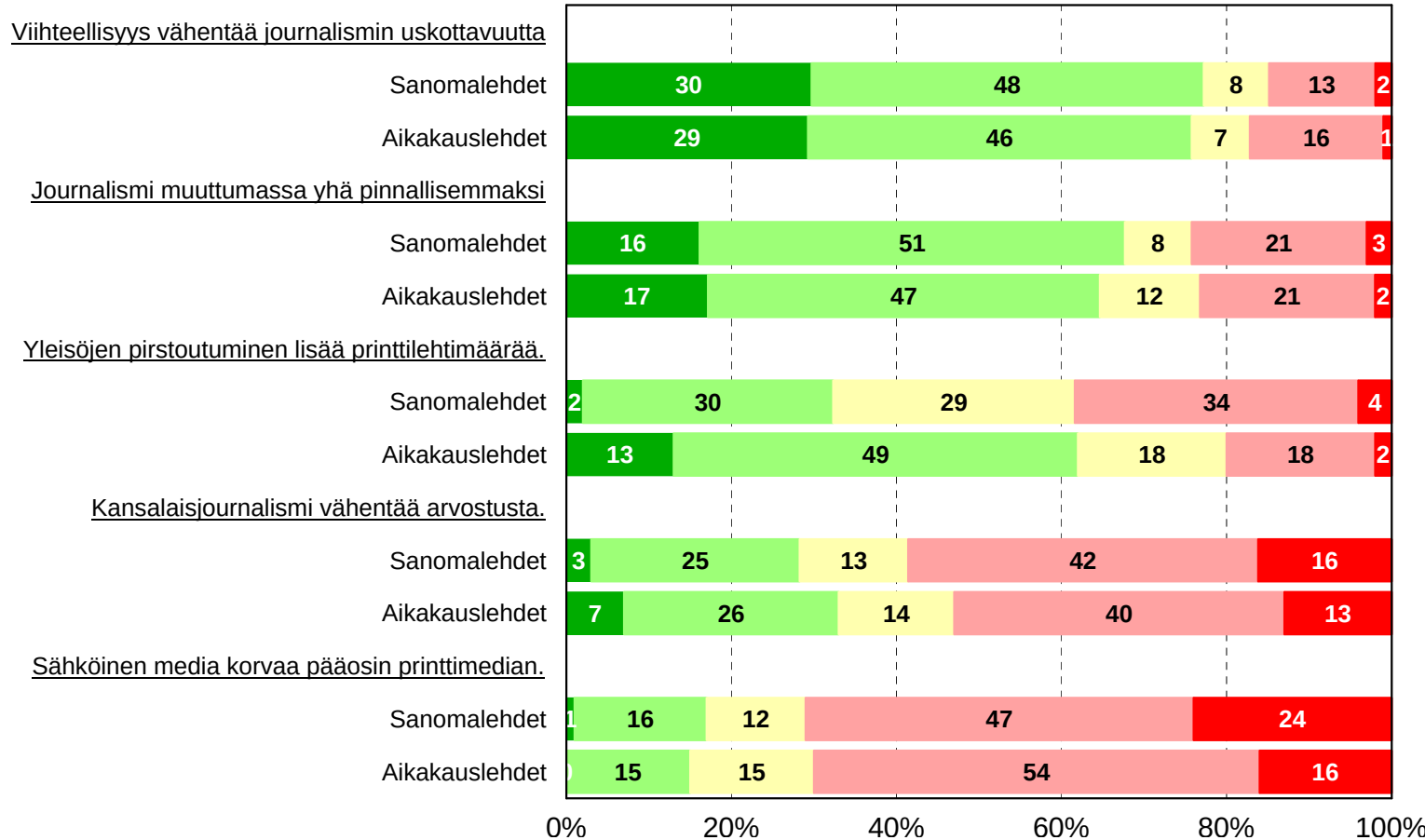


Sanomalehti- ja aikakauslehtijournalistien arviot media-alan kehityksestä seuraavien viiden vuoden aikana



Muutoksen suunta

■ Täysin samaa mieltä ■ Melko samaa mieltä ■ En samaa enkä eri mieltä ■ Melko eri mieltä ■ Täysin eri mieltä



15/30 Research & Itella - KE 2010-04-13

Journalistitutkimus (n = 550), Lokakuu 2009

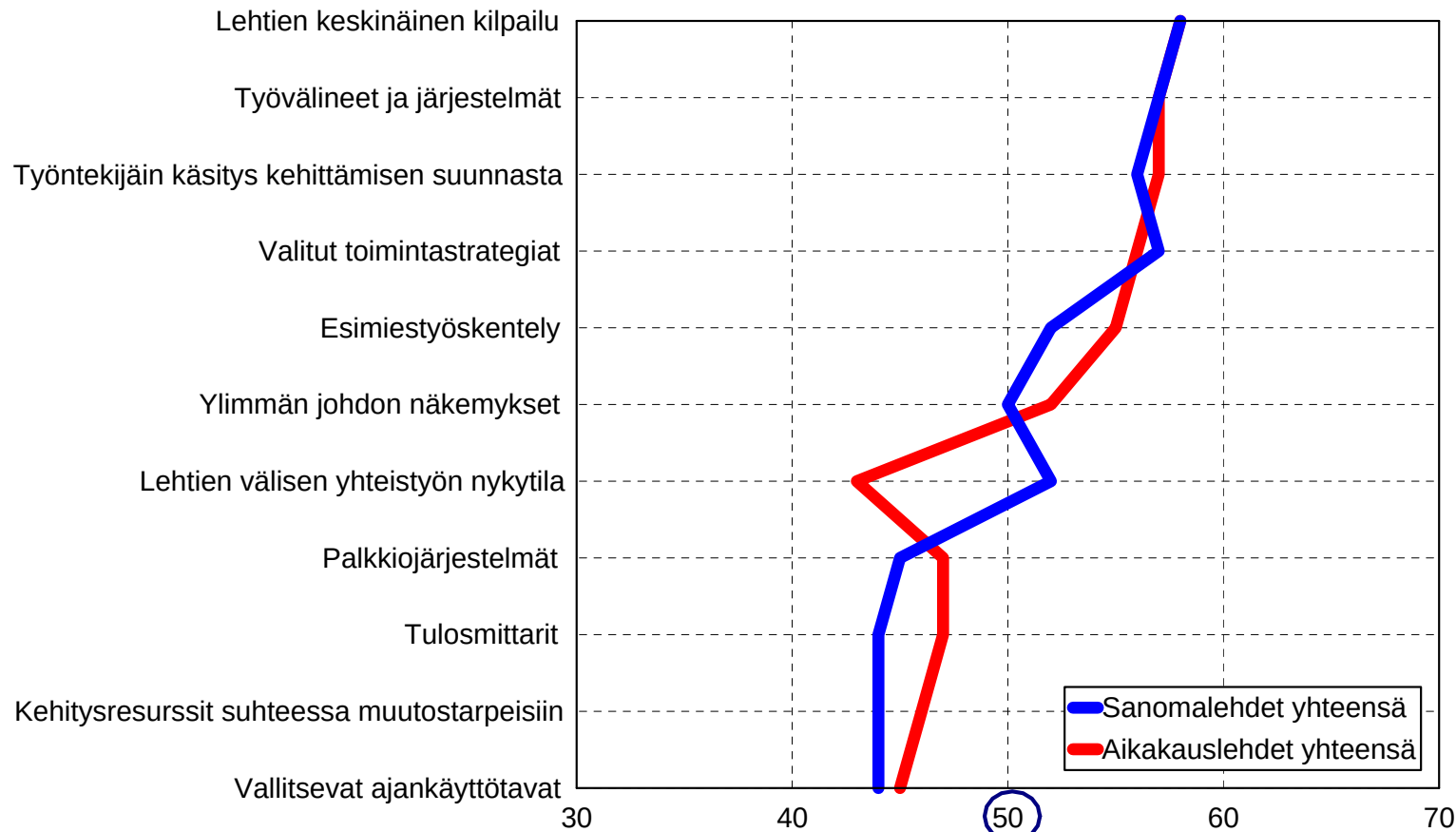
- Viihteellisuuden ja pinnallisuuden lisääntyminen koetaan journalismin haasteiksi
- Paperilehtien täydelliseen korvautumiseen sähköisellä medially ei uskota
- Aikakauslehdissä uskotaan lehtimäärän kasvuun yleisöjen pirstoutuessa pienryhmiksi
- Kansalaisjournalismia ei koeta isoksi uhaksi mediajournalismille

Sanomalehti- ja aikakauslehtijournalistien arviot media-alansa eri kehitysedellytysten nykytilasta suurimmissa lehtiryhmissä

Keskiarvot asteikolla: 0 = ehkäisee menestystä ... 100 = edistää menestystä



Kehitysedellytykset



15/30 Research & Itella - KE 2010-02-05

Journalistitutkimus (n = 550), Lokakuu 2009

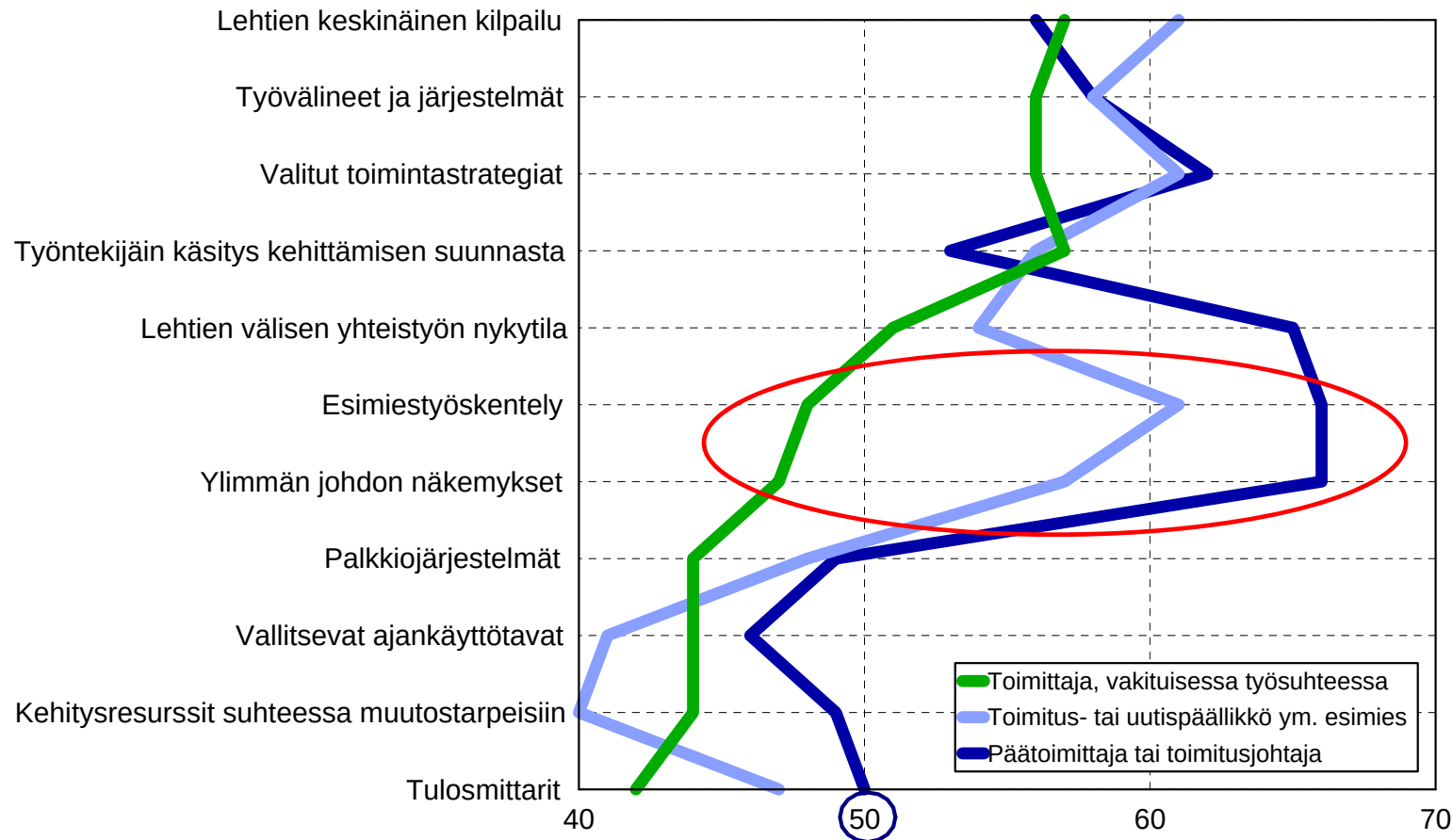
- Lehtien kilpailu, hyvät työvälineet sekä työntekijäin käsitys kehittämisen suunnasta koetaan lehtien parhaiksi kehitysedellytyksi tällä hetkellä
- Vallitsevat ajankäyttötavat ja niukat kehitysresurssit ovat selviä haasteita
- Lehtien välinen yhteistyö onnistuu sanomalehdiltä paremmin kuin aikakauslehdiltä

Sanomalehtijournalistien arviot media-alansa eri kehitysedellytysten nykytilasta ammattiaseman mukaan

Keskiarvot asteikolla: 0 = ehkäisee menestystä ... 100 = edistää menestystä



*Kehitys-
edellytykset*



15/30 Research & Itella - KE 2010-02-05

Journalistitutkimus (n = 550), Lokakuu 2009

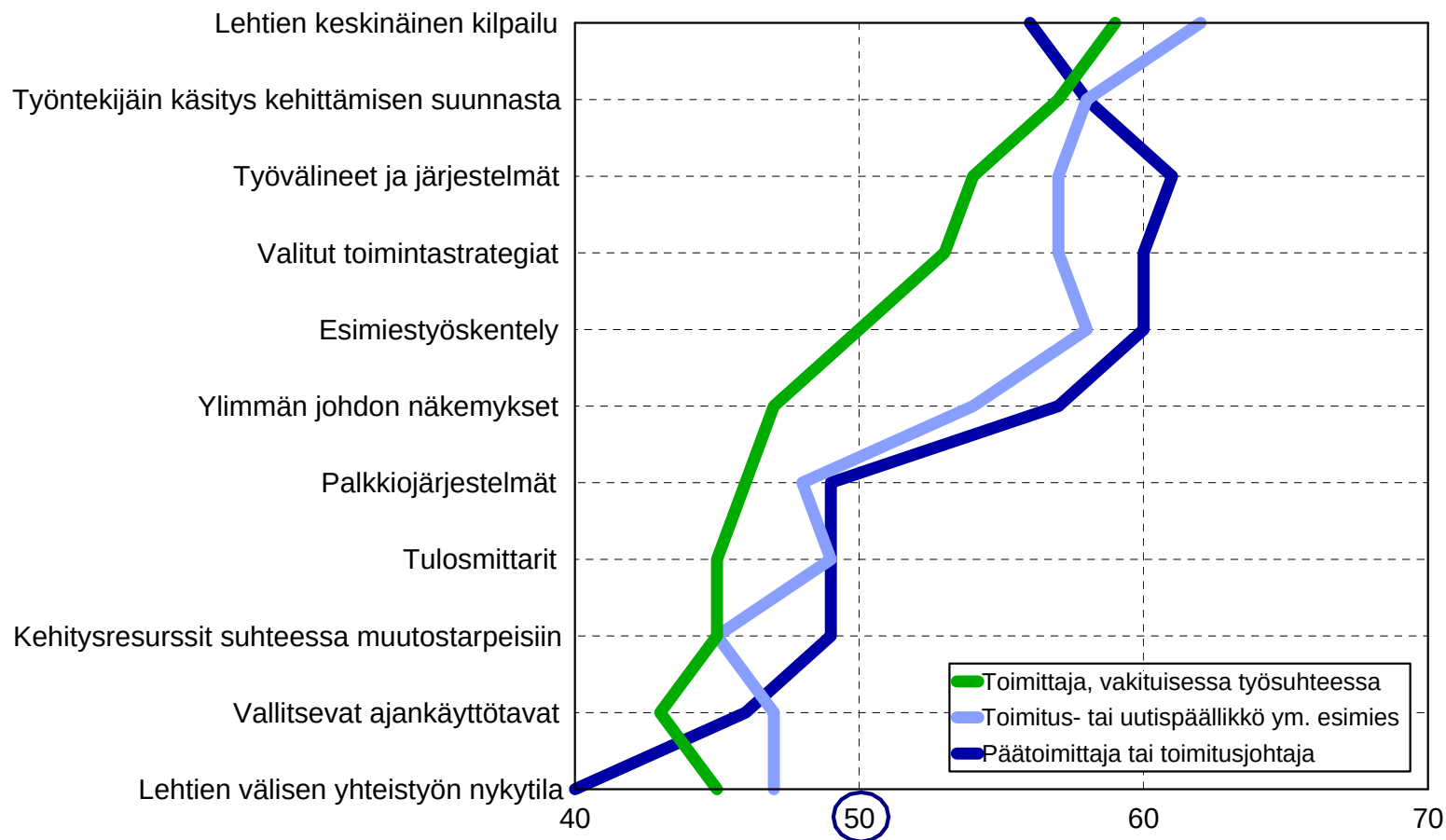
- Sanomalehtien haasteena on selvä ero toimittajien ja johdon näkemyksissä
- Työntekijät ovat myös tyytymättömiä johtamiseen ja esimiestyöskentelyyn
- Esimiehet puolestaan ovat tyytymättömiä kehitysresursseihin ja ajankäyttötapoihin
- Sanomalehtien toimintakulttuuri eivät näytä antavan tilaa avoimelle keskustelulle

Aikakauslehtijournalistien arviot media-alansa eri kehitysedellytysten nykytilasta ammattiaseman mukaan

Keskiarvot asteikolla: 0 = ehkäisee menestystä ... 100 = edistää menestystä

itella

Kehitysedellytykset



15/30 Research & Itella - KE 2010-02-05

Journalistitutkimus (n = 550), Lokakuu 2009

-Aikakauslehdissä johdon, esimiesten ja toimittajien näkemyserot ovat pienempiä, vaikka niissäkin johto ja esimiehet näkevät tilanteen valoisampana
-Aikakauslehtien kulttuuri on yhtenäisempi, minkä ovat mahdollistaneet mm. pienemmät organisaatiot ja vähemmän kiireinen julkaisutahti

Lehtien kehitysedellytyksissä haasteita

EIKÖ RAHAT RIITÄ LAATUUN?

"Aikakauslehtiä niin kuin muutakin kustantamista uhkaa mediatalojen heikko talous ja se, että mediayhtiöt alkavat säästää resursseissa. Suurin uhka on se, että mediapomot eivät ymmärrä, että laadun tekeminen vaatii aikaa ja rahaa."

(Nainen, 34-44 vuotta, Toimittaja, vakituksessa työsuhhteessa, Aikakauslehdet)

EIKÖ LAATUA ARVOSTETA?

"Kovien uutisten arvostus on laskussa, eikä niitä osata enää kirjoittaa, hahmottaa ja lähteitä tutkimalla koota. Päätoimittajia kiinnostaa vain valta, valtataistelu poliitikkojen kanssa."

(Mies, 55-64 vuotta, artikkelitoimittaja, Sanomalehdet)

PUUTTUUKO MUUTOSTEN ENNAKOINTI?

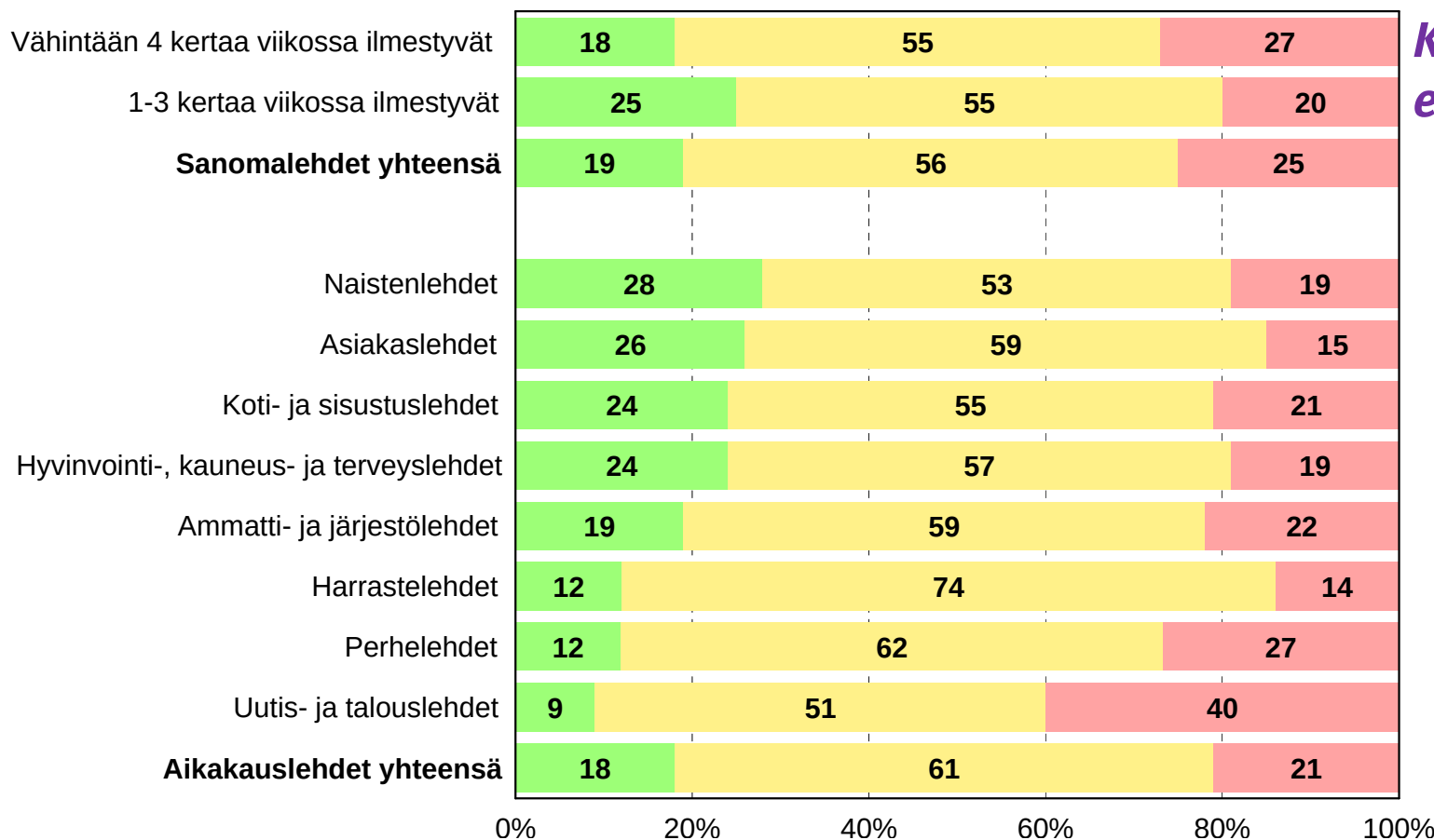
"Keskitytään pelkäämään muutoksia ja reagoimaan vasta sitten, kun jotain tapahtuu."

(Nainen, 25-34 vuotta, Toimitus- tai uutispäällikkö tai vastaava esimiesasema, Aikakauslehdet)

Sanomalehti- ja aikakauslehtijournalistien arviot media-alansa kehitysedellytyksistä suurimmissa lehtiryhmissä - klusterianalyysi



Hyvät Keskitasoa Huonot



Kehitysedellytykset

15/30 Research & Itella - KE 2010-02-05

Journalistitutkimus (n = 550), Lokakuu 2009

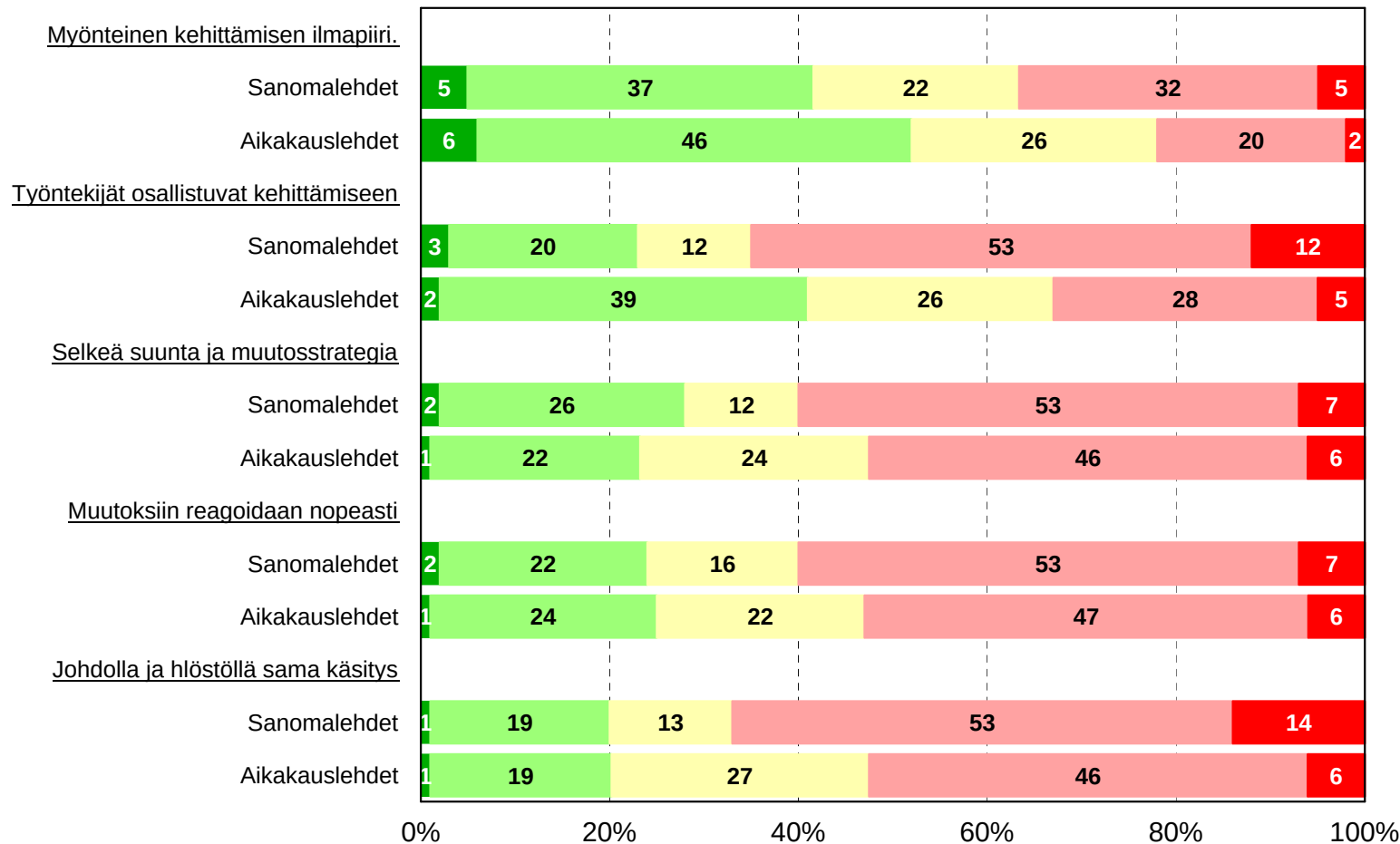
- Kokonaisuudessaan sanomalehtien kehitysedellytysten koetaan olevan lähes samalla tasolla aikakauslehtien kanssa (11 kehitysedellytystä ryhmittyy 3 klusteriksi)
- Parhaiksi kehitysedellytykset koetaan naistenlehdissä ja asiakaslehdissä
- Huonoin tilanne on uutis- ja talouslehdissä sekä perhelehdissä

Sanomalehti- ja aikakauslehtijournalistien arviot alansa kehityksestä



Muutoksen hallinta

■ Täysin samaa mieltä ■ Melko samaa mieltä ■ En samaa enkä eri mieltä ■ Melko eri mieltä ■ Täysin eri mieltä



15/30 Research & Itella - KE 2010-04-13

Journalistitutkimus (n = 550), Lokakuu 2009

- Lehtialan muutosstrategioihin ja reagointikykyyn ollaan tyytymättömiä
- Johdon ja henkilöstö käsitykset muutoksen suunnasta koetaan varsin erilaisiksi
- Aikakauslehdissä työntekijät osallistuvat enemmän kehittämiseen, kehittämisilmapiiri on parempi sekä henkilöstön ja johdon käsitykset koetaan vähemmän erilaisiksi

Sanomalehti- ja aikakauslehtijournalistien arviot omasta lehdestään



■ Täysin samaa mieltä ■ Melko samaa mieltä ■ En samaa enkä eri mieltä ■ Melko eri mieltä ■ Täysin eri mieltä

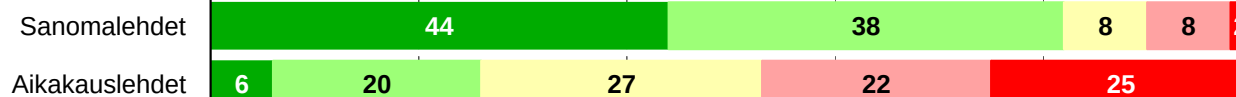
Odotetaan enemmän asiantuntijuutta



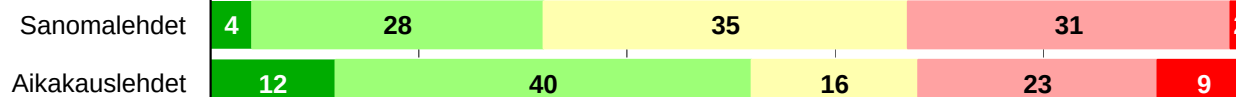
Aiheita taustoitetaan syvällisesti



Paikallisuus on kilpailuetuna



Elämyksellisyys on kilpailuetuna



Tulisi tarjota enemmän viihteellisyyttä



0% 20% 40% 60% 80% 100%

15/30 Research & Itella - KE 2010-04-13

Journalistitutkimus (n = 550), Lokakuu 2009

Muutoksen hallinta

-Aikakauslehtien kilpailueduksi koetaan syvälinen taustoitus ja elämyksien tarjonta

- Asiantuntijuuden lisääminen koetaan tärkeäksi tavoitteeksi omassa lehdessä
- Viihteellisyyden lisäämiseen suhtaudutaan epäillen
- Sanomalehdissä paikallisuus koetaan vahvaksi kilpailueduksi – onko kyseessä mantra, joka on menettämässä merkityksensä?

Arvioita muutoksen hallinnasta (1/2)

TAUSTOITUS VAHVUUTENA ...

"Sanomalehtien rooli painottuu taustoittajaksi, syventäjäksi ja asioiden selittäjäksi. Verkkopalveluissa käydään läpi uutinen, jonka lehdet syventävät."

(Nainen, 45-54 vuotta, Toimittaja, vakituisessa työsuhteessa, Sanomalehdet)

... VAI ONKO?

"Sosiaalinen media tulee edelleen kaventamaan ammattijournalistien ja toimitusten yksinoikeutta taustoitettun tiedon tarjoamiseen."

(Mies, 45-54 vuotta, Päätoimittaja tai toimitusjohtaja, Aikakauslehdet)

SAAKO NETISTÄ KUKAAN SELVÄÄ?

"Verkko voi synnyttää aivan uudenlaisia esimerkiksi lukijoiden osallistumista hyödyntäviä mahdollisuuksia. (Jos tietäisin paremmin, en kirjoittaisi tähän vaan rikastuisin tiedoillani.)"

(Mies, 34-44 vuotta, Toimitus- tai uutispäällikkö tai vastaava esimiesasema, Aikakauslehdet)

Arvioita muutoksen hallinnasta (2/2)

ARJEN LUKSUSTA...

"Lehti on kätevä käyttöliittymä ja erittäin esteettinen ja nautittava myös esineenä. Myös aikakauslehden mahdollisuus paneutua aiheisiinsa ja jäsentää maailmaa juuri kohderyhmän tarpeita ajatellen sopii viestien kakofoniasta kärsivään mediamaailmaan."

(Nainen, 45-54 vuotta, Toimitus- tai uutispäällikkö tai vastaava esimiesasema, Aikakauslehdet)

HYPISTELTÄVÄ HERKKUPAKETTI...

"Lehti on käsin kosketeltava tuote, jossa koko homma tulee kerralla selväksi. Ei tarte lukea netistä, eikä surffailla ympäriinsä. Toimittajan tehtävä on tuoda lukijalle olennainen asiasta korkeintaan 4000 merkillä."

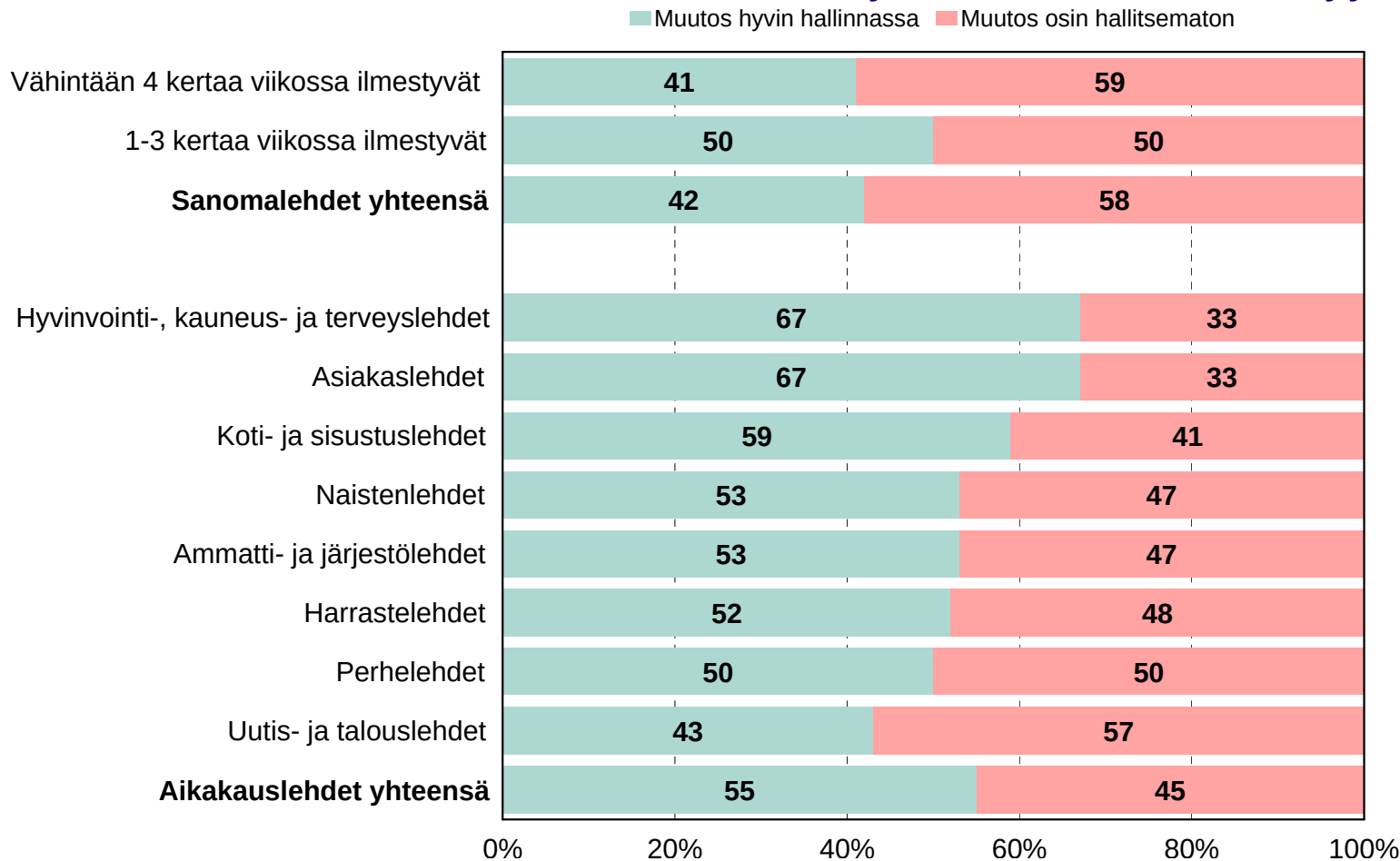
(Nainen, 55-64 vuotta, Toimittaja, vakituisessa työsuhteessa, Sanomalehdet)

...VAI FOSSIILI?

"Jos muutoksiin ei reagoida tai niihin reagoidaan hätiköiden tulee ongelmia."

(Mies, 34-44 vuotta, Toimitus- tai uutispäällikkö tai vastaava esimiesasema, Sanomalehdet)

Sanomalehti- ja aikakauslehtijournalistien arviot media-alansa muutoksen hallinnasta suurimmissa lehtiryhmissä - klusterianalyysi



Muutoksen hallinta

15/30 Research & Itella - KE 2010-02-05

Journalistitutkimus (n = 550), Lokakuu 2009

- Joka toinen journalisti kokee muutoksen osin hallitsemattomaksi
- Muutosten hallinta koetaan aikakauslehdissä paremmaksi kuin sanomalehdissä
- Hallinta onnistuneinta hyvinvointi-, kauneus- ja terveystiedot sekä asiakaslehdissä
- Aikakauslehdissä huonoin tilanne perhelehdissä sekä uutis- ja talouslehdissä

Muutoksen hallinta on vaikeaa, jos kehitysedellytykset ovat huonot

Muutoksen kokeminen (2 klusteria 18 väittämän pohjalta)	Kehitysedellytykset (3 klusteria)			
	Hyvät	Keskitasoa	Huonot	Yhteensä %
Muutos hyvin hallinnassa, journalismin ongelmat melko pieniä	61	58	20	50
Muutos osin hallitsematon, journalismin ongelmat melko suuria	39	42	80	50
Yhteensä, %	100	100	100	100

- Kun kehitysedellytykset ovat huonolla tolalla, koetaan lehtialan muutos hallitsemattomaksi ja journalismin ongelmat suuriksi
- Yhteisen kehittämisen edellytyksiä parantamalla näyttäisi siis voivan hallita paremmin lehteen tai lehtiryhmään kohdistuvaa muutosta

Miksi muutos on hallinnassa vai miksi ei?

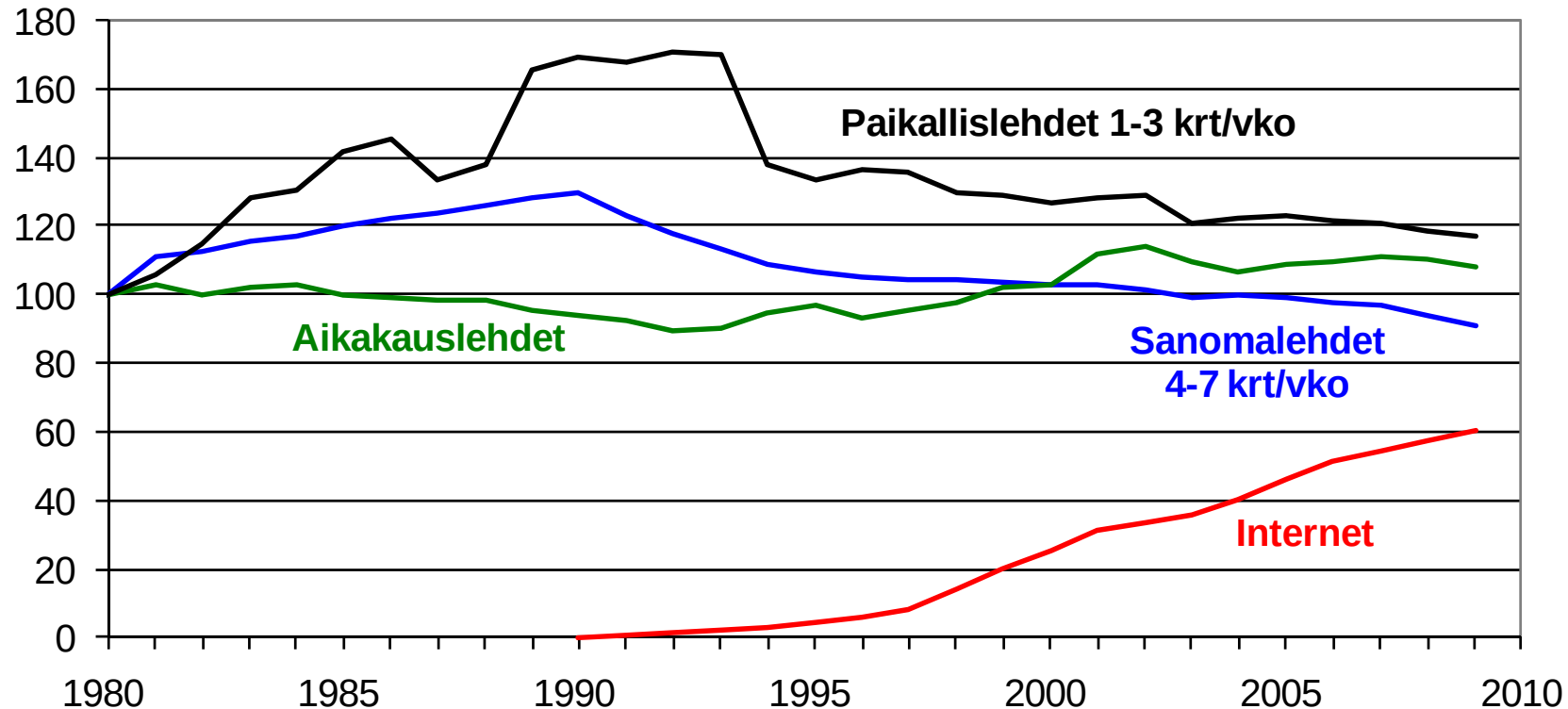
- Lehtialan muutos on hyvin hallinnassa vain joka toisen journalistin mielestä.
- **Sanomalehtien** kiireinen rytmi on haastellinen, koska päivittäiset deadlinet vaativat isoja, hierarkkisia ja hyvin kontrolloituja organisaatiota => Voidaan helposti ajautua patruunakulttuuriin, jossa
 - Kehittäminen koetaan lähinnä johdon asiaksi
 - Muutoksista pikemmin tiedotetaan kuin keskustellaan
 - Toimittajat eivät koe itseään muutoksen omistajiksi
- **Aikakauslehdissä** on pienemmät ja matalammat organisaatiot sekä verkkaisempi julkaisutahti => Paremmat mahdollisuudet vuorovaikutuskulttuuriin, jossa
 - Eri asemissa olevien vuorovaikutus ja päätöksentekoon osallistuminen toteutuu luontaisesti
 - Näkemykset muutosten tarpeesta ja toteutuksesta yhtenäistyvät
 - Koko työyhteisöstä tulee muutoksen omistajia

5. Mediankäytön muutostrendit



Maksullisten lehtien kokonaismarkkinat (indeksi) ja internetin käyttö kotona 1980-2009 (%)

Indeksi "1980"=100; internet %



- Internetin käytön kasvaessa sanoma- ja paikallislehtien tilaaminen on vähentynyt (molempien korrelaatio Internetin kanssa -0,8). Kysyntää ei ole ohjannut kansantalous, vaan enemmänkin netin uutisvälityksen yleistymisen.
- Aikakauslehdet puolestaan ovat kasvaneet rinnan Internetin kanssa (korrelaatio +0,9). Kysyntää on toistaiseksi ohjannut kansantalous sekä aikakauslehtien rentouttava merkitys kiireen keskellä.

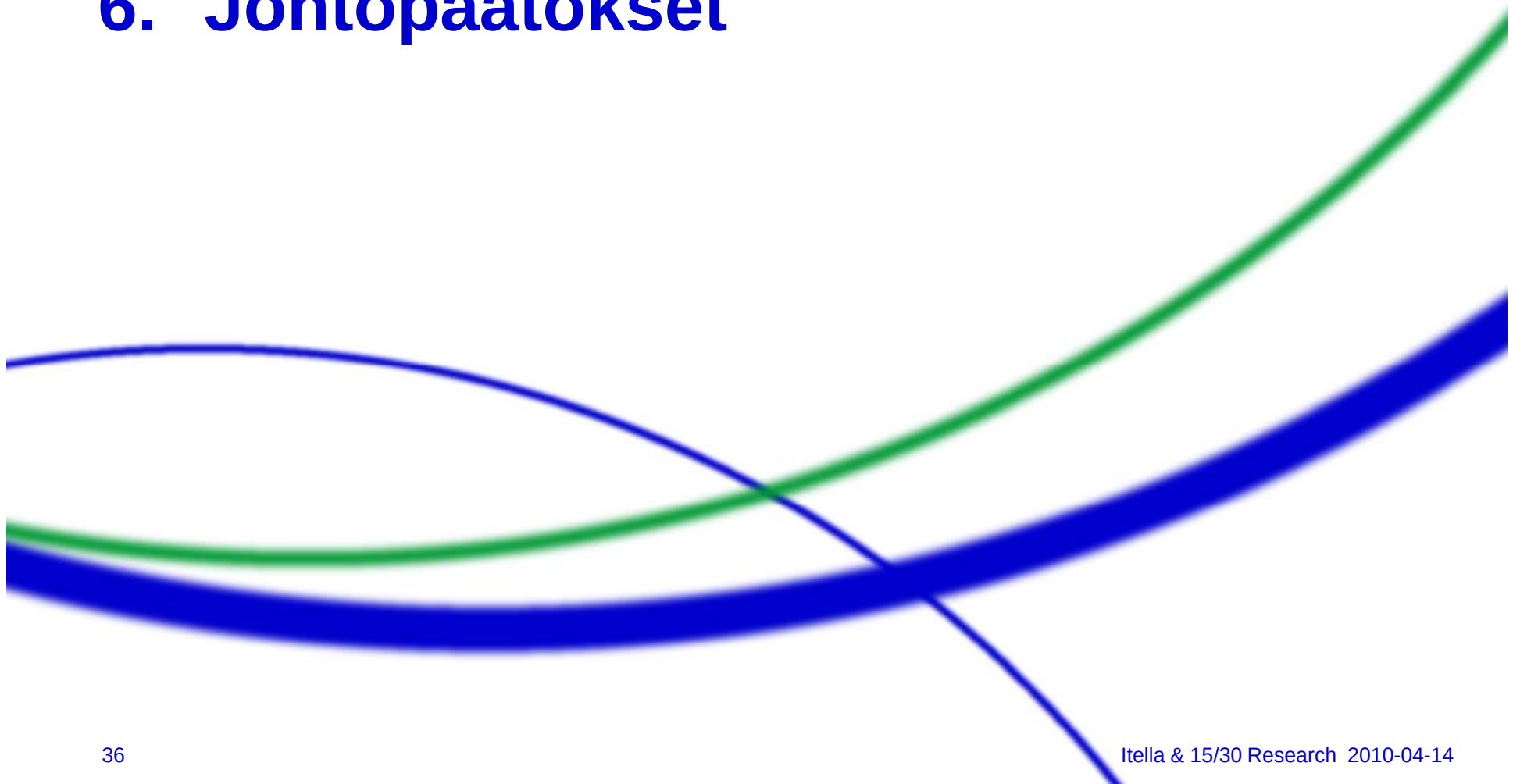
Kolme kuluttajien mediakäytön muutostrendiä ja niihin mukautuminen

1. Internetin käytön ja merkityksen kasvu asettaa normeja muille medioille
 - ➔ Vaikka netti tarjoaa mahdollisuuden perinteistä mediaa monipuolisemmalle sisällölle, vaarana todellisuudessa mediasisällön kaventuminen
 - ➔ Sanomalehdistön, radion ja TV:n pitää pystyä uhmaamaan tätä kehitystä tarjoamalla vaihtoehtoja
2. Kiireisemmäksi muuttuva elämänrytmi muuttaa mediatottumuksia – mediaa käytetään pinnallisesti, pirstaleisesti ja muun toiminnan ohessa
 - ➔ Amebailmiö eli yllättävätkin ja täysin odottamattomat mediailmiöt voivat lyhyessä ajassa tulla hyvin suosituiksi
 - ➔ Uusia mediamuotoja on jatkuvasti oltava tarjolla
3. Elämyksellisten ja rentouttavien mediasisältöjen suosio kasvaa
 - ➔ Median, joka ei tarjoa myös mahdollisuutta rentoutumiseen, on vaikea pärjätä trendien 1 ja 2 aikakaudella – mutta kunkin median perustehtävän ohessa, ei kustannuksella, muuten vaarana journalismin uskottavuuden mureneminen

Yhteenveto journalistien suhtautumisesta mediatrendeihin

Trendi	Mikä muuttuu	Mikä ei muutu	Mistä kannetaan huolta
-Paperi- lehdillä on tulevaisuus - mutta vain netin rinnalla	- Verkon suosio kasvaa - Kiire tekemisessä kasvaa - Elämyksellisyyden vaade kasvaa - Kilpailu lisääntyy -Ansaintalogiikan löytäminen vaikeutuu - Hyvin ja huonosti toimitetun journalismin välinen kuilu kasvaa	- Lukijoiden luottamus toimitettuihin sisältöihin, paperilla tai verkossa - Journalistien usko ammattitaitoonsa - Paperilehden käyttöliittymä jatkossakin monissa tilanteissa paras - Lehtien kyky jäsentää maailmaa	- Journalismin tason lasku - Volyymien lasku -Kannattavuus - Kyky reagoida muutoksiin - Miten paperilehtien ja netin rinnakkaiselo järjestetään?

6. Johtopäätökset



Keskeiset havainnot

1. Puolet journalisteista arvioi, että lehtialan muutos ei ole kunnolla lehtitalojen hallinnassa ja selkeät strategiat puuttuvat.
2. Internet koetaan keskeiseksi muutoksen syyksi, mutta vallitsee yleinen hämmennys, miten sen kanssa tehdään taloudellisesti julkaisutoimintaa.
3. Sanomalehtien vahvuutena on ollut lehtitalojen välinen yhteistyö, mutta sanomalehtien sisällä johdon ja henkilöstön vuorovaikutus ja avoin keskustelu ei onnistu yhtä hyvin.
4. Aikakauslehtien välillä ei juuri ole yhteistyötä, mutta aikakauslehtien sisällä on myönteinen ilmapiiri ja henkilöstö osallistuu kehittämiseen.
5. Viihteellisyyden ja pinnallisuuden lisääntyminen koetaan journalismin uhkiksi. Varsinkin sanomalehdissä kiire estää riittävän syvällisten juttujen tekemisen.
6. Journalisteilla on vahva luottamus ammattitaitoonsa, mutta silti he arvioivat itsensä huonommiksi uutisten välittäjiksi kuin lukijat heidät kokevat. Toisaalta journalistit kuvittelevat lehtiensä olevan parempia sosiaalisten tarpeiden tyydyttäjiä ja elämysten tarjoajia kuin millaisina lukijat niitä pitävät.

Lukijat ja journalistit mediatrendien kolmiossa itella

