

JOURNALISTIT JA DEMOKRATIA

Toimittanut Aki Asola

JOURNALISTIT JA DEMOKRATIA

Oikeusministeriön julkaisuja 2008:5
JOURNALISTIT JA DEMOKRATIA

Toimitus
Aki Asola

Graafinen suunnittelu
Workshop Päiviä Oy

Kannen kuva
Workshop Päiviä Oy

Kirjapaino
Edita Prima Oy
Helsinki 9/2008

ISSN 1458-6444
ISBN 78-952-466-440-0 (nid.)
ISBN 978-952-466-441-7 (PDF)

PDF julkaistu verkossa 9/2008
www.om.fi

TIIVISTELMÄ

Journalistit ja demokratia on asiantuntijajulkaisu, jossa viestinnän ammattilaiset pohtivat vakavan journalismin tilaa ja sen merkitystä toimivalle demokratialle. Artikkelit käsittelevät muun muassa journalistin työn ja roolin muuttumista, journalismin taloudellista kannattavuutta, median valtaa, internetin vaikutusta toimitustyöhön ja kansalaisjournalismin nousua. Kirjoittajien näkemykset ja johtopäätökset eivät välttämättä vastaa ministeriön virallista kantaa. Julkaisu on tehty oikeusministeriön demokratian vastuualueen toimeksiannosta.

SAMMANDRAG

Journalister och demokrati är en expertpublikation där specialister inom kommunikationsbranschen diskuterar den seriösa journalistikens nuläge och dess betydelse för en fungerande demokrati. I artiklarna behandlas bl.a. ändringarna i journalisternas arbete och roll, journalistikens ekonomiska lönsamhet, mediernas makt, på vilket sätt internet påverkar redaktionsarbetet och medborgarjournalistikens tillväxt. Skribenternas synpunkter och slutsatser motsvarar inte nödvändigtvis ministeriets officiella ståndpunkt. Publikationen har utarbetats på uppdrag av ansvarsområdet för demokratifrågor vid justitieministeriet.

JOURNALISTIT JA DEMOKRATIA

Sisällys

Tuija Brax JOHDANTO	4
John Lloyd VAKAVA JOURNALISMI ON PELASTETTAVA	10
Risto Uimonen DEMOKRATIAN, POLITIIKAN JA MEDIAN YHTEINEN ONGELMA	20
Kari A. Hintikka JOUKKOVIESTINTÄ VAI VIESTINTÄJOUKKO?	28
Eeva Mäntymäki JOURNALISTI ON KUOLLUT – ELÄKÖÖN JOURNALISTI!	35
HAASTATELTAVANA JSN:N PEKKA HYVÄRINEN: LAATUJOURNALISMISSA YHDISTETTÄVÄ TIETO JA ELÄMYKSELLISYYS	42
Jukka Holmberg VIIHTEELLISTYNYT MEDIAKO VEI ÄÄNESTYSINNON?	44
Jyri Hänninen ELIITTIJOUKOISSA	50
Johanna Korhonen PAKOLLISET TAVIKSET	56
Tuomas Rantanen JOURNALISMI JA UUSI VALLAN KOLMIJAKO-OPPI	58
Liisa Partio UUTISVIRRASSA, MUTTA SYVEMMÄLLÄ UIDEN	68
Aki Asola Päätössanat: DEMOKRATIA TARVITSEE JOURNALISMIA	72

JOHDANTO

Tuija Brax

Kirjoittaja on oikeusministeri.

Oikeusministeriön demokratian vastuualue

Oikeusministeriön demokratian vastuualue edistää kansalaisvaikuttamista. Se vastaa demokratiapolitiikan valmistelusta, organisoi ministeriöiden yhteistyötä kansalaisvaikuttamisen alalla sekä vastaa Otakantaa.fi-keskustelufoorumien ja Kansanvalta.fi-portaalin ylläpidosta.

Tässä oikeusministeriön demokratiayksikön kokoamassa julkaisussa paneudutaan ajankohtaisiin ja tärkeisiin median ja demokratian suhteisiin liittyviin kysymyksiin. Edustava joukko journalismin ja viestinnän ammattilaisia arvioi median pinnallistumista ja viihteellistymistä, poliitikkojen yksityiselämän seuraamista, internetin vaikutuksia, levikkien laskua ja muita kiinnostavia ilmiöitä. Kirja on itsenäistä jatkoa Helsingin Sanomien, Suomen Journalistiliiton ja oikeusministeriön joulukuussa 2007 järjestämällä *Journalistit ja demokratia* -seminaarille.

Sanomalehtien liiton viestintäasioista vastaava johtaja Jukka Holmberg pohdiskelee osuudessaan laatujournalismia. Hänen arvionsa mukaan ”arvostetut suomalaiset tiedotusvälineet ovat enimmäkseen hyvin vakavia ja asiallisia”. Darfurin sodan, Kosovon itsenäistymisen, Vuotoksen altaan ja Venäjän puuttulien tapaisten tärkeiden aiheiden käsittelyn ohessa pääuutislähetyksessä tai pääuutissivulla mainitaan lyhyesti tunnetun kansanedustajan tai formulatähden avioero.

Aika ajoin saattaa kuitenkin näyttää siltä, että laatuksi arvostettu toimitus nostaa selvästi hömpäksi luokiteltavan uutisen ykköseksi – varsinkin kun näyttää siltä, että kyse on iltapäivälehtien ja suosittujen juorulehtien aiheuttamasta levikkipaineesta.

Viihteellistymisen kanssa painiminen ei koske vain mediaa, vaan vähintään yhtä paljon myös poliitikkoja, joita usein nähdään milloin missäkin visailussa tai kisailussa tekemässä itseään kotikatsoimille tutuksi. Kalevan päätoimittaja Risto Uimonen kirjoittaa tästä osuvasti: ”Niin tehdessään poliitikot

samalla trivialisoivat poliittista toimintaa ja vahvistavat politiikan viihteellistymistrendiä. Mediapolitiikointi ei kuitenkaan tarkoita eikä johda siihen, että politiikka olisi katoamassa politiikasta. Poliitiikan substanssikysymykset siirtyvät vain taka-alalle ja hautautuvat imagojen alle. Mielikuvilla ratsastavilla poliitikoillakin on asenteita, arvoja ja muita poliittisia mielilyömyksiä, joiden mukaan he toimivat ja joita he toteuttavat valtaan päästyään. Poliitikko on aina poliitikko ja ikuinen maailmanparantaja. Arvot ja asenteet seuraavat häntä kaikkialle.”

Brittiläinen pitkän linjan toimittaja ja journalismin tutkija John Lloyd arvioi artikkelissaan, että poliitikot ovat täysin riippuvaisia mediasta halutessaan oman viestinsä välitettävä. Hän pohdiskelee median roolia poliitikkojen viestien välittäjänä ja samanaikaista tehtävää kritisoida, analysoida ja tutkia poliitikkojen tekemisiä ja jopa yksityiselämää, kuten median terveessä demokratiassa kuuluu tehdä.

Monen poliitikon kannalta viihteellistyminen on kiusallista, sillä asioiden lisäksi voi tuntua välttämättömältä aikaisempaa enemmän kiinnittää huomiota asiasisältöjen ohella medianäkyvyyteen. Kansanedustaja Pekka Haavisto nimesi heinäkuussa 2008 median kanssa paljon tekemisissä olevat edustajakollegansa julkisuusnarkkareiksi, jotka tarvitsevat päivittäisen julkisuusannoksensa tai alkavat voida pahoin. Moni kansanedustaja elää aidossa ristipaineissa, jossa täytyy ratkaista oma suhtautumisensa iltapäivälehti- tai naistenlehtijulkisuuteen. Tiedetään, että osalla poliitikoista on asian suhteen selvä strategia. Yksi suhtautuu erittäin kielteisesti kaikkeen muuhun kuin asiakeskeiseen journalismiin. Toinen

suorastaan hakeutuu julkisuuteen sen kaikilla osaluilla. Kansanedustajista osalta onnistuvat myös sen kaltaiset tasapainottelevat ratkaisut, joissa viihteellisen haastattelun ehdoksi voi asettaa myös poliittisten viestien sisällyttämisen haastatteluun.

Yhtä lailla media on joutunut ristipaineeseen. Uimosen mukaan kyse on kiinnostavuusprojektista, jota kukaan ei ole perustanut mutta johon kaikki joutuvat osallistumaan. Levikkipaineiden myötä luodaan uutta journalistista kulttuuria, joka korostaa kiinnostavuutta aiheiden ja näkökulmien valinnassa sekä juttujen teossa. Sisällön on oltava kiinnostavaa, muuten yleisön voi menettää nopeasti.

Sananvapaus vai yksityisyydensuoja

Viimeisen vuoden aikana on puitu tavallista useammin poliitikon yksityisyyden rajoja niin julkisessa keskustelussa kuin oikeudessakin. Keskusteluissa eurooppalaisten kollegoideni kanssa on käynyt selväksi, että Suomi ei ole tässä asiassa mitenkään poikkeus. Yksityisyyden ja julkisuuden sekä sananvapauden ristiriita on hyvin ajankohtainen teema Euroopassa.

Yksityisyyden ja julkisuuden suhteet ovat tunnetusti hankalat. Euroopan tietosuojavaltuutettu on käsitellyt asiakirjajulkisuuden ja tietosuojan suhdetta (EDPS, heinäkuu 2005 Nro 1) ja todennut, että nämä kaksi oikeutta on nähtävä toisiaan täydentävinä eikä toisilleen vastakkaisina. Tämä on helppo sanoa, mutta yhteensovittaminen on vaikeaa.

Tapasin viime keväänä Euroopan ihmisoikeustuomioistuimen presidentti Jean-Paul Costan, jonka kanssa halusin nimenomaan käydä keskusteluja hä-

nen tuomioistuimensa sananvapauseräilyistä sekä kuulla hänen arvionsa Suomen tilanteesta. Taustalla oli huoleni siitä, että Suomi on viime vuosina saanut joitakin tuomioita yksityisyyden suojan liian suuresta painottamisesta suhteessa sananvapauteen. Näitä juttuja on muutama myös vireillä. Presidentti Costan arvio Suomen tilanteesta ei ollut mitenkään hälyttävä, päinvastoin. Hän myös myönsi, että jossain määrin hänen tuomioistuimensakin linja on vielä selkiytymätön.

Suomalaisessa keskustelussa on varsinkin journalistien taholta esitetty viime vuosina väitteitä, että meidän tuomioistujiemme eivät kunnioita sananvapautta riittävästi ja että mm. sananvapaus-termi esiintyy tuomioiden perusteluissa yllättävän harvoin. Kriitikkillä on ollut taannoin ehkä perusteensa, mutta viime aikojen kehityksen valossa on vaikea enää hyväksyä ko. väitettä. Tuomioistuimien koulutuksessa tullaan nykyistään paremmin keskittymään siihen, että tuomioiden perusteluissa tulee näkyä ihmis- ja perusoikeuspunninta ja perehtyneisyys jutun kannalta relevantteihin Euroopan ihmisoikeustuomioistuimen tuomioihin.

Viime kädessä oikeusvaltiossa tuomioistuin joutuu yksittäistapauksessa ottamaan kantaa siihen painaako sananvapaus vai yksityisyydensuoja enemmän tai onko sanansäilää käytetty rikollisesti tai vahingonkorvauksiin oikeuttaen. Hyvä näin. Yksilön oikeudet on turvattava – ja kunnolla – ja räikeissä tapauksissa myös lain valvontakoneiston on annettava apua. Samalla on kuitenkin tehtävä kaikki voitava, että tuomioistujista ei tule ensisijaista forumia käsitellä julkisen sananvapauden rajoja. Alan

itsesäätelyjärjestelmä, Julkisen sanan neuvosto JSN, on oikeusministeriön kannalta erittäin tärkeä mahdollisuus välttää sananvapauskysymysten liiallista juridisoitumista.

Oikeusministeriö osallistuu JSN:n rahoitukseen siksi, että sananvapaus on perusoikeutena hyvin herkkä: sananvapauden kontrolliin saattaa sisältyä vaara vallassa olevan tiedostetusta tai tiedostamattomasta halusta sensuuriin. Oikeusministeriö ei ole puuttunut eikä tule jatkossakaan puuttumaan JSN:n toimintaan. On tärkeää, että JSN on saanut uuden aktiivisen puheenjohtajan ja että JSN on julkisuudessaakin miettinyt, miten se voisi edistää hyvää journalistista tapaa myös ”ennaltaehkäisevästi” tai oma-aloitteisesti.

Kansalaisten roolit mediassa muuttuvat

Journalistin päätoimittaja Johanna Korhonen peräänkuuluttaa hänkin journalisteilta hiukan väkiväkää kansalaisen äänen kuuluville saamiseen: taviksia pitää uutisjutuissa kohdella niin kuin muitakin haastateltavia. On valmistauduttava taviksen kohtaamiseen perehtymällä aiheeseen ja miettimällä kysymyksiä etukäteen.

Tavallisen kansalaisen ja ei-taviksen ero on ylipäätään kiinnostava. 1990-luvun puolivälissä tutkijatoimittaja Elina Sanan tutkimuksessa kävi ilmi, että naiset saivat äänensä olennaisesti miehiä harvemmin kuuluviin uutisissa. Nyt on korkea aika myös kiinnittää huomiota siihen, kuinka hyvin uussuomalaiset näkyvät ja kuuluvat julkisuudessa. Helsingin kättilöopistolla jo useampi kuin joka viides uusi helsinkiläisvauva syntyy maahanmuuttajaperheeseen.

Demokratian kannalta on tietenkin klassinen peruskysymys, ketkä saavat äänensä kuuluviin, keillä koetaan olevan sanottavaa. Laatujournalismille on haaste pitää loitolla elitismi – jota Hänninen pitää journalistien helmasyntinä – ja kyetä tavoittamaan kansalaisten tunteja laajasti.

Yksi aikamme paradokseista on, että samaan aikaan ihmiset väittävät vierastavansa politiikkaa entistä useammin, mutta toisaalta heidän yleistietonsa ja myös hyvin asiantunteva erityisosaamisensa on lisääntynyt, kiitos hyvän koulutuksen ja tietoyhteiskunnan laajemminkin.

Tietoyhteiskuntakehityksen myötä tavallisen kansalaisen rooli muuttuu sekä suhteessa mediaan että poliittiseen päätöksentekijään. Uusi tieto- ja viestintäteknologia on avannut ja avaa uusia mahdollisuuksia osallistua ja vaikuttaa, ottaa kantaa ja saada omat näkemyksensä kuuluville. Kuten Kari A. Hintikka kirjoittaa, kansalaismedia rakentuu yksittäisten bloggaajien, kamerakännykkäkuvaajien ja YouTube-videoiden julkaisijoiden verkostossa. Laajan osallistujajoukon eri tekniikoilla rakentuva joukkoäly nostaa esiin yleisellä mielipiteellä tarkasteltavan aiheen ’parhaimmiston’. Hintikan esille nostavat internetin mahdollisuudet, samoin kuin mm. Uimosen esille nostamat uhkat, avaavat mullistavia näkymiä tulevaisuuden median ja kansanvallan kompleksiselle suhteelle.

Tähän asti esimerkiksi järjestöt ovat käyttäneet erilaisten kansalaisryhmien ääntä, tuoneet esille kansalaisten toiveita ja näkemyksiä, edustaneet oman jäsenkuntansa tarpeiden syväasiantuntemusta. Mutta myös yksittäisillä kansalaisilla on painavaa sanotta-

vaa ja entistä enemmän asiantuntemusta. Tarkoit- taako tämä, että myös tavisten ja asiantuntijoiden raja-aita mediassa jollakin tavoin muuttuu?

Sama haaste on myös hallinnolla – millä tavoin voidaan kannustaa kansalaisia tuomaan näkemyk- sensä ja asiantuntemuksensa esille päätöksiä valmis- teltaessa ja turvata se, että kansalaisten esille tuomat näkemykset myös vaikuttavat päätöksentekoon? Oikeusministeriöllä on tässä suhteessa poikkeuksel- lisen suuri vastuu, sillä päävastuu kansalaisten kuu- lemisen parantamisesta hallinnossa kuuluu meille. Työtä riittää, sillä aloittaessani virassani julkistettiin YK:n arvio, jossa Suomi arvioitiin maailmassa vasta sijalle 45 sen suhteen kuinka kansalaisia kuullaan tietoyhteiskunnan keinoin päätöksenteossa.

Mannerheimin Lastensuojeluliiton viestintäjohtaja Liisa Partion mukaan järjestöjen tehtävänä on auttaa päättäjiä ymmärtämään kansalaismielipidet- tä välittämällä tietoa jäsentensä arjen kokemuksista. Ilman kansalaistoimintaa julkinen palveluntarjonta voisi kohdentua liikaa enemmistön tarpeisiin, eikä kansalaisten yhdenvertainen kohtelu toteutuisi. Partion mukaan järjestöjen on pidettävä omissa lehdis- sään esillä niitä teemoja, joita valtamedia ei jostakin syystä käsittele.

Arjen itsesätelyä

Rajanvetovaikeudet yksityisyyden ja julkisuuden välillä ovat todennäköisesti tulleet jäädäkseen. Jo median koventuva kilpailu todennäköisesti hou- kuttaa tietoisiin riskinottoihin tällä alueella. Toisaalta samanaikaisesti näyttää siltä, että media-alan suu- ret tekijät kehittyvät entistä suuremmiksi yksiköiksi,

mikä saattaa puolestaan vahvistaa yksityisyyden suo- jan tai muun syyn takia loukatuksi tulleen tunnetta altavastaajaksi jäämisestä. Jo näistä syistä on tärkeää, että ala jatkaa nyt alkanutta viisasta keskustelua arjen itsesäätelystä ja kollegiaalisesta kritiikistä.

Tämä tarkoittaa mm. sitä, että mediasta täytyy löytyä herkkyyttä korjata virheitä ja antaa tilaa oi- kaisuille myös silloin kun kapeasti tulkiten voidaan väittää, ettei jutussa ole suoranaista asiavirhettä, jos kokonaisuus johdattelee kuitenkin kohteen näkö- kulmasta kohtuuttomaan mielikuvaan. Oikeusmi- nisterille tulee yllättävän usein palautetta siitä, että arvostelun kohteeksi joutuneelle poliitikolle on me- dian taholta ilmoitettu vain lakonisesti, että ”teillä ei ole vastineoikeutta”.

Hieman ontuva, mutta kuitenkin osatotuuden sisältävä rinnastus oikeuslaitokseen sallittakoon: oikeudessa nimittäin taataan pahimmallekin rikol- liselle oikeus puolustautua. Julkisuuden raateluun joutuneen puolustuksen puheenvuoro jää joskus kovin vähäiseksi suhteessa lööppien tai otsikoiden tuomioon. Lienee selvää, että vastuullinen media ja toimittajakoulutus ovat hyvin tietoisia tästä vaaras- ta ja pitävät kunnia-asianaan, että mediasta ei muo- dostu inkvisitiota, jossa julkisuuden roviolle ajetaan yksitellen satunnaisia uhreja. Saattaa olla, että jour- nalistien koulutuksessa jo perehdytäänkin oikeuden- käynnin perusfilosofiaan siitä, kuinka puolustuksen kuuluu saada sanoa sanottavansa, jos ei, niin saattaisi olla fiksu lisätä koulutusyhteistyötä tältä osin.

Voima-lehden toimitusjohtaja Tuomas Ranta- nen toteaa kirjoituksessaan, että ”Median sisältöjen suhteen Suomessa näkyvät jo nyt yleismaailmalliset

trendit. Median sisällöt kaupallistuvat, viihteellistyvät, karnevalisoituvat ja henkilöityvät. Erityisenä vaatimuksena uutis- ja ajankohtaisohjelmien kohdalla ovat nopeus ja huomiotaloudelliset tekijät. Tästä seuraa toimitukselliseen työhön kohdistuva alituisen aikapula.” Tuomas Rantanen pohdiskelee myös median riippumattomuutta taloudellisten tuotto-odotusten ja vallankäyttäjien paineiden keskellä.

Suomessa median omistuksen keskittymisen pohdinta onkin paikallaan, sillä varsinkin maakunnalliset mediatalot voivat olla todella merkittäviä vallankäyttäjiä saadessaan lähes monopolin aseman alueellaan. Valtalehdet voivat halutessaan nostaa poliitikon näkyvyyttä vaalien alla ja vastaavasti jättää jonkun toisen tietoisesti katveeseen. Vaalikaranteeniin joutumisen voi toki murtaa rahalla, jos sitä sattuu olemaan. Ja saattaa olla, että jo lähitulevaisuudessa erilaiset uudet tiedotuskanavat, etenkin nettisivustot, tavoittavat osan äänestäjistä niin tehokkaasti, että paikallisen valtalehdistön huomiosta paitsi jäänytkin poliitikko saa viestinsä välitetyksi.

Toimittaja Eeva Mäntymäki pohtii journalistien roolin muutosta: ”Myös toimittajan ja esiintyjän roolien sekoittuminen kertoo journalistin rooliin liittyvistä muutospaineista. Henkilökeskeisen lööppijournalismin aikakaudella yhä useammista tv-journalisteista on kehkeytynyt julkikkia ja mediapersoonia. Perinteisen tähtitoimittajan ja uudentyypisen julkistoimittajan välillä on kuitenkin olennainen ero, sillä perinteisten tähtitoimittajien loisto perustuu ennen kaikkea heidän erityiseen taitoonsa välittää katsojille jotain olennaista käsiteltävänä olevasta asiasta. Sen sijaan uudet journalisti-

set mediapersoonat esiintyvät julkisuudessa oman itsensä varassa – tähden loisto lähtee heidän omasta persoonastaan eikä heidän välittäjänroolistaan tai kyvystään nostaa esille toisten persoonallisuuksia.

Lopuksi

Tämä kirja pyrkii osaltaan lisäämään niin demokratian kuin journalisminkin ymmärrystä. Kirjan luettuani ajattelin, että tätä täytyy saada lisää.

Kuten edellä totesin, uskon, että kiistat poliitikkojen yksityiselämän suojan ja sanavapauden rajoista ovat tulleet jäädäkseen – ainakin lähivuosiksi. Lainsäädäntömme on tältä osin varsin tuore ja pääsäännöiltään hyväksi havaittu, mutta tämän kaltaisessa perusoikeuksien törmäystilanteessa ei missään maassa ole onnistuttu välttämään sitä, että yksittäisissä tapauksissa oikeata tulkintaa joudutaan hakemaan oikeudesta. Tehokkain tapa välttää liiallista käräjöintiä on se, että alan itsesääntely sekä toimituksissa että JSN:ssa luo vakiintuneita käytäntöjä, jotka saavat myös laajemman yleisön hyväksynnän. Muutaman vuoden kuluttua taidamme olla tilanteessa, jossa meillä on nykyistä enemmän ennakkotapauksia suomalaisista oikeudenkäynneistä ja myös EN:n ihmisoikeustuomioistuimen linjauksista. Silloin aika voisi olla kypsä seuraavalle yhteistyökirjalle teemasta yksityisyydensuoja, demokratia ja sananvapaus. ●

John Lloyd

Kirjoittaja on brittiläinen toimittaja, joka on työskennellyt pitkään *Financial Times* -lehdessä. Hän toimii myös tutkijana Oxfordin yliopiston *Reuters-instituutissa*. Artikkelin on toimitettu käännös hänen puheestaan *Journalistit ja demokratia* -seminaarissa Sanomatalossa 3. joulukuuta 2007.

VAKAVA JOURNALISMI ON PELASTETTAVA

Journalistien oman luottamuskriisin syyinä on tieto siitä, etteivät ihmiset katso, kuuntele tai lue heitä. Kunnianhimoista journalismia ei uhkaa vallanpitäjien sanktiot vaan kansalaisten laaja välinpitämättömyys.

Uutisankkuri Walter Cronkitellä oli tapana todeta CBS:n iltauutisissa: ”that’s the way it is tonight” eli ”näin ovat asiat tänä iltana”. Mutta ”asiat” eivät koskaan ole ”näin”. Journalismi ei koskaan lopu eikä voi koskaan olla lopullista. Sen sijaan tosiseikkoja ja tosiasioita pyritään loputtomasti selvittämään, ja uusia jutun alkujakin on loputtomasti. Tämä saattaa pelastaa journalismin, ja siitä on myös demokratialle apua. Journalismi ainakin tuntuu olevan pelastamisen tarpeessa.

Vakavan journalismin säilymiseen liittyy ongelmia, mutta ei ole epäilystäkään, etteikö journalismia otettaisi kokonaisuudessaan vakavasti – ja itse asiaa paljon vakavammin kuin koskaan ennen. Tässä piilee paradoksi. Suurella osalla etenkin ”vakavasta” tai ”tutkivasta” journalismista on yhä vähemmän yleisöä, mutta samaan aikaan journalismin aiheena olevien persoonallisuuksien ja tapahtumien tuottamiseen käytetään paljon enemmän vaivaa ja rahaa kuin ennen. Jotta ymmärtäisi, mitä media tekee demokratialle, on välttämätöntä ymmärtää missä määrin uutisia luodaan ja missä määrin uutismedia vaatii luotuja uutisia.

Yritän kuvailla jotakin, mikä ei liity ilkeisiin poliittikkoihin ja yrityspomoihin, jotka vetävät nenästä viatonta, ainoastaan totuutta etsivää mediaa. Media-poliittinen järjestelmä on nimenomaan järjestelmä. Se on yhteinen joskin usein tiedostamaton luomus, jossa media on yhtä lailla osallisena siinä missä poliitikot avustajineen ja viranomaisetkin. Medialla on nähdäkseni suurempi vastuu järjestelmän uudistamisesta kuin poliitikoilla, joskin molempien rooli on tärkeä.

Ansa ilman ulospääsyä

Mediaimagoon kohdistuva huomio on nykyisin universaalia kaikissa instituutioissa ja organisaatioissa. Yksikään yksityinen, julkinen, siviili, sotilaallinen, valtiollinen tai valtiosta riippumaton organisaatio ei voisi kuvitella tiedottavansa mistään tai aloittavansa mitään julkista projektia ilman PR-väen neuvoja, opastusta ja tukea. Sitä pidettäisiin äärimmäisen vastuuttomana. Useimmilla vähänkään suuremmilla organisaatioilla on PR-tiimejä, joiden tehtävänä on saada uutismedia suhtautumaan heidän edustamiinsa instituutioihin suopeasti.

On kiintoisaa huomata, miten poliitikot käsittelevät mediaa. Niin kutsuttu ”spin” eli mediakonsult-

**Journalistit
ovat siirtyneet
politiikkojen
kanssa
syömisestä
politiikkojen
syömiseen.**

tien käyttö on maailmanlaajuista, mutta meillä on taipumus olla sitä mieltä, että poliitikot käyttävät heitä eniten.

Esitin tuoreessa kirjassani *What the media are doing to our politics*, että poliitikkojen on reagoitava muuttuneeseen mediaympäristöön. Amerikkalaisen kirjailijan Adam Gopnikin sanoin journalistit ovat 40 viime vuoden aikana siirtyneet ”politiikkojen kanssa syömisestä politiikkojen syömiseen”. Lausahdustaan

laajemmin analysoidessaan hän piti suurta osaa nykyajan poliittisesta journalismista ”tarkoituksettomana ilkeilynä”.

Alastair Campbell, josta tuli Tony Blairin viestintäjohtajana ajoittain esimiestään kuuluisampi, sanoi häntä kirjaani varten haastatellessani: ”Kun uutislähetys on ympäri vuorokauden, on puhuttava. Radioaallot täytyy täyttää. Yleensä radion puheohjelmissä kerrotaan ainoastaan siitä, mitä lehdistä lukee. Näin ollen mediat ovat jatkuvasti toinen toisena lähteinä, ja paikkansa pitäviä sanomalehtijuttuja tai uutisankkoja pyöritellään tuntikausia, kunnes jotakin muuta ilmaantuu... olimme nähneet Majorin hallituksen luhistuvan mediahyökkäyksen voimasta täydelliseen epäjohdonmukaisuuteensa, suunnitelmattomuuteensa ja kaikenlaiseen strategisen käsityksen puuttumiseen.” (Campbell jätti mainitsematta, että *New Labour* eli niin sanottu uusi työväenpuolue orkestroi riemumielin suuren osan tästä hyökkäyksestä.)

”Spin” on ansa ilman ulospääsyä. Poliitikot pyörittelevät lehdistöä ja lehdistö poliitikkoja yhteiskunnassa, jossa media on vapaata ja hyvin rahoitettua (jälkimmäinen ehto täydentää täyttä vapautta olennaisesti). Poikkeuksellista on – ja tätä tuntuu utopistiselta edes ehdottaa – että media sitoutuu ensinnäkin kertomaan politiikasta vakavasti, mikä tarkoittaa tarkkaavaisuutta, tietopohjaisia ja objektiivisia analyysejä, kykyä tutkia väärinkäytöksiä yhteisen hyvän nimissä sekä resursseja käsitellä päivänkohtaisia poliittisia, sosiaalisia ja talouskysymyksiä mahdollisimman täydellisesti, ja toiseksi

ymmärtämään oman merkityksensä demokraattisen elämän asiayhteyksiä valotettaessa.

Nykypoliitikot ovat lähes täysin riippuvaisia mediasta pyrkiessään saamaan viestinsä kuuluviin. Demokraattisen elämän jatkuminen riippuu yhä hallitusvastuuseen pyrkivien puolueiden välisestä kilpailusta. Näin ollen terveelle demokraattiselle elämälle on olennaisen tärkeää, että prosessi ymmärretään median kautta ja että media ottaa vastuun sekä poliittisten viestien välittämisestä että poliitikkojen, viranomaisten ja tapahtumien kritisoinnista, analysoinnista ja tutkimisesta. Meidän tarvitsee tietää, mitä vallanpitäjämme tekevät ja sanovat. Media on oikeassa pitäessään vapauttaan demokraattisena jatkuvan elämän elinehtona. Media on kuitenkin oikeassa vain, jos se pitää oman osansa sopimuksesta. Jos kansalaisilla ei ole ymmärrystä asioista, heiltä puuttuvat myös välineet arvostella vallanpitäjiä.

Nähtävissä on joitakin merkkejä siitä, että meiltä puuttuu tällaista ymmärrystä nyt enemmän kuin ennen. Asiatietoihin perustuvan vakavan journalismin jatkuvuus on vaarassa. Olen edellä korostanut yhtä tällaista merkkiä, ”spiniä”, eli henkilöuutisten ja tapahtumien luomista vastauksena imagon luomista painottavien ammattilaisten kulloisiinkin välittömiin vaatimuksiin. Isossa-Britanniassa tämän kehityksen eräänlaisena huipentumana on viihdereportteri Andy Coulsonin palkkaaminen konservatiivipuolueen viestintäjohtajaksi. Poliitiikan myönnetään olevan illuusiota ja median myönnetään kauppaavan illuusiota nyt enemmän kuin koskaan.

Uutiset muuttuvat suhdetoiminnaksi

PR-toiminta kuuluu suuriin menestysaloihin, ja sen rooli on kaksijakoinen. Se mielletään alaksi, jolla taa-tusti pääsee tekemisiin kuuluisuuksien ja tärkeiden henkilöiden kanssa. PR-ihmisiä, joihin pitää tehdä vaikutus, on tätä nykyä paljon enemmän kuin journalistiteja. Onneksi suurin osa suhdetoiminnasta on riittävän rehellistä. Yrityksen tulostiedotteessa annetaan todellista numerotietoa, paikallisviranomaisen tiedotteessa kerrotaan todellisista päätöksistä,

ja julkikkisenkin tiedotteessa usein sanotaan, mitä julkkis oikeasti aikoo tehdä tai on tehnyt.

Olisi kiintoisaa tutkia, miten hyvin johonkin tiettyyn tapahtumaan liittyvät valikoidut uutisartikkelit pitävät paikkansa saman tapahtuman lehdistötiedotteeseen verrattuna. Ei voida taata, että vertailu olisi lehdistölle eduksi. Itse asiassa kaikki tuntemani PR-ihmiset uskovat vakaasti, että heidän ammattikuntansa vetäisi selvästi pitemmän korren. Ei tosin siksi, että he kertoisivat aina totuuden ja kaikki journalistit valehtelisivat, vaan koska PR-toiminnassa asioiden vikaan menemisestä on yleensä enemmän seuraamuksia kuin journalistien työssä.

Oikeellisuus on kuitenkin sivuseikka. Todellinen syy PR:n kasvun jatkumiseen tulevana vuosina on, että ihmiset jäävät koukkuun ilmaisuutisiin ja etääntyvät maksullisista uutisista. Suhdetoiminta täyttää suuren osan kalliiden tosiasioiden jättämästä aukosta. Ilmeisenä vaarana on, että yhä suurempi osa uutisista onkin suhdetoimintaa, koska uutisten tuotantoa hallitsee salaa erittäin osaava, entistä tarkempi ja päättäväisempi lehdistösuhteiden yhteisö.

Tämä ammattilaisten joukko tuntee uutismedian toimintatavat, sillä suuri osa siitä on värvätty uutismedian riveistä.

Tuoreesta Cardiffin yliopiston journalismikoulun tekemästä tutkimuksesta ilmenee, että noin 60 prosenttia kaikista Britannian kansallisen uutismedian artikkeleista perustuu lehdistötiedotteisiin ja järkyttävän suurta osaa näistä toistetaan tiedotusvälineissä sana sanalta.

Tutkijat havaitsivat, etteivät lehdistötiedotteet mene aina suoraan uutistoimituksiin tai reporttereille, vaikka sitäkin tapahtuu, vaan niitä lähetetään uutistoimistoille, joihin PR-väen huomio keskittyy.

Uutistoimisto kirjoittaa uutiset, tuntuu usein jättävän tosiasiat tarkistamatta ja lähettää ne sanomalehdelle. Lehti, jolle ei aiheudu ammatillisia tunnontuskia toisilta ammattijournalisteilta saadun

jutun hyväksymisestä, julkaisee jutun tai käyttää sitä oman juttunsa pienempänä tai suurempana osana. Tätä nykyä uutistoimistoja käytetään ilmeisesti puoliksi tiedostamattomasti eräänlaisena ammattimaisena arvopesupalveluna.

Utusten määrän kasvaessa – suurelta osin tauottomien uutislähetysten sekä uusien tv- ja radioasemien uutislähetysten ansiosta – ja journalistien lukumäärän samaan aikaan laskiessa brittiläistä journalismia ulkoistetaan parhaillaan suhdetoiminnan hoidettavaksi.

PR kilpailee kuihtuvan journalismin kanssa

Edellä kuvattu kehityssuuntaus ei ole suhdetoiminnan syytä. Suhde- ja tiedotustoiminta on täysin järkevää ammatti. Vapailla markkinoilla toimivien massamedioiden suurelta osin luomassa maailmassa näkyvyyttä haluaville yksilöille ja instituutioille ei juuri jää muuta mahdollisuutta kuin palkata asiantuntijoita, joiden avulla yleisön huomio saadaan heräämään.

Journalistit väittävät mielellään, että lehdistösuhteita kohdellaan kuin koira kohtelee lyhtypylvästä. Kysymättä kuitenkin jää, kuka on koira ja kuka lyhtypylväs. Suhdetoiminta ei enää ole pelkkää kaupustelua. Se on puolueellista toimintaa eikä salaile puolueellisuuttaan, mutta sen väitteitä tarkastellaan yhä avoimemmin. Kyse on siitä, miten jokin instituutio, yritys tai yksilö esittää toimintansa ja tarjontansa yleisölle. Kun Glaxo Smith Klein suosittelee uutta lääkettä, kun Milanon La Scala kehuu omaa La Traviata tuotantoaan tai kun Greenpeace sanoo, että sille annettu lahjoitus pelastaa maailman ympäristön, kaikki ”spinnaavat”. Samalla kaikki ovat enemmän tai vähemmän avoimia sille ennakoivalle ja skeptiselle älylle, jota journalismissa tulisi olla.

Nyt on kuitenkin kehkeytymässä tilanne, jossa PR-toiminta laajenee täyttämään journalismin tai sen puutteen jättämän tyhjiön ja pyrkii kilpailemaan uutismedian kanssa kertomalla maailmasta totuudenmukaisesti. Ensimmäinen syy tilanteeseen on se, että journalisteja on vähemmän ja heillä on vähemmän aikaa tehdä työtään. Toinen syy on, ettei

Ilmeisenä vaarana on, että yhä suurempi osa uutisista onkin suhdetoimintaa, koska uutisten tuotantoa hallitsee salaa erittäin osaava, entistä tarkempi ja päättäväisempi lehdistösuhteiden yhteisö.

koko journalismi pyri riittävän kunnianhimoisesti vakiinnuttamaan mainettaan tärkeimpänä totuudenpuhujana. Utistitoimitusten budjetit leikataan kaikkialla, sanomalehtien levikki on laskussa, ja niin tv-utiset kuin ajankohtaislähetykset menettävät suosiotaan, ja mainostulojaan. Ne menettävät jopa osan siitä vahvasta ja jatkuvasta sitoumuksestaan, josta BBC:n kaltaiset julkisen yleisradiotoiminnan harjoittajat aikoinaan tunnettiin.

Lisäksi nykyaika ja nykyaikainen teknologia suosivat ilmaisuutta – eivät vapautta, jota pidetään uutismedian välttämättömänä elinehtona. Uutisia kulutetaan maksutta kaikkialla, esimerkiksi internetissä ja ilmaisjakelulehdissä. Ilmaisia uutisia ei tietenkään ole olemassa. Internetin ilmaisuutiset on joko poimittu lähteistä, joille jokin uutisorganisaatio (sanomalehti tai televisio) on niistä maksanut, tai kyse on julkkiksia koskevista ja heidän PR-tiimiensä suoraan liikkeelle laskemista tiedotteista tai bloggajien tai muiden tahojen tarjoamista tiedoista, jotka voivat yhtä hyvin olla tosia kuin perättömiäkin.

Ilmainen käy kalliiksi

Kaikki suosituimmat englanninkieliset uutisvuorot (BBC, New York Times, CNN ja The Guardian) tuottavat uutisia, joiden julkistaminen ja lähettäminen maksavat yhteensä satoja miljoonia puntia vuodessa. Nyt niillä on tuttu ongelma: niillä on paljon enemmän lukijoita kuin koskaan ennen ja kuitenkin vähemmän tuloja kuin lähimenneisyydessä. Niiden pulmana on lukijoiden muuttaminen rahaksi, mikä ei enää vanhojen keinojen – levikin ja mainonnan avulla – onnistu.

Netin lisäksi saatavilla on myös ilmaisia sanomalehtiä, jotka ovat kehittyneen maailman journalismin suurimpia mutta vähimmälle huomiolle jääneitä viiden viime vuoden trendejä.

Ne ovat tietenkin suuri uhka vakiintuneelle lehdistölle ja etenkin vielä jäljellä oleville kaupungeissa ilmestyville iltapäivälehdille. Lontoon vanha ja ennen ilmaisjakelulehtien ilmaantumista ainoa iltapäivälehti Evening Standard on viime vuoden kuluessa menettänyt lähes puolet myynnistään.

Ilmaisjakelulehtiä julkaistaan useimmissa kehittyneen maailman kaupungeissa, ja ne leviävät muuallekin. Nykyisten sanomalehtien omistajat suhtautuvat niihin vähän samaan tapaan kuin paiseruttoon suhtauduttiin myöhäiskeskiajalla. Aluksi ilmaisjakelulehdet olivat tuskin muuta kuin parissa minuutissa luettavia lehtisiä, joissa oli paljon menovinkkejä ja tv-ohjelmatietoja. Vaikka niissä on nykyisin enemmän ”maksettuja” juttuja kuin aiemmin, ne lähestyvät journalismia edelleen eri suunnasta kuin laatulehdet. Ilmaisjakelulehdet ovat aina räätälöineet tarjontansa sen mukaan, mitä lukijat ja mainostajat eniten haluavat. Niissä on hyödyllistä tietoa, vapaa-ajan toimintaa, julkkiksia, otsikoita ja pari kappaletta tekstiä tärkeimmistä uutisista.

Vakiintuneilla sanomalehdillä taas on ihmisistä koskeva velvoite sinänsä. Klassisessa mielessä kansalaisen täytyy jossain määrin ymmärtää, mitä julkisuudessa tapahtuu – kansallisesti ja kansainvälisesti – voidakseen tehdä tosiasiapohjaisia valintoja. Ilmaisjakelulehtien ja monien tabloidilehtien kohdalla näin ei ole: ne ovat pikemminkin puhtaita markkinointivälineitä ja muodostavat siten uhan sellaisille lehdille, jotka ovat sekä markkinatoimijoita että demokratian tukipilareita.

Mielipiteitä tarjotaan nykyisin kaikkialla, ja niitä saa vapaasti ja ilmaiseksi. Mutta uusien tosiasioiden löytäminen on kallista, eikä siihen tunnuta investoivan.

Välinpitämättömyys ja viihdetulva uhkina

Journalismi on aina kohdannut vaaroja. Läntisen maailman ulkopuolella lehtiä uhkaa tukahduttaminen ja eriasteisilla voimakeinoilla pelottelu. Joissakin paikoissa, kuten Kiinassa, asiat paranevat, mutta esimerkiksi Venäjällä vapaa media heikkenee. Suuressa osassa maailmaa lehdistö ei ole vapaata tai parhaimmillaankin vain puoliksi vapaata.

Nykyisten sanomalehtien omistajat suhtautuvat ilmaisjakelulehtiin vähän samaan tapaan kuin paiseruttoon suhtauduttiin myöhäiskeskiajalla.

Vallitsevan järjestelmän voimahahmojen mielestä on vain röhkeää joutua tutkittaviksi tai vastuuseen teoistaan.

Demokraattisissa valtioissa vaarat ovat olleet toisenlaisia. Hallitukset eivät ole toivoneet median kertovan totuutta, paljastavan vääryyksiä tai kyseenalaistavan tiettyjä instituutioita. Suuryritykset ovat halunneet varjella salaisuuksiaan ja uhkailleet siksi tiedotusvälineitä oikeustoimilla. Vallitsevan järjestelmän voimahahmojen mielestä on ollut yksinkertaisesti röhkeää joutua tutkittaviksi tai vastuuseen teoistaan.

Nämä vaarat tunnetaan hyvin. Ne ovat olleet olemassa jossakin muodossa siitä lähtien, kun journalismi syntyi neljä vuosisataa sitten. Nykyisin ne ovat kuitenkin aiempaa pienempi uhka.

On harvinaista, että pitkälle kehittynyt demokraattinen valtio yrittää tukahduttaa yleisen edun mukaiset uutiset tai ylipäättään mitään uutisia. Useimmat suuryritykset ovat vastahakoisesti hyväksyneet ajoittaisen ankarankin kyseenalaistuksen. On pikemmin kuin journalismin kuin yritysten vika, ellei tämä kyseenalaistus ole tarpeeksi perusteellista tai riittävää.

Harvat mahtavatkaan hahmot voivat todella luottaa arvovaltaansa ja edellyttää, ettei kukaan puutu heidän asioihinsa. Demokraattisten valtioiden johtajat eivät ainoastaan hyväksy vapaata mediaa vaan myös puhuvat sen puolesta. Äskettäisessä tapaamisessaan Kiinan presidentin Hu Jintaon kanssa Saksan liittokansleri Angela Merkel painosti häntä lopettamaan journalistien ja bloggaajien asettamisen syytteeseen sekä sallimaan täyden lehdistönvapauden.

Journalismia uhkaavat nykyisin vallanpitäjien sijasta välinpitämättömyys, suitsimisen sijasta yhdentekevänä pitäminen ja sensorien ja poliisin aamuisten iskujen sijasta viihdetulva. Vihollisiamme eivät niinkään ole poliittinen valta, yhden äänen määräysvalta ja yleisö, jota kielletään lukemasta, näkemästä tai kuuntelemasta sitä, mitä haluamme heille kertoa, vaan markkinavaltaisuus, valinnanvaran valtava laajeneminen ja yleisö, joka ei edes halua kokeilla uutisia.

Kuluttajan valta kasvaa edelleen

Utismedialla on nyt monia ongelmia. Internet tuottaa valtavia määriä ilmaista informaatiota, ja bloggaajilta saa maksuttomia mielipiteitä. Satelliitti- ja kaapelitekniologia kasvattaa televisiotarjontaa, ja ilmaisjakelulehdet valtaavat sanomalehtien markkinoita. Mainostajat eivät enää halua tukea sanomalehtiä ja television uutislähetyskäytäntöä. Kansalaiset eivät välitä politiikasta ja kuluttajat ovat tottumassa saamaan uutisensa ilmaiseksi.

Tällä kaikella on seurauksia journalismin tekemiseen. Suuryritykset pienentävät uutistoimituksia, keskittävät omistusta ja työntävät tieltään korkealaatuisen uutisointiin sitoutuneet perheyritykset. Päätoimittajat antavat entistä harvemmin reporttereiden huolehtia ”kovista” uutisista, analysoinnista tai tutkimuksesta. Reportterit kärkevät mieluummin julkkiksia kuin käyvät kaupungintalolla. Ja tuottajat panevat reportterit lähetykseen heti kun nämä saapuvat uutispaikalle.

Useimmat näistä syistä liittyvät tavalla tai toisella kuluttajan valtaan. Itse asiassa teknologian, maun, yhteiskunnan ja yritys rakenteen muutosten yhteisvaikutus on suuresti lisännyt mediamarkkinoiden tarjontaa, jolloin lukijat, kuuntelijat ja katsojat ovat päättäneet luopua uutisista tai ainakin – ja tämä on tärkeä eronteko – vaihtaa tapaansa omaksua uutisia, jolloin useat näistä uutisista omaksumistavoista ovat vielä selkiintymättömiä.

Alallamme nyt vallitsevaa pessimismia on usein vaikeaa korostaa liiaksi. Luottamuskriisimme syynä on tieto, etteivät ihmiset katso, kuuntele tai lue meitä. 1800- ja 1900-lukujen vaihteessa sanomalehtiä pidettiin jokaisen kansalaisen käytössä olevina erinomaisina informaatiokoneina. Amerikkalainen journalisti Walter Lippman kirjoitti, että sanomalehti on eräänlainen jokamiehen tietosanakirja, ja journalistin ylväs kutsumus, massoille tiedottaminen, on demokradiassa olennaisen tärkeää työtä. Tähän ei nykyisin juuri uskota. Nyt mediayhtiöiden sisältä ja niiden ulkopuolelta tule-

Luottamuskriisimme syynä on tieto, etteivät ihmiset katso, kuuntele tai lue meitä.

vat haasteet aiheuttavat muutakin kuin väistämättömiä riitoja siitä, mitä uutisissa sanotaan. Uutisista tulee yhä äänekkäämpiä katastrofin merkkejä.

Kansalliselle yleisölle tarkoitettut yleisluontoiset uutiset näyttävät joutuneen altavastajaan asemaan. Ennen niiden tekijät katsoivat, että uutiset kokosivat kansakunnan yhteisten asioiden ääreen. Ilmiö huipentui ensin radio- ja sitten tv-uutisissa, kun syntyi jossakin määrin todenmukainen kuva kansakunnasta, joka kokoontui vastaanottimien ympärille saadakseen tietoa päivänkohtaisista kysymyksistä. Vaikka nämä mediat erosivatkin toisistaan suuresti, ne olivat yleensä samaa mieltä tärkeimpien juttujen valinnasta. Näin ei ole enää.

Lontoolainen *The Times* oli aikoinaan brittiläisten vallanpitäjien lehti, jonka tärkeiksi valitsevat asiat heijastelivat Yhdistyneen kuningaskunnan julkisia huolenaiheita. Nykyisin *The Times* on tabloidi, jonka etusivulla puhutaan hiljaisempana uutispäivänä terveyteen, elämäntyyliin tai asuntomarkkinoihin liittyvistä kysymyksistä. Lehti on menestyksekkäästi pyrkinyt lähestymään lukijoitaan, eikä tätä nyt mielletä niinkään yhteisenä kiinnostuksena kansallisiin tapahtumiin vaan keskittymisenä siihen, mikä on ”minulle” ja ”minun perheelleni” hyväksi. Tämä on osa minä-sukupolven journalismia, jota varten tarvitaan eri alojen toimittajia. Terveys- tai asuntoalan kirjeenvaihtaja voi olla yhtä arvovaltainen kuin ulkopolitiikan erikoistoimittaja tai poliittinen toimittaja. Synkkää listaa voisi jatkaa.

Ihmiset kokoavat omat uutisensa

En usko, että kaikki trendit ovat uutisia vastaan. On silti myönnettävä, että tätä nykyä kuluttaja itse koostaa uutisia yhä enenevässä määrin. Tässä on sekä journalismin ongelma että ehkä myös sen pelastus. Individualismi on maailman tärkein sosiaalinen suuntaus. Parhaimmillaan se lisää ihmisen itsenäisyyttä ja siihen välttämättä liittyvää suurempaa henkilökohtaista vastuuta.

Tämä internet-trendi tarkoittaa, ettei uutisia nyt vain luovuteta, vaan ne ovat kuluttajan, lukijan ja katsojan muokattavissa olevaa materiaalia. Osaksi

kyse on erikoisalakohtaisiksi kutsumistani uutisista ja osaksi siitä, että etusijalle asetetaan populaarimediaa vauhdittavat viihde, julkkis- ja hauskuustekijät. Yhä enemmän kyse on myös siitä, että netin jokseenkin rajattomiin resursseihin sitoutuneet ihmiset, jotka panevat oman elämänsä YouTubeen ja MySpaceen, kyseenalaistavat valmiina saatavan viisauden ja luovat uutta viisautta Wikipediassa.

Tästä voimavarasta vakavan journalismin on löydettävä omat erikoisalansa. Käytän monikkoo, koska tulevaisuudessa näitä erikoisaloja on selvästi useampia kuin yksi.

Jo nyt melkoinen osa innovatiivisista dokumenttielokuvista tehdään nettiä varten. Usein niitä valmistellaan yliopistoissa, ja niitä rahoittavat yleishyödylliset instituutiot. Niin sanotussa blogosfäärissä tapahtuvat monet tutkimukset ja paljastukset ainakin Yhdysvalloissa osoittavat bloggauksen olevan lähes ammattimaista. Sanomalehdet avaavat nettisivustojia, joihin sisältyy lehtiä, mutta myös yhä enemmän nettiä varten tehtyä journalismia. Ihmisten on ennen kaikkea mahdollista koostaa laajoista aineskokoelmista itselleen oma uutisuniversuminsa muutamassa sekunnissa saamansa materiaalin pohjalta.

Tämä on tietenkin hämmentävää. Näillä näkymin yhteiskunta tarvitsee jatkossakin journalisteiksi kutsuttua väkeä, jolle maksetaan tapahtumien tulkitsemisesta. Mutta tällaisten journalistien tulee toimia yhdessä, olla entistä tietoisempia rajoituksistaan, suhtautua toimenkuvaansa kunnianhimoisemmin ja olla vaatimattomampia pyrkinessään sanomaan viimeisen sanan. Netti sallii journalismin – ja itse asiassa rohkaisee sitä – historian ensimmäisenä luonnoksena, jota toiset versiot eivät enää seuraa viidenkymmenen vuoden kuluttua, kun historioitsijat ovat arkistojen avauduttua sulatelleet asioita ja paljastavat, mitä todella tapahtui. Sen sijaan uusi versio syntyy heti kun joku muu saa asiasta vihiä ja kirjoittaa sen uusiksi.

Ammattilaisten ja amatöörien yhdistettävä taitonsa

Miltä tällainen journalismi sitten voisi näyttää? Parhaimmillaan ammattijournalismi yhtyy kansa-

Parhaimmillaan ammattijournalismi yhtyy kansalaisjournalismiin.

laisjournalismiin, jolloin uutisten tavalisten kuluttajien näkemykset, paikallistuntemus ja erikoistieto valjastetaan hyvän ammattijournalismin sekä ammattimaisen tutkimus- ja analyysikykyjen käyttöön. Valitettavasti kumpikaan puoli – ammattijournalistit ja kansalaisjournalistit – ei luota toiseen puoleen. Ensin mainitut sivuuttavat usein uudet tekniikat amatöörimäisinä ja pelkkänä taustoittamattomana mielipiteenä, ja vii-

memainitut pitävät valtavirtamediaa kyvyttömänä modernisoitumaan sekä jämähtäneenä rutiineihin, jotka eivät enää vetoa laajaan yleisöön. Molemmille olisi kuitenkin eduksi liittoutua ja myöntää, että kummallakin puolella on säilyttämisen tai kehittämisen arvoisia vahvuuksia ja että vain näin voidaan kehittää uusia journalismin muotoja.

On tunnustettava, että journalismi oli jo ennen internetin nousua löytänyt uusia ja todennäköisesti kestäviä muotoja. Kun aloitin journalistina, tuskin yksikään journalisti kirjoitti muunlaisia kirjoja kuin muistelmia tapaamistaan kiintoisista ihmisistä ja näkemistään paikoista. Nyt tuntuu siltä, että melkein kaikki journalistit kirjoittavat kirjoja; suuressa osassa kirjakauppojen tietokirjahyllyistä on journalistien kirjoja – ja monissa näistä tutkitaan henkilöitä ja tapahtumia, joista paljastuu väärinkäytöksiä. Tutkiva journalismi on osittain siirtynyt sanomalehdestä ja tv-ruudusta kirjakauppaan. Kirjakaupat itsekään eivät tietenkään ehkä säily paljon kauemmin, vaikka kirjojen kirjoittaminen (tosin sähköisessä muodossa) pitää todennäköisesti puolensa pitempään.

Journalismia tehdään nyt myös dokumenttielokuvien muodossa. Jotkin ovat erittäin poleemisia, kuten Michael Mooren elokuvat, tai varoittavia, kuten Al Goren elokuva. En ole Michael Mooren ihailija, mutta ei ole epäilystäkään, etteikö hän olisi auttanut popularisoimaan kokoillan asiaelokuvia, joita esitetään myös televisiossa, joskin usein pienemmillä kanavilla, ja yhä enemmän internetissä. Emme voi enää odottaa, että televisiolla olisi suuryleisöjä.

Valtavia yleisöjä houkuttelevien ohjelmien määrät ovat laskeneet viimeksi kuluneen vuosikymmenen aikana dramaattisesti. Elämme aikakautta, joka tarjoaa uskomattoman laajan valikoiman katsottavaa. Vaihtoehtoihin lukeutuu enemmän vakavaa journalismia eri muodoissa kuin voimme toivoa näkevämmä, kuulevämmä tai lukevämmä. Tämä uusi ympäristö huolestuttaa meitä, koska valinta on vaikea. Emme tiedä, mitä valita, mutta tiedämme, että mitä ikinä teemmekin, emme ikinä pysy kaikkien tarjolla olevien vaihtoehtojen tasolla.

Journalismi tarvitsee julkista rahaa

Journalismi tarvitsee nähdäkseni muuta kuin markkinarahoitusta. Tällainen rahoitus on jo olemassa suuressa määrin valtioiden investoidessa lähetystoimintaan – Suomen YLE ja Britannian BBC ovat molemmat hyviä esimerkkejä. Ne ovat hyviä esimerkkejä toisessakin mielessä: ne eivät ole ainoastaan valtion resurssien ja vallan tukemia. Ainakin Yhdistyneessä kuningaskunnassa ne, jotka eivät maksa radio ja/tai televisiolupiaan, saattavat joutua joksikin aikaa vankilaan. Lisäksi yleisradioyhtiöt harjoittavat julkista lähetystoimintaa. Niiden on tarkoitus olla (ja ne ovatkin) enemmän tai vähemmän riippumattomia valtiosta. Ne eivät ota poliittista kantaa kulloisenkin hallituksen puolesta tai sitä vastaan. Ja niiden velvollisuutena on tehdä uutis-, ajankohtais- ja taideohjelmia, joskin ne tulkitsevat näitä vastuita hyvin eri tavoin. Näillä yhtiöillä on paineita.

Hallitukset jatkavat toistaiseksi yleisradiotoiminnan harjoittajien tukemista, mutta tähän liittyy hankalia kysymyksiä. Tulisiko valtion tukea muiden kuin julkisen lähetystoiminnan harjoittajien journalismia? Tulisiko valtion tukea sanomalehtiä? Ehdotus on ollut järjetön, mutta sitä on – yllättävää kyllä – vakavasti harkittu Yhdysvalloissa, jossa johtavien journalistien ja mediaprofessoreiden keskusteluissa päädyttiin ehdottamaan (joskaan ei yksimielisesti), että hallituksella voisi tulevaisuudessa olla rooli ei ehkä sanomalehtien vaan journalismin tukijana.

Minun kaltaiselleni suuren osan elämästään sanomalehdissä työskennelleelle ihmiselle tämä on

silti pelottava ajatus. Epäilyksenä on aina, että se määrää, joka maksaa. Mutta heikolta näyttää: me journalistit suhtaudumme ainakin epäluuloisesti väitteisiin, että netissä toimivat amatöörijournalistit pystyisivät täyttämään ”kovien” uutisten tuottamiseen liittyvän aukon. Teknologia luo uutta nykyhetkeä ja ennakoii uutismedian tulevaisuutta.

Olemme menettäneet joitakin journalismin arvokkaita osatekijöitä, kuten television hienot ajankohtaisohjelmat ja suurten kaupunkilehtien ulkomaankirjeenvaihtajaverkostot. Saatamme menettää enemmänkin. Mutta jos loppujen lopuksi tarkoituksenamme on säilyttää vakava journalismi, meidän on nyt luotettava siihen, että sen kohteet – lukijat, kuulijat ja katsojat – haluavat jollakin tavoin ryhtyä luomaan sitä ja että he siten aloittavat uuden luvun, jolloin minäkään median journalistit eivät enää voi sanoa viimeistään sanaa tai todeta Walter Cronkiten tapaan: ”that’s the way it is”. Asiat eivät ole millään yhdellä tietyllä tavalla ”näin”, eikä viimeistä sanaa koskaan ole. Jos netti pystyy tekemään tästä todellisuutta ja pystyy lisäksi vielä tekemään siitä tavan tehdä journalismia, silloin tämä kehitys on siunaukseksi eikä kiroukseksi.

Journalismi on pyrkimystä totuuteen

Määritelläksemme, mitä tarvitsemme journalismilta, on ensin määriteltävä ”vakava journalismi”. Journalistit ja julkisuuden henkilöt käyttävät tätä ilmausta koko ajan, ja nyt oletetaan yleisesti, että sitä on jäänyt jäljelle entistä vähemmän. Mutta mitä vakava journalismi oikein on?

Journalismi on valistusajan peruja. Valistusaatteessa oletetaan, että on olemassa maallinen maailma, jossa taas on objektiivinen, etsittävässä oleva totuus. Tätä totuutta journalistien tulisi etsiä niiden viranomaisten estämättä, jotka väittävät saaneensa korkeampaa tietoa jumaluuksilta, ideologioilta tai jopa kansalta. Journalismi sellaisena kuin se tätä nykyä mielletään ei voi tehdä mitään muuta kuin tätä. Muuten sen jutuilla ei ole perustaa – niistä tulee fiktiokirjailijoiden laatimia tarinoita.

Samalla journalismissa on hyväksyttävä, että totuutta rajoittavat kaikenlaiset tekijät: kulttuuri, josta

journalisti on lähtöisin, kulttuuri, josta hän raportoi, synnyinmaa ja asuinmaan edut ja perinteet. Ja hallitus, joka antaa hänelle kansalaisuuden. Työnantaja on usein ilmeisin pakote, joka sanelee tietyn lähestymistavan ja poliittisen linjan. Päätoimittajat tulkitsevat työnantajan valtuutuksia eri tavoin. On kuitenkin aina oletettava, että totuus on löydettävissä ja kerrottavissa.

Tapahtumien esittäminen luotettavassa muodossa tuntuu välttämättömältä, jotta kansalaiset voisivat täysin toteuttaa kansalaisuuttaan. Tämä on aina ollut journalismin tavoite, syy siihen, miksi sillä on etuoikeutettu pääsy vallan lähteille. Se on vastaus niille, joiden mielestä massamediat ovat ainoastaan rahan ja vallan perässä. Väitetään jopa, että me olemme demokration kannalta olennaisen tärkeitä eikä ilman meitä yksikään valtio ole demokraattinen tai pysty ylläpitämään kansalaisyhteiskuntaa. Tämä on melkoinen väite, ja mielestäni se pitää pitkälti paikkansa. Mutta tätä väitettä ei voida yksinkertaisesti vain esittää – se on uusittava jatkuvasti.

Kaksi vastalääkettä journalismiin rappeutumiseen

Olen edellä esittänyt niitä tendenssejä, joista on haittaa vakavalle journalismille, joka pyrkii esittämään ajankohtaiset tapahtumat laajana kertovana struktuurina pyrkimättä pääasiallisesti polemisoimaan tai vakuuttelemaan vaan kertomaan totuuden. Monet ovat sitä mieltä, että markkinoita uhkaa epäonnistuminen ja että vanha malli – eräänlainen noidankehän hyvänlaatuinen vastakohta, jossa uutiset saavat katsojia, mainostajat maksavat mainosajasta ja tuloilla maksetaan uutisten teko – olisi nyt murtunut. Tämä kehä ei enää tunnu olevan hyödyksi, ja on jopa sanottu, ettei se enää toimi.

Meidän tulisi valmistautua markkinoiden epäonnistumiseen. Ja jos niin todella käy, ja jos uskomme tässä luonnostelemaan journalismin yhteiskuntavastuuseen, meidän on tehtävä asialle

Meidän tulisi valmistautua markkinoiden epäonnistumiseen.

jotakin. Se ei ole sanomalehtien vaan journalismin itsensä suojaamista. Se ei ole ammattitaidon suojele- mista vaan keino valmistella kansalaisia täydempään kansalaiselämään ja tietoisuuteen kansalaisuuden merkityksestä.

Vastalääkkeitä markkinoiden epäonnistumiseen on kaksi. Ensimmäinen, Euroopassa suosittu, on valtion- tuki. Toinen on Yhdysvalloissa ja muualla maailmassa suosittu yleishyödyllinen tuki. Valtio tukee jo journalis- mia. Monissa valtioissa valtio on radio- ja televisiojour- nalismin tärkein tukija valtio-omisteisten tv-kanavien kautta. Se, kutsutaanko niitä valtio-omisteisiksi vai julkisen lähetystoiminnan harjoittajiksi on tärkeä ero, muttei kuulu tähän. Kyse on siitä, että valtio takaa ni- den olemassaolon, rahoituksen ja toimiluvan.

Yhdistyneessä kuningaskunnassa kuten muual- lakin valtiollinen lähetystoiminnan harjoittaja, BBC, tekee paljon enemmän journalismia kuin kaikki muut lähetystoiminnan harjoittajat yhteensä. BBC on tieten- kin erittäin vahvasti – itse asiassa vahvimmin – esillä

lähetysalalla. Se ei kuitenkaan ole aina ollut vakavim- min otettava uutisten tarjoaja eikä melkein monopoo- liasemasta nauttinut ajankohtaisasioiden toimittaja. Nyt on.

Carnegien, Annenbergin, Pew'n, Poynterin ja mui- den suurten yhdysvaltalaisen rahastoinstituutioiden tarjoama yleishyödyllinen rahoitus on kehittynyt paljon pitemmälle Yhdysvalloissa, koska valtiontuki on siellä rajallisempaa. Nämä instituutiot tukevat jo nyt radio televisio-, netti- ja jopa sanomalehtiraportointia.

Yhdysvalloissa ongelmana ei ole Fox tv, jonka uutis- ointi on toisinaan avoimen puolueellista. Ongelmana on, ettei CBS:llä, NBC:llä ja ABC:llä enää ole lukuisia ulkomaantoimistoja ja niiden uutisointia hallitsevat rikos- ja julkisuusutiset. Samaan aikaan usein sijoitus- säätiöiden omistamat sanomalehdet leikkaavat hen- kilöstöään, vaikka ne tuottavat erittäin suurta voittoa. Tällainen käytös ei rajoitu pelkästään Yhdysvaltoihin. Trinity Mirror, joka omistaa monia aluelehtiä, erotti hiljattain seitsemäntoista Western Mailin journalistia

MEDIAA MANIPULOIMASSA

Eräs näkyvimmistä ennakoivan mediastrategian esimerkeistä liit- tytty Campbelliin ja tulee kotimaastani. Kyse oli ja on nykyisin hallitusvastuussa olevan New Labourin mediastrategi- asta. Campbell kertoo äskettäin jul- kaistuissa päiväkirjoissaan, miten hänet houkuteltiin rahakkaalta mediauralta paljon pienipalkkaisempaan työhön. Blair oli kertonut hänelle aikovansa työväenpuolueen puoluekokouksessa esittää ensimmäisessä puheenvuoro- saan puolueohjelman neljännen koh- dan eli käytännössä kaikenkokoisten kansallistoimien poistamista. Camp- bell sanoi Blairille: "Toivon, että teette niin, koska se on rohkea veto." "Teen sen", hän vastasi ilmiselvää pilkettä

silmissään. Hän tiesi, ettei ehdotuksen poliittinen painoarvo ollut kovin merkit- tävä. Mutta symbolina, keinona viestiä muutoksesta ja hänen päättäväisyy- destään modernisoida puoluetta se oli loistava... en tiedä, tekikö hän sen tahallaan vai ei, mutta hän tiesi, miten minut sai vakuuttumaan, ja kerroin hänelle, että hoitaisin homman".

Campbell erehtyi. Puolueohjelman neljännen kohdan poistaminen oli erit- täin tärkeä poliittinen teko. Merkittävää on, että hän piti sitä PR-tekona. Iskevä imago oli New Labourille mieleen. Sitä Campbell etsi alati siinä missä Blair apu- laisineen ja läheisine työtovereineenkin. Etsintä heijasteli samalla sekä heidän pyrkimystään palauttaa työväenpuo-

lue politiikan polttopisteeseen että su- relta osin myös sitä tilannetta, jossa he, mikä tahansa hallitus ja mikä tahansa oppositio tätä nykyä ovat Britanniassa: massaliikkeitä ei ole, joten media välit- tää lähes kaikkia poliittisia viestejä.

Tajuttuaan tämän media on vaa- tinut yhä korkeampaa hintaa poliitik- kojen houkutellessa sitä välittämään viestejään suhteellisen laimentamat- tomina. Näin ollen Campbellin innok- kaasti tukema Blair kävi toisella puo- lella maailmaa puhumassa Rupert Murdochin omistaman News Interna- tional sanomalehtiyhtön johtajille. Blair teki vaikutuksen sekä Murdochiin että johtajistoon ja veti pisteet kotiin, kun The Sun lehti tuli työväenpuolueen puolelle vähän ennen vuoden 1997 vaaleja. Campbell kommentoi: "Tavallaan oli naurettavaa, miten suuri juttu siitä teh-

eli kolmanneksen Walesin tärkeimmän päivälehdien reportterivahvuudesta. Ja Trinity Mirror tekee ennätystuottoa aluelehdillä.

Pelkkä nurina ja protestointi eivät riitä. Näinhän markkinayhteiskunnan vapaa lehdistö aina toimii. Mediat ovat liiketoimintaa. Selviytyäkseen niiden on kannatettava, tai muuten niistä tulee rikkaiden ihmisten leluja. Jos me haluamme medioiden olevan enemmän – jos niiden pitäisi meidän mielestämme olla enemmän – meidän tulee ehdottaa ja edistää muita rahoituskeinoja.

Pitäisikö valtion tehdä enemmän? Pitäisikö vakava journalismia varten perustaa säätiö, ja pitäisikö kaikkien medioiden (painetun sanan, radio- ja tv-lähetysten sekä netin) journalisteja kehottaa anomaan rahaa samaan tapaan kuin akateemisessa maailmassa haetaan tutkimusrahoitusta? Tulisiko meidän väittää, että yleishyödyllisten instituutioiden on entistä enemmän korostettava journalismin suojelua ja edistämistä? Pitäisikö meidän ottaa mallia Royal Opera

House oopperasta tai Traverse Theatre teatterista ja valita sanomalehtien ja kanavien hallituksiin varakasta väkeä, jotka antavat rahaa omasta taskustaan ja keräävät itse lisärahoitusta?

Minusta meidän täytyy tehdä kaikkea tätä, ja sitä me jo Britanniassa aloittelemme. On tajuttava, että varoitukset voivat olla aiheellisia. Todisteita on liikaa, jotta voisimme sivuuttaa ne pelon lietsontana tai pelkkien suotuisten seikkojen esittämisenä kielteisistä vaieten. Mutta ensin meidän on oltava varmoja, että journalismilla on paikkansa demokratiassa. Meidän on oltava varmoja, että journalismissa on jotakin säilyttämisen arvoista. Emme voi pitää itsestään selvänä, että journalismi vain jatkuu jatkumistaan ja että sen tärkeimmät instituutiot säilyvät. Meidän on taas puhuttava journalismin puolesta. ●

tiin, mutta juuri sellaisenahan se nähdään”. Campbellille, New Labourille ja brittiläiselle poliitikalle ”todellisuutta” oli ja on, että poliittiset tapahtumat, hankkeet, päätökset ja tulokset ovat median manipuloitavissa ja että poliittikot voivat puolestaan vain yrittää manipuloida vähintään yhtä taitavasti.

Konservatiivipuoleen johtaja David Cameron otti tästä opikseen. Hän on mennyt merkittävästi pitemmälle kuin New Labour meni Campbellin palkatessaan. Campbell oli tabloidijournalisti mutta myös kiihkeä työväenpuolueen kannattaja ja äärimmäisen kiinnostunut politiikasta. Konservatiivit ovat kääntyneet Andy Coulsonin puoleen, joka oli entinen viihdealan reportteri. Coulson oli ollut News of the World -lehden päätoimittajana ennen kuin erosi alkuvuo-

desta 2007 skandaalin seurauksena. Hänen kirjeenvaihtajanaan Britanlian hovissa toiminut Clive Goodman tuomittiin vankeuteen siitä, että hän oli salakuunnellut noin kuusisataa puhelinviestiä, jotka hovin avustajat olivat lähettäneet prinssi Charlesille. Siitä koitui lehdelle kymmenientuhansien punttien kustannukset, mistä Coulson sanoi olleensa täysin tietämätön. Hän oli ollut News of the Worldin päätoimittajana kun lehti paljasti varjohallituksen valtiovainministerin George Osbornen väitetyn kokaiininkäytön prostituoitujen läsnä ollessa.

Kaiken tämän ansiosta Coulson oli luonteva valinta nykyisiin tehtäviinsä konservatiivipuolueen viestintäjohtajaksi. Hänestä hiljattain tehdystä artikkelissa huomautet-

tiin, ettei politiikka häntä kiinnostanut. The Sunin entinen päätoimittaja Kelvin Mackenzie sanoi, ettei Coulson ”koskaan tuntunut minusta mitenkään erityisen poliittiselta henkilöltä”. Harris siteerasi erästä nimetömäksi jättäytyneestä Cameronin avustajaa, joka oli sanonut, että puolue tarvitsi ”todella järeää lisätulivoimaa, jonkun, jolla olisi todellista kokemusta mediamaailmasta oikeana ammattina”. Daily Mirrorin entinen päätoimittaja Piers Morgan, joka myös on taustaltaan viihdealan journalisti, kehui Coulsonia ja piti häntä ”hyvin nuorena, hyvin fiksunä ja hyvin ovelana kaverina, joka paiskii uskomattoman kovasti töitä ja täysin ymmärtää työväenluokkaa”. Hän siis ymmärtää, millaisiin mediaviesteihin työväenluokka reagoi. ●

Risto Uimonen
Kirjoittaja on Kalevan päätoimittaja.

DEMOKRATIAN, POLITIIKAN JA MEDIAN YHTEINEN ONGELMA

Lehtiyhtiöissä on ollut pakko tunnustaa tosiasiksi se, ettei perinteinen laatulehden konsepti pure enää lukijoihin entiseen tapaan. Pinnallistumiskehitys on politiikan, median ja demokratian yhteinen ongelma, eikä sen ratkaisuun löydy helppoja keinoja.

Politiikan käsittely tiedotusvälineissä on saanut uusia, aiempaa viihteellisempiä muotoja 2000-luvulla. Poliitikot ovat vahvistaneet trendiä menemällä mukaan mielikuvapolitiikointiin täysin rinnoin. Asiapolitiikan painoarvon lasku on huolestuttava ilmiö demokratian kannalta, mutta politiikkaa ei voi pakkosyöttää kansalle edes valtamedian välityksellä, jos sen sisältö ei kiinnosta tai jos politiikan jargonia ei ymmärretä. Poliitikot valitsevat kuhunkin aikaan parhaiten sopivat keinot.

Neljännän valtiomahdin pitäisi toimia demokratian perusoppien mukaan muun muassa valanpitäjien vahtikoirana, keskustelufoorumina, maailman menon tulkitsijana ja kansan valistajana. Median odotetaan myös kertovan, mikä maailmassa on tärkeää ja mikä vähemmän tärkeää.

Mutta toimiiko yhtälö, kun myös niin sanottu laatulehdet ovat ”iltapäivälehtimäistyneet” ja keventäneet sisältöjään viime vuosina? Televisiossa näkyy sama trendi. Tv-yhtiöt kilpailevat katselijoina erilaisilla ihmissuhde-, viihde- ja tositelevisio-ohjelmilla. Asiaohjelmilla on ohjelmakartassa oma paikkansa, mutta ne jäävät usein viihteellisten ohjelmien jalkoihin kilpailussa illan parhaasta katseluajasta.

Valtamediat kiinnostavuusjähdessä

Suomen suurissa tiedotusvälineissä on ollut jo pitkään menossa yhteinen kiinnostavuusprojekti ilman, että sitä on erityisesti julistettu tai päätetty aloittaa toimitusten yhteisillä päätöksillä. Eri välineissä näytetään vain luotettavan kutakuinkin samankaltaisiin kilpailukeinoihin samaan aikaan. Samalla luodaan uutta journalistista kulttuuria, joka korostaa kiinnostavuutta aiheiden ja näkökulmien valinnassa sekä juttujen teossa. Vakavista aiheista ja näkökulmista ei ole silti luovuttu. Aihepiirejä juoksutetaan tiedotusvälineissä rinnakkain, ja ne täydentävät toisiaan.

Journalistisen kulttuurin muutoksen syy on yksinkertainen: toimitusten on ollut pakko miettiä kilpailun koventuessa ja yleisöjen pienentyessä olemassaolonsa peruskysymyksiä. Tiedotusvälineet kamppailevat juuri nyt ankarammin kuin koskaan ennen kuluttajien ajasta, rahasta ja mieltymyksistä. Hukka perii ne välineet, joilla ei ole kiinnostavaa sisältöä.

Uusin uhka perinteiselle medialle on kyberavaruus. Internet ahmii taikapiiriinsä ihmisiä joukkopsykoosinomaisesti tai ihmisen toisensa jälkeen.

Kuluttajilla on valinnan varaa enemmän kuin koskaan ennen, ja he tekevät mediavalintojaan omien mieltymystensä mukaan. Vahvimmatkaan tiedotusvälineet eivät voi pitää asemaansa annettuna ja turvattuna. Suuren yleisön luottamuksen voi menettää nopeasti, kuten esimerkiksi Ruotsissa, Tanskassa ja Britanniassa on nähty.

Maksullisten sanomalehtien levikit ovat supistuneet nopeasti noissa maissa internetin ja ilmaisjakelehtien takia. Ilmiö on tuttu monista muistaakin maista, eikä se rajoitu vain sanomalehtiin. Sama paine kohdistuu myös televisioon ja radioon. Suomessa sanomalehdistön asema on yhä erittäin vahva. Suomi on maailman suuria sanomalehtimaita, mutta se ei poista uhkaa. Kulttuurin muutos pois painetusta sanasta voi tulla ennen pitkää myös Suomeen.

Politiikan painoarvo ja näkyvyys valtakunnallisissa tiedotusvälineissä sekä maakuntien ykköslehdissä ovat vähentyneet osana kiinnostavuustrendiä. Esimerkiksi vielä 1960–1980-luvuilla tiedotusväline ei olisi ollut uskottava, jollei se olisi painottanut poliittisia uutisia tarjonnassaan. Vielä 1990-luvullakin politiikka hallitsi valtamedian sisältöjä, olihan vuosikymmen suurten poliittisten uutisten aikaa.

Muun muassa lama, devalvaatiot, Esko Ahon porvarihallitus, yleislakkouhat, pankkikriisi, Neuvostoliiton romahdus, Suomen liittyminen Euroopan unionin ja rahaliiton jäseneksi, kahdet presidentinvaalit ja niiden esivaalit, suuri perustuslain uudistus sekä Suomen talouden nopea nousu löivät leimansa yhteiskuntaelämään ja uutisvalintoihin 1990-luvulla. Asioiden mittasuhteet olivat tuolloin niin suuria, että kiinnostus oli taattu itsestään.

Suuret, tunteisiin vetoavat uutiset ovat kiitollista sisältöä medialle. Dramaattiset uutistapahtumat, kuten esimerkiksi sodat, Estonian uppoaminen, World Trade Centerin tornien romahdus tai Jokelan koulutragedia lisäävät voimakkaasti tiedotusvälineiden käyttöä, internet mukaan lukien. Mutta silloinkin kun suuria uutisia ei ole, toimitusten on pidettävä yleisön kiinnostus yllä. Lehtitalot ja muut mediayhtiöt ovat yrityksiä, joiden pitää tehdä tulosta – ja mieluiten vielä hyvää tulosta.

Myös Yleisradiolla on samantapainen tulosvastuu, vaikka sen toiminta rahoitetaan veroluonteisella televisiomaksulla. Ylenkin on taisteltava katsojaosuuksista, jotta se voisi perustella olemassaolonsa ja saada katsojat hyväksymään pakollisen tv-maksun.

Suuret näyttivät ennen suuntaa

Ennen 1990-luvun lamaa Suomessa vallitsi suhteellisen yhdenmukainen journalistinen kulttuuri, jonka suunta ja uutisarvostukset määriteltiin tosiasiaissa hyvin pitkälle Yleisradion ja Helsingin Sanomien toimituksissa. Poliitikalla oli silloisissa uutispainotuksissa keskeinen rooli. Muut välineet seurasivat Ylen ja HS:n toimintamalleja, joskin heti perään on syytä todeta, että maakuntien ykkösosanomalehdille paikalliset aiheet ja uutiset olivat tuolloin ja ovat yhä äärimmäisen tärkeitä. Ne ovat niiden elinehto.

Noina poliittisen journalismin kulta-aikoina valtion budjetin sisältö saattoi vielä hallita Iltasanomien lööppiä, etusivua ja keskeistä sisältöä. Tänäpäin sellainen ei tulisi kuuloonkaan. Budjetin sisällöllä ei ole riittävää kiinnostusarvoa lehdelle, jota kaupataan päivittäin irtonumeroina. Budjettilööpillä myytävä iltapäivälehti tuskin menisi kunnolla kaupaksi.

Ennen lamaa lehtien levikit kasvoivat iloisesti, tv-lupaa ei kyseenalaistettu eikä juuri kukaan ollut kuullutkaan internetistä – puhumattakaan Seiskalehdestä, joka on kaikesta sitä kohtaan osoitetusta väheksynnästä huolimatta suurin levikkivoittaja Suomessa laman jälkeen.

Sanomalehtien levikit lähtivät jyrkkään laskuun laman aikana, eikä lasku ole pysähtynyt, vaikka se onkin hidastunut niin, ettei sitä juuri huomaa vuositasolla. Iltapäivälehdet pärjäisivät sanomalehtiä paremmin levikkitaistelussa laman jälkeen, ja ne ovat pystyneet nostamaan levikkejään Seiskan tavoin, joskaan eivät yhtä dramaattisesti.

IS:n ja IL:n levikit kasvoivat sitä mukaa, kun niiden lööppien levinneisyysalue kasvoi ja painoaikataulu aikaistui. IS ja IL eivät ole olleet enää aikoihin iltapäivälehtiä sanan varsinaisessa merkityksessä,

vaan aamulehtiä. Iltapäivälehdet tulevat myyntiin varhain aamulla ja niiden lööpit ovat vastassa, kun ihmiset menevät töihin ja kaupat avautuvat.

Esimerkiksi Oulussa yövuoroa ajavilla taksi-miehillä on tapana kiirehtiä ostamaan IS:n tuore numero jo viiden jälkeen aamuyöllä sanomalehti Kalevan toimitalon läheltä Shelliltä. Lehti tulee sinne jo kukonlaulun aikaan siitä syystä, että IS:n Pohjois-Suomessa myytävät lehdet painetaan viereisessä Kalevan rotaatiossa.

Valtikka siirtyi iltapäivälehdille

Iltapäivälehdet ottivat 1990-luvun loppupuoliskolla itselleen agendanasettajan roolin Yleltä ja Helsingin Sanomilta. Ne ovat myös muokanneet toimintatavoillaan journalistista kulttuuria Suomessa, ja se heijastuu siihen, miten niin sanotut laatulehdet käsittelevät politiikkaa tänä päivänä. Lukijat eivät odota iltapäivälehdistä yleiskattavuutta, vaan jymyjuuttuja, sensaatioita, viihdykettä ja piristystä arkeen. Iltapäivälehdet voivat keskittyä poimimaan rusinat pulhasta, kun niiden ei odoteta kertovan, mitä maailmassa tapahtuu eikä tulkitsevan maailman menoa. Ne voivat keskittyä nostamaan uutisvirrasta esiin kiinnostavia aiheita.

Sitä oppia on ollut pakko imeä myös muissa toimituksissa. Niin on tehty ainakin jo kymmenisen vuotta, vaikka sitä ei yleensä sanotakaan ääneen.

Iltapäivälehdet eivät hyljeksi politiikkaa eivätkä luokittele politiikkaa epäkiinnostavaksi aihepiiriksi, mutta niiden tapa käsitellä politiikan tapahtumia on usein kuriositeettimainen ja vähintäänkin lievästi skandaalinkäryinen. Muun muassa tunnettujen poliitikkojen romanssit ovat iltapäivälehdille paljon tärkeämpi aihe kuin esimerkiksi presidentin valtaoikeudet, turvallisuuspoliittiset selonteot tai eduskunnan välikysemysskeskustelu. Nykyisin tosin johtavien

poliitikkojen romanssit mahtuvat myös laatulehtiin ja televisiuutisiin.

Hyvä esimerkki nykyisestä kiinnostavuutta korostavasta journalistisesta kulttuurista on pääministeri Matti Vanhasen oikeudenkäynti entistä naisystävänsä Susan Ruususta ja hänen kustantajaansa vastaan. Kun oikeudenkäynti alkoi perjantaina 15.2.2008, kumpikin iltapäivälehti käsitteli aihetta seuraavana päivänä noin kymmenellä sivulla. Lehdet olivat esitelleet oikeudenkäynnin asetelmia myös etukäteen näyttävästi. Se kuvastaa niiden toimitusten ja markkinointiosastojen käsitystä siitä, mikä lukijoita kiinnostaa. Oikeudenkäynti oli pääuutinen myös lauantain HS:ssa 16.2.2008. Lehti omisti sille pääuutisivullaan, premillä, kuusi palstaa.

Iltapäivälehdet ovat kiinnostavuushakuisuudesta huolimatta myös merkittäviä poliittisten skuuppien metsästäjiä. Tunnettu esimerkki siitä viime vuosilta on Ilta-Sanomien tiliin kirjattu paljastusjuttusarja, joka johti siihen, että pääministeri Anneli Jäätteenmäki joutui eroamaan hallituksen johdosta kesäkuussa 2003 ja Suomen keskustan johdosta syksyllä. Jäätteenmäki-kirjoittelu, joka oli laajaa ja perinpohjaista, edusti kovaa politiikkaa niin IS:ssa kuin muissakin lehdissä.

Yleisöt pirstoutuvat yhä pienemmiksi ryhmiksi

Journalistien toimintaympäristö on kokenut monia muitakin mullistuksia, jotka vaikuttavat toimituksiin ja niiden tapaan hoitaa neljännen valtiomahdin tehtävää. Tv-kanavien määrän moninkertaistuminen on pirstonut yleisöjä. Tv ei ole enää täysin ylivoimainen joukkotiedotusväline, mass media, niin kuin se oli vielä ennen satelliittitelevisiion tuloa.

Suuret kansalliset tv-yleisöt, jotka nousivat suurimmillaan 2,5–2,8 miljoonaan katsojaan kahden kansallisen televisiokanavan aikana, on menetetty ikuisiksi ajoiksi, ja tämäkin vaikuttaa siihen, millaisena politiikka näyttää julkisuudessa. Muutama satatuhatta katsojaa on nykyisin hyvä tulos tv-ohjelmalle, ja miljoonayleisö on komea saavutus Suomessa. Sellaisia ihmismääriä ei kuitenkaan

Iltapäivälehdet ottivat 1990-luvun loppupuoliskolla itselleen agendanasettajan roolin Yleltä ja Helsingin Sanomilta.

imuroida kuvaruudun äärelle politiikan substanssia käsittelevillä ohjelmilla – vaalien tulospalvelua lukuun ottamatta. Miljoonayleisöjä kerätään nykyisin vain hömpällä ja viihteellä tai politiikkaa viihteellisesti käsittelevillä ohjelmilla. Yksi tunnetuimpia esimerkkejä politiikan viihteestä on muuan Tuttu juttu-ohjelma, jonka on arvioitu ratkaiseen Martti Ahtisaaren voiton presidentinvaaleissa 1994.

Television poliittisia ohjelmia seuraavat yleensä ne ihmiset, joita politiikka kiinnostaa, mutta kun vaaleissa saavat äänestää muutkin, poliitikkojen suuri ongelma on, miten tavoittaa ja puhutella myös heitä. Poliitikot sukeltavat kansan pariin vaalien alla, mutta tupailat, työväentalot ja soppatykit eivät vedä enää ihmisiä. Heitä ei tapaa myöskään riittävästi toreilla ja turuilla, joten ehdokkaiden on ollut pakko turvautua muihin vaikutuskeinoihin. Sellaisiin, joilla he tavoittavat suuren yleisön – siis viihdeohjelmiin ja hupailuihin varsinaisten poliittisten ohjelmien lisäksi. ”Julkisuus on tämän päivän työväentalo”, kansanedustaja Liisa Jaankonsaari on todennut.

Niin tehdessään poliitikot samalla trivialisoivat poliittista toimintaa ja vahvistavat politiikan viihteellistymistrendiä. Mediapoliitikointi ei kuitenkaan tarkoita eikä johda siihen, että politiikka olisi katoamassa politiikasta. Poliitiikan substanssikysymykset siirtyvät vain taka-alalle ja hautautuvat imagojen alle. Mielikuvilla ratsastavilla poliitikoillakin on asenteita, arvoja ja muita poliittisia mielilymyksiä, joiden mukaan he toimivat ja joita he toteuttavat valtaan päästyään. Poliitikko on aina poliitikko ja ikuinen maailmanparantaja. Arvot ja asenteet seuraavat häntä kaikkialle.

Netin vaikutusta ei ole nähty vielä

Internetin käyttö lisääntyy nopeasti Suomessa ja muualla, mutta sen todellista vaikutusta journalismiin, yhteiskuntaan ja demokratiaan ei ole vielä nähty. Vaikka internet on jo monien suomalaisten arkipäivää, siitä on saatu toistaiseksi vain kalpea aavistus. Internetin käytön kasvuennusteiden perusteella on hyvin todennäköistä, että netti nakertaa

ennen pitkää väistämättä perinteisten tiedotusvälineiden asemaa ja muuttaa niiden tapaa toimia viimeistään silloin, kun suomalaiset viettävät verkossa tunteja päivässä.

Internet on jo nyt syönyt tv:n ja radion parissa vietettyä aikaa. Jotkut ovat jo parhantaneekin sen takia, että tv-kanavilta katoaa yleisö, kun niin sanottu sosiaalinen media jyllää ja valtaa alaa. Tuollaiset taivaanrannan maalaukset ovat kuitenkin hätäisiä. Niissä ei oteta huomioon sitä, ettei perinteinen media tyydy seuraamaan passiivisena sitä, mitä tapahtuu. Se pyrkii vaikuttamaan kehitykseen.

Internet aiheuttaa suuria kulttuurisia muutoksia, ja se voi heikentää myös sanomalehtien vahvaa asemaa. Toistaiseksi Suomessa on luettu sanomalehtiä keskimäärin 48 minuuttia vuorokaudessa, kun vastaava luku monissa länsimaissa on pudonnut jo alle puoleen tuntiin. Suomen sanomalehtien päivittäinen käyttöaika on korkeimpia maailmassa ja kertoo suomalaisten uskollisuudesta sanomalehdille. Lehdenluku on erittäin vahva tapa Suomessa. Aamu ei ala ilman kahvia ja tuoretta sanomalehteä. Mutta kuinka kauan sanomalehdet pystyvät pitämään asemansa? Sitä voi vain arvailla.

Iltapäivälehdissä näkyy jo aivan ilmeisesti nettieroosion vaikutus, ja on mahdollista, että niiden levikin kasvu on saavuttanut tähänastisen lakipisteensä. Molempien iltapäivälehtien levikki putosi nimittäin vuonna 2007, ja ne menettivät yhdessä markkinaosuuttaan. IS:n ja IL:n nettipalvelujen kävijämäärät kasvoivat kuitenkin samaan aikaan vauhdikkaasti ja nousivat miljoonaan viikkokävijään. Iltapäivälehtien nettiversioiden suosion kasvu oli varmaankin yksi syy niiden levikkien laskuun. IS:n ja IL:n kokonaistavoitavuus parani kuitenkin vuonna 2007, kun niiden verkkojulkaisujen kävijämäärien kasvu ylikompensoi levikin laskusta aiheutunutta lukijamäärän vähennystä. Niin saattaa käydä muillekin sanomalehdille. Levikkien lasku voi jatkua, mutta vastaavasti niiden internet-palvelujen suosion kasvu kompensoi menetyksiä.

Netti on ilmaisuvälineenä yhä kirjoittamaton lehti. Sen mahdollisuuksia ei osata hyödyntää kun-

nolla vielä missään – ei tiedotusvälineissä, ei niiden ilmoitusmyynnissä eikä poliittisessa ja yhteiskunnallisessa toiminnassa. Internetissä tehdään vasta varovaisia kokeiluja ja tunnusteluja, kun toinen vaihtoehto olisi painaa täysillä. Internet voisi esimerkiksi tarjota oivan keinon äänestysvilkkauksen nostoon, mutta ajatukseen on suhtauduttu varauksellisesti niiden keskuudessa, joille nettiäänestyksen valmisteluvastuu kuuluu. Tietoturvaongelmista haetaan jatkuvasti perusteluja nettiäänestystä vastaan sen sijaan, että esteitä yritettäisiin raivata tieltä pois määrätietoisesti.

Nettijournalismistakaan ei voi vielä puhua ainakaan syvässä mielessä. Nettijournalismi on Suomessa ja muuallakin ainakin toistaiseksi vain muunnos perinteisissä tiedotusvälineissä harjoitetusta journalismista. Verkon mahdollisuuksia ei ole vielä tajuttu saati käytetty hyväksi. Mediassa tähän vaikuttaa se, ettei netille ole toistaiseksi löydetty kestäväää liiketoimintalogiikkaa. Kun se löytyy, mediayhtiöt pääsevät kehittämään netistä saatavilla tuloilla myös nettijournalismiaan.

Mediayhtiöiden internet-sivut tarjoavat jo nyky muodossaan lukijoille merkittävän ja kiinnostavan lisäinformaatiolähteen. Internetin käyttö uutisvälineenä on silti yhä rajallista. Internet ei ollut pystynyt haastamaan ainakaan vielä vuoden 2007 lopulla televisiota ja sanomalehtiä uutislähteenä. Verkko oli nimittäin joulukuussa Suomessa tehdyssä laajassa kyselytutkimuksessa toiseksi tärkein media mutta vasta kolmanneksi tärkein uutisten lähde tv:n ja sanomalehtien jälkeen. Suurin osa haastateltujen ajasta verkossa kului keskustelupalstoilla, yhteisösivustoilla ja blogeja lukiessa.

Se on kuitenkin selvää, että internetin käytön yleistymisen pirstoo yleisöjä lisää ja aiheuttaa poliitikoille kasvavia vaikeuksia tavoittaa äänestäjiä. Kansa uhkaa karata omiin yksilöllisiin sfääreihinsä ja miljoonille ulkomaisille internet-sivuille. Kyberavaruus tarjoaa jokaiselle rajatto-

masti pakopaikkoja ja mahdollisuuksia rakentaa panssariaitoja ympärilleen.

Jos niin käy, kuka hoitaa silloin tiedotusvälineille demokratiassa uskotut tehtävät? Entä miten mobilisoidaan äänestäjät vaaleissa ja miten ylläpidetään kansallista kulttuuria ja koheesiota?

Onneksi kuitenkin ihmiset tarvitsevat ja kaipaavat yhä yhteisöllisyyttä, tuntevat tarvetta hakeutua toistensa seuraan ja haluavat yhteisiä kokemuksia. Sen takia on todennäköistä, että joistakin internet-osoitteista tulee huippusuosittuja kohtaamispaikkoja että hyvinä ja luotettavina brändeinä tunnettujen mediayhtiöiden nettisivustot vetävät tulevaisuudessakin ihmisiä puoleensa. Jostakin kun pitää saada luotettavaa sekä asiantuntevasti arvioitua, punnitua ja valikoitua tietoa.

Pinnallistuminen on näköharha

Tämän päivän tiedotusvälineitä kritisoidaan usein pinnallisuudesta, viihteellisyydestä ja merkityksetömiän asioiden paisuttelusta. Tuollaisia piirteitä on olemassa, mutta niitä liioitellaan.

Kriitikoiden kannattaisi pysähtyä joskus arvioimaan perusteellisesti tiedotusvälineiden koko tarjontaa ja muistaa median monikäyttö. Harva luottaa vain yhteen välineeseen tai seuraa vain yhtä välinettä, esimerkiksi juuri Seiskaa.

Yhdestä välineestä ahmitaan asiaa ja tietoa, toisesta hömppää ja kolmannen avulla tyydytetään yhteisöllisiä tarpeita. Itse asiassa kaikki perinteiset suuret tiedotusvälineet tarjoavat kaikkea tuota niin paljon, ettei kenenkään aika riitä sen vastaanottamiseen ja sulatteluun. Median kokonaistarjonta on erittäin kattavaa ja monipuolista. Valtaosa suomalaisista hankkii tietonsa omasta maasta, lähiympäristöstään ja maailmasta sekä rakennuspuut arkielämäänsä perinteisistä tiedotusvälineistä. Median merkitys suomalaisten tiedollisen todellisuuden rakentamisessa on yhä ylivoimainen, viettäväthän suomalaiset tiedotusvälineiden parissa keskimäärin seitsemän tuntia vuorokaudessa.

HS, Aamulehti, Turun Sanomat, Kaleva, Keski-suomalainen, Savon Sanomat, Etelä-Suomen Sano-

mat, Satakunnan Kansa, Ilkka ja Hufvudstadsbladet ovat maan kymmenen suurinta seitsenpäiväistä sanomalehteä. Kaikki ovat lisänneet kiinnostavan ja viihteellisen aineiston osuutta sisällössään 2000-luvulla, ja se on voinut vahvistaa käsityksiä median pinnallistumisesta. Viihteellisen aineiston osuus muuhun, perinteiseen vakavaan sisältöön verrattuna on kuitenkin yhä vähäinen päivälehdissä.

Maakuntien ykköslehtiä voi luonnehtia tietynlaisesta ”iltapäivälehtimäistymisestä” huolimatta edelleen laatulehdiksi ilman tunnontuskia, eikä mikään viittaa siihen, että niiden roolissa olisi odotettavissa dramaattisia muutoksia tyhjänpäiväiseen suuntaan. Päinvastoin maan johtavat sanomalehdet taistelevat pitääkseen asemansa ja vahvistaakseen sitä, eikä siinä taistelussa ole varaa luopua laadukkaasta sisällöstä. Tiedotusvälineiden pitää kuitenkin muuttua olemassaolonsa turvaamiseksi. Sisällön keventymistä merkittävämpi ilmentymä tuosta muutoksesta on voimakas panostus nettipalveluihin. Jos media onnistuu ottamaan osuutensa netistä, sillä säilyy tärkeä rooli demokraattisen prosessin toteutumisessa myös internetin aikakaudella.

Median viihteellistymistä pohdittaessa kannattaa myös miettiä, kumpi olikaan ensin – muna vai kana? Ovatko tiedotusvälineet viihteellistyneet ja keventyneet siksi, että toimittajat ja media-yhtiöt vievät kehitystä siihen suuntaan? Vai viihteellistykö media siksi, että se vain seuraa suuren yleisen makutottumusten muutoksia?

Järjestyksen arviointi ei tuota Suomessa suurta päänvaivaa: viihteellistyminen on seurausta sanomalehtien aseman muutoksista. Sanomalehtien levikit kääntyivät jyrkkään laskuun laman aikana 1992 ilman, että lehdet olisivat tehneet sisällössään mitään merkittäviä muutoksia tai heikennyksiä. Lehtien levikkejä laski talouden kiristyminen. Yksitystaloudet ja yritykset säästivät tinkimällä lehtien tilauksista. Ilmoittajat leikkasivat puolestaan budjettejaan, ja se supisti lehtien sivumääriä. Myös lehdet itse nopeuttivat levikin laskua lopettamalla kannattamattomia tilauksia.

Sanomalehtien levikkien lasku hidastui ja tasaantui laman jälkeen, mutta se ei ole pysähtynyt täysin, vaikka lehdet ovat vastanneet levikkipaineesiin kehittämällä voimakkaasti sisältöjään. Niin on tapahtunut etenkin 2000-luvulla, jolloin alueiden ykköslehdet ovat tehneet erinomaista tulosta.

Lehtiyhtiöissä on ollut pakko tunnustaa tosiasiaksi se, ettei perinteinen laatulehden konsepti pure enää lukijoihin entiseen tapaan. Sen takia sanomalehtien sisältöjä on monipuolistettu ja painotettu uudelleen. Vaativan lukijan palvelusta ei ole kuitenkaan tingitty, vaan sitäkin on parannettu. Sanomalehtiin on tuotu myös uutta, kiinnostavuuteen nojaavaa aineistoa. Sillä palvellaan niitä lukijoita, joita suuret, yhteiskunnalliset uutiset, pääkirjoitukset, kolumnit ja syvälliset analyysit eivät sytytä. Sanomalehdet pyrkivät huolehtimaan kaikista lukijaryhmistään tarjoamalla jokaiselle kiinnostavaa aineistoa.

Juttujen tekotapoja on samalla uudistettu ja lehtien ulkoasua modernisoitu. Juttujen pituudet ovat lyhentyneet, kun tekstejä ei enää julkaista pitkinä petiittimassoina. Teksti päätetään helposti luettaviksi paloiksi ja niihin haetaan houkuttelevuutta faktalaatikoilla, sitaateilla ja muilla korostuksilla. Kuvia on suurennettu ja niiden sisältöön ja valintaan kiinnitetään aiempaa enemmän huomiota. Kaikki tuo tehdään lukijoiden palvelun parantamiseksi.

Juttujen näkökulmat ovat samalla terävöityneet ja tekstit parantuneet. Esimerkiksi politiikan journalismissa pyritään nykyisin avaamaan ylätason päätöksiä lukijoille niin, että he ymmärtäisivät niiden merkityksen omalta kannaltaan. Poliittisia pelejä ja kabinettien tapahtumia selostetaan sen takia aiempaa vähemmän. Esimerkiksi eduskunnan täysistuntojen säännöllinen raportointi on lähes tyystin loppunut Suomessa. Toimittajat parveilevat sankoin joukoin eduskunnan lehtereillä yleensä vain silloin, kun talossa tapahtuu jotain suurta.

**Juttujen
näkökulmat
ovat
terävöityneet
ja tekstit
parantuneet.**

Päätösten sisältöjä arjen näkökulmasta avaava journalismi palvelee lukijoita ja demokratiaa paremmin kuin takavuosien pitkät jutut.

Noista muutoksista voi helposti syntyä pinnallisuuden vaikutelma. Se ei kuitenkaan ole totta. Päätösten sisältöjä arjen näkökulmasta avaava journalismi palvelee lukijoita ja demokratiaa paremmin kuin esimerkiksi takavuosien pitkät jutut, joiden yli oli helppo hypätä tai joiden lukeminen oli helppo jättää kesken. Sanoman perillemenon ja ymmärrettävyyden kannalta ei olennaista ole jutun pituus ja merkkien määrä, vaan se luetaanko juttu ja ymmärretäänkö se.

Tiedotusvälineissä tapahtuvat muutokset ovat seurausta yhteiskunnan muuttumisesta. Demokratian kannalta suuri ongelma on yksilöllisyyttä korostavassa ja kiireisessä elämäntyylissä. Ihmiset eivät jaksa, ehdi tai välitä kiinnostua yhteisistä asioista niin kuin ennen tapahtui.

Äänestysprosenttien lasku, puolueiden jäsenmäärien jatkuva supistuminen, kirkosta eroamisten kasvu, politiikan julkisuuspelejä ja sanomalehtien levikkien hiipuminen ovat heijastumia samasta ilmiöstä. Samoin kiinnostus lukemiseen. Se vähentyy nuorten keskuudessa.

Kaikista huolta aiheuttavista kehityspiirteistä huolimatta tosiasiaksi jää, että tiedotusvälineet yhdessä ja kukin yksittäinen väline omassa roolissaan ja omalla tontillaan ovat edelleenkin ylivoimaisia yhteiskunnallisen keskustelun ja vaikuttamisen välineitä. Näköpiirissä ei ole mitään, mikä voisi korvata ne kovin nopeasti.

Vaikuttamista keinoilla, jotka tehoavat

Asioita tarkkaan seuraavat ihmiset tietävät, että äänestyspäätöksiin vaikuttavat substanssin lisäksi mielikuvat ja imagot. Tämä perusoivallus tehtiin Yhdysvaltain presidentinvaaleissa 1960. Demokraattien ehdokas John F. Kennedy kukisti silloin republikaanien Richard Nixonin raikkaamman, nuorekkaamman ja ruskettuneemman imagonsa avulla. Tämä tiedotustutkijoiden löytö mullisti poliittisen kampanjoinnin maailmassa, ja siitä alkoi

yhä jatkuva imagonrakennuksen valtakausi politiikassa ja yhteiskuntaelämässä.

Pitkälle kehitetyt ja jatkuvasti uudistuvat imago-opit leviävät nopeasti maasta toiseen. Imagonrakennus rantautui kunnolla Suomeen vasta 1990-luvulla, mutta jotkut yksittäiset poliitikot – muun muassa Urho Kekkonen ja Mauno Koivisto – olivat perehtyneet siihen jo omana aikanaan ja saivat siitä kilpailuetua itselleen vaaleissa. Nykyisin lähes kaikki puolueet ja vähänkään merkittävät poliitikot ottavat kampanjoinnissaan huomioon mielikuvat ja pyrkivät hyödyntämään niitä.

Mielikuvien voima on syy siihen, miksi poliitikoja näkee tämän tästä tv:n viihdeohjelmissa. Heille on tärkeää näkyä ja näyttävä, koska televisiossa ei ole olennaista se, mitä poliitikot sanovat, vaan se, millaisen vaikutelman he luovat itsestään. Viihdeohjelmissa poliitikko saa markkinoida itseään rennossa ja miellyttävässä asiayhteydessä, vailla pelkoa revolverikysymyksistä tai ilman, että kukaan edes pitää hänen tv-esiintymisiään kampanjointina. Poliitikkojen ulottuvilla ei ole mitään toista yksittäistä keinoa, jolla pystyisi vaikuttamaan vaalien lopputulokseen mielikuvien tavoin silloin, kun niiden rakentelu osuu nappiin.

Puoluejohtajan mielikuvan vaikutus koko puolueen vaalitulokseen saattaa nousta 1–2 prosenttiin. Nuo prosentit voivat ratkaista tiukassa tilanteessa pääministerin nimen. Keskusta voitti esimerkiksi vuoden 2003 eduskuntavaalit noin kuudellatuhannella äänellä. Yleisesti arvioidaan, että ratkaiseva ero SDP:hen syntyi keskustan silloisen puheenjohtajan Anneli Jäätteenmäen imagon takia. Jos arvoiltaan vanhoillisena pidettyä keskustaa, entistä maalaisliittoa, olisi johtanut mies eikä modernin oloinen, hyvin koulutettu kaupunkilaisnainen, puolue olisi saattanut jäädä edelleen oppositioon. Nuorekas naispuheenjohtaja raikasti kuvaa keskustasta.

Mielikuvapolitiikointi hämärtää asian merkitystä politiikassa ja poliittisessa valtataistelussa, jota pitäisi käydä demokratian ihanteiden mukaan arvojen, ideologioiden ja linjojen pohjalta. Poliitikot sen paremmin kuin toimittajakaan eivät voi tuput-

taa suurelle yleisölle ja äänestäjille mitään, mitä se ei ole valmis ottamaan vastaan. Ihmiset päättävät itse, mitä he lukevat, katsovat ja kuuntelevat sekä millä perusteella he tekevät äänestyspäätöksensä. Valinnanvaraa ja vaihtoehtoja on niin paljon, että tuputtajaa pääsee aina pakoon yksityisyyteen ja internetiin.

Vaalijulkisuus on siitä hyvä esimerkki. Suomen tiedotusvälineillä on tapana ”repiä vaatteensa” vaalien alla. Ne omistavat vaaleille valtavasti huomiota, ja rummutus alkaa kuukausia ennen varsinaista vaalipäivää. Ikävä kyllä, median vaaleille osoittama poikkeuksellinen huomioarvo ei korreloi äänestysvilkkauden kanssa. Median huomiota tärkeämpi syy äänestämiseen näyttää olevan vaaliasetelman kiinnostavuudessa ja siinä, kokevatko ihmiset, että äänestämällä voi vaikuttaa.

Presidentinvaalien äänestysprosentti on noussut Suomessa korkeaksi, aivan ilmeisesti vaaliasetelman yksinkertaisuuden takia. Henkilöihin on helppo ottaa kantaa. Sen sijaan teemoiltaan kaikkia äänestäjiä lähelle tulevissa kunnallisvaaleissa äänestysinto on

jäänyt suhteellisen vaatimattomaksi. Monet kokevat, ettei kunnassa päätettäviin asioihin voi vaikuttaa äänestämällä.

Noin puolet suomalaisista ilmoitti vuoden 2003 eduskuntavaalien yhteydessä tehdyssä kyselyssä olevansa kiinnostuneita politiikasta. Toiseen puolikkaaseen kuuluvatkin saavat äänestää, ja heidän toivotaan myös ottavan osaa vaaleihin. Johonkin heidänkin on äänestyspäätöksensä perustettava, joten mielikuvat voivat ratkaista heidän kantansa ja jopa mobilisoida heidät uurnille.

Pinnallistumiskehitys on politiikan, median ja demokratian yhteinen ongelma, eikä sen ratkaisuun löydy helppoja keinoja. Kyseessä voi olla sukupolvi-en mittainen projekti, sillä demokratian periaatteiden juurruttamisen pitäisi alkaa varhain, mielellään kotona ja koulussa. Mutta tehtiinpä niin tai näin, mediaa tarvitaan projektissa. Sen kuuluu hoitaa sille demokratiassa uskottu tehtävä ja antaa julkisuuden avulla tukea projektille.

Ilman mediajulkisuutta mistään ei tule mitään kunnollista. ●

Kari A. Hintikka

Kirjoittaja on verkkotutkija, kolumnisti ja freelance toimittaja. Parhailaan hän tekee väitöskirjaa Jyväskylän yliopistossa internetin mahdollistamasta joukkoölystä.

JOUKKOVIESTINTÄ VAI VIESTINTÄJOUKKO?

Internetiin syntyneen kansalaismedian tunnuspiirteitä ovat monimuotoisuus, joukkoöly, yhteisöllisyys ja informaation itsekorjautuvuus. Ne mahdollistavat uudentyyppisen viestintävaruuden, johon joukkoviestintäkin on alkanut reagoida. Kansalaismedia ei ole kuitenkaan ammattijournalismin kilpailija, sillä niillä on tyystin erilaiset toimintatavat. Perinteinen media ja kansalaismedia ovat kuitenkin alkaneet elää symbioosissa. Molemmat tarvitsevat toisiaan.

Suomessa käytiin intohimoista keskustelua, kun Helsingin Sanomat uutisoi maaliskuussa 2008 suomalaisten blogien olevan pikemminkin viihdettä kuin kansalaisjournalismia. Tavoitteenani ei ole asettaa kansalais- ja perinteistä mediaa vastakkain, vaan pikemminkin tarkastella niiden tyystin erilaisia luonteita, nykyistä symbioosia ja erityisesti internetin näkökulmasta. Internet on toisaalta mahdollistanut nykymuotoisen kansalaismedian, mutta vaikuttanut myös perinteiseen mediaan ilman kansalaismedian syntyäkin. Otan lisäksi kantaa joihinkin viime aikojen media-alan ammattilaisten kommentteihin, joilla voi katsoa olevan yleistä painoarvoa journalismin edustajina. Lopuksi esitän muutamia ajatuksia siitä, millaiselta journalistisen ammatin lähitulevaisuus voisi näyttää internet-murroksen myötä.

Kansalaismedialla en tarkoita tässä tekstissä tiukassa mielessä yksinomaan kansalaisjournalismia, vaan yleisemmin miten internetin kollektiivinen ja kansalaisten sisällöntuotanto on nousemassa perinteisen median tuotanto- ja toimintamallien rinnalle. Sosiaalisella medialla tarkoitan löyhästi internetin niiden eri välineiden kokonaisuutta, jonka avulla

kuka tahansa voi tuottaa ja jakaa sisältöjä muille sekä kommunikoida niistä, kuten YouTube-videojakopalvelu.

Joukkoöly toimituskokouksen vaihtoehtona

Aluksi on hyvä kerrata lyhyesti internetin luonnetta. Internet itsessään on rakennettu avoimille tekniikoille, ja se toimii standardoitujen yhteyskäytäntöjensä vuoksi lähes millä tahansa päätelaitteella, käyttöjärjestelmällä, yhteystavalla ja mistä tahansa. Muun muassa nämä ominaisuudet tekevät netistä ihmiskunnan tähän asti tehokkaimman informaation jakelukanavan. Lähtökohtaisesti internetin toimitusprosesseihin pääsee jo lähes 20 prosenttia maailman kansalaisista erittäin edullisesti ja melko helpokäyttöisesti.

Internetin mahdollisuus itseilmaisuuksiin tuottaa lähes loputtomasti diversiteettiä eli hajontaa ja variointia verrattuna vaikkapa lehtien mielipidepaltoihin ja kolumneihin. Kun yksistään blogeja on runsaasti, esiin seuloutuu myös runsaasti helmiä. Niin ikään diversiteetti luo siinä määrin tarjontaa esimerkiksi harrastuksista, että perinteisen median

Pari tuhatta journalistia ei voi olla kaikkialla samaan aikaan, mutta oletettavasti joku miljoonista lontoalaisista on usein jossain.

on lähes mahdotonta kilpailla suoraan internet-tarjonnan kanssa, jo yksistään palstatila- ja lähetysaikasyistä.

Esimerkiksi Lontoon metroiskuissa vuonna 2005 brittien yleisradioyhtiö BBC sai ensimmäiset kamerakännykuvat parikymmentä minuuttia räjäytyksistä. BBC:lla ei tiedetty tuolloin vielä mitään, mistä mahdollisesti on kyse. Lienee selvää, että pari tuhatta journalistia ei voi olla kaikkialla samaan aikaan, mutta oletettavasti joku miljoonista lontoalaisista kännyköineen on usein jossain.

Tämä on ensimmäinen keskeinen piirre kansalaismediassa. Yksittäinen bloggaaja, kamerakännykuvaaja tai YouTube-videoiden julkaisija ei tuota välttämättä paljoa yksittäisiä relevantteja uutisia tai näkemyksiä, mutta kun ne verkottuvat globaalisti, niin syntyy niiden luoma kokonaisuus, kansalaismedia. Perinteinen media taas tuottaa paljon vähemmän, mutta tähtää oleellisimpaan, tiivistäen ja luotettavasti.

Diversiteetin ja verkottuneisuuden myötä ilmenee toinen piirre, joka kuvaa kansalaismediaa ehkä parhaiten tuotannon ja jakelun näkökulmasta – joukkoäly. Termillä viitataan laajaan osallistujajoukkoon, jonka keskeltä nousee erilaisilla arviointitavoilla esiin tarkasteltavan aiheen ”parhaimmisto”. Esimerkiksi monet www-hakukoneet näyttävät suosituimmat www-linkit ensimmäisinä. Suosituimmat tulkitaan ”parhaimmiksi” siinä mielessä, että yksittäiset osallistajat ovat kokeneet ne omalta kannaltaan kiinnostavimmiksi ja linkittäneet niihin.

Perinteinen media on luottanut yksisuuntaiseen tuotanto- ja jakelumalliin, jossa uutiset jaetaan usein tiettyyn aikaan ja paikkaan, ikään kuin teoksena. Kansalaismedia taas koostuu lukemattomista suosituksista, linkeistä ja viittauksista, joita seuraamalla yksittäinen kansalainen löytää nopeasti kaipaamaansa informaatiota internetistä. Nämä suositukset muodostavan tiheän verkoston ja arkiston,

Kansalaismedia koostuu lukemattomista suosituksista, linkeistä ja viittauksista.

joka seuloa mielenkiintoisimmat blogimerkinnät, kuvat, videot, kommentit ja parhaimmiston myös perinteisen median tuottamasta sisällöstä. Niin kutsuttu valtamedia taas lähtökohtaisesti suojelee muun muassa arkistojaan liiketoiminnallisista ja sinänsä perustelluista syistä.

Esimerkiksi Digg on teknologiapainotteinen seurantapalvelu, jossa käyttäjät äänestävät internetin parhaista ja tuoreimmista resursseista, kuten uutisista, raporteista ja blogimerkinnoista. Suosituimmat www-linkit nostetaan avausnäkyäkseen, ja näin joukkoäly seuloa internetin ”parhaimmiston” kellon ympäri. Diggin suosituimmat-listalle äänestetään paljon kaupallisen median tuottamia uutisia, mutta sieltä löytää runsaasti myös arvokkaita linkkejä, jotka muutoin hukkuisivat internetin kokonaistarjontaan. Näin joukkoäly muodostaa hieman uutistoimituksen ja toimituspalaverien kaltaisen aggregoidun ja keskitetyn seulan sille, mikä ylittää kunkin hetken uutiskynnyksen internetissä. Mutta ammattijournalisteihin erona on, että Diggillä on reilut 500 000 rekisteröitynyttä käyttäjää eikä internet nuku koskaan.

Prosessi, ei projekti

Virginia Techin verilöyly 2007 on tyyppiesimerkki nykytilanteesta ja joukkoälystä. Avoimessa tietosanakirja Wikipediassa (WP) tuotettiin muutamassa vuorokaudessa niin kattava kooste Virginia Techin massamurhasta, että ainakin amerikkalaismedia alkoi siteerata suoraan Wikipediaa uutisoinnissaan oman uutistuotantonsa rinnalla. Osa WP-artikkelin aineistosta perustui perinteisen median uutisiin, mutta wiki-yhteisö käytti lähteinä myös esimerkiksi blogeja, irc-keskustelukanavia, Flickriä jne.

Noam Cohen luonnehti New York Timesissa tätä tuotantoprosessia – ja myös joukkoälyä – seuraavasti: ”Kuvittele sanomalehti, jolla on yli 2 000 kirjoittajaa, tutkijaa ja kielenhuoltajaa ilman valvoja tai johtajia. Ei takarajaa valmistumiselle; ei suunniteltutapaamisia; ei päätöksiä komentoketjun kautta; ei maljannostamista valmiin työn päätteeksi.”

Virginia Tech -tapauksen dokumentointi Wikipediassa muistutti enemmän journalistista prosessia, jossa tuotetaan uusinta ja ajantasaisinta informaatiota, kuin tietosanakirjaa, jossa tähdätään informaation ajallisesti maksimoituun paikkaansa pitävyyteen. Kriittinen ero kuitenkin on, että valtamedian tuottamaa uutista rajoittaa lähes aina aikataulu. Se on yleensä aina projekti, on kyse sitten päivän lehdestä tai radio-uutisista. WP taas jatkaa prosessina tuoreimman informaation tuottamista, kattaen nykyään jatkuvan uutisoinnin kellon ympäri.

Wikipedia ei olekaan enää vain tietosanakirja, vaan se on kehittynyt osaksi mediaa perinteisten välineiden rinnalle. Eroja tietenkin on. WP on maksuton, eikä se ole journalistinen media. Kun kukaan ei saa palkkaa, niin tekijöiden ei tarvitse – vaikka olisi hyväksi – pohtia vaikkapa tietojen tarkistamista ennen niiden julkaisemista.

Wikipedialla on kuitenkin joitain etuja perinteisiin tiedotusvälineisiin verrattuna. Sen sisältämiä tietoja muokataan ja korjataan julkisesti. Joukkoöly mahdollistaa huomattavasti laajemmat informaation hankinta- ja iterointiresurssit kuin millään yksittäisellä viestintävälineellä on olemassa. Koska uusien informaatio ei ole taloudellinen kilpailutekijä, niin WP:ssa voidaan myös julkaista vapaasti linkityksiä kilpaileviin välineisiin. Kun Wikipediaa syytetään mediassa virheellisistä tiedoista, niin wiki-yhteisö korjaa tiedot itseorganisoituvasti ja varsin nopeasti, mutta erityisesti printtimediaan ja arkistoihin jää virheellinen tieto virheellisyyksistä.

Yhteisö mediana

Perinteinen media on alkanut havaita yhteisöllisyyden merkityksen netissä ja kehittää erilaisia vuorovaikutteisuuksia erityisesti verkkoversioissaan. Sosiaalisessa mediassa yhteisöt ja verkostot ovat kuitenkin sisäänrakennettuna ja ne ovat kolmas keskeinen piirre. Yksittäinen videopätkä herättää kommentteja, jotka taas johtavat keskusteluun ja samanmieliset löytävät toisensa. Sosiaalisuuden

synnyssä auttavat erilaiset hakukoneet, itsetuotetut avainsanat jne. sekä itse sisältöjen kuvaamisessa että käyttäjien profiloinnin osalta.

Eteläkorealainen OhmyNews on tyyppiesimerkki yhteisöllisestä mediasta. Se on verkkojulkaisu, jonka uutisista tavalliset kansalaiset tuottavat kahdeksankymmentä prosenttia. OhmyNewsin katsottiin muun muassa ratkaisseensa maan presidentinvaalien tuloksen 2002.

Suomessa yhteisömediaa edustavat esimerkiksi kyyjärveläinen Nopola News sekä Miämedia. Kyyjärvi on 1600 asukkaan kunta, jossa muutama vuosi sitten alettiin pohtia internetiä alueen päämedianä. Nyt toimittajina on viisi prosenttia kyyjärveläisistä, ja Nopola News on lähes korvannut perinteiset viestintäkanavat. Kyläläiset koulutetaan kädestä pitäen internetin käyttäjiksi sekä Nopola Newsin lukijoiksi ja toimittajiksi yksi kerrallaan. Myös kunta tukee hanketta.

Itsetuotettu verkkomedia tukee alueellista yhteisöllisyyttä ja ihmiset itse päättävät, mikä on tärkeää, oli se vaikkapa hirvisaaliista kertominen ja lukeminen. Nopola News ei tietenkään korvaa perinteistä mediaa esimerkiksi valtakunnan uutistarjonnassa, mutta vastaavasti kaupallisen median olisi työstävä korvata Nopola Newsin tarjoama uutismaailma.

Riittävän laadun näkökulma

Neljäs ominaisuus on riittävän laadun käsitys, jota ei ole vielä alkuunkaan huomioitu verkkomediasta keskusteltaessa. Perinteinen media tavoittelee faktisuutta ja tarkkuutta. Usein ihmiselle kuitenkin riittää informaatiosta jokin yksittäinen osa, kuten nimi, aika tai paikka. Valtamedian näkökulmasta tämä toteutuu perinteisesti uutispyramidia noudattavassa otsikossa. Tosin valtamedia on alkanut käyttää erityisesti verkkoversioissaan raflaavia ja erottuvia otsikoita puhtaan informaation välittämisen ohella.

Itsetuotettu verkkomedia tukee alueellista yhteisöllisyyttä ja ihmiset itse päättävät, mikä on tärkeää.

Kansalaisten käsitys informaation riittävästä tarkkuudesta on erilainen kuin ammattijournalismissa tai tiedeyhteisössä. Yksittäinen ihminenkin suhtautuu tietoon eri rooleissaan eri tavoin. Utisissa, internetin hakukoneiden tuloksissa ja muussa informaatiossa tarjotaan keskimääräisesti turhan kattavaa vastausta. Ihmisen haut internetissä ovat kuitenkin kerroksellisia. Joskus hakutulokset riittää vuosisata tai vaikka keksijän nimi tai sekin, että ne ovat edes sinne päin. Toisinaan tarvitaan tarkka kellonaika tai dna-ketjun kirjaimet. Riittävää laatua voisi ajatella uutispyramidin tavoin. Tärkein kerrotaan ensin – otsikossa tai avauslauseessa ja sitä tarkennetaan kerroksittain tilan ja ajan puitteissa, mutta usein pelkkä otsikko riittää.

Kun keskivertokäyttaja etsii informaatiota vaikkapa Wikipediasta, niin hän saa nopeasti ja moniin tilanteisiin riittävän yleiskäsityksen, mitä tarkoittaa gnostilaisuus tai warrantti. WP:n perusolemus on ajantasainen ja kollektiivinen verkkoteos. Vaikka WP tähtääkin ”oikeaan” tietoon ja luotettavuuteen perinteisen median tavoin, niin käytännössä se on yksi ensimmäisiä tavallisen ihmisen mahdollisuuksia saada tallennettua globaalisti näkemyksensä ”oikeasta” tiedosta. Tavallinen ihminen voi tuottaa tietoa osaamatta uutiskriteerejä tai hallitsematta tieteellisen informaation käytäntöjä.

Jos jokin asia Wikipediassa havaitaan puutteelliseksi, joukkoäly korjaa sen nopeasti. Esimerkiksi joukkoviestimien kritiikin myötä WP vain jalostuu ja paranee. Tavallisten ihmisten WP:aan tuottama tieto ulottuu niillekin alueille, joita muut tiedontuottajat eivät välttämättä huomioi omissa informaatiokriteereissään, kuten sähköauto, erilaiset sammallajit tai ’itsenäisiksi’ valtioiksi julistautuneet hankkeet.

Perinteisen ja kansalaismedian symbioosi

Edelleenkin yksittäinen kansalainen saattaa lähettää uutiskuupin, kuten 13-vuotias Walteri Seretin ilmoitti Ilta-Sanomille venäläisten sukellusvenemanipulaatiosta 2007. Mutta yleisempää on, että

perinteinen media alkaa löytää uutisia suoraan internetiin lähetetyistä sisällöistä, kuten kamerakännillä kuvatut Saddamin hirttäminen tai itähelsinkiläinen vartijan tekemä pahoinpitely, jotka levisivät alun perin YouTubessa.

Nettijulkisuus syntyy kuitenkin vielä pitkälti perinteisten joukkoviestimien kautta. Korkeasaaren paviaaniadressi sai heti tv-uutisten jälkeen 72 000 nimeä ja niin ikään vartijavideota oli ladattu YouTubessa reilut neljäsataa kertaa ennen tv-uutisointia, mikä kasvatti videon katsojamäärän räjähdysmäisesti ja välittömästi.

Edellä kuvatut internetin luonteenpiirteet muodostavat kuitenkin kokonaisuuden, jossa yhä useampi uutinen löytyy internetistä, tai ainakin uutisen raakamateriaali. Jokelan koulusurmat marraskuussa 2007 voi jäädä jonkinlaiseksi rajapyykiksi kansalaismedian ja perinteisen median roolien suhteessa. Itse luin tapauksesta aluksi klo 12 jälkeen Jaiku-mikrokanavapalvelusta ja tekijän nimi oli levinnyt irc-kanavilla jo ilmeisesti tapahtumien aikana. Hyvin nopeasti netistä löytyi tekijän itsensä tuottama pressikittiin verrattava tiedostokokonaisuus.

Perinteinen media verkkojulkaisuineen ei ollut tässä vaiheessa reagoinut oikeastaan vielä mitenkään koko tapahtumasarjaan. Se julkaisi iltapäivän kuluessa aluksi aika kriitikkömästi linkkejä verkkolähteisiin mitenkään analysoimatta, taustoittamatta tai uutisoimatta. Samalla internetissä liikkui jo kansalaismedian kollektiivisesti tuottama valmis uutinen tausta-aineistoinen.

Kun journalistit kilpailevat vain nopeudessa tavallisten kansalaisten kanssa sekä keskeisen informaation löytämisestä netistä että sen jakamisesta siellä, niin jotain voi sanoa muuttuneen. Esimerkiksi Twitter-mikrokanavassa roikkuu jo satoja toimittajia seuraamassa kansalaisten keskenään löytämiä potentiaalisia skuppeja.

Jokelan koulusurmat marraskuussa 2007 voi jäädä jonkinlaiseksi rajapyykiksi kansalaismedian ja perinteisen median roolien suhteessa.

**Nykytilantees-
sa valtamedia
ja kansalais-
media jo fakti-
sesti elävät
symbioosissa.**

Kansalaismedia ei mitenkään poista joukkoviestintää ”tarpeettomana”, kuten innoikkammat ovat ennustaneet jo kymmenen vuotta, mutta valtamedian vakiintuneet roolit ovat ehkä ajan myötä painottumassa uudestaan. Nykytilanteessa valtamedia ja kansalaismedia jo faktisesti elävät symbioosissa. Molemmat tarvitsevat toisiaan, ja niiden voisi olla hyvä pikemmin auttaa toisiaan kuin kilpailla keskenään. Tämä ei kuitenkaan

toteudu siten, että kännyutiskuvien lähettäjien kesken arvotaan pyyheliina.

Valtamedia ei esimerkiksi hyödynnä vielä juuri millään tavalla joukkoälyä vaan rakentaa suojattuja brändiyhteisöjä avautumisen sijaan. Esimerkiksi Wall Street Journal päinvastoin tarjoaa Facebook-yhteisöpalvelussa sovellusta, jolla voi nähdä, mitä tuttavat lukevat juuri sillä hetkellä. Käytännössä avoin sovellus lähinnä lisää WSJ:n ja erityisesti sen verkkoversion lukemista.

Kaupallisella medialla olisi paljon opittavaa esimerkiksi ohjelmistoyhtiöiden suhtautumisesta avoimeen lähdekoodin liikkeeseen. Analogia ammattijournalismin ja kansalaismedian välillä on ilmeinen. Esimerkiksi IBM on lähtenyt nöyrästi mukaan maksuttomien ohjelmistojen kehitykseen. IBM sijoittaa vuositasolla 100 miljoonaa dollaria ja säästää 900 miljoonaa dollaria kun se ei enää tarvitse omaa ohjelmistokehitystä. CNN on perustanut iReport-verkkopalvelun, jonka sisältö perustuu täysin kansalaistoimittajiin.

Perinteisen median kuolemaa on julistettu pitkään. Aikoinaan kun Richard Starrin 600-sivuinen syytetutkimus Bill Clintonista julkistettiin netissä, niin sen sai ”alkulähteiltä”. Kansa sai mediasta riippumatonta informaatiota. Mutta moniko kahlasi raportin läpi? Sisällön ja merkityksen esittämiseen tarvittiin toimittajia, jotka seuloivat olennaisen ja parhaassa tapauksessa vielä esittivät näkökulman sen merkityksellisyydestä. Ammattijournalismi auttaa ymmärtämään laajoja kokonaisuuksia tiiviisti ja helposti.

Perinteinen media on edelleen yhteiskunnan ja kansalaisten välinen liima. Media nostaa esiin asiat valmisteluvaiheessa ja niistä keskustellaan. 1600-luvulla yhteiskunta saattoi toimittaa kellotapulista asiansa tiedoksi kansalaisille kailottamalla, mutta netissä se ei onnistu vielä eikä samanaikaisesti.

Perinteinen media on myös osa teollisen ja sitä seuranneen informaatioyhteiskunnan ydintä. Esimerkiksi valtio voi tiedottaa joukkoviestintän välityksellä muutoksista. Joukkoviestimet tavoittavat kansalaiset samaan aikaan ja samalla tavalla. Uutiset yleensä myös pitävät paikkansa ja ilmestyvät säännöllisesti. Harva blogi vielä varoittaa reaaliaikaisesti liikenneonnettomuuksista Ylen radiotiedotteiden tavoin, vaikka netin mikrokanavilla voikin yrittää tiedustella, onko ajoreitille ilmaantunut häiriöitä. Toisaalta Tilannehuone.fi julkaisee ainoana Suomessa hälytykset Suomen kartalla ajantasaisesti.

Wikipedia – sivistyksen tuho?

Julkisen sanan neuvoston puheenjohtaja Pekka Hyvärinen kirjoitti Aamulehdessä 15.01.2008 muun muassa seuraavaa Wikipedian vaarallisuudesta: ”Ilmaista vastaan on mahdoton taistella, joten nimettömät harrastelijat hallitsevat tietopääomaamme tulevaisuudessa. Se kapenee, vaikka maailma muuttuu yhä monimutkaisemmaksi. Samalla netistä tulee höpöttelevien chattailijoiden, hölmöjen videopätkien ja vastuuttomien blogistien kaoottinen verkosto, jossa kukaan ei vastaa mistään.” Hyvärinen tarkoittaa ensisijaisesti Wikipediaa, mutta puheenvuoro on yleistettävissä koskemaan kansalaismedian ja sosiaalisen median vaarallisuutta sivistykselle ylipäänsä. Päätely on varsin suoraviivaista.

Prosessinomaisesti tuotettava ja verkotettu informaatio on korjattavissa varsin nopeasti, jos joukkoviestimet tai joukkoäly huomaavat virheitä. Jopa bloggaajat kirjoittavat blögejaan uusiksi, jos muut huomaavat virheitä tai oleellisesti uutta infor-

**Perinteinen
media on
edelleen
yhteiskunnan
ja kansalais-
ten välinen
liima.**

maatiota ilmenee alkuperäisen merkinnän jälkeen. Tällainen itsekorjautuvuus ei ole edes teknisesti mahdollista Hyvärisen arvostamassa Encyclopedia Britannicassa. Korjaukset tehdään lisäisivuina tai seuraavassa versiossa, joka ilmestyy monen vuoden kuluttua.

Hieman samantyyppisiin tuntemuksiin päätyi Suomen journalistiliiton puheenjohtaja Arto Nieminen Helsingin Sanomien haastattelussa. ”Mun mielestä siinä [Jokelan uutisoinnissa] käytetään nettimaailmaa tasan väärin. Netti on muutenkin täynnä jalostamatonta tietoa. Kaiken sen roinan alle peittyä analysoitu tieto: mistä oikeasti on kysymys. Sen analyttisen aineiston tuottaminen on journalistien tehtävä.” Niemisellä on Hyväristä positiivisempi suhtautuminen nettiin eikä yksittäinen siteeraus tähän tee aivan oikeutta hänen näkemykselleen. Mutta siinäkin netti esiintyy ’roinana’, johon tarvittaisiin journalistien tuottamaa ’analysoitua tietoa’.

Jo yksistään Wikipedian tuottaa sisältöä lukemattomat ammattilaiset, opettajat, eläkkeellä olevat ammattilaiset ja tutkijat, kuten tekijänoikeuksiin perehtynyt professori ja HS:n entinen kolumnisti Jukka Kemppinen. Myös esimerkiksi HS:n blogipioneeri Unto Hämäläinen on joskus ajatellut julkisesti, että medialle voisi olla hyväksi tuottaa oma Wikipedia. Yksittäisellä wikistillä ei ole välttämättä journalistista osaamista, mutta mitä tulee informaation ajantasaisuuteen, faktisuuteen, tarkkuuteen ja syvyyteen, niin rohkenen sanoa, että wikisteillä sitä on usein omalta alaltaan enemmän kuin keskivertotoimittajalla on aikaa paneutua yksittäiseen uutisaiheeseen.

On erikoista, että Mediapäivien 2008 pääpuhujaksi valittiin Andrew Keen, jonka mielestä internet tuhoaa ihmiskunnan sivistyksen päästämällä amatöörit tuottamaan sisältöjä. Pääsymaksulla sai myös Keenin kirjan. Onko todella näin työlästä suhtautua sisältöjen tuotanto- ja jakelurakenteen muutokseen? Suomessakin autojen alkuvaiheessa oli erillinen lipunheiluttaja kävelemässä auton edessä varoittamassa autosta. Sisäministeri Anne Holmlundia myöten internetille vaaditaan ikärajaa

ja järjestyksenvalvojia. Positiivisesti katsoen tämä kuvastanee, että internet olisi todella muuttamassa jotain ja kansalaismedialla olisi todellinen rooli. Esimerkiksi USA:ssa poliittisia bloggaajia kutsutaan vaalitulaisuuksiin journalistien tavoin ja kaupalliset toimijat kosiskelevat bloggaajia ympäri maailmaa tuotepuffien toivossa.

Hyvärinen, Nieminen ja Keen eivät selvästi halua nähdä joukkoölyn, yhteisöllisyyden, riittävän laadun ja itsensäkorjaavuuden muodostamaa kokonaisuutta ja sen toimivuutta. Siltikään heidän ei tarvitse huolestua ’roinasta’. Kaikissa sosiaalisen median välineissä – Diggistä YouTubeen – viitataan aktiivisesti valtamediaan ja sen tuottamaan informaatioon. Vai muuttuuko joukkoviestimiin viittaminen roinaksi heti kun se julkaistaan internetissä, kuten Niemisen haastattelu ja Hyvärisen kolumni? Ostiko esimerkiksi Helsingin Sanomat Blogilista.fi-palvelun siksi, että se on ”roinaa” vai olisiko HS:ssa oivallettu jotain murroksesta?

Journalistin tulevaisuudesta

Lopuksi esitän joitakin oletuksia ammattijournalistin työn muospaineista. Valtamedia säilyy pitkään yhteiskunnan eri osa-alueita yhdistävänä liimana ja aggregaattina, ja kansalaismedia täydentää sitä. Ei kaikilla bloggaajilla ole mahdollisuutta päästä haastattelemaan vaikkapa ministereitä tai työstää viikkoa monitasoista artikkelikokonaisuutta.

Mutta kun perinteisen median tilaaja- ja mainostulot vähenevät, niin yksittäisen välineen koko toimituskunta ei ainakaan lisääny. Yhdysvalloissa työnantaja pitää kohta itsestään selvyytenä, että yksittäinen toimittaja hallitsee paitisi päiväläinensä, niin myös bloggaamisen, podcastaamisen, videostaamisen, kuvankäsittelyn perusteet ja grafiikan tuottamisen. Ja ihan peruskuukausipalkalla tai pienillä bonuksilla uutisten silmäparien mukaan. Jos työmäärä on järjellinen, niin ammatillisesti tämän

Kun perinteisen median tilaaja- ja mainostulot vähenevät, niin yksittäisen välineen koko toimituskunta ei ainakaan lisääny.

**Blogi-
avaruuden
muodostaman
kokonaisuuden
myötä uutinen
leviää
nykyään
minuuteissa
globaalisti
kaikkien
internet-
käyttäjien
ulottuville.**

voi nähdä myös älyllisesti haasteellisena, sillä eri kanavat sopivat erityyppiseen ilmaisuun ja niillä tavoittaa eri vastaanottajia. Päävälineestä riippuen ne tarjoavat esimerkiksi hektisyyttä, vuorovaikutusta vastaanottajien kanssa tai mahdollisuutta pidempään pohdiskeluun.

Blogiavaruuden muodostaman kokonaisuuden myötä uutinen leviää nykyään minuuteissa globaalisti kaikkien internet-käyttäjien ulottuville. Esimerkiksi BBC sotki kaksi ihmistä, ja toimittaja haastatteli suorassa lähetyksessä BBC:lle tullutta työnhakijaa atk-asiantuntijan sijaan havaitsematta vastauksissa tai tilanteessa mitään ihmeellistä. Tallenne haastattelusta levisi lähes välittömästi YouTubessa ja blogit sekä otsikkosyötteet alkoivat ilmoit-

taa videon olemassaolosta muutamassa minuutissa. Asiantuntija, jota alun perin piti haastatella, kommentoi tapahtumaa omassa blogissaan jne.

Tällaisen tuotanto- ja jakelurakenteen myötä uutinen on nykyään yhä harvemmin uutinen. Perinteisen median kannalta ja ammattijournalismiin

tämä voi vaikuttaa monella tavalla. Asiantunteva taustoitus, kokonaisuuksien hahmottaminen sekä toisaalta kolumnit ja näkökulmat saavat aiempaa suuremman roolin. Resurssija vaativat testit ja journalistiset kokeet tarjoavat erottuvuutta, kuten elämyksellinen journalismi ja omat skuupit nykyiseen tapaan. Ammattijournalismi muuttuu piirun verran enemmän proaktiivisen ideoinnin kuin raportoinnin suuntaan.

Kansalaismedian ja -journalismin sekä internetin mahdollisuuksien kanssa kannattaisi ryhtyä aktiiviseen symbioosin puolustautuvan ja ylimalkaisen kritiikin sijaan. Internetin myötä molemmat tarvitsevat toisiaan. Tämä ei kuitenkaan tapahdu niin kuin suurin osa perinteisestä mediasta vielä ajattelee: saamme kaikki oikeudet yleisön lähettämiin sisältöihin lähtökohtaisesti, mutta pidämme kaikki oikeudet omiin sisältöihimme. Maksuttomat verkkoversiot ovat hyvä alku, mutta ne etsivät yhä liiketoimintamallejaan, joita onneksi on tarjolla runsaasti. Internetin ansaintalogiikat rakentuvat pienistä puroista, ei yhdestä liikeideasta. Esimerkiksi joukkoäly on tyystin hyödyntämätön voimavara ammattijournalismille.●

Eeva Mäntymäki

Kirjoittaja on tutkija ja toimittaja, joka työskentelee Yleisradiossa.

JOURNALISTI ON KUOLLUT – ELÄKÖÖN JOURNALISTI!

Journalistista on tullut asiakaspalvelija, jonka tehtävä ei enää niinkään ole olennaisen tiedon etsiminen, arvioiminen ja välittäminen kuin julkaisun tai kanavan kohderyhmän toiveiden täyttäminen ja asiakkaiden houkutteleminen talon palvelujen pariin. Median muutos pakottaa journalistit etsimään uutta identiteettiä.

Sekä printtimedian että sähköisen viestinnän puolella journalistin rooli on viimeisen vuosikymmenen aikana muuttunut. Taustalla on koko mediakentän toimintalogiikan mullistanut teknologinen muutos, mediatuotannon digitalisoituminen. Sen myötä journalisteista on tullut monimediaalisessa ympäristössä toimivia sisällöntuottajia. Journalistin rooliin kohdistuvat paineet eivät kuitenkaan johdu vain teknisuontoisista toimintaympäristön muutoksista. Todellinen haaste liittyy siihen media- maiseman kokonaisvaltaiseen mullistukseen, jonka taustalla vaikuttavat teknologisen kehityksen ohella yhteiskunnallis-kulttuuriset tekijät, ennen kaikkea mediamaiseman yleisilmeen viihteellistyminen ja yleisönäkökulman korostuminen.

Tosiasiapohjaisen tiedonvälityksen painoarvon pienentyminen kyseenalaistaa journalistin perinteisen roolin tiedon portinvartijana ja vallan vah- tikoirona perusteellisemmin kuin mitä yleensä on edes uskallettu ajatella. Journalistilta vaaditaan nyt sekä uudenlaista markkinahenkisyyttä että uuden- tyyppistä kansanläheisyyttä. Muutos kulminoituu verkkomaailmassa, jossa yhä useammat asettavat

toivonsa kansalaisten itse tuottamaan ”avoimen läh- dekoodin journalismiin”. Demokratian toimivuuden näkökulmasta journalistin palveluorientaation vah- vistuminen on myönteinen ilmiö. Liiallinen nöyryys ei kuitenkaan ole hyväksi, eikä journalistin asiakas voi olla aina oikeassa.

Median viihteellistyminen ja asiajournalismin kysynnän hiipuminen huolestuttavat demokratian tilasta vastuuta kantavia Atlantin molemmin puolin. Yhdysvalloissa ja Saksassa tv- uutisten katsojaluvut ovat olleet laskussa, ja myös Suomessa esimerkik- si perinteisten maakuntalehtien levikit ovat olleet pienemään päin. Monet keskustelijat ovat erityi- sen huolissaan nuorisosta, jonka epäillään tyytyvän maksu-tv:n ja netin viihdetarjontaan, YouTubeen ja iltapäivä- sekä ilmaisjakelulehtiin.

Kehityksen kulku ei silti ole yhdensuuntaista eikä ennalta määrättyä. Esimerkiksi Suomessa asiapai- notteiset YLE:n kanavat porskuttavat lujaa digiajan kiristyneessä katsojakilpailussa. Nuorten median käytön tutkimuksissa taas on toistuvasti havaittu, että nuoret ovat kiinnostuneita myös uutisista ja asiasisällöistä – eri asia on, millä tavoin uutiset ja asiantuntijatieto halutaan nauttia. Mediaryitysten

ansaintalogiikkaan perustuva kohderyhmäajattelu saattaakin johtaa harhaan rakentamalla median käyttäjistä liian yksiuotteisia mielikuvia. Elävässä elämässä ihmiset tapaavat olla yhtä aikaa sekä kuluttajia että kansalaisia, ja eri suhtautumistapojen ristiriidat paikantuvat yhtä lailla ihmisten pään sisälle kuin erilaisten ihmisten välille.

Toimittajat ovat joutuneet identiteettikriisiin

Toisasiapohjaisen tiedonvälityksen eli journalismin suhteellinen painoarvo mediatarjonnassa on joka tapauksessa eittämättä pienentynyt. Syynä ei niinkään ole uutisten ja muiden asiasisältöjen määrän absoluuttinen vähentyminen vaan mediamaiseman kokonaisvaltainen muodonmuutos, jonka keskeinen piirre on kaikenlaisen tarjonnan lisääntyminen. Tässä suhteessa uusien mullistusten on ollut maksu-tv:n nopea maihinnousu Suomeen digisiirtymän yhteydessä.

Tarjonnan lisääntyminen ja kilpailun kiristymisen ovat yhdessä johtaneet yhä tiukempaan kohderyhmäajatteluun ja yhä räätälöidympien palvelujen kehittämiseen. Tämä näkyy esimerkiksi yleisaikakauslehtien levikkien hiipumisena ja vastaavasti yhä kapeammalle ikäryhmälle suunnattujen naistenlehtien ja muiden erikoisaikakauslehtien kirjon laajentumisena. Television puolella voitaneen toisaalta (maksu- ja teemakanavien rynnäköstä huolimatta) edelleen puhua ainakin perinteisistä pääkanavista – YLE:n TV1 ja TV2 sekä MTV3 – yleiskanavina. Median julkisen rahoituksen hyväksyttävyydestä keskusteltaessa onkin esitetty, että laaja-alaisesti erilaisia ihmisiä yhteen kokoavan ja rajaamattomalle suuralle yleisölle kohdistetun tarjonnan ylläpitäminen ja kehittäminen on erityisesti julkisrahoitteisen median tehtävä.

Journalismin kannalta edellä kuvatut kehityskulut, median viihteellistyminen ja läpitunkeva kohderyhmäajattelu, ovat kaikkea muuta kuin ongelmattomia. Viihdeellistymisen muotoja ja merkitystä onkin

pohdittu paljon sekä mediatutkimuksessa että alan ammatillisessa keskustelussa. Asiajournalismi ja populaari julkisuus ymmärretään kuitenkin liian usein toistensa vastakohdiksi. Puhutaan erikseen viihde- ja asijournalismista. Toisaalta on tullut tavaksi sanoa, että määrä on korvannut laadun. Asiajournalismi ei kuitenkaan ole jäänyt mitenkään koskemattomaksi saarekkeeksi. Kehityskulku, jossa tiedonvälityksestä on tullut vain yksi median sisällöntuotannon osaluokka, on monin tavoin muuttanut myös asijournalismia ja perinteistä journalistin roolia. Journalisteista on tullut sisällöntuottajia, ja toimittajat ovat joutuneet identiteettikriisiin.

Journalistien identiteettikriisi ei läpikotaisin medioituneessa yhteiskunnassa ole vain alan sisäinen ongelma vaan yksi demokratian toimivuuden avainkysymyksistä. Kansalaisen vaikutusmahdollisuuksien kannalta on paljonkin väliä sillä, onko journalistin ensisijainen tehtävä seuloa olennainen mediataloon vyöryvästä informaatiotulvasta vai houkuttaa kävijöitä talon nettisivuille. Ihanteellista toki olisi, jos journalisti kykenisi hoitamaan nuo molemmat tehtävät ja tuottamaan populaaria laatu-journalismia. Laadukas ja suosittu asijournalismi on nimittäin yksi parhaista keinoista ennaltaehkäistä demokratiavajetta.

Ammattitaitovaatimukset ovat muuttuneet

Toimittajien ammatti-identiteetin perustana on edelleen vahva mielikuva journalistista vallan vahtikoirana ja tiedonjakelun portinvartijana. Taustalla on liberaaliin lehdistöteoriaan nojaava ajatus, että tiedotusvälineet toimivat ikään kuin itsenäisinä välittäjinä kansan ja vallanpitäjien välillä. Neljännen valtiomahdin tehtävänä on suodattaa ja säädellä alamaisten ja hallitsevien eliittien suhteita – journalismi toimii siis eräänlaisena demokratian korjauskertomana. Tässä perinteisessä ajatusmallissa oletetaan, että journalistiin kohdistuvat paineet tulevat ennen kaikkea ylhäältäpäin, vallanpitäjien puolelta.

Mediatalojen sisäiset valtasuhteet ja -kamppailut vahtikoiramalli sivuuttaa vähin äänin. Myös jour-

Asia-journalismi ja populaari julkisuus ymmärretään liian usein vastakohdiksi.

Hyvän journalistin tärkeimpinä ominaisuuksina on pidetty valppautta ja arvostelukykyä: hyvä vahtikoira haukkuu rosvoa mutta ei räksytäkään joka risausta eikä ole perso vieraiden makupaloille.

nalistin rooli kansaa palvelevana tiedon välittäjänä näyttää ongelmattomalta, sillä kansan osana on lähinnä välitetyn tiedon vastaanottaminen. Tässä mallissa journalistia arvioidaan ennen kaikkea sen suhteen, kuinka hyvin hän hoitaa vahtikoiran tehtävänsä. Hyvän journalistin tärkeimpinä ominaisuuksina on pidetty valppautta ja arvostelukykyä: hyvä vahtikoira haukkuu rosvoa mutta ei räksytäkään joka risausta eikä ole perso vieraiden makupaloille. Ammattitaito on tarkoitettu lähdekriittikistä huolehtimista ja olennaisen erottamista epäolennaisesta, ja ylipäättään osaamisen kriteerit ovat olleet enemmän sidoksissa journalismin etiikkaan kuin estetiikkaan.

Viime vuosina tapahtunut media- maiseman muodonmuutos on sittemmin muuttanut sekä journalistin roolia että ammattitaidon kriteereitä. Muutosta on luonnehdittu muun muassa siirtymäksi tekijälähtöisyydestä yleisö- tai asiakaskeskeisyyteen. Esimerkiksi uutistoimittajan työssä muutos on tarkoittanut sitä, että juttujen aiheet ja näkökulmat valitaan yhä useammin enemmän aiheen oletetun kiinnostavuuden kuin asian arvioidun tärkeyden perusteella. Kiinnostavuuden arvioinnissa taas sovelletaan sitä tutkimustietoa, joka kertoo kanavan tai julkaisun kohdeyleisön arvoista, mielityksistä ja kiinnostuksen kohteista.

Kärjistetysti voidaan sanoa, että journalistista on tullut asiakaspalvelija, jonka tehtävä ei enää niinkään ole olennaisen tiedon etsiminen, arvioiminen ja välittäminen kuin julkaisun tai kanavan kohderyhmän toiveiden täyttäminen ja asiakkaiden houkuttelemisen talon palvelujen pariin. Uudessa markkinaehtoisessa journalismissa paineet nousevat niin sanotusti alhaaltapäin, median käyttäjien puolelta.

Kulinaristista journalismia

Yleisökeskeisyyden painottaminen on tuonut mukanaan uudella tavalla kulinaristisen otteen, ja es-

tetiikka on korostunut jopa etiikan kustannuksella. Hyvää tarinankertojaa on toki aina arvostettu, mutta nyt elämyksen tuottaminen on yhä keskeisempi osa journalistin ammattia. Analyttisyys ja kriittisyys eivät enää riitä, vaan hyvä juttu on myyvä ja vetovoimainen, tunnetasolla koskettava ja aistimellisesti kiinnostava. Tässä suhteessa niin sanottujen laatu- lehtien toimittajat ja arvostettujen asia- ohjelmien tekijät ovat loppujen lopuksi aivan samalla viivalla iltapäivälehtien toimittajien kanssa, sillä jokainen toimittaja joutuu tänä päivänä ajattelemaan entistä enemmän juttujensa vetovoimaa ja houkuttelevuutta.

Käytännössä kysymys on toisaalta ihmisläheisten näkökulmien etsimisestä, toisaalta huomion kiinnittämisestä (audio)visuaaliseen ilmaisuun. Lähivuosina printti- ja sähköisen median rajojen hämärtyminen saattaa entisestään korostaa visuaalisuuden merkitystä, ja tulevaisuudessa verkkomailman ei-lineaarinen rakenne tuo toimittajan työhön omat haasteensa.

Teknologisella kehityksellä on oma – vaikka usein keskustelussa ylikorostunut – vaikutuksensa. Juttujen versiointi yleensä ja erityisesti niiden versiointi välineestä toiseen muovaa lähes huomaamatta sekä journalistin ammattitaitovaatimuksia että journalistin roolia. Vaikka suuren mediatalon arvostetulle erikoistoimittajalle ehkä tulevaisuudessakin riittää se, että hän tuntee oman alansa ja yhden välineen syvällisesti, rivitoimittajan täytyy hallita sisällöntuotanto useisiin eri välineisiin. Esimerkiksi YLE:ssä niin sanottua moniosaamista eli useiden eri välineiden hallintaa pidetään jo nyt niin keskeisenä osana ammattitaitoa, että siitä maksetaan usein enemmän kuin sisältöosaamisesta.

Versioinnin yleistymisen ei kuitenkaan muuta vain teknisiin taitoihin liittyviä vaatimuksia vaan paljon syvällisemmin koko toimittajan ja hänen juttunsa suhdetta. Aiemmin journalisti oli vastuussa omasta jutustaan samaan tapaan kuin taiteilija

Analyttisyys ja kriittisyys eivät enää riitä, vaan hyvä juttu on myyvä ja vetovoimainen, tunnetasolla koskettava ja aistimellisesti kiinnostava.

tai kirjailija on vastuussa teoksestaan. Versioinnin arkistumisen myötä on päädytty tilanteeseen, jossa toimittaja ei läheskään aina edes tiedä, missä kaikissa yhteyksissä hänen tekemänsä juttu julkaistaan tai missä määrin ja millä tavoin hänen keräämäänsä materiaalia käytetään.

Voidaan jopa väittää, että itsenäisestä luovasta ammattilaisesta on tullut toteuttavan tason mediatyöläinen, joka tuottaa raakamateriaalia journalistiseen tuotantoprosessiin. Tuotantokulttuurin murros onkin tarkoittanut sitä, että yksilöt toimivat yhä kiinteämmin tuotantotiimiensä osina. Samalla journalistinen vastuu on osittain siirtynyt toimittajalta hänen työtään ohjaavalle tuottajalle.

Myös toimittajan ja esiintyjän roolien sekoittuminen kertoo journalistin rooliin liittyvistä muutospaineista. Henkilökeskeisen lööppijournalismin aikakaudella yhä useammista tv-journalisteista on kehkeytynyt julkkiksia ja mediapersoonia. Perinteisen tähtitoimittajan ja uudentyypin julkkistoimittajan välillä on kuitenkin olennainen ero, sillä perinteisten tähtitoimittajien loisto perustuu ennen kaikkea heidän erityiseen taitoonsa välittää katsojille jotain olennaista käsiteltävänä olevasta asiasta. Sen sijaan uudet journalistiset mediapersoonat esiintyvät julkisuudessa oman itsensä varassa – tähden loisto lähtee heidän omasta persoonastaan eikä heidän välittäjänroolistaan tai kyvystään nostaa esille toisten persoonallisuuksia.

Uhkaako viihteellistyminen demokratiaa?

Mediatutkimuksen eri suuntauksia edustavat tutkijat näkevät mediamaisen muodonmuutoksen eri tavoin. Niin sanotun kriittisen koulukunnan edustajat katsovat iltapäivälehtien lööppijournalismista vaikutteita saaneen viihteellistymisen, niin sanotun tabloidisaation, levinneen koko mediakenttään. Monet heistä pitävät journalismin viihteellistymistä vakavana uhkana koko poliittisen järjestelmän toimivuudelle. Tämänsuuntaisia puheenvuoroja on viime aikoina kuultu varsin paljon myös Suomessa erityisesti pääministerin yksityisyhdensuojan

ja sananvapauden arvot vastakkain asettaneen oikeusprosessin yhteydessä.

Tabloidisaation eri muotoja analysoinut brittitutkija Colin Sparks erottaa toisistaan kaksi saman ilmiön eri ulottuvuutta, toisaalta aihepiirien ja sisältöjen viihteellistymisen ja toisaalta ilmaisutapojen muutoksen. Sisältöjen osalta kysymys on siitä, että perinteisesti tärkeinä pidetyt yhteiskunnalliset ja taloudelliset aiheet saavat mediassa entistä vähemmän huomiota. Niiden sijaan keskipisteeseen nousevat mediapersoonat, joiden kautta myös yhteiskuntapoliittiset aiheet yhä useammin käsitellään. Sekä politiikan että median tutkijat ovat olleet huolissaan siitä, että viime vuosikymmeninä tästä on syntynyt eräänlainen itseään vahvistava kierre, jossa median viihteellistyminen tukee politiikan henkilöitymistä ja päinvastoin. Pelkona on, että tällä tavoin viihteellistynyt media ja medioitunut politiikka yhdessä rapauttavat koko länsimaisen demokratian sisältäpäin.

Tabloidisaation tyyllinen ulottuvuus pitää sisällään esimerkiksi perinteisten journalismin lajityyppien (faktan ja fiktion, dokumenttien ja tosi-tv:n) rajojen hämärtyksen. Viihteellistymiseen yhdistetään usein myös aistimellisen houkuttelevuuden korostuminen, mikä voi tarkoittaa esimerkiksi visuaalisuuden merkityksen lisääntymistä tekstuaalisuuden kustannuksella. Myös kielenkäytön koodien löyhentymistä ja esimerkiksi niin sanotun arkisen rupattelukielen yleistymistä on pidetty viihteellistymistendenssin merkkeinä.

Lyhyesti sanottuna median viihteellistymisestä puhuttaessa viitataan siihen monilla eri tavoilla ilmenevään kehityssuuntaan, että huomio kiinnitetään asioiden sijaan ihmisiin, järkipäisten perustelujen sijaan tunnepohjaisiin mielikuviin ja taustojen sijaan tapahtumiin. Perinteisesti yksityiselämään kuuluvina pidetyistä asioista, ihmisten tunteista ja kokemuksista on tullut median ydinky-

Perinteisesti yksityiselämään kuuluvina pidetyistä asioista, ihmisten tunteista ja kokemuksista on tullut median ydinkysymyksiä.

symyksiä. Kaikki politiikan ja median tutkijat eivät kuitenkaan allekirjoita ajatusta, että tämä kehitys uhkaisi länsimaista demokratiaa.

Monien muiden feministitutkijoiden tavoin esimerkiksi journalistisen laadun määrittelyjä tutkinut Irene Costera Meijer tulkitsee niin sanotun viihteellistymisen merkitsevän itse asiassa valkoihoisten keski-ikäisten ja keskiluokkaisten miesten hallitseman mediakentän demokratisoitumista. Hän painottaa, että journalismin muotojen arkistuminen ja niin sanottujen tärkeiden asioiden käsittely myös populaarien lajityyppien (esimerkiksi keskusteluohjelmat) ja henkilöiden kautta auttaa erityisesti huono-osaisia ja populaariin muutokieleen tottuneita löytämään kosketuskohtia oman arkensa ja laajojen yhteiskunnallisten kysymysten välille. Itse myös journalistina toimiva Erkki Hujanen on kuvannut ikään kuin tämän prosessin kääntöpuolta väitöskirjassaan, jossa hän arvioi maakuntalehtien levikkien hiipumisen johtuvan osittain siitä, että niiden sisällöt ovat etäänneet ihmisten arjesta.

Viihteellistyminen ei tarkoita rappeutumista

Mielestäni sitä muutosta, mistä yleensä puhutaan journalismin viihteellistymisenä, ei pidäkään yksioikaisesti tulkita demokratian edellytysten rappeutumiseksi. Sen sijaan mediamaiseman muutosta ja siihen liittyvää journalismin muutosta pitää arvioida kriittisesti sen suhteen, miten se vaikuttaa demokratian edellytysten ylläpitämiseen. Tästä näkökulmasta avainasemassa on laajat väestöryhmät tavoittava populaari – mutta ei populistinen – laatumedia, joka pyrkii kertomaan tärkeistä ja olennaisista asioista mahdollisimman helppotajuisessa ja kiinnostavassa muodossa. Tämä tarkoittaa esimerkiksi sen ymmärtämistä, että niin sanottujen järkiperusteiden ja teknis-taloudellisten argumenttien ohella myös ihmisten tunteet ja kokemukset ovat yhteiskunnallisia tosiasioita.

Myös ihmisten tunteet ja kokemukset ovat yhteiskunnallisia tosiasioita.

Yleisradioon kohdistuvia yhteisöllisiä odotuksia käsittelevässä väitöskirjassani Hyvinvointivaltio eetterissä (2006) olen hahmotellut erityisesti julkisen palvelun Yleisradiota ajatellen prosessuaalista laatu-käsitystä, jonka ytimessä on pyrkimys rakentaa keskusteluyhteyttä yhä eriytyneemmissä todellisuuksissa elävien erilaisten yhteiskunnallisten ja kulttuuristen ryhmien välille – ja kohderyhmäajattelun tiivistymisen ja maksu-tv:n suosion kasvun myötä tarve rakentaa tietoisesti edes jossain määrin yhteistä julkisuutta on parin viime vuoden aikana vaan kasvanut.

Toimivan vuorovaikutuksen luominen edellyttää kuitenkin sitä, että kaikki voivat osallistua yhteiseen julkisuuteen omilla ehdoillaan. Se taas tarkoittaa perustavaa laatua olevien yhteiskunnallisten kysymysten käsittelyä hyvin monella tyylillä kaikissa mahdollisissa välineissä (YLE:n tapauksessa sekä nettissä että radiossa ja televisiossa).

On myös hyvä muistaa, että pyrkimys kosketavuuteen ei sinänsä ole ristiriidassa journalismin parhaiden perinteiden kanssa. Toisin kuin tieteessä journalismissa on usein edetty nimenomaan yksityisestä yleiseen, sillä erityisesti laajat yhteiskunnalliset kehityskulut avautuvat parhaiten koskettavien ja herättävien yksittäistapausten kautta. Tässä mielessä koskettavuuden vaatimuksen korostuminen oikeastaan vain vahvistaa klassisia journalistisen osaamisen kriteereitä.

Journalismin laatua voidaan sitten mitata sillä, tyydytäänkö asian käsittelyssä pelkän yksittäistapausten kuvailuun vai taustoitetaanko tapahtuma kunnolla. Sitä paitsi journalistinen laadukkuus ei sinällään suinkaan välttämättä vähennä jutun myyvyyttä vaan ehkä pikemmin päinvastoin – esimerkiksi Saksassa nuori ja koulutettu väki on vähentänyt tv-uutisten katselua juuri sen vuoksi, että he ovat kyllästyneet pinnallisiin ja tihein välein samanlaisina toistuviin uutislähetyskiiniin.

Suomessa suurin median viihteellistymiseen ja journalistin roolin muuttumiseen liittyvä riski onkin

Pyrkimys kosketavuuteen ei ole ristiriidassa journalismin parhaiden perinteiden kanssa.

sekä mediatarjonnan että median käytön jyrkentyvä kahtiajakautuminen. Yhdysvalloissa, Välimeren seudulla ja lehdistön suhteen myös Britanniassa kiulu koulutettujen eliittien suosiman asiapitoisen laatu-mediaan ja viihteellisen populaarin median välillä on paljon syvempi kuin Suomessa ja muualla Skandinaviassa. Pohjoismaissa laajat kansankerrokset ovat sekä lukeneet tilattavia sanomalehtiä että seuranneet suhteellisen asiapitoisia tv-kanavia, joiden perusviireen vahva ja laaja-alainen julkisen palvelun yleisradio toiminta on viime kädessä määritellyt.

Demokratianäkökulmasta katsottuna media-markkinoiden kahtiajakautuminen ei ole suotuisa kehityssuunta. Muun muassa tuoreen kansainvälisen vertailututkimuksen alustavien tulosten mukaan asiajournalismia painottavien julkaisujen ja kanavien kansansuosioilla näyttää olevan yhteys kansanvallan toiminnan kannalta keskeiseen yhteiskunnallisen tiedon tasoon. Tämän voidaan tulkita tarkoittavan myös sitä, että asiapitoisen journalismin laaja suosio on omiaan ennaltaehkäisemään sellaista länsimaisia hyvinvointiyhteiskuntia uhkaavaa demokratian rapautumisilmiötä kuin meritokratiaa eli poliittisen aktiivisuuden keskittymistä korkeasti koulutetuille kansalaisille.

Muutokset kulminoituvat verkkomaailmassa

Journalistin rooliin kohdistuvat muutospaineet näkyvät kaikkein selvimmin verkkomaailmassa. Osa verkkomedian demokraattista potentiaalia korostavista tutkijoista näkee ammattijournalistit suorastaan verkon uusimuotoisen kansanvallan vastustajina. Heidän mielestään omaa asemaansa ja auktoriteettiaan vahtivat ammattitoimittajat mystifioivat journalistista professionalismia ja vähättelevät taktisista syistä monimuotoisen yhteisömedian ja ylipäättään niin sanotun uuden kansalaisjournalismin mahdollisuuksia.

Yksisuuntaiseen tiedonvälitykseen koulittujen ammattilaisten epäillään myös olevan sekä kyvyttömiä että haluttomia todella vuorovaikutteiseen tiedonmuodostukseen ja avoimeen keskusteluun.

Esimerkiksi suomalaiset tutkijat Aleks Neuvonen ja Roope Mokka esittävät julkisen palvelun YLE:n ihanteeksi niin sanottua avointa julkista palvelua, jossa ammattitoimittajat tarjoaisivat 'minimaalista teknistä ja editoriaalista tukea' kansalaisten itseilmaisulle, eräänlaiselle tee-se-itse -journalismille.

Maltilliset nykyisen journalismin kriitikot myöntävät, että ammattitoimittajia tarvitaan edelleen myös verkossa. Heidän mielestään journalistin vertaaminen tiedon auktorisoituun portinvartijaan on kuitenkin auttamatta vanhentunutta ajattelua. Sen sijaan journalistille on tarjolla toisentyypinen asiakaspalvelutehtävä eli oppaan rooli – aikapulasta kärsivän median käyttäjän perusongelmia ovat nimittäin juuri olennaisen erottaminen epäolennaisesta ja tiedon luotettavuuden varmistaminen.

Molemmat kysymykset korostuvat verkkomaailman informaatioviidakossa, jonne periaatteessa kuka tahansa voi tuottaa perinteisten asiantuntijaorganisaatioiden tiedon kanssa kilpailevaa tietoa. Viime aikoina keskustelua verkon 'avoimen lähdekoodin sisällöntuotannon' ja eri alojen ammattilaisten suhteesta onkin käyty varsin tiukoin äänenpainoin. Brittiläis-amerikkalainen yrittäjä-kirjailija Andrew Keen arvosteli viime vuonna kovin sanoin verkkomedian siitä, että amatöörien vapaus lausua julki kaikki haluamansa tuhoaa ammattilaisten mahdollisuudet tarjota kansalaisille asianmukaiselle lähdekritiikille alistettua ja tarkistettua tietoa.

Oppaana toimivalta journalistilta vaaditaan siis edelleen luotettavuutta, arvostelukykä ja asiantuntemukseen nojaavaa auktoriteettia – itse asiassa pitkälti samoja ominaisuuksia kuin journalisti-portinvartijalta. Tässä suhteessa muutos ei ehkä lopulta olekaan niin suuri kuin voisi kuvitella. Toinen asia on sitten se, että verkossa journalistin opasrooli on yleensä pitkälle tuotteistettu. Se on yksi olennainen osa mediatalon luotettavuutta tiedon tuottajana korostavan brändin rakentamista.

Maltilliset nykyisen journalismin kriitikot myöntävät, että ammattitoimittajia tarvitaan edelleen myös verkossa.

Median tiedonvälitys- tehtävän rinnalle ja vähitellen jopa sen ohi on noussut toinen tehtävä: kansalaisten kokemusten välittäminen toisille kansalaisille.

Joka tapauksessa uudentyyppisestä vuorovaikutuksesta median käyttäjien kanssa on tullut yhä keskeisempi osa kaikkien journalistien ammattitaitoa, sillä median tiedonvälitystehtävän rinnalle ja vähitellen jopa sen ohi on noussut toinen tehtävä: kansalaisten kokemusten välittäminen toisille kansalaisille. Tällä hetkellä toimittajilla onkin hyvin vahva rooli kansalaisten kokemusten vaihdon välittäjinä ja ohjaajina. Jatkossa journalistin tehtävä saattaa kuitenkin todella muuttua yhä enemmän kansalaisten keskinäisen keskustelun moderaattorin ja vuorovaikutuksen mahdollistajan tehtäväksi.

Yhteisömedian nousu ja vuorovaikutteisuuden korostuminen asettaa journalistit aivan uuteen tilanteeseen, johon liittyviä ongelmia ja mahdollisuuksia ei vielä ole pohdittu kovinkaan paljoa. Kansalaisten keskinäisten suhteiden välittäjän tehtävä kyseenalaistaa nimittäin koko perinteisen käsityksen toimittajan tehtävästä ja toimittajan roolia muovaavista valtasuhteista.

Perinteisen ajatustavan mukaan eliitit käyttävät valtaa ja kansa on vallankäytön kohde, kun taas journalistit kontrolloivat näiden kahden ryhmän välisiä valtasuhteita. Tällä hetkellä taas journalisti joutuu ottamaan työssään huomioon ennen kaikkea median käyttäjien ja kansalaisten toivomukset ja odotukset. Sekä toimittajien että mediatalojen johdon näyttää kuitenkin olevan vaikea käsitellä analyttisesti tätä tilannetta, jossa paineet nousevat lähtökohtaisesti viattomaksi ja vallattomaksi (vaikkakin ehkä raadolliseksi) mielletystä kansasta.

Onko journalistin asiakas aina oikeassa?

Yhteenlaskettuina kaikki parin viime vuosikymmenen aikana tapahtuneet muutokset – yleisökeskeytyksen korostuminen ja median viihteellistyminen, verkkopalvelujen kasvu ja yhteisömedian nousu ja

kaikkiin näihin liittyvä lisääntyvä vuorovaikutus median käyttäjien kanssa – pakottavat journalistit käymään kriittisesti läpi ammatti-identiteettinsä kulmakiviä. Mitä vallan vahtikoiran rooli tarkoittaa tilanteessa, jossa valtaa käyttävät mediatalojen asiakkaat eli kansalaiset? Onko journalistin tehtävä houkutella asiakkaita talon nettisivuille hintaan mihin hyvänsä? Kuinka pitkälle toimituksen päivän agendan voi rakentaa yleisökysymysten varaan? Onko asiakas aina oikeassa – ja jos on, missä silloin on journalistin yhteiskunnallinen vastuu?

Itsenäistä harkintaa, vastuuta ja kriittisyyttä peräänkuuluttavan ammatillisen perinteen vahva pohja antaa kuitenkin hyvät edellytykset journalistin uuden roolin etsimiseen muuttuneessa toimintaympäristössä. Asioihin ja ilmiöihin kriittisesti suhtautuva journalisti ei tuomitse kaikkea uutta automaattisesti huonoksi eikä toisaalta sorru uutuuksien kritiikittömään hypetykseen.

Arvostelukykyinen ja ammattitaitoinen toimittaja ymmärtää myös sen, että niin sanottujen tavalisten kansalaisten toimintaa ohjaavat aivan yhtä monimuotoiset intressit kuin eliittien vaikutusyrityksiäkin.

Viime kädessä journalistin erottaa muista median sisällöntuottajista se, että vastuullisen journalistin asiakas ei ole aina oikeassa. Olipa toimintaympäristö millainen tahansa, journalistin tehtävä on tarjota yleisölle paitsi sitä, mitä se haluaa, myös sitä, mitä olennaisen tiedon etsimiseen kouliintunut journalisti arvioi sen tarvitsevan.

Vastuullisen, kriittisen ja itsenäisesti ajattelevan journalistin elinmahdollisuuksien säilyminen on myös kansanvallan toimivuuden kynnyskysymys. Toinen demokratian ja journalismin suhteisiin liittyvä ydinkysymys on se, miten tärkeät ja olennaiset asiat osataan tuoda viihteellistyneessä mediamaismassa esille riittävän kiinnostavasti – toisin sanoen, miten opitaan tekemään 2000-luvun populaaria laatujournalismia. ●

JSN:n Pekka Hyvärinen: "LAATUJOURNALISSISSA YHDISTETTÄVÄ"

"Huolestumisbisneksessä pitää aina olla huolissaan jostain", Julkisen sanan neuvoston puheenjohtaja Pekka Hyvärinen vastaa kysymykseen, mitä ilmiötä hän pitää demokratian ja laadukkaan julkisen keskustelun kannalta uhkaavina.

Aivan auvoista elämä ei silti ole. Hyvärinen näkee erityisesti verkossa paitsi demokraattista yhteiskuntaa tukevia myös rapauttavia tekijöitä. "Näen internetissä voimakkaita kansanvaltaa vahvistavia aineksia, kuten sen luonteen avoimena keskusteluforumina. Toisaalta internetin kautta tulee esiin yhä enemmän salatuilla taloudellisilla ja poliittisilla motiiveilla toimivia tekijöitä. Demokratian itsepuolustus on hirveän vaikeaa, sillä se tarkoittaisi ennakkosensuuria ja sananvapauden rajoittamista."

Aihe on herkkä. Kun Hyvärinen ehdotti kesällä Savon Sanomien haastattelussa, että internetin keskustelupalstoille tulisi kirjoittaa omalla nimellä, monella verkkokeskustelijalla nousivat niskakarvat pystyyn.

"Ensi alkuun kimppuuni käytiin aggressiivisesti. Sitten keskustelu alkoi kääntyä ja sain puolustajikin. Sellainen rohkaisee, sillä internetiin tarvitaan pelisääntöjä. Mitään sensuuria en tietenkään hyväksy."

"Toimittajat saivat parkkiintua"

Hyvärisen mukaan toimittajien rooli on muuttunut kansanvalistajasta palvelutehtäväksi. Tätä trendiä hän pitää pääosin myönteisenä. "On hyvä, jos toimittajat kokevat olevansa palvelutehtävässä, mutta heidän tulisi nähdä myös työnsä sivistyksellinen elementti. Muuten kyse on puhtaasti viihdeteollisuudesta."

Hyvärisen mielestä tämän päivän laatujournalismin haasteena on annostella kovaa informaatiota ja elämyksellisyyttä oikeassa suhteessa. Yleisö vaatii kiinnostavia, koskettavia ja tarttuvasti tehtyjä juttuja. "Enää ei eletä pelkästä tiedosta kuten 1960-luvulla."

Palvelualalla työskentely ei tarkoita, että journalisteista olisi tullut pelkkiä vallattomia ajankohtaisten tapahtumien raportteja.

TIETO JA ELÄMYKSELLISYYS”

”Toimittaja on aina vallankäyttäjä. Siksi on hyvä, että heitä arvostellaan, ja toimittajien täytyy tämä kestää. Suomalaisissa televisiotoimituksissa ollaan totuttu ankaraankin kritiikkiin, mutta lehdistön puolella ei samanlaista sietokykyä ole. Olisi hyvä, jos toimittajat vähän parkkiintuisivat.”

Hyvärisen mielestä toimittajien olisi aiempaa ahkerammin pohdittava, mitä he voisivat oppia saamastaan kritiikistä ja palautteesta. Hän tähdentää, että kansalaisten näkemykset ja tiedot pitäisi saada hyötykäyttöön toimituksissa.

”Kannattaa esimerkiksi pohtia, miten kauan yleisö on valmis sietämään massiivista hömpän ja viihteen tarjontaa. Yleisö on kuitenkin se, joka ratkaisee, mikä media menestyy. Toimittajissa kuitenkin yhä sitä henkeä, että ‘me täällä toimituksessa tiedämme parhaiten’”.

Tällaisen ajattelun aika on kuitenkin auttamattomasti ohi. Yleisö on usein yhdessä viisaampi kuin yksittäinen toimittaja.

Syy-yhteydet ja vastuusuhteet esiin

Henkilökohtaisesti Hyvärinen kaipaasi suomalaiselta journalismilta enemmän syy-yhteyksiin ja vastuusuhteisiin pureutuvia analyyseja.

”Pirstäisi nähdä juttuja, joissa näkyisi myös historiallinen aikajänne. Ei oltaisi niin kiinni nykyhetkessä, vaan katsottaisiin ja kerrottaisiin, miten asiat ovat muuttuneet esimerkiksi EU-jäsenyyden aikana.”

Journalismin tulevaisuuden hän näkee olevan lopulta journalistien itsensä käsissä. ”Yleisön perässä juoksemisen sijasta visiot median kehityksestä pitäisi tulla median sisältä”, hän näkee. ●

Jukka Holmberg
johtaja, toimitukselliset asiat ja viestintä,
Sanomalehtien Liitto

VIIHTEELLISTYNYT MEDIAKO VEI ÄÄNESTYSINNON?

Uudenlainen yhteiskunnallinen journalismi ei välttämättä näytä perinteiseltä politiikan uutiselta ollenkaan, mutta palvelee juuri siksi kansalaisia aiempaa paremmin.

Media on viihteellistynyt, ja siksi suomalaiset äänestävät vaaleissa laiskemmin kuin aikaisemmin. Lisäksi media on henkilöitynyt, kaupallistunut ja keskittynyt. Näin väitetään. Ensiksi pitäisi määritellä media ja viihteellistyminen. Sen jälkeen olisi hyvä ottaa huomioon, mitä muita muutoksia maailmassa on tapahtunut viimeisten kahdenkymmenen tai kolmenkymmenen vuoden aikana.

Paitsi mediakenttä, myös Suomi ja suomalaiset ovat muuttuneet hyvin paljon. Elämme erilaisessa yhteiskunnassa kuin 1970- ja 1980-luvuilla, jotka yleensä ovat vertailukohtana kansalaisten poliittista aktiivisuutta mitattaessa.

Jos media toimisi edelleen samoilla periaatteilla, muodoilla ja sisällöillä kuin noina vuosikymmeninä, saisimme olla vielä paljon enemmän huolissamme kansalaisten kiinnostuksesta yhteiskunnallisia asioita kohtaan, puhumattakaan medioiden levikki-, lukija- ja katsojaluvuista. Kun ihmiset eivät enää jakaudu kaikissa toiminnoissaan ryhmiin ensisijaisesti puoluekannan mukaan, ei mediakaan voi tehdä niin.

Median on uudistuttava ajan ja yhteiskunnan mukana, jotta se pystyy vastaamaan kansalaisten

tarpeisiin. Osa tarpeista on tiedollisia, eivätkä ne kaikki liity politiikkaan tai yhteiskunnalliseen vaikuttamiseen. Osa tarpeista on ajanvietteellisiä, viihteellisiä, elämyksellisiä ja yhteisöllisiä, eikä niitäkään ole syytä täysin vähätellä.

Media möhkäleenä ja lööppinä

Mediasta puhutaan yleensä yhtenä möhkäleenä. Media tekee sitä tai tätä, tai sitten media ei tee sitä mitä pitäisi.

Suomalainen mediakenttä on hyvin laaja ja monipuolinen. Sanomalehtiä ilmestyy noin kaksisataa, aikakauslehtiä yli kolme tuhatta, televisio- ja radiokanavia on molempia useita kymmeniä. Lisäksi ovat ilmaisjakelulehdet, kirjat ja elokuvat. Internet on monien perinteisten medioiden uusi jakelukanava ja erittäin tärkeä tiedonhaku- ja kommunikointiväline sinänsä.

Kussakin mediassa on suuri sisäinen kirjo. Esimerkiksi sanomalehtikentässä on lukuisia, osittain päällekkäisiäkin alaryhmiä: valtakunnalliset lehdet, maakun-

Mediasta puhutaan yleensä yhtenä möhkäleenä. Media tekee sitä tai tätä, tai sitten media ei tee sitä, mitä pitäisi.

talehdet, aluelehdet, paikallislehdet, iltapäivälehdet, talouslehdet, puoluelehdet ja muut erikoislehdet. Aikakauslehtiä löytyy joka lähtöön, samoin tv-kanavia. Netissä on vaikka mitä. On vaikea sanoa tarjonnan ainakaan kaventuneen.

Iltapäivälehtien lööpit ovat Suomen levinnein media. Ne kirjaavat tai synnyttävät päivän puheenaiheet. Silti suomalaisen median tai edes lehdistön sisällönanalyysin tekeminen niiden perusteella tekee –hyvässä tai pahassa – vääryyttä koko mediakentälle. Kaikki muut mediat eivät ole yhtä populistisen iskeviä kuin lööpit. Suurin osa mediasisällöistä on paljon niitä maltillisempaa, asiallisempaa ja kuivakkaampaa.

Mitä on viihde?

Median viihteellistyminen on varmasti totta yleisenä piirteenä. Se on ilmennyt selvimmin televisiossa, radiossa, osassa aikakauslehtiä ja iltapäivälehdissä. Usein viihteellisimmät julkaisut ja kanavat ovat menestyneet hyvin saatuaan lisää lukijoita, katselijoita ja kuulijoita.

Mitä viihde sitten on? Ilmeisesti se on jotain kevyttä, kiinnostavaa ja hauskaa, jopa miellyttävää. Ei niin tärkeää. Ajanvietettä tai ajanhukkaa, joka on pois jostakin tarpeellisemmasta. Viihdettä pidetään asian vastakohtana. Uutiset, dokumentit ja keskusteluohjelmat ovat ei-viihdettä, kunhan niissä ei ole mukana liian suosittuja henkilöitä tai asioita. Laulajan kuolemasta ja hautajaisista raportoidaan laajasti lehden viihdeosastolla, koska hän oli julkis. Viihdeuutiset ovat uutisia viihteen maailmasta, mutta faktaa nekin.

Viihdettä kuuluu paheksua, koska sitä kulutettaessa ei tiedosteta omaa asemaa yhteiskunnassa eikä saada monipuolisia aineksia oman maailmankuvan rakentamiseen. Vaaraksi nähdään se, että kansalaiset alkavat pitää viihdejulkaisuissa etusivuille nostettuja asioita oikeasti kaikkein tärkeimpinä. Mutta entäpä jos kansalaiset lukevat viihdejuttuja vain viihteenä? Jospa he osaavatkin erottaa mediasta erilaisia laji-tyyppejä?

Tärkeyskin on suhteellista. Yhteiskunnan ylätasolla tärkeä asia ei välttämättä ole sitä tavalliselle

ihmiselle. Median kuluttajan oma tärkeysjärjestys voi olla toisenlainen, eikä median tekijöiden ole järkevää tätä kokonaan sivuuttaa. Tärkeäksi katsotun tiedon valuttaminen ylhäältä alas ja kansalaisten ”opettaminen” sopivat vanhaan aikaan, mutta nykyisin ei toimi sen paremmin tiedon panttaaminen kuin sen tyrkyttäminenäkään.

Kun ihmisillä on mahdollisuus saada tietoja monista kanavista, eikä heillä ole sosiaalista pakkoa seurata samoja tiedonlähteitä kuin kaikkien muiden, on medioiden tehtävä itsensä aiempaa houkuttelevammiksi. Se tarkoittaa parempaa, kiinnostavampaa ja koskettavampaa sisältöä, kuluttajille sopivia palveluaikoja ja -muotoja ja kilpailukykyistä hintaa. Paluuta aikaan, jolloin koko kansa katsoi kahdelta kanavalta samaa puoli yhdeksän uutislähetystä, ei ole.

Henkilöt esiin

Politiikan journalismi on henkilöitynyt – niin kuin muukin journalismi.

Myös taloudessa, kulttuurissa ja urheilussa ratkaisuja tekevät median mukaan yhä enemmän ihmiset. Jääkiekkouutisen otsikko ei kerro joukkueen voittaneen joukkueen, vaan toimittaja on löytänyt pelaajan, joka nousi ratkaisevaan rooliin. Sitä voisi kutsua myös ammattitaidoksi ja urheilujournalismin laadun paranemiseksi.

Sama toimii politiikassakin. Henkilöiden erilaisten mielipiteiden, käyttäytymisen ja luonteenpiirteiden kertominen julki palvelee kansalaisia. Kun poliittiset puolueet ovat muiden organisaatioiden tapaan yhä johtajavetoisempia, on johtajien henkilökohtaisilla näkemyksillä, ominaisuuksilla ja kyvykkyydellä todellista merkitystä päätösten sisältöön eli siihen, miksi politiikkaa ylipäätään seurataan. Joillakin henkilöillä on selvästi enemmän valtaa kuin toisilla, ja siksi on syytäkin tietää, millaisia he ovat. Tämä ei tietenkään tarkoita, että päättäjien kaikki yksityisasiat olisivat vapaata riistaa tai missään mielessä tarpeellista julkistaa.

Aivan yhtä tarpeellista on raportoida johtajiin kohdistuvasta kritiikistä ja eriävistä mielipiteistä. Se

tuo erilaisia vaihtoehtoja esiin ja synnyttää keskustelua, silläkin uhalla että mielipiteitä esittää henkilö eikä organisaatio. Tätä keskustelua median on synnytettävä välittämättä tippaakaan siitä, kärsiikö jonkin organisaation julkikuvan yhtenäisyys siitä tai ei.

Henkilöimisessä mennään metsään, jos siitä tulee koko politiikan sisältö. Silloin vaaleista tulee vain uusien julkisten valintatilaisuus. Tässä kilvassa voittajia ovat mediaseksikkäimmät henkilöt, täysin riippumatta heidän todellisesta painoarvostaan päätöksenteossa.

Samalla tavalla pielessä ollaan, jos politiikan asiasisällöksi riittää taksikuittien selailu ja virkamattojen synnys. Tällöin tärkeimmät uutiset ovat tyyppiä ”Kansanedustaja ajoi taksilla” ja ”Ulkoministeriön korkea virkamies lensi lentokoneella toiseen maahan”.

Laatu aiheena ja tekotapana

Laadukas journalistinen sisältö on niin sanotun vakavan median, kuten sanomalehtien arvokkain asia. Sillä ymmärretään ainakin luotettavaa, paikansa pitävää, riippumatonta ja asiallista uutisoitua, harkittuja ja perusteltuja mielipiteitä sekä vapaata ja monipuolista keskustelua.

Usein laatujournalismille vedetään yhtäläisysermit aiheeltaan korkeatasoisen, älyllisen ja yhteiskunnallisesti tärkeän journalismin kanssa. Mutta

voiko aihe määritellä journalismin laadun? Suomen eläkejärjestelmästä tai Nato-jäsenyydestä kertova juttu on silloin aina lähtökohtaisesti laadukas, vaikka sen sisältö ei aukeaisi edes kirjoittajalle saatikka lukijalle. Laatu ei voi tarkoittaa vaikeaselkoisuutta, kuivakkuutta, byrokraattisuutta, elitistisyyttä ja merkityksettömien kliseiden toistelua, esimerkiksi poliitikkojen tai yritysjohtajien puheiden julkaisua sellaisenaan.

Laatua pitää tarkastella myös journalismin vastaanottajan näkökulmasta. Mitä juttu hänelle antaa? Tuoko se esiin uusia tietoja, avaako uusia näkökulmia,

saako se ajattelemaan tai toimimaan? Koskettaako juttu lukijaa konkreettisella asiasisällöllä tai tunnetasolla? Onko se hänelle läheinen maantieteellisesti tai muutoin hänen elämäänsä liittyvä? Onko juttu hyvin kirjoitettu, voiko sen ymmärtää? Ovatko tekstit, kuvat ja grafiikat havainnollisia? Onko jutussa ideoita ja oivallusta, joka palkitsee lukijan, saa hänet hyvälle mielelle? Nämä kysymykset ovat laadun kannalta olennaisempia kuin se, kuinka korkeatasoiseksi jutun aihepiiri arvotetaan.

Tärkeys ja kiinnostavuus ovat journalismin kaksi avaintermiä. Myös kiinnostavuus kuuluu laatuun, ja hyvässä jutussa pitää olla molempia elementtejä. Suurin haaste on siinä, että on paljon helpompi esittää kiinnostavia asioita muka tärkeinä kuin tehdä tärkeitä ja vaikeita asioita kiinnostavia. Tässä tullaan journalismin ydintehtävään. Median on etsittävä, ymmärrettävä ja kerrottava yleisölle tärkeitä asioita, vaikka ne olisivat vaikeasti saatavissa ja vaikeasti kerrottavissa.

Asiajournalismia on suomalaisessa mediassa, etenkin lehdistössä, edelleen hyvin paljon. Toinen asia on, kuinka paljon sitä tilataan, ostetaan ja luetaan. Näköharhaa lisää se, että puhumme helposti itsekin siitä osasta mediaa, jonka olemme kiinnostuneena huomanneet.

Arvostetut suomalaiset tiedotusvälineet ovat enimmäkseen hyvin vakavia ja asiallisia. Ne kestävät hyvin sen ”viihteellistymisen”, että Darfurin sodan, Kosovon itsenäistymisen, Vuotoksen altaan ja Venäjän puutullien tapaisten aiheiden ohessa pääuutisissa mainitaan lyhyesti tunnetun kansanedustajan tai formulatähden avioero. Kyse on jälleen huomion kiinnittymisestä.

Kaupallisuus voi parantaa laatua

Sisällön kiinnostavuuden korostuminen liittyy median kaupallistumiseen. Siis siihen, että mediatuotteita myydään kuluttajille ja ilmoittajille niin paljon, että tuotantokustannukset tulevat peitettyiksi ja rahaa jää mielellään jaettavaksi myös osinkoina omistajille. Tämä on yleinen kannattavan yritystoiminnan tavoite.

Laatua pitää tarkastella myös journalistin vastaanottajan näkökulmasta. Mitä juttu hänelle antaa?

Taloudellisen tuloksen tavoittelu on ilmeistä pörssiyrityksillä, mutta tappion tekemistä eivät siedä pitkään muutkaan osakeyhtiöt, perheyritykset tai kotiseutuyhdistykset, jotka lehtiä julkaisevat. Taloudellinen menestys on kautta historian ollut riippumattoman journalismin edellytys.

Kaupallisuuden uumoillaan johtavan journalismin laadun heikkenemiseen siten, että mahdollisimman suuren yleisön tavoittelussa sisällöksi valitaan kaikkein alhaisinta, kaikkia varmasti kiinnostavaa aineistoa, kuten juoruja, seksiä ja väkivaltaa. Jos näin olisi, niin kaikki mediat tekisivät vain sitä. Suomalaisen mediarakenteen ja -sisällön tarkastelu ei tue tätä teoriaa.

Yhtä lailla kaupallisen tuotteen tekeminen voi johtaa myös laadun paranemiseen. Journalismi ei ole kuin mitä tahansa yritystoimintaa, mutta silti voi kysyä, millä muulla alalla tuotteen menekin lisääminen tuo ensimmäisenä mieleen laadun heikentämisen. Yleisempää on tuotteiden kehittäminen, valikoimien lisääminen ja palvelun parantaminen. Tapahtuu myös eriytymistä ja erikoistumista. Erilaisille kuluttajaryhmille suunnataan erilaisia palveluja ja niistä voidaan periä myös erilaisia hintoja.

Lähes koko suomalainen media on yksityisiä yrityksiä, kuten muissakin vapaissa demokratioissa ja markkinatalouksissa. Valtio tukee merkittävästi harvoja jäljelle jääneitä puoluejulkaisuja, joten mielipiteiden kirjo on parlamentaaristen voimasuhteiden mukaisesti varmistettu. Vaikka sanomalehdillä on vahva asema omilla alueillaan, ne ovat kaukana tiedon monopoliasemasta. Kilpailijoita on joka puolella sekä paperilla että sähköisenä, ja lisää on vapaasti perustettavissa, jos vain kysyntää ja tarpeita on.

Politiikan tila ja tarve muuttunut

Mediat ja niiden sisältö ovat vähemmän poliittisia kuin takavuosisikymmeninä. Samanaikaisesti kansalaisten poliittinen aktiivisuus on vähentynyt. Puolueiden jäsenmäärät ovat laskeneet ja vaalien äänestysprosentit ovat presidentinvaaleja lukuun ottamatta pienentyneet. Onko median muutos syytä vai seurausta?

Suomessa on kasvanut ikäluokkia, jotka ovat selvästi hakeneet vastakohtaa 1970-luvun ylipolitisoituneelle kaudelle. Puoluepolitiikka ulottui tuolloin kaikkeen järjestö- ja harrastustoimintaan lasten kerhoja, urheiluseuroja ja raittiuden edistämistä myöten. Puoluekannat jylläsivät alimpienkin virkojen täytössä. Niiden mukaan valittiin myös ruokakauppa ja toimittiin koulujen oppilaskunnissa. Sitten tunnusmerkkinen puoluepolitiikka on vetäytynyt julkisen päätöksenteon ytimeen.

Kansalaisten poliittinen aktiivisuus lisääntyy aina silloin, kun kansakunta tai oma lähialue on jonkin suuren mielipiteitä jakavan kysymyksen edessä. Sellainen oli pitkään valinta markkinatalouden ja sosialismin välillä. Kun tämä kysymys ratkesi jälkimmäisen tappioon, ei samanlaista vedenjakajaa enää ole ollut. Puoluejako pohjautuu edelleen sata vuotta sitten syntyneeseen rakenteeseen, johon vain vihreä liike on tuonut merkittävän lisän sekä uuteen puolueena että nostamalla ympäristökysymykset politiikan keskiöön.

Mikäli ihmisten äänestämättömyyden taustalla on suhteellinen tyytymättömyys vallitseviin oloihin, asia on melko ongelmaton. Jos ihmiset taas ovat menettäneet uskonsa vaikuttamiseen demokraattisen päätöksentekojärjestelmän kautta, on syytä huoleen.

Vaikuttamisen tunnetta vähentää se, että 1990-luvun alun laman jälkeen hallitukset ovat puoluekoostumuksesta riippumatta harjoittaneet hyvin samanlaista politiikkaa. Viimeksi eduskuntavaaleissa oli selvä valintatilanne vuonna 1995, kun oppositio puolue SDP saavutti suuren vaalivoiton vastustamalla porvarihallituksen säästöpolitiikkaa. Noustuaan hallituksen pääpuolueeksi sosiaalidemokraatit päättivät lisäleikkauksista. Sen jälkeen talouspolitiikan vaihtoehdot ovat kutistuneet keskusteluksi veronalennusten suuruudesta. Tässäkin kävi vuoden 2003 vaalien jälkeen niin, että veronalennuksia jarrutelleet keskus ja SDP toteuttivat suuremmat kevennykset kuin oppositioon jäänyt kokoomus oli luvannut.

Edellä kuvatut esimerkit osoittavat, kuinka vaikeaa vaaleja on myydä kansalaisille mahdollisuutena vaikuttaa harjoitettavan politiikan suuntaan.

Joko puolueilla on samankaltainen näkemys järkevän politiikan linjasta tai sitten vaihtoehtoja ei suu- rissa kysymyksissä oikeasti ole. Viestimet näkevät vaalien alla kovasti vaivaa löytääkseen puolueiden väliltä eroja, mutta saalis jää usein aika pieneksi. Ääriliikkeet eivät ole muotia, ja puolueet tavoittelevat samoja keskiluokkaisia äänestäjiä päästäkseen suurimmaksi.

Politiikan tila on todellisuudessa kaventunut, kun markkinatalous on johtanut monenlaisen valtion sääntelyn vähenemiseen. Poliitikot eivät enää päätä esimerkiksi tavaroiden vaihtamisesta itänaapurin kanssa, hintojen korotuksista, korkotasosta tai tehtaiden perustamisesta ja lakkauttamisesta. Rahamarkkinoiden vapauttaminen ja EU-jäsenyyden ovat tiukentaneet valtion budjettipolitiikan liikumavaraa. Kun talouspolitiikka on hyvin pitkälti virkamiesvalmistelun ja EU-raamien mukaista ja ulkopoliitikassa vaalitaan konsensusta, jää julkisen poliittisen keskustelun aiheiksi ennen kaikkea niin sanottuja omantunnon kysymyksiä. Kansanedustajilla on vapaat kädet päättää suhtautumisesta homoliittoihin, ydinvoimaan, uskontoon ja viinaan, ja siksi näistä käydään vilkasta debattia. Puoluekenttä ei kuitenkaan jakaudu näiden kysymysten mukaan, joten valtaakaan ei jaeta niiden perusteella.

Politiikan journalismin muutos

Politiikan journalismikin on muuttunut kahdes- kymmenessä vuodessa. Asioiden kulkua eri päätöksentekoaikavälissä ei kirjata läheskään yhtä tarkkaan kuin ennen eikä jokaisesta eduskunnan täysistunnosta ja kunnan- valtuuston kokouksesta tehdä juttua itseisarvoisesti.

Politiikan seurannassa on aivan oikein pyritty painottamaan päätöksenteon vaikutuksia niin sanotulle tavalliselle kansalaiselle. Päivähoitouudistuksesta kertovaa juttua ei kuviteta siitä päättäneiden poliitikkojen kuvilla, vaan valokuvaaja menee päiväkodin pihalle. Samoin kommentteja voidaan kysyä myös

niiltä, joita uudistus koskee. Päätöksen merkityksen suomentaminen ja vaikutusten laskeminen on politiikan journalismin tehtävää, sen ohella että kerrotaan jo valmisteluvaiheessa erilaiset vaihtoehdot ja kuunnellaan päättäjien perustelut.

Lopputuloksena voi olla juttuja, jotka eivät näytä perinteisiltä politiikan jutuilta vaan paikallisilta ihmisten arkielämää kuvaavilta jutuilta. Tällöin politiikan journalismi palvelee kansalaisia huomattavasti paremmin kuin 1980-luvulla, jolloin suuren maakuntalehden etusivulla saattoi olla uutisotsikko ”Välirikymyskeskustelu päättyi”. Sitä tietoa lukijat olivatkin janooneet.

Asioiden konkretisoiminen lähentelee palvelujournalismia, joka pisimmälle vietyinä opastaa yleisöä pukeutumaan oikein talvipakkasella, laihduttamaan, elämään pitempään ja pitämään parisuhteen kunnossa. Sama suoraan lukijalle kirjoittaminen toimii myös poliittisesta päätöksenteosta raportoidessa. Autoverotuksen muuttuessa hyvä journalismi kertoo enemmänkin kuin poliitikkojen kannanotot: ”Lue, miten eri automerkkien hinta muuttuu!”

Henkilövalinnat ja niihin liittyvä kamppailu ovat toinen politiikan journalismin päälaji. Se saa huipennuksensa presidentinvaaleissa. Kun presidentin valtaa on leikattu, vaalista on tullut melko puhdas henkilövaali, jossa äänestäjät ylittävät poliittisia rajoja viimeistään finaalivehessä. Kuka olisi kiva -kysymykseen on helppo vastata arvioimalla kahden ehdokkaan olemusta, luonteenpiirteitä ja arvo- maailmaa. Äänestysinnostusta lisää se, että vaikei kumpakaan erityisesti kannattaisikaan, voi ainakin äänestää toista ehdokasta vastaan.

Kunnallisvaaleissa paikallinen ja alueellinen julkisuus voi helposti tarttua konkreettisiin, äänestäjiä lähellä oleviin aiheisiin. Valtakunnallisen julkisuuden kannalta ne ovat puolestaan vaikeimmat vaalit. Europarlamenttivaalitkin ovat helpommat, koska niissä voidaan keskittyä valtakunnallisesti tunnettuihin ehdokkaisiin, vaikka aihepiiri sinänsä on etäisempi.

Vaaleihin media panostaa edelleen kiitettävästi, ja politiikka saa niiden aikaan joskus suhteettoman

Päätöksen merkityksen suomentaminen ja vaikutusten laskeminen on politiikan journalismin tehtävää.

suurenkin huomion. Jos politiikan seuranta vaalien välillä jää johtavien poliitikkojen ihmissuhdekiemuroiden tasolle, voi ihmisiä kuitenkin olla vaikea yhtäkkiä paimentaa käyttämään äänioikeuttaan.

Kaiken hyvän asiajournalismin keskeltä politiikan pintaan nousevat entistä näkyvämmiin poliitikkojen yksityiselämän käännökset: erot, yhteenmenot ja lastensaannit. Myös mikä tahansa tavallinen asia saa julkisuutta, kun se sattuu kansanedustajalle, puhumattakaan ”huippupoliitikosta”. Nilkan nyrjähtäminen, katolta putoaminen ja koiran pelastaminen avannosta ovat jo poliitikkojuttujen dramaattisemmasta päästä. Julkisuuteen pääsyyn riittää vaikkapa karaoken laulaminen, moottoripyörän osto, rullaluistelu tai hiihto.

Tyhjänpäiväistä pintajulkisuutta kauhisteltaessa voi esittää vanhan kehäkysymyksen: kenen vika se eniten on – niiden jotka siinä esiintyvät, niiden jotka sitä tekevät vai niiden jotka sitä lukevat? Vastata voi ainakin niin, että jos yksikin osapuoli puuttuisi, ei ilmiötä lainkaan olisi.

Entiset tarpeet, uudet muodot

Politiikan osuus on kaventunut ja yksilöiden oma vastuu elämästään on kasvanut. Kehityksessä on hyväkin, ja journalismille se on tuonut paljon uutta tehtävää ihmisten tiedontarpeen tyydyttämisessä. Viime kädessä sekin on yhteisen päätöksenteon aihe, mikä osa asioista yhteiskunnassa on yhteisesti päätettävää ja mikä yksityistä aluetta. Tämä voi vaihdella ajassa.

Yhteisesti päätettävä osa on piententynyt, mutta toisaalta esimerkiksi ympäristöasioissa kehitys voi mennä toiseenkin suuntaan, jos säännöillä ja kielloilla halutaan määrätä nykyistä enemmän yksittäisiä toimijoita. Samoin yksilöiden eettisen käytöksen alueella on selvästi myös haluja kiristää lainsäädäntöä, vaikka suuntaus on pidempään ollut yhä vapaa-mielisempään yhteiskuntaan. Päättäjien mielipiteitä ja toimintaa näissä ratkaisuisissa ohjaa pitkälti mediassa käytävä kansalaiskeskustelu.

Sanomalehdet ovat edelleen enemmän kuin pelkkiä myyntituotteita. Ne ovat uutis- ja keskus-

telumedioita, joilla on suuri yhteisöllinen merkitys ja yhteiskunnallinen vaikutus. Sanomalehden tilaaminen ja lukeminen rinnastetaan kunnon kansalaisuuden tunnusmerkkinä usein äänioikeuden käyttämiseen. Niillä on myös asiallista yhteyttä siten, että sanomalehteä seuraava kansalainen saa tietoja, joiden pohjalta hänen on helpompi päättää omasta poliittisesta käyttäytymisestään.

Sekä sanomalehtien tilaaminen että äänioikeuden käyttäminen ovat huippuvuosista vähentyneet, mutta molemmat ovat silti kohtuullisen korkealla tasolla. Kumpaankin ovat vaikuttaneet yhteiskunnassa tapahtuneet muutokset, joihin on kyllä reagoitu oikeasuuntaisesti mutta ei ehkä riittävästi. Sekä medialla että puoluelaitoksella on tarvetta kohdata kansalaiset aiempaa paremmin samalta tasolta, kuuntelemalla aidosti heidän kysymyksiään ja mielipiteitään.

Ovatko suomalaiset nykyisin vähemmän kiinnostuneita itseensä vaikuttavista asioista, ympäröivästä yhteiskunnasta ja maailmasta? Tuskinpa. Entä seuraavatko he mediasisältöjä aiempaa vähemmän? Eivät, vaan enemmän. Median ja demokratian tilanearviossa onkin katsottava avoimin silmin myös näiden tarpeiden täyttämisen uusia ilmenemismuotoja.

Ihmiset ovat aktiivisia muutoinkin kuin käyttämällä äänioikeutta, kuulumalla puolueeseen tai liittymällä järjestöön. He toimivat ja ottavat kantaa omilla valinnoillaan, elämäntavoillaan, yhden asian liikkeissä, paikallisissa yhteisöissä, harrastuspiireissä, mediassa ja netissä. Myös median käytössä on uusia tapoja. Esimerkiksi paperisen sanomalehden tilaaminen on edelleen Suomessa poikkeuksellisen vahvassa asemassa, mutta parin viime vuoden aikana myös sanomalehtien verkkopalvelut ovat kasvattaneet suosiotaan kovaa vauhtia.

Vanhat mittarit voivat osoittaa laskusuuntaa, mutta uudet mittarit voivat samaan aikaan näyttää vahvaa plussaa. Ihmiset haluavat edelleen tietää asioista ja vaikuttaa, mutta keinot ovat osin uusia ja ajassa muuttuvia. Ehkä tästä kokonaisuudesta ei sittenkään tarvitse olla niin kovin huolissaan. ●

Jyri Hänninen

Kirjoittaja on 30-vuotias toimittaja ja Sanomien toimittajakoulun oppilas, jolla on tuoreita kokemuksia köyhyydestä.

ELIITTIJOUKOISSA

Suomalaiset journalistit samastuvat liikaa yhteiskunnalliseen eliittiin. Toimittajat elävät turvattua elämää keskiluokkaisissa nukkumalähiöissä, he seurustelevat työssä ja sen ulkopuolella talouden, politiikan ja kulttuurin eliittien kanssa, ja jakavat hyvin pitkälle heidän arvonsa. Useimmilla toimittajilla ei ole käsitystä tai muistikuvaa siitä, mitä on olla huono-osainen Suomessa.

Venäjällä valtavan kansansuosion saavuttanut ja maata yksinvaltaisesti lähes kahdeksan vuotta johtanut ex-presidentti Vladimir Putin on puhunut viime vuosina ”ohjatusta demokratiasta”. Hämärältä tuntuvaa käsitettä ei ole määritelty missään tarkasti, tai ainakaan minä en ole sellaista puheenvuoroa nähnyt. Lyhykäisyydessään ”ohjattua demokratiaa” voinee pitää toimintana, jossa yleisen edun oman näkemyksensä mukaan parhaiten tunteva eliitti tekee päätöksiä kansan puolesta. Vaaleissakin heidät ohjataan äänestämään oikein ajattelevaa eliittiä. Kiehumispisteessä olevassa Pakistanissa kansa kaipaa sen sijaan tuoreen mielipidemittauksen mukaan ”islamilaista demokratiaa”, siis yhteiskuntamallia, jossa oikeusasioissa annettaisiin entistä suurempi rooli islamilaiselle sharia-laille.

Kumpikaan edellä mainituista esimerkeistä ei vastaa suomalaista tai eurooppalaista käsitystä demokratiasta. Täällä kansanvalta tarkoittaa paitsi mahdollisuutta valita johtajansa, myös monia perusoikeuksia kuten vähemmistöjen oikeuksien turvaamista, tasa-arvoa ja valtion sitoutumista turvaamaan kansalaisten hyvinvoinnin. Maailmassa

on monenlaisia demokratiakäsityksiä, jonka lisäksi käsitys demokratiasta muuttuu koko ajan, myös Suomessa.

Demokratian ongelmien pohdinta pinnallista

Kansanvallan kauniin aurinkoisena loistaneelle taivaalle on alkanut kerääntyä synkkiä pilviä. Niin sanotuissa vanhoissa demokratioissa äänestysaktiivisuus ja yleinen kiinnostus politiikkaan ovat laskeneet. Kansalaiset kokevat päätöksenteon etäännyneen heistä ja poliittisten johtajien olevan osa eliittiä, joka elää kaukana heidän arjestaan. Elinkeinoelämän Valtuuskunnan kansallisessa arvo- ja asennetutkimuksessa (2007) 72 prosenttia ihmisistä katsoi, että yksityisillä kansalaisilla on liian vähän valtaa tai mahdollisuuksia vaikuttaa päätöksentekoon. Suomalaiset kokevat olevan vallan käytön kohteita, eivätkä vallankäyttäjiksi. Se ei anna kovinkaan mairittelevaa kuvaa demokratian tilasta Suomessa, etenkin kun ihmiset reagoivat vallan puutteeseen (tai tunteeseen sen puuttumisesta) usein passivoitumalla.

Demokratian kriisiä on pohdittu lehtien palstoilla, politiikkojen keskuudessa, yliopistoissa, ministeriöis-

sä ja ehkä joissakin mattimeikäläisten kahvipöytäkeskusteluissa. Yleensä pohdinta on jäänyt pinnalliseksi. On lähinnä keskitytty miettimään, kuinka äänestysaktiivisuutta voitaisiin nostaa. Jos äänestysinto laskee alle 50 prosenttiyksikön voi kysyä, onko poliittisella vallalla enää kansalaisten hyväksyntää?

Toisaalta pohdintaa demokratian muutoksesta, kuten kansalaisjärjestöjen tai internetin merkityksestä yhteiskunnallisessa keskustelussa, on käyty vielä suhteellisen vähän poliittisen eliitin keskuudessa. Ehkä tässä piilee osasy, miksi poliittiset prosessit eivät enää kiinnosta ihmisiä. Valtaeliitti ja sitä seuraava media puhuvat usein asioista, jotka eivät kansalaisia kiinnosta. Kaiken lisäksi keskustelu käydään kielellä, jota kansalaiset eivät ymmärrä.

Toimivaan demokratiaan liitetään vahvasti sananvapaus ja kriittinen media. Omankin näkemyseni mukaan demokratia ei toimi kunnolla ilman vapaata mediaa. Vapaa media tarvitsee taas demokratiaa. Nämä kaksi asiaa elävät pakollisessa rakkausliitossa, vaikka vallanpitäjien ja median välillä vallitsee – ja tuleekin vallita – usein konflikti.

Sana on vapaa, jos kiinnostaa

Sananvapauden tilaa maailmassa seuraava kansainvälinen lehdistöinstituutti IPI on arvioinut Suomen vuodesta toiseen olevan yksi sananvapauden mallimaista. Suomessa toimittajan työlle asetetaan vain vähän esteitä viranomaisten tai päättäjien toimesta, ja vallan vahtimisen sekä arvostelun pitäisi olla lintukodossamme helppoa. Kylmän sodan päätyttyä tilanne on parantunut entisestään. Jos kirjoittaa kriittisesti isosta itänaapurista, ei tarvitse pelätä presidentin myllykirjeitä. Se on vähentänyt itsensensuuria etenkin politiikkaan liittyen. Suurin sananvapauden rajoitus Suomessa nykyisin on etenkin pienten lehtien ajoittain kokema taloudellinen painostus. Vanha totuus pitää edelleen paikkaansa: paikallislehti voi vapaasti arvostella presidenttiä, muttei paikallista Kauppiasta.

IPI:n näkemys Suomen sananvapaudesta on oikean suuntainen. Suomalaisella journalistilla on

hyvät mahdollisuudet harjoittaa kriittistä journalismia, ainakin tiettyyn rajaan saakka. Tämä ei tarkoita, että Suomessa olisi erityisen ärhäkkä tai mallikelpoisesti toimiva lehdistö. Sananvapautta pitää myös käyttää, eikä vain ylevästi viitata siihen.

Mielestäni suomalaisen journalismin suurimpia ongelmia on toimittajien samaistuminen eliittiin. Toimittajat elävät turvattua elämää keskiluokkaisissa nukkulalähiöissä, he seurustelevat työssä ja sen ulkopuolella talouden, politiikan ja kulttuurin eliittien kanssa, ja jakavat hyvin pitkälle heidän arvonsa. Useimmilla toimittajilla ei ole käsitystä tai muistikuvaa siitä, mitä on olla huonosainen Suomessa. Kuinka moni toimittaja esimerkiksi tietää, minkälaista on hakea toimeentulotukea 2000-luvun Helsingissä? Sen prosessin aikana ei ole ensimmäisenä mielessä, että hyvinvointivaltio hemmottelee kansalaisensa pilalle ja tilalle tarvitaan kovaa kuria ja kannustinloukkojen purkamista.

Vahvimmin samaistuminen eliittiin näkyy toimittajien suhtautumisessa viimeisen vuosikymmenen aikana harjoitettuun talouspolitiikkaan, jossa demokraattisia päätöksiä on perusteltu usein pakkoina, ainoina mahdollisina toimintatapoina. Media on omaksunut eliitin ajattelutavan, jonka takia kriittiset puheenvuorot ovat olleet harvinaisia. Kuitenkin kyse on ollut aina valintatilanteista, demokraattisista prosesseista. Tai ainakin niiden olisi pitänyt olla demokraattisia prosesseja, joissa muillakin kuin valtionvarainministeriön virkamiesten tai OECD:n asiantuntijoiden puheilla on painoarvoa.

Tämä on yksi syy, miksi suomalaisen yhteiskunnan eriarvoistumisesta, tuloerojen kasvusta ja köyhyyden lisääntymisestä on kirjoitettu mediassa aivan liian vähän. 1990-luvun alun laman jälkeisten huimien kasvuvuosien hedelmät ovat hyödyttäneet eniten rikkainta kymmenystä. Keskiluokan realitit eivät sen sijaan ole kasvaneet samassa tahdissa ja köyhien määrä on lisääntynyt. Kyse on suuresta

Suomalaisen journalismin suurimpia ongelmia on toimittajien samaistuminen eliittiin.

yhteiskunnallisesta murroksesta ja kansalaisten oikeustajua koettelevasta asiasta. Se on ilmiö, josta vallan vahtikoirien pitäisi räksyttää. Sen sijaan suomalaisen toimittajakunta on – joitain poikkeuksia lukuun ottamatta – heiluttanut kauniisti häntäänsä, parantanut asentoaan ja ottanut paikkansa vallan lämpimässä sylissä. Pääkirjoitussivuilla kehitystä on pikemminkin haluttu vauhdittaa kuin hillitä. Aihetta ylpeyteen ei ole.

Voi valta, mihin menit!

Vuosi sitten vellonut keskustelu Stora Enson Kemijärven tehtaan lakkauttamisesta on hyvä esimerkki uudesta ajasta, jossa toimittajat ja poliitikot näyttävät olevan yhtä hukassa. Kukaan ei oikein näytä tietävän, missä valta yhteiskunnassa nykyisin luuraa – paitsi talouselämän johtajat, jotka käyttävät sitä siekailematta.

Perinteiset poliittiset instituutiot ovat menettäneet – tai oikeastaan luovuttaneet – globalisaation ja taloudellisen integraation aikana valtaansa talouselämälle. Etelärannasta kajahtaa kovempaa kuin koskaan ja hissiyhtiön johtajat neuvovat mielellään minkälaista yhteiskuntapolitiikkaa Suomessa pitää harjoittaa. Jos neuvot eivät mene jakeluun, otetaan asearsenaaliin uhkailu. Pääkonttorin muutto halvan verotuksen maihin ei ole kaksinen juttu nykypäivän maailmassa.

Yksityiset yritykset hoitavat entistä enemmän tehtäviä, jotka kuuluivat aikaisemmin julkiselle sektorille. Lehtiä lukemalla voisi ajatella, että suurin tähän liittyvä ongelma on lähinnä yksityistämisen, kilpailuttamisen ja ulkoistamisen hitaus. Päätösten merkityksiä tai kansalaisten mielipidettä ei kaikessa kiireessä ehditä pohtia.

Yritykset eivät ole demokraattisia yksiköitä, vaan niitä johdetaan keskiteysti. Yrityksen tehtävä on tuottaa omistajilleen voittoa ja usein muut arvot ovat tälle tavoitteelle alisteisia. Talousjournalismi ja politiikan journalismi, silloinkin

kun se on kriittistä, ei juuri kyseenalaista nykyistä kehitystä. Kuinka paljon päätösvaltaa voidaan luovuttaa yritysten haltuun? Kuinka paljon demokratia kärsii siitä?

Edellä kuvatut muutokset ovat monisyisiä ja vaikeasti hahmotettavia, eivätkä niiden vaikutukset ole kokonaan tiedossa. Tämä tietysti vaikeuttaa toimittajien työtä ja analyysin tekemistä. Se ei saisi estää toimituksia ja toimittajia yrittämästä. Ajan ilmiöiden kuvaamiseen pitäisi tarttua, vaikka sen pohjaksi ei saataisikaan aina aihetta käsitelleen tutkijan tai muun asiantuntijan tyhjentävää mielipidettä.

Kemijärven sellutehtaan ja muiden isojen irtisanomisuutisten yhteydessä on toki annettu tilaa pois potkittujen ja myllerryksen silmissä olevien tunnoille ja mielipiteille. Harmikseni kunnollisia analyysejä en ole juuri lukenut.

Sanomalehdet seuraavat iltapäivälehtiä

Viime vuonna julkaistiin toimittajien Leena Sharman ja Ville Blåfieldin teos *Ken leikkiin* ryhtyy, jossa analysoidaan nykyistä julkiskulttuurua. Tosi-tv-ohjelmien ja juorulehtien kultakaudella jokainen tahtoo saada oman, pop-taiteilija Andy Warholin lupaamat 15 minuuttia kuuluisuudessa (15 Minutes of Fame). Tosin, nykyisin voitaisiin puhua 15 minuutin häpeästä (15 Minutes of Shame).

Yksi suurimpia median murroksia on sisällön viihteellistyminen ja henkilöityminen. Kehitys on läpäissyt koko mediakentän, eikä vain iltapäivälehtiä tai Seiskan tapaisia juorupläjäyksiä. Mitä iltapäivälehdet tänään, sitä sanomalehdet huomenna.

Asiajournalismille ja esimerkiksi politiikan journalismille kehitys on haaste. Poliitikassa ihmiset tekevät päätöksiä ja siksi asioiden esittely heidän kauttaan on sinänsä ymmärrettävää. Samalla näyttää siltä, että henkilöityminen vie huomion pois itse asioista. Kun lehdet keskittyvät pohtimaan pääministerin ”morsianta”,

Hissiyhtiön johtajat neuvovat mielellään minkälaista yhteiskuntapolitiikkaa Suomessa pitää harjoittaa.

Mitä ilta-päivälehdet tänään, sitä sanomalehdet huomenna.

uuniperunaohjeita ja minkäläistä seksiä pääministeri on harrastanut Susan Ruususen (ent. Kuronen) kanssa, alkaa eduskunnan täysistuntojen selostaminen tuntua aika lattealta palstan täytteeltä.

Viime aikoina on pohdittu paljon, minkälainen yksityisyydensuoja johtavilla poliitikoilla voi ja saa olla. Mitä kaikkea esimerkiksi pääministerin yksityiselämästä voi kirjoittaa vain sen takia, että hän on Suomen johtava poliitikko.

Itseriittoinen ja aina oikeassa oleva media ei yleensä nauti siitä että ulkopuoliset neuvovat sitä. Media saa kyllä kritisoida poliitikkoja, mutta jos poliitikko arvostelee äänekkäästi mediaa, on hän astunut väärille varpaille. Entinen pääministeri ja nykyinen Sitran yliasiamies Esko Aho on kuitenkin esittänyt monia mediakriittisiä puheenvuoroja. ”Politiikkahan ei ole ainoa elämänalue. Henkilöityminen näkyy kaikkialla: taiteessa, tieteessä, elinkeinoelämässäkin. Kaikkialla, missä tavoitellaan asemaa ja vaikutusvaltaa”, Aho sanoo *Ken leikkiin ryhtyy* -kirjassa.

Aho katsoo asiaa tietysti omasta näkökulmastaan, entisenä pääministerinä ja nykyisenäkin vallankäyttäjänä. Kriitikkissä on kuitenkin totuuden siemen. 1970-luvun mediakulttuuriin, jossa kekkoset ja muut herrat saivat touhuta kaikessa rauhassa mitä tahansa, kukaan tuskin kaipaa. Mutta pitääkö lukijoilla olla oikeus tietää kaikki politiikoista? Helsingin Sanomien päätoimittaja Janne Virkkunen on suurempi vallankäyttäjä kuin rivikansanedustaja. Pitäisikö Virkkusenkin elämää tarkastella samalla tavalla?

Kriittisyys tarkoittaa suomalaisessa mediassa liian usein ilkeyttä ja päivittäin lööpeillä myytävien ”Iltä-Inkvisitioiden” (kaksinais)moralismia. Poliitikkojen ja muiden vallankäyttäjien on kuitenkin helpompi elää juorujen keskellä kuin joutua vastaamaan asiapohjaisiin, analyttisiin ja haastaviin kysymyksiin. Poliitikkojen toilailuun keskittyvä journalismi ei ole myöskään demokratian etu. Se pikemminkin rapauttaa ihmisten uskoa järjestelmän toimivuuteen ja tekee jo nyt pohjamudissa kylpevästä äänestämisestä entistä vähemmän houkuttelevaa.

Voihan vaaliit!

Mediataloissa on raaputettu monta päänahkaa puhki, kun on pohdittu demokratian elävöittämisestä. Yleensä huoli kansanvallasta herää vaalien läheisyydessä, kun lueskellaan käppyröitä äänestysaktiivisuuden taantumisesta. Ratkaisuksi keksitään, että tällä kertaa kirjoitetaan vaaleista roppakaupalla ja kaikki kansanryhmät huomioon ottaen.

Itse en usko, että ”älä nuku vaalipäivänä” tyyppisellä kampanjajournalismilla on suurta vaikutusta ihmisten osallistumiseen. Vaikka Helsingin Sanomat kirjoittaisi aiheesta hyllymetreittäin, edellisenä iltana juhlimassa ollut nuori, joka on äänestämisen sijaan päättänyt hakea krapulapizzan itselleen vaalipäivänä, ei juokse jutun innoittamana vaaliurnille toteuttamaan ”kansalaisvelvollisuuttaan”. Nuoren käsitys äänestämistä voi hyvinkin liittyä Big Brotheriin tai Idolsiin, ei niinkään eduskunta- tai EU-vaaleihin.

Vaikka Remingtonit ovat vaihtuneet tietokoneisiin, toimituksissa eletään monissa yhteiskunnallisissa asioissa edelleen 1970-luvun tunnelmissa. Demokratia – ja sen suomalainen edustuksellinen muoto – typistyy liian usein vallan instituutioihin kuten eduskuntaan, hallitukseen, presidenttiin sekä Euroopan unioniin. Sen sijaan kansalaisjärjestöt ja muut ei-poliittiset liikkeet ovat edelleen marginaalinen tekijä lehtien palstoilla, vaikka tilanne onkin parantanut viime vuosien aikana.

Mitä tämä kertoo toimituksista ja toimittajista? Onko jollekin epäselvää, että nykyinen maailmanparantajanuori ei ehkä liitykään demareihin tai kokkareihin vaan Amnestyyiin tai Greenpeaceen? Ei tietenkään ole. Mutta miksi kansalaisjärjestöt ja muut yhden asian liikkeet ovat edelleen kuriositeetti lehtien sivuilla? Poliitiikan agenda esitellään edelleen vahvasti poliitikkojen, virkamiesten ja tuttuujen yliopistojen asiantuntijoiden kautta. Talouskasvu. Otetaan Sailas. Verotus. Otetaan Veronmaksajain Teemu

Remingtonit ovat vaihtuneet tietokoneisiin, mutta toimituksissa eletään yhteiskunnallisissa asioissa edelleen 1970-luvun tunnelmissa.

**Eikä pieni
rähinöintikään
ole aika
ajoin pahasta.**

Lehtinen. Ajoneuvoverotus. Otetaan Skallin toimitusjohtaja. Köyhyys. Eikö se Hursti tiedä siitä jotain? Ei turhaan yllätetä lukijaa / katselijaa / kuuntelijaa uusilla kasvoilla ja ajatuksilla.

Kun tuttu uutispuuro vielä paketoidaan mukavan harmaaseen kääröön ja höystetään kielellä, jonka kimuranttisuudesta virkamieskin olisi ylpeä, ei ole ihme ettei yhteiskunnallinen päätöksenteko kiinnostaa. Toimitukset kaipaavat uutta ajattelua ja rohkeutta. Tarvitaan hyviä ja persoonallisia kirjoittajia, jotka uskaltavat laittaa itsensä likoon – siis haastaa vallanpitäjät. Eikä pieni rähinöintikään ole aika ajoin pahasta.

Jos kansalaiset halutaan saada kiinnostumaan politiikasta, onnistuu se parhaiten tekemällä hyvätasoista, kansantajuista ja riittävän kriittistä journalismia sekä käymällä avointa keskustelua vaikeista aiheista ja pakottomalla myös päättäjät siihen.

Journalistin ohjeissa toimittajien ammatillinen asema määritellään niin, että ”(J)ournalisti on vastuussa ennen kaikkea lukijoilleen, kuulijoilleen ja katselijoilleen. Heillä on oikeus saada tietää, mitä yhteiskunnassa tapahtuu.” Minä luen tämän paitsi vahvana mandaattina olla kriittinen ja kansanpuolella, myös suorastaan tähän velvoittavana asiana.

Nettijournalismin suurin haaste on raha

Suomalaisten mediatalojen suhtautuminen internetin lopulliseen esiinmarssiin on ollut hilpeää tai traagista katsottavaa, näkökulmasta riippuen. Vuosikaudet mediatalot olivat tarkkailijan asemassa ja pelkäsivät verkon kehittämisen johtavan jo ennestään laskevien levikkimäärien vieläkin dramaattisempaan pudotukseen. Aivan viime vuosina verkkosivujen kehittäminen on lähtenyt toden teolla käyntiin, ja myös verkkopuolen resurssit on lisätty.

Verkon suurin haaste on raha. Kukaan ei näytä keksivän vippaskonstia, jolla verkkolehden lukijat maksaisivat sisällöstään. Lehtien lukijat opetettiin

ilmaiseen materiaaliin eikä heillä löydy halukkuutta kaivaa kuvettaan. Ja vaikka verkkomainonta lisääntyy koko ajan, muodostaa se edelleen pienen rahavirran lehtien ilmoitustuotoista.

Journalistisesti internetin suurin haaste liittyy paradoksaalisesti samaan tulovirtojen pienuuteen. Jos lehti ei tee tulosta, se ei pysty pitämään riittävän suurta toimituskuntaa. Ja tämä taas rapauttaa journalismin tasoa. Internet on kuitenkin ennen kaikkea mahdollisuus medioille. Hyvälle journalismille on sinänsä yhdentekevää, missä formaatissa se tulee esille, kunhan se tavoittaa lukijat. Internet voi lisätä ja on jo lisännyt toimitusten sekä lukijoiden välistä vuorovaikutusta. Tämän takia lehtien palstoille nousee esille entistä useammin aiheita, jotka aikaisemmin olisivat jääneet pimeään peittoon.

Kansalaisjournalismi ja avoin, kaksisuuntainen keskustelu on vahvuus, mutta se ei tee ammattijournalisteja työttömäksi. Ihmiset kaipaavat edelleen ihmisiä, jotka analysoivat – tai ainakin yrittävät – heille maailmaa ja sen tapahtumia, jalostavat päivän uutisvirran ymmärrettävään muotoon ja vahtivat valtaa.

Halutaan palvelukseen: hyväkroppainen yleisnero

Tässä julkaisussa edustan ”tulevaisuuden nuorta journalistia”. Olen 30-vuotias toimittaja ja ollut alalla jo kahdeksan vuotta, joten aivan noviisi en ole. Enkä voi sanoa edustavani myöskään mitään ryhmää nimeltä ”nuoret journalistit”. Se on yhtä hassu ajatus, kuin viisikymppinen Ilta-Sanomien toimittaja kertoisi puhuvansa kaikkien ”keski-ikäisten toimittajien” puolesta.

Moni tuntemani nuori toimittaja on tullut alalle, koska hänellä on maailmanparantamisen into. Jäsentymätön idealismi vaihtuu tosin liian usein kalkittuun kynnisyyteen, joka on surullista. Yksi syy on nuorten toimittajien työolot.

Mediatalot haluavat nuoria, hyviä, kriittisiä ja demokratiaa edistäviä jour-

Moni nuori toimittaja on tullut alalle, koska hänellä on maailmanparantamisen into.

nalisteja. Vakituista työtä he kuitenkin tarjoavat harvoin, ja yleensä edessä on vuosien pätkätöiden putki. Myös vaatimukset näyttävät kasvavan koko ajan. Jos vielä takavuosina maan suurimman päivälehden päätoimittajaksi pääsi ylioppilastutkinnolla, on tahti kovin erilainen nykyisin. Tällä hetkellä näyttää siltä, että tulevaisuuden nuori journalisti on 18–20-vuotias, pari kolme tutkintoa mieluiten ulkomaisissa yliopistoissa suorittanut yli-ihminen, joka hallitsee englannin, ruotsin, ranskan, saksan, arabian ja kiinan kielen. Hän on uraohjus, mittavan työkokemuksen omaava uomo universale, yleisne-

ro, joka on kriittinen valtaapitäviä mutta ei organisaatiopelleilyä tai Trainers Housen konsulttikieltä kohtaan.

Tietysti on etua, jos olet mies, tai vähintään nätti nainen. Hallitset kaikki tekniikat: kirjoitat napakoita uutisia, hyviä feature-juttuja, olet suvereeni verkossa ja taidat hienosti video- ja valokuvaamiseen. Olet tietysti myös sosiaalisesti kyvykäs, hyvä tyyppi ja Sanomatalon Painobaarin sijaan lähdet työpäivän päätteeksi treenaamaan maratonia varten.

Ja jos aikaa jää, kannattaa se jakaa perheen ja demokratian edistämisen kesken. ●

Johanna Korhonen

Kirjoittaja on *Journalistin* päätoimittaja.

PAKOLLISET TAVIKSET

Tavallisen kansalaisen pienin mahdollinen rooli on kuvatekstittävis.

Demokratian paras tae on kansan äänen saattaminen kuuluviin mediassa, me journalistit ajattelemme. Näinhän meille on opetettu, ja näin moni meistä vilpittömästi usko.

Mutta mikä on kansan ääni? Journalisti-lehdessä selvitimme taannoin, ketkä saavat suunvuoron uutisissa muutamassa tärkeässä tiedotusvälineessä viikon aikana. Tulos ei yllättänyt ketään: puheenvuoroja käyttivät johtavat virkamiehet, poliitikot, asiantuntijat ja järjestöjen johtajat. Fyysisesti he sijaitsivat yleensä Helsingin keskustassa. Valtaosa heistä oli miehiä.

Tämä toimituksissa kyllä tiedetään. Jo pitkään ovat monet toimitukset uusrastaneet saadakseen edellä mainitun herrajoukon lisäksi esiin ne ihmiset, joita kulloinkin käsillä oleva asia koskee. Näille ihmisille on nimi: he ovat tavallisia ihmisiä eli taviksia.

Tavis haetaan hätiin, kun valtakunnallinen media haluaa kuvittaa autoveron muutoksesta kertovaa juttua jollain muulla kuin eduskunnan portaita pitkin

loikkivalla poliitikolla. Taviksen löytää autokaupasta, jossa hän tehtävänsä mukaisesti potkiskelee renkaita tai luo autoihin kaihoisia katseita. Kumpikin toimii lehti- ja tv-kuvassa hyvin.

Mutta kun tavista on kuvattu, häntä pitää myös haastatella. Taviksen pienin mahdollinen rooli on niin sanottu kuvatekstittävis: jutussa puhuvat asiantuntijat ja muu tärkeä väki, mutta eloisan autokauppakuvan alla pipopäinen tavis lausuu jotain haitatonta: ”Mukavahan se olis autoja ostaa jos olis rahaa ja noi verot vähän pienemmät”, taviksen kuuluu sanoa.

Jouduin itse kerran taviksen rooliin rautatieasemalla. Paikallisen lehden toimittaja ja kuvaaja pysäyttivät minut kysyäkseen mielipidettäni eduskuntavaaleista. Niihin oli aikaa pari viikkoa.

”Joko olet päättänyt, ketä äänestät”, toimittaja kysyi. ”Noo, öö, en”, vastasin. ”No joko puolue on kuitenkin tiedossa”, toimittaja jatkoi kannustavasti. ”Noo öö tota ei, oikeen, ku täytyy vielä vähän harmita”, mökelsin totuudenmukaisesti. Samaan aikaan kuvaaja näppäsi kuvan, jossa talvisen tummine silmäanalusineni olin lähinnä väsyneen jättiläispandan näköinen.

Tavis haetaan hätiin, kun valtakunnallinen media haluaa kuvittaa autoveron muutoksesta kertovaa juttua jollain muulla kuin eduskunnan portaita pitkin loikkivalla poliitikolla.

Kyseessä oli siis täydellinen tavishaastattelu. En osannut yhtäkkiä sanoa mitään tolkullista, mutta eipä sitä minulta odotettukaan. Vaalien teemoista, muun muassa taloudesta, ympäristöstä ja perhelainsäädännöstä, olisin osannut sanoa paljonkin, mutta sitä taas haastattelija ei tiennyt. Ja jos olisi tiennyt, ei olisi siltikään kysynyt, koska hänet oli lähetetty kadulle tekemään ”tavallisten ihmisten katugallupia” vaaleista.

Sen hän teki, mutta mitä tämä kaikki hyödytti hänen lehtensä lukijaa? Viisi kiireistä, väsynyttä, huonosti valmistautunutta kansalaista puhumassa höttöjä rautatieasemalla. Tällaisenaan Gallup lähinnä vahvistaa käsitystä, että tavikselta ei oikeasti kannata mennä kysymään mitään.

Tavis kelpaa mediaan myös silloin, kun hän käy esimerkistä, jonkin lajityypin edustajasta. Tässä on meillä rintasyöpätavis, autonomistajavis tai metromatkustajavis. Lapsiperhetavikset kuuluu käydä bongaamassa iltapäivän lopulla päiväkodin pihamaalta, jossa he

tietysti ovat aivan parhaimmillaan luonnehtimaan esimerkiksi hallituksen esitystä perhevapaajärjestelmän uudistuksista. ”Joo, kyllä lapsiperheitä on sorrettu jo pitkään, joo semmosia ne on noi poliitikot, mutta sori, nyt tarttis mennä kauppaan”, perheenäititavis lausuu roolinsa mukaisesti.

Miten me journalistit saisimme kansalaisen äänen kuuluviin oikeasti – eli miten saisimme enemmän irti taviksesta? Tietysti samalla tavalla kuin muistakin haastateltavista. Poliitikkoa, asiantuntijaa tai johtavaa virkamiestä ei yleensä mennä haastatella ilman, että on ensin perehdytty aiheeseen, mietitty kysymyksiä ja teeman sudenkuoppia. Jos joku valmistautuisi taviksen kohtaamiseen samalla perinpohjaisuudella, tulokset olisivat todennäköisesti hyvät.

Sopivan asiantuntevan taviksen löytäminen vaatii enemmän vaivaa kuin puolitutulle virkamiehelle pirauttaminen. Mutta eihän virkamiestäkään haastatella pyytämällä valtioneuvoston tai kunnanviraston puhelinvaihdetta yhdistämään ”ylipäätään jollekulle, joka on teillä siellä töissä”. ●

Tässä on meillä rintasyöpätavis, autonomistajavis tai metromatkustajavis.

Tuomas Rantanen

Kirjoittaja on *Voima*-lehteä kustantavan
Voima Kustannus Oy:n toimitusjohtaja.

JOURNALISMI JA UUSI VALLAN KOLMIJAKO-OPPI

Uuden vallan kolmijako-opin kautta on helppo kuvata median, talouden ja poliittisen ohjauksen välisiä jännitteitä sekä niistä johtuvia demokratian häiriötiloja.

Median kehityksen suhteen Suomessakin näkyvät yleismaailmalliset trendit: median omistuspuhjan keskittyessä ja median poliittisen ohjauksen muuttaessa muotoaan, mediasällöt pyrkivät kaupallistumaan, viihteellistymään, karnevalisoitumaan ja henkilöitymään. Samalla journalistien ammattikuvaan ja sananvapautteen kohdistuu uusia paineita.

Valistusfilosofi paroni Charles-Louis de Secondat de Montesquieu esitti pääteoksessaan *Lakien henki* (1748) vallan kolmijako-opin. Tämä teoreettinen luomus on eri lähteiden välittämänä muodostunut yhdeksi länsimaisen demokratiakäsityksen peruskiveksi. Monarkian vallan rajoittamiseen pyrkinyt Montesquieu keksi siinä erottaa toisistaan lainsäädäntövallan, toimeenpanovallan ja tuomiovallan.

Nykyisissä parlamentaarissa järjestelmissä lainsäädäntövalta ja toimeenpanovalta ovat usein toisiinsa sidottuja siten, että jälkimmäisen suhteen avainroolissa olevan hallituksen tulee nauttia lakeja säättävän parlamentin luottamusta. Toisaalta tuomiovalta saattaa esimerkiksi tuomareiden nimityskäytäntöjen tai valvonnan kautta olla kytköksissä

toimeenpanovallan käyttöön. Tällä tavoin esimerkiksi suomalainen demokratiajärjestelmä on vienyt Montesquieun vallankäyttöalueita toistensa syliin.

Kuitenkin oleellista on ymmärtää Montesquieun keskeinen periaate: eri vallankäyttöalueiden välinen jännite estää vallan liian keskittymisen. Periaate on yhä ajankohtainen, vaikka tämän päivän yhteiskunnassa keskeiset vallankäyttöalueet jäsentyvät käytännössä eri tavalla kuin valistuksen aikaan.

Porvarillinen julkisuus demokratian foorumina

Montesquieun näkökulma on yhteiskunnan juridiseen perustaan ja instituutioihin kytkeytyvä. Toisenlainen painotus demokratiaan saadaan, jos huomio kohdistetaan osallisuuteen.

Sitten antiikin aikojen on demokratian aktiivisten osallisten joukko kasvanut vahvasti rajattua vapaiden miesten ryhmää paljon laajemmaksi. Suurin kiitos tästä lankeaa valistusajan aatteille ja erilaisten viime vuosisadan demokratialiikkeiden – kuten työväenliikkeen, naisliikkeen, mustien vapautusliikkeen, alistettujen kansojen itsenäistymisliikkeiden jne. – poliittisille saavutuksille.

Osallisuuden merkittävän laajentumisen myötä erityinen paine kohdistui siihen, millä foorumilla massojen osallisuus käytännössä olisi mahdollista. Demokratian kannalta kun ei ole olennaista vain muodollinen äänioikeus ja oikeus asettua itse ehdokkaaksi, vaan myös se, että osallisilla on käytettävissään oleellista tietoa mielipiteensä muodostamisen perustaksi.

Nimenomaan kirjapainotaito loi edellytykset sellaiselle monistukseen perustuvalla julkaisutoiminnalle, jonka pohjalta syntyi julkisuuden alue, joka oli suurten joukkojen yhdenmukaisesti saavutettavissa.

Saksalainen yhteiskuntateoreetikko Jürgen Habermas ajoittaa ns. porvarillisen julkisuuden syntymisen 1600- ja 1700-lukujen vaihteeseen. Hän tarkoittaa porvarillisella julkisuudella nimenomaan yhteisten asioiden hoitoon keskittyvää, eri lähteiden kautta tulevista viesteistä koostuvaa ja yleisesti jaettavissa olevaa viestinnän aluetta.

Nykyisen demokratiakäsityksemme kannalta oleellista on, että yleisen tiedonvälityksen ja kansalaiskeskustelun foorumina toimiva julkisuuden alue on mahdollisimman vähän poliittisten päättäjien omissa intresseissään kontrolloimaa.

Kokonaan riippumaton se ei tietenkään koskaan ole. Aina lainsäätäjät, toimenpanovallan edustajat ja tuomioistuimet ovat määritelleet rajaa julkisuuden toiminnalle.

Sananvapauden nimeen vannovissa demokraattisissa järjestelmissä usein julkisen vallan puuttuminen julkaisutoiminnan rajoittamiseen tapahtuu jälkikäteen siten, että selvitetään jonkin julkaistun aineiston laillisuutta. Laillisuuden raja saattaa tämän päivän normaaliolosuhteissa median kohdalla mennä yli esimerkiksi yksityisyyttä loukkaavien, valheellisten tai rikokseen yllyttävien viestien tai erikseen laittomaksi määritellyn pornografisen tai väkivaltaa esittävän aineiston kohdalla.

Olennaista on kuitenkin kysymys rajoitusten perusteista ja niiden julkisuudesta sekä julkisuuden kautta saavutetusta yleisestä hyväksynnästä näille rajauksille.

Julkinen valta ei kuitenkaan säätele vain sisällön kontrollin kautta julkisuuden alueen toimintaa. Koska nimenomaan median monipuolisuutta on pidetty erityisen tärkeänä, on julkisen vallan puolesta usein katsottu tarpeelliseksi ohjailla säädöksillä median liiketoimintaa ja tukea avustuksin median sisällöntuottamista. Poliittisen moniäänisyyden turvaamiseksi on esimerkiksi kehitelty eri puolueiden lehdille jaettavaa tukea.

Samasta syystä yleisradiolaitoksella on etenkin eurooppalaisessa mediakentässä ollut – ja on yhä – suuri rooli. Alkujaan sen takana oli myös kehitteillä olleen tekniikan kalleus, mutta samalla kysymys on ollut siitäkin, että kaupallisten toimijoiden kannattavaksi kokeman sähköisen viestinnän katveeseen jää paljon demokraattisten ihanteiden kannalta tähdellistä viestintää. Tällaisena usein mainitaan paljon kustannuksia tuottavat ajankohtais- ja kulttuuriohjelmat sekä erilaisille vähemmistöille räätälöity tiedonvälitys.

Media on valtapelikenttä

Nykyinen porvarillisen julkisuuden alue siis toimii nimenomaan myös vallassa olevan poliittisen päätöksenteon arvioinnin kenttänä. Vallassa oleva poliittinen päätöksenteko kokee tämän suojelemisen ja tukemisen arvoiseksi, koska se osaltaan luo politiikan pelisääntöjä, seuraa niiden noudattamista ja on tärkeä osa koko systeemin legitimitettä. Demokratiassa nimenomaan vapaa mediakenttä turvaa opposition ja erilaisten eturyhmien ja kansalaisaloitteellisuuden aseman.

Porvarillisen julkisuuden keskeinen idea on siinäkin että siellä aktiivisesti toimivat operaattorit voivat olla myös yksityisiä toimia, joilla on omaan viestintäänsä omia intressejä. Silloinkin kun yksityinen media korostaa riippumattomuuttaan kaikista poliittisista ja taloudellista toimijoista, median kustantamiseen liittyy aina liiketoiminnal-

Demokratiasa vapaa mediakenttä turvaa opposition ja kansalaisaloitteellisuuden aseman.

Sponsorit ovat pyrkinneet siirtymään ohjelmien mainostauoilta ohjelmien aiheiksi.

linen näkökulmansa. Se ohjaa kunkin yksityisen median toimintaa valintoihin, joiden kautta saavutettavat tuotot ovat sellaisia, joilla toiminnan jatkaminen on taloudellisesti kuluja ja voitto-odotuksia vastaavaa.

Median tuottaminen saattaa liittyä myös liiketoimintaan, jonka tavoitteet saattavat tietoisesti tai tiedostamatta ohjata median sisällöntuotantoa tai erilaisten tietojen esillepanon järjestelyä. Esimerkiksi nykyään on tavanomaista että saman mediaperheen toimijat promoavat toisinaan omissa media-aineistoissaan. Tämä ei tapahdu vain ilmoituksissa, vaan myös toimituksellisissa aineistoissa.

Median tuottamisen kustannuksia etenkin kaupallisen sähköisen median alueella on pyritty kattamaan erilaisella yritys yhteistyöllä. Viime vuosina se on näkynyt yhä selvemmin siinä että osatuottajat ja sponsorit ovat pyrkinneet siirtymään ohjelmien mainostauoilta ohjelmien aiheiksi tai muuten näkyviin niiden sisällä.

On myös tutkittua näyttöä siitä, että medioilla on taipumusta tavalla tai toisella painottaa uutisointiaan sellaisissa aiheissa, joilla on oman omistajayrityksen kannalta liiketoiminnallista merkitystä. Esimerkiksi Suomessa Juha Herkman on mielenkiintoisessa väitöskirjassaan *Kaupallisen television ja iltapäivälehtien avoliitto. Median markkinoituminen ja televisoituminen* osoittanut tällaista tapahtuneen suurimpien kotimaisten mediatalojen uutistoiminnassa ja muussa niiden käymässä mediakeskustelussa neljännen televisiokanavan kohtalosta.

Tiivistäen voi todeta, että samalla kun media on poliittisen ja taloudellisen vallan arvioijana keskeisessä roolissa, se on myös poliittisten ja taloudellisten intressien olennainen kamppailukenttä. Media ei siis ole puhdas pöytä jossa vapaat demokratian osalliset pyrkivät parhaaseen yhteiseen tulkintaan kiistanalaisista asioista, vaan moninainen ja hierark-

kisestikin järjestäytyneet valtakenttä, jossa jylläävät myös muut tekijät kuin filosofiset arvostiriidat ja argumentaatiotaito. Se on aito valtapelientä, joissa kantajien, vastaajien, asianajajien ja tuomareiden roolit menevät koko ajan sekaisin.

Vallankäytön uudet alueet

Edellä mainittua Montesquieun vallan kolmijakopin peruseriaatetta voi soveltaa media-ajan yhteiskuntaan niin, että perinteisten lainsäätämisen ja soveltamiseen liittyvien vallankäyttöalueiden sijaan huomion kohteeksi valitaan keskeiset nykyiset vallankäyttöalueet.

Silloin yksi alue on poliittinen päätöksenteko. Sen rajausta kannattaa tulkita laajasti siten, että siihen sisältyy ainakin perinteisen lainsäädäntö- ja toimeenpanonvallan ja edustuksellisten instituutioiden ohella myös muodollisia edustuksellisia rakenteita haastavat etujärjestöpainostuksen ja kansalaisosallistumisen alueet.

Toinen uusi vallankäyttöalue on talous. Se tuottaa yhteiskunnallista dynamiikkaa, joka nojaa etupäässä yksittäisten toimijoiden rajallisten intressien kohtaamiseen taloudellisen kilpailun kautta. Tällä alueella omina operaattoreinaan toimivat myös kaupallisten toimijoiden viiteryhvät alkutuottajista välittäjäportaisiin ja tietenkin kuluttajat omine yhteenliittymineen.

Kolmas alue on media, joka toimii paitsi näiden kahden muun alueen kriittisenä arvioijana, myös niiden sisäisten ja välisten jännitteiden keskeisenä kamppailufoorumina. Median erityisrooliin kuuluu, että sen voidaan odottaa tarkastelevan myös kriittisesti sitä, kuinka tietoa mediassa itsessään käsitellään ja kuinka erilaiset ulkoiset intressit tähän käsittelyyn vaikuttavat – tai ainakin pyrkivät vaikuttamaan.

Median vallankäyttöalueen voi senkin pilkkoa erilaisiin vaikutusportaisiin, aina keskittyneen tiedonvälityksen pullonkauloja päivystävistä kansainvälisistä uutistoimistoista paikallislehden toimitussihteereihin ja kuvallisen ja tekstuaalisen sisällön primäärituottajiin – omasta tuotoksestaan

osaamisellaan ja ammattietiikallaan vastaaviin journalisteihin.

Tässä vallan uudessakin kolmijako-opissa oleellista on se, että näiden vallankäyttöalueiden pitäminen tietyssä mielessä erillään toisistaan on demokratian kannalta hyödyllistä. Kokonaan tämä ei tietenkään ole mahdollista, koska median tuottaminen nojaa yleensä käytännössä joko yksityisen liiketoiminnan intresseihin tai poliittiseen tukeen tai molempiin yhtä aikaa. Poliittinen järjestelmä säädöksin ja kansainvälisen talouden paineessa jäsenyivät kustannusmarkkinat sanelevat viime kädessä ne reunaehdot, joissa median toiminta on mahdollista.

Oleellista tässä kolmen uudelleen määritellyn vallankäyttöalueen asetelmassa on periaate, jonka mukaan yhtäällä politiikka ja talous eivät saa mennä liian sitovasti ristiin, ja toisaalla journalistisen sisällöntuottamisen tulee olla riippumaton journalismin rakenteellisesta perustasta, siis näistä kahdesta muusta alueesta.

Medialla on siis omaa journalistisen työn itseliseksi oletettuun asemaan ja käytäntöön perustavaa valtaa. Asetelman suurin haaste on siinä, että journalistisen riippumattomuuden takeena voi käytännössä olla lähinnä median kollegiaalinen pelisääntöjen luonti ja seuranta.

Media ja demokratian häiriötilat

Uuden vallan kolmijako-opin kautta on helppo kuvata tiettyjä demokratian häiriötiloja. Esimerkiksi, jos poliittisen päätöksenteon asema saa suhteessa liikaa valtaa talouteen ja median nähden, ollaan lähestymässä yhteiskuntaa, missä taloudellisen toiminnan ja sananvapauden rajat tiukkenevat.

Sosialismin nimeen vannoneissa totalitäärisen yhteiskunnan malleissa – kuten Neuvostoliitossa – demokratian mittana nähtiin suljetun poliittisen päätöksentekoaalueen vallan korostus yli muiden vallankäyttöalueiden. Teoreettinen ja ideologinen ajatuskulku kulki suunnilleen niin, että talouteen liittyvän yksityisen itsekkyyden nujertamisen katsottiin oikeuttavan sekä talouden että julkisuuden

alueen näivettämisen itsenäisinä vallankäyttöalueina. Tämän lähtökohdan vaikutukset ihmisoikeuksiin, aitoon osallisuuteen ja talouden toimintakykyyn ovat tunnettuja.

On myös käytäntöön sovellettuja malleja, joissa yhteiskunnan poliittinen valta dominoi median vallankäyttöaluetta, mutta ei niinkään talouden vallankäyttöaluetta. Tällaista mallia soveltaa nykyisin Kiina, jossa politiikan ja kansainvälisen talouden täydellinen ylivoima mediaan nähden on kiistatonta – kuten myös siitä seuraavat ongelmat.

Jos määrävään asemaan on puolestaan nousemassa talous yksinään, syntyy jännite jossa poliittisen päätöksenteon riippumattomuus taloudellisista toimijoista vaarantuu. Toisaalta samaan aikaan media keskittyy tavalla, jossa tiedonvälityksen monipuolisuus ja sisällöllinen haastajuus taloudellisiin voimiin nähden heikkenee.

Jos talouden valta suhteessa median kasvaa hyvin korkeaksi, yleensä sen valta politiikankin puolella nousee suureksi: median kautta muodostuva laajemmin jaettu kuva poliittisen päätöksenteon luonteesta vääristyy helposti taloudellisten toimijoiden ajamien intressien ja arvojen mukaiseksi tai ainakin sellaiseksi, että osa oleellisesta kritiikistä jää marginaaliin.

Tunnettuja ovatkin esimerkit missä isojen mediatalojen taloudellisista pyrinnoista on johdettavissa poliittisia intressejä, joilla taas on voitu todeta olevan merkitystä näiden tiedotusvälineiden uutisointiin. Tällaista kytkentää näyttää erityisesti esiintyvän kansainvälisten konfliktien, suurien kansainvälispoliittisten sopimusten, ympäristökysymyksen tai vaikka merkittävien vaalien yhteydessä.

Tällainen tilanne on ajankohtainen USA:n valtavirtamedian alueella. Amerikkalaisen – ja kansainvälisen keskittyneen median kohdalla muutenkin – olennaista kuitenkin on että tasapainottavia, usein päävirran ulkopuolella toimivia mediakanavia on periaatteessa olemassa. Siis toisin kuin aluskasvillisuuden karsimisessa kunnostautuvien avoimen totalitääristen järjestelmien piirissä.

Median keskittymisen hyvät ja huonot puolet

Vapaaksi koetun markkinatalouden tuottamassa medianäkökulmien kaventumisessa kyse on siitä, että haastajamedioiden kyky tavoittaa yleisöään käy median levitysjärjestelmien keskittymisen kautta aina vain vaikeammaksi. Kokonaisuuden tasolla julkisuuden moniohjautuvuus ja viestinnän diversiteetti lähestyykin totalitäärisen yhteiskunnan puutteellisen sananvapauden tilaa. Tosin tässä tapauksessa ei siksi, että poliittinen järjestelmä olisi liian päälleikävä, vaan siksi, että se on liian heikko.

Uuden vallan kolmijako-opin kannalta erityisen varoittavia esimerkkejä median riippumattomuuden suhteen on löydettävissä paljon. Etenkin sähköisen viestinnän alueella media tuntuu keskittyvän yhä vahvempiin kokonaisuuksiin, koska tämän alueen laajeneminen ja kaupalliset sovellusmahdollisuuksien lisääntyminen on ollut räjähdysmäistä.

Median keskittyminen jollekin suuromistajalle ei aina tarkoita journalistisen riippumattomuuden välttämätöntä menetystä. Suurin taloudellisiin

yksiköihin järjestäytyvä toiminta myös jossain tilanteessa tuo resursseja ja lisää journalistisia mahdollisuuksia. Toisinaan se voi myös lisätä riippumattomuutta: median poliittinen ja taloudellinen riippuvuus voi usein olla erityisen suurta pienten paikallismedioiden tasolla, joiden voi olla vaikea suhtautua paikallisiin mahtivaikuttajiin riippumattomasti ilman, että oman toiminnan jatkuvuus vakavasti vaarantuu.

Mutta keskittymisessä on systemaattisen vaaransa. Journalistisen riippumattomuuden aste riippuu usein omistajien arvoista ja yhtiön valitsemista menestysstrategioista. Niissä median journalistinen riippumattomuus ei aina ole keskeinen ihanne. Usein kaupallisen kilpailun kiihtyminen johtaa paineisiin satsata tiedon tuottamisessa ja levittä-

misessä muuhun kuin tiedon laatuun. Toisinaan myös tilaisuus tekee varkaan: median vallankäyttöalueella keskittyvä valta mahdollistaa erilaisia taloudellisia ja poliittisia manöövereitä.

Tunnettu esimerkki on Rupert Murdochin mediaimperiuminsa omistajana käyttämä valta, jossa taloudellinen ominaisuus kulminoituu mediavallaksi, jolla on vahva poliittinen sovellutusala. Murdochin on mediavaltansa kautta usein tulkittu vaikuttaneen ratkaisevasti esimerkiksi parlamentaarisen hallitusvallan vaihtumiseen Isossa-Britanniassa. Tällä hetkellä seurataan mielenkiinnolla, mikä vaikutus Murdochin aktiivisella omistajuudella on talousjournalismiin hänen ostettuaan alan keskeisen lehden, Wall Street Journalin.

Ehkä kaikkein tyylipuhtain esimerkki uuden vallan kolmijako-opin kuvaamasta häiriötilasta liittyy Silvio Berlusconiin taannoiseen valta-asemaan Italiassa. Kuten tunnettua, Berlusconi on pitkään hallinnut omistajana monia keskeisiä yksityisiä mediakanavia eikä hän ole epäröinyt käyttää tätä valtaansa myös näiden medioiden sisällön ohjaukseen omista poliittisista päämääristään käsin.

Toimiessaan maansa pääministerinä Berlusconi on ollut samaan aikaan yksityisen taloudellisen alueen valtansa ohella merkittävää poliittista valtaa, jota hän myös on käyttänyt arkailematta julkisen median sääntelyyn omien taloudellisten ja poliittisten etujensa ajamiseksi. Berlusconiin eri alueilla käyttämään valtaan on ollut vaikea kohdistaa julkista kritiikkiä silloin kun hän on hallinnut eri rooleissaan liki kaikkia välineitä, joilla Italiassa poliittista tai taloudellista vallankäyttöaluetta voidaan kontrolloida.

Myös Putinin Venäjällä näyttää poliittisen vallan keskittyminen johtavan median poliittiseen ohjaukseen. Putinin valta-asema ei kuitenkaan lähtökohtaisesti perustu Berlusconiin tapaan siihen, että hän olisi yksityisen median omistajana päässyt

Journalistisen riippumattomuuden aste riippuu usein omistajien arvoista ja yhtiön valitsemista menestysstrategioista.

Median keskittyminen voi lisätä median riippumattomuutta.

asemaansa aktiivisena mediavallankäyttäjänä.

Venäjän lähihistoriassa sosialistisen valtion romahdus johti taloudellisen kaaokseen, jossa yksittäiset taloudelliset toimijat saivat suuria osia kansallisomaisuudesta itselleen. Putinin kaudella presidenttijohtoiseksi järjestynyt poliittinen valta on tiukentanut otettaan sekä talouden että median suhteen. Samaan aikaan taloudellisista eduistaan huolissaan oleva oligarkien joukko on käyttänyt mediaa ja sananvapautta lyömäaseenaan pyrki- myksenä omien taloudellisten etujensa puolusta- miseen.

Kremlin johtama vallankeskitys on tietynlai- nen kompensatiotoimi sosialistisen järjestelmän romahduksen jälkeen liian pieneksi kehittyneestä poliittisesta päätöksentekoaalueesta. Kun Venäjällä ei ole porvarilliseen julkisuuteen liittyvään sanan- vapauteen, sen enempiä kuin kansalaisosallistumi- seen tai edes vakiintuneeseen puoluelaitokseen no- jautuvaa traditiota, mahdollisuudet tasapainottaa politiikan, talouden ja median keskinäistä suhdetta ovat erityisen epäedullisissa kulmassa.

Vallan kolmijako-opin valossa oleellisinta Ve- näjällä olisi tukea ja puolustaa sekä taloudellisista että poliittisista toimijoista riippumattomia me- diatoimijoita. Niiden kautta voisi toivoa syntyvän sellainen porvarillisen julkisuuden kenttä, joka loisi edellytyksiä avoimelle poliittiselle osallisu- delle. Mutta tämä on helpompaa teoriassa kuin käytännössä: Venäjällä media on jäänyt pahasti keskittyneen ja sulkeutuvan poliittisen päätök- sentekoaalueen ja turbulentissa tilassa olevan talo- udellisen päätöksentekoaalueen välisen jännitteen panttivangiksi.

Median ylivalta

Kolminapaisen vallanjako-opin kolmas sakara, me- dia, voi sekin saavuttaa liian suuren roolin suhteessa talouteen ja politiikkaan. Silloin usein viitataan sii- hen, että mediassa toimijoiden omasta intressistä käsin viihteellistetään, karnevalisoidaan ja henki- löidään politiikkaa tai taloudellisen toiminnan pe- rusteiden avaamista niin, että asioiden rakenteelliset

yhteydet ja todelliset syy-seuraus -suhteet katoavat.

Usein tällainen median dramaturgi- nen ylivirittyneisyys on samalla jonkun poliittisen tai taloudellisen toimijankin etu. Median rooli uuden vallanjako-opin kolmiodraamassa on sikäli erilainen kuin politiikan ja talouden, että sen olemassa- oloa ylläpidetään näiden kahden muun alueen puolelta. Vallanhajuttamisen kannalta kuitenkin oleellista on että tätä ylläpitokytkentää pidetään mahdollisim- man moninaisena ja läpinäkyvänä.

Median vallankäyttöalueen väärä korostus voi näkyä myös siinä, että sen harjoittamassa yhteiskuntakritiikissä ti- laa löytyy lähinnä raflaavien väärinkäy- tösten ja rikollisuuden paljastamiseen. Samaan aikaan koko systeemin perus- rakennetta avaaville ja sen uudistuksia etsiville näkökulmille on usein vaikea löytää tilaa ja aikaa.

Mediavallan vahvistuminen voi näkyä myös sel- laisena kollegiaalisena häveliäisyytenä, minkä takia median omia epäonnistumisia tai poliittis-talou- dellisia kytköksiä ei ole tapana arvioida. Ajatellaan esimerkiksi, että politiikan tai talouden napavaikut- tajien yksityisyyden avaaminen on julkisen vallan avoimuuden takia tärkeä periaate, mutta vastaava avoimuus ei keskeisten mediavaikuttajien kohdalla ole tarpeen. Silloin media itse aliarvioi omaa rooliaan vallankäyttöalueena.

Nykyään median vallankäyttöalueen roolin on- gelmallinen ylikorostus voi liittyä myös yli-ideologi- seen tulkintaan sananvapauden absoluuttisuudesta. Tässä katsannossa sivutetaan se, että sananvapauden vaatimisen avulla usein edistetään muutakin kuin sananvapautta sinänsä.

Mielenkiintoinen tapausesimerkki liittyy tans- kalaisten Muhammed-kuvien julkaisuun. Kysy- mystä kuvien julkaisusta voidaan toki käsitellä pe- riaatteellisena oikeutena minkä tahansa aineiston julkaisemiseen. Mutta tällaiseen sananvapauden

Mediavallan vahvistuminen näkyy kollegiaalisena häveliäisyytenä, jonka takia median omia epäonnistumisia ei arvioida.

**Sanan-
vapaus-
kysymyksissä
journalismin
portinvarti-
joiden vastuu
on erityisen
raskas.**

ideologiseen ajamiseen on leivottu tar-koituksellista antagonismia yleisesti isla-milaista kulttuuripiiriä suuntaan. Tämä taas on tunnetusti ollut omiaan vahvis-tamaan muista syistä idulla ja esillä ole-vien poliittisten konfliktien ohella myös enemmän sanavapauden vastaisia kuin sitä edistäviä toimia. Kysymystä oikeu-desta julkaista tai sanoa jotain ei kannata täysin irrottaa siitä, mikä on julkaisemi-sen tai sanomisen tavoite.

Demokratian kannalta oleellista ei lopulta ole kysymys siitä kuka kuvat jul-kaisee ja kuka ei. Tärkeämpää on se että julkaisemi-seen liittyvät poliittiset ja taloudelliset pyrkimykset ja oheisvaikutukset tulevat myös näkyviin. Ide-ologinen sananvapausfundamentalismi sivuuttaa johdonmukaisesti sen, että sanavapaudella voi aina puolustaa myös demokratian, ihmisoikeuksien ja jopa sananvapauden itsensä vastaisia pyrkimyksiä. Siksi sananvapauskysymyksissä journalismin por-tinvartijoiden vastuu on erityisen raskas.

Mediavaltaa kuvaa sekin että kiikkerän talou-den tilanteessa yksi artikkeli jonkun taloudellisen toimijan mahdollisista vaikeuksista saattaa tuottaa ne vaikeudet, vaikka niitä ennen artikkelia ei olisi sanottavammin ollutkaan.

Median vallankäyttöalueen luonteeseen liittyy se, että mediatoimijoiden kyky tunnistaa oma val-lankäyttöään voi vaihdella suuresti.

Median riippumattomuuden keskeisiä inst-ruumentteja ovat alan kollegiaalisesti omaksumat ammattieettiset käytännöt ja niiden aktiivinen päi-vittäminen ja päivitysten soveltaminen käytäntöön. Journalismin kannalta tärkeää on että ammattietiik-kaa ei sovelleta vain omaan työhön vaan koko me-dian kenttään. Vieläpä erityisesti niiltä kohdin kun median vallankäyttöalue leikkaa taloudellisen ja poliittisen toiminnan vallankäyttöalueita.

Media keskittyy Suomessakin

Suomalaisessa yhteiskunnassa talouden, politiikan ja median keskinäinen jännite on kansainvälisesti

katsoen hyvässä asetelmassa. Liika ylpeys kuitenkin käy tässäkin kohtaa lankeemuksen edellä.

Suomessa media on poikkeuksellisen vähän yleisön sosioekonomisten taustamuuttujien mu-kaan jäsentynyt. Suurin osa suomalaisista seura-a esimerkiksi YLE:n ja MTV3:n uutiskanavia, ja oman alueensa pääsanomalehden yhteiseksi koet-tua julkisuuden aluetta. Samaan aikaan Suomessa myös julkaistaan ja luetaan poikkeuksellisen paljon aikakausi- ja ammatti- ja asiakaslehdistöä. Netin käyttöaste väestöpohjaan nähden on sekin maail-man kärkiluokkaa.

Silti kehitys on vienyt myös ongelmalliseen suuntaan. Viime vuosina Suomessakin median tar-jonta ja kulutus ovat edenneet entistä viihteellisem-pään ja kaupallisten intressien ohjaamaan suuntaan. Samaan aikaan median omistus on pyrkinyt voi-makkaasti keskittymään, mikä on korostanut talou-dellisten intressien vaikutusta mediasisältöihin.

Muutamat mediatilat ovat pyrkineet ja onnis-tuneet saamaan haltuunsa paljon eri toimialojen medioita, joiden työtä on ohjattu uusliberalististen tehokkuusihanteiden mukaan tukemaan toisiaan ristiinpromootion vahvistamisella, toimituksellista työtä rationalisoimalla että erilaisia hallinnollisia toimia yhdistämällä.

Yksityisen median puolella keskeisessä roolissa on ollut Sanoma-konserni, joka on levittäytynyt sa-noma- ja aikakausilehtikustantajan roolista sähköi-seen mediaan, kaupunkilehtiin ja kirjankustantami-sen alueille. Samaan aikaan konsernin hallinnassa on suuri osa median vähittäismyynnin kannalta oleellista jakeluverkostoa.

Sanoma-konserni on perinteinen mediatalo, jonka tuotteiden journalistinen laatu on pääsään-töisesti korkea ja jonka strategiassa on suosittu lin-jaa, jossa oman talon mediat kilpailevat sisällöllisesti keskenään. Silti Sanoma-konsernin merkittävä rooli on suomalaisen median monimuotoisuuden kan-nalta ilmeinen riskitekijä.

Kansainvälisen medialiikeytoiminnan kehityksen myötä Sanomien vahva – ja joitakin osin määrää-vä – markkina-asema Suomessa on houkutteleva.

Semminkin, kun se on viime vuosina laajentanut omistaja-asemiaan vahvasti myös ulkomaisilla media-areenoilla. Mahdolliset muutokset Sanomien omistajarakenteessa voivat nopeastikin vaikuttaa koko yhtiön – ja samalla koko kotimaisen mediakentän – strategioiden uudelleen määrittämiseen.

Sanoma-konsernin vahva rooli mediamarkkinoilla on myös johtanut siihen, että sillä on liiketaloudellisesti ollut intressiä tukkia mahdollisilta kilpailijoilta toimintatilaa. Esimerkiksi talousmedian tai Helsingissä kaupunkimedian alalla sillä on ollut järkevää ylläpitää pahastikin tappiollisia medioita vain kilpailuteknisistä syistä.

Kiihtyvä kamppailu mediamainosten kautta tulevasta rahoituksesta on omiaan tuottamaan tilanteen, missä sisällöllinen kilpailu siirtyy kustannustaloudelliseksi kilpailuksi. Mainosrahojen keskittyessä, sulkeutuu mediatilaa myös uusilta toimijoilta.

Suomessa tulisikin vakavasti miettiä pitäisikö median omistuksen keskittymiselle ja kiihtyvälle markkinaosuuskamppailulle asettaa nykyistä vahvempia rajoja. Tämä on luonnollisesti ajankohtaista myös ylikansallisen päätöksenteon tasolla. Erityisen tärkeä foorumi tässä mielessä on Euroopan unioni, sillä sen jäsenmailla on vahvemmat kulttuuriin ja demokratiaan liittyvät perinteet kuin esimerkiksi amerikkalaisessa tai aasialaisessa ympäristössä.

Suomalaisen lehdistön moniäänisyyttä on vuosien saatossa tuettu eritoten puoluepoliittiselle lehdistölle suunnatuilla valtionavuuilla. Tämän median alueen yleinen merkitys on kuitenkin ollut laskemaan päin. Tuista huolimatta etenkin ennen erityisen vahvan vasemmistolehdistön yleisösuosio on ollut laskemaan päin.

Toisaalta vaikka puolueet edelleen käyttävät keskeistä valtaa muodollisen päätöksenteon kannalta, niiden keskinäiset näkemuserot ovat kaventuneet. Samalla puoluenäkökulmaan sidottu journalistinen työ on alkanut menettää erityisyyttään, raja poliittisesti sitoutuneen journalismin ja puoluepoliittisen promotion välillä on usein epäselvä.

Mediatukien kohdennusta arvioitava uudelleen

Median monimuotoisuuden kannalta olisi tarpeen arvioida mediatukien aiempaa moninaisempaa kohdennusta. Esimerkiksi kulttuuri-, mielipide- ja tiedelehtien alueella vaikuttaa merkittävä määrä puoluepoliittisesti riippumattomia, mutta yhteiskunnallisesti ja kulttuurisesti valtavirtamediaa sisällöllisesti ja näkökulmiltaan rikastavasti haastavia toimijoita. Pienellä kielialueella erikoistuneet osayleisöt jäävät pieniksi ja kaupallisen kannattavuuden rajat tulevat liian nopeasti vastaan. Tämä julkisuuden alue on ansaitsisi selvästi omaa huomiotaan. Esimerkiksi pienilevikkisen median levityksen merkittävä lisätukeminen voisi auttaa tämän alueen yleisöpinnan laajentamista.

Puoluepoliittisesti riippumattoman, mutta poliittisesti relevantin median tukeminen ei kuitenkaan ymmärrettävästi ole ollut puolueiden kannalta yhtä palkitsevaa kuin puoluelehdistön tuista huolehtiminen. Kaupallisenkaan median kiinnostus tällaisen toiminnan merkityksen alleviivaamiseen ei nouse luontevasti sen omasta näkökulmasta.

Vastaavasti olisi hyödyllistä suunnata yhteiskunnan tukia vaativan ja syventävän journalistisen työn tekemiseen, ehkä samalla julkaisufoorumien moninaisuutta tukien. Ajankohtaisen kilpailun ja työelämän olosuhteiden kiristymisen takia journalistien työn tekemisen ehdot ovat kaventuneet kaikissa medioissa. Omien juttujen ja kunnollisen taustoitukseen tekemiseen voisi auttaa vaatimaan journalistiseen työhön myönnettävien apurahojen merkittävä lisääminen. Oleellista olisi samalla miettiä kuinka tällaisten apurahojen kohdennuksessa tuettaisi journalistisen alan autonomiaa suorista taloudellisista ja poliittisista vaikutuspyrkimyksistä.

Nettimedian tuottama kustannustehokas jakeluformaatti luo uusia mahdollisuuksia laajoja yleisöjä helposti tavoittavien julkisuusfoorumien

Median monimuotoisuuden kannalta olisi tarpeen arvioida mediatukien aiempaa moninaisempaa kohdennusta.

Oikea kansalaisjournalismi tarkoittaakin journalistista kiinnostusta sitä kohtaan miten kansalaiset oikeasti ajattelevat, toimivat ja osallistuvat.

luontiin. Nettikulttuurin yleinen kehitys kuitenkin suosivan enemmän pinnallista ja viihteellistä nettikuluttamista.

Netissä journalistisen riippumattomuuden korostamisen sijaan myös jostain syystä journalistisissa ammatitulkinnossakin suositaan usein voimakkaisiin tekijäintresseihin sidottua tiedonvälitystä. Nykyään puhutaan harhaanjohtavasti jopa ”kansalaisjournalismista” kun tarkoitetaan tällaista tee-se-itse -aineistoa.

Mielipiteiden levitys on sinänsä tärkeää ja osa toimivaa julkisuuden vallankäyttöaluetta. Silti omatoimista tiedontuotantoa ei pidä sekoittaa jäänöksettä journalismiin. Journalistiseen näkökulmaan nimittäin liittyy lähtö-

kohtaisesti sellaisten ammatillisten käytäntöjen ja ammattieettisten näkökulmien soveltamisen, joissa taloudellisen ja poliittisen vallankäytöt oletetaan olevan eritellysti esillä. Oikea kansalaisjournalismi tarkoittaakin journalistista kiinnostusta sitä kohtaan miten kansalaiset oikeasti ajattelevat, toimivat ja osallistuvat.

Jos journalismin ammattilaisetkaan eivät laajenevan nettimedian alueelle puolusta journalismin kriteereitä, netti ei laajenna, vaan jopa sulkee journalismin aluetta. Tämä on omiaan hämärtämään julkisuuden vallankäyttöalueen erillisyyttä.

Suomalaisessa sähköisessä mediassa aivan oleellisessa roolissa on ollut YLE, joka on viime vuodet kamppaillut vakavien taloudellisten paineiden kanssa. Digitekniikkaan siirtymisen yhteydessä on lisääntynyt sekä poliittiselta että taloudelliselta vallankäyttöalueelta esitetyt vaatimukset YLE:n rahoituspohjan uudelleen arvioimisesta.

Tässä näkyy vahvasti myös yksityisten medioiden omat taloudelliset pyrkimykset. Kun esimerkiksi Helsingin Sanomien pääkirjoituksessa vaaditaan Yleisradiota väistymään Sanoma-konsernin kanalta kaupallisesti kiinnostavilta sähköisen median yleisöalueilta, voi todella miettiä liikuttaako päätöi-

mittajan kynää asiassa median vai talouden vallankäyttöalueen intressi.

Taloudellisen vallankäytön alueen lobbaus ja painostus saattaa johtaa poliittisen vallankäyttöalueen puolella YLE:n tulevaisuutta koskeviin draamaattisiin päätöksiin. Jos tätä kautta YLE menettä jo muutenkin heikkenevää asemaansa vahvan journalistisen työn tekemisen mahdollistajana ja levittäjänä, suomalaisen julkisuuden vallankäyttöalue jäsenyyty uudella tavalla. Silloin kaupallisen kilpailun määrittelemien kriteerien vaikutus ohjelmien sisältöön kasvaa merkittävästi.

Sisällöt yksipuolistuvat ja kapenevat

Median sisältöjen suhteen Suomessa näkyvät jo nyt yleismaailmalliset trendit. Median sisällöt kaupallistuvat, viihteellistyvät, karnevalisoituvat ja henkilöityvät. Erityisenä vaatimuksena uutis- ja ajankohtaisohjelmien kohdalla ovat nopeus ja huomiotaloudelliset tekijät. Tästä seuraa toimitukselliseen työhön kohdistuva alituinen aikapula.

Taustojen tekemiseen tai omien lähteiden hankkimiseen käytetty aika vähenee ja yhä enemmän uutisvälityksessä joudutaan nojaamaan kansainvälisten uutistoimistojen tai yksittäisten suurten tiedotusvälineiden valmiisiin aineistoihin. Näin juttujen teossa joudutaan luottamaan tuttuihin perusasetelmiin sen sijaan että etsittäisiin uutisiin tuoreita näkökulmia tai päivitetäisiin ilmeiseksi muodostuneiden asetelmien perusteita. Tästä kaikesta seuraa, että tiedonvälityksen sisällöt pyrkivät yhdenmukaistumaan ja kapenemaan ilman, että kukaan edes pyrki suoranaisesti manipuloimaan uutisvälistystä johonkin tiettyyn suuntaan.

Etenkin suurimmassa mediataloissa on resursseja käyttäjä esimerkiksi omia ulkomaantoimittajia, mutta onko niillä rohkeutta suosia journalismia joka asettaa vallitsevat ja vakiintuneet valtarakenteet kriittiseen valoon, jos siihen syytä ilmenee? Uskaltaako laajalevikkinen valtavirtamedia käynnistää poliittisen keskustelun aiheesta ja näkökulmasta, joka ei välttämättä ole sen keskimääräisen lukijan odotettavissa oleva peruskäsitys asioista?

Demokratia edellyttää median monimuotoisuutta

Nykyisessä mediayhteiskunnassa toimiva demokratia edellyttää median monimuotoisuutta. Sitä ylläpidetään pitämällä tiedonvälityksen tuottamisen kaupalliset ja hallinnolliset rakenteet moninaisina.

Toisaalta avainasemassa on journalistisen ammattikunnan halu asettaa kritiikin kohdistin myös median omaan toimintaan ja toiminnan edellytysten ja ammattieettisten arvostusten kehittymiseen.

Uuden vallan kolmijako-opin kannalta olennaista on sekin, kuinka yksittäiset toimittajat ja toimitukset tunnistavat itse oman roolinsa valkankäyttäjinä. Jos alan ammattietiikassa yhä enemmän alkaa painottua journalistinen ihanne, missä oman tulkinnan ja näkökulman sijaan rohkaistaan

itsenäisyyden ja rakenteellisten syy-seuraus suhteiden hallinnan sijaan raflaavia huomiokynnyksen ylittäviä avauksia sekä viihdyttäviä ja estetisoivia elementtejä, journalismin oman alueen todellinen valtamomentti heikentyy. Momentti valuu silloin poliittiselle ja – aivan erityisesti – taloudelliselle vallankäyttöalueelle.

Journalistinen etiikka ei tarkoita vain sitä, että yhteisesti määritellyt normit ja käytännöt ohjaavat, mitä journalisti ei saa tehdä. Erityisen merkittävää on löytää vahva eetos sen suuntaan, mitä journalistin ja journalismin pitäisi tehdä. Tärkeimmät uutiset jäävät usein tekemättä syistä, jotka liittyvät tekemiseen esteenä olevaan olennaiseen valkankäyttöön. ●

Liisa Partio

Kirjoittaja on Mannerheimin Lastensuojeluliiton viestintäjohtaja.

UUTISVIRRASSA, MUTTA SYVEMMÄLLÄ UIDEN

Järjestölehdellä on mahdollisuus ja velvollisuus palvella jäseniä niin, että ajankohtaisiin tapahtumiin tarjotaan taustoittavaa tietoa. Toimituksen on tulkittava ehdotusten ja päätösten vaikutuksia jäsenistön kannalta. Demokratiaa tukisi, jos järjestölehdet saisivat tukea puoluelehtien tapaan.

Järjestölehti on kokonaisuus, jossa jäsenille oleellinen faktatieto yhdistyy jaettuun kokemukseen ja mielipiteiden vaihtoon. Viihteellistyvässä ja pirstoutuvassa mediamaailmassa järjestölehdellä on oma tehtävänsä. Se voi tarjota syvällisempää tietoa rajatusta aiheesta ja hahmottaa laajempia kokonaisuuksia, auttaa ymmärtämään meneillään olevia kehityspolkuja. Järjestölehti voi tarjota lukijoilleen tärkeitä aineksia mielipiteen muodostamiseen ja vaikuttamiseen. Mutta lukeeko niitä kukaan?

Yhdistysrekisterin mukaan Suomessa on noin 127 000 yhdistystä. Hyvin monet yhdistykset, järjestöt ja liitot julkaisevat omaa lehteä. Parhaimmillaan järjestölehti on innostava, keskustelua herättävä ja uutta tietoa tarjoava ammattimaisesti tuotettu julkaisu. Pahimmillaan se on sattuisista kuvista ja toimittamatta jääneistä teksteistä kiireessä koottu nippu. Järjestölehtiä tehdään usein pienillä resursseilla. Kuitenkin järjestömaailmassa lehdellä on arvo sinänsä, se lasketaan jopa perustehtäviin.

Yhdistykset syntyvät yhteisestä vaikuttamisen tarpeesta. Joukko ihmisiä, joita yhdistää jokin yhteinen huoli tai kokemus, löytävät toisensa, keräävät

tietoa, vaihtavat kokemuksia ja pyrkivät vaikuttamaan, jotta ongelmalliseksi tunnistettu tilanne kohentuisi tai vähintään saisi yleistä huomiota. Yhdistykset ja järjestöt toimivat jäsentensä asioiden esille tuojina, edun ajajina ja yhteisen mielipiteen välittäjinä.

Lehti on koettu järjestöissä hyväksi välineeksi tiedon välittämisessä sekä omille jäsenille että päätöksentekijöille. Omaan lehteen voi koota kaikki ne asiat, jotka ovat jäsenten ja vaikuttamisen kannalta tärkeitä. Nykymaailmassa 4–6 kertaa vuodessa ilmestyvä järjestölehti ei kuitenkaan riitä tiedonvälitykseen. Lehtien rinnalle on ollut tarpeen kehittää uusia viestintämalleja.

Sähköiset uutiskirjeet ja monipuoliset, säännöllisesti päivittyvät nettisivustot hoitavat nopean tiedonvälityksen. Hyvin toimitetulle järjestölehdelle jää silti oma tärkeä tehtävänsä.

Vapaa kansalaistoiminta muuttuu mutta elää

Perustuslain mukaan kansanvaltaan kuuluu kansalaisten oikeus osallistua ja vaikuttaa yhteiskunnan ja elinympäristön kehittämiseen. Toimiva ja vireä kan-

salaisyhteiskunta on elinehto aidolle demokratialle. Vapaa yhdistystoiminta on kansalaisyhteiskunnan ydintä. Järjestössä toimiminen antaa kansalaiselle mahdollisuuden osallistua, solmia sosiaalisia verkostoja ja vaikuttaa yhteiskunnalliseen päätökseen.

Järjestön perustehtäviä ovat jäsenistön edunvalvonta, vertaistoiminnan ja vapaaehtoistoiminnan mahdollistaminen, tiedon kerääminen ja jakaminen, kehittämistoiminta, kansainvälinen toiminta ja yhteistyö. Monet järjestöt tuottavat myös erilaisia palveluja.

Järjestöjen tehtävänä on auttaa päättäjiä ymmärtämään kansalaismielipidettä välittämällä tietoa jäsentensä arjen kokemuksista. Erityisen tärkeää järjestötoiminta on sellaisille ryhmille, joiden tarpeet uhkaavat jäädä päätöksentekokoneistossa vaille riittävää huomiota. Esimerkiksi harvinaista tautia sairastavien etujärjestö voi nostaa yleiseen tietoisuuteen ja päätöksentekoon erityistarpeita, jotka muuten jäisivät huomiotta. Ilman kansalaistoimintaa julkinen palveluntarjonta voisi kohdentua liikaa enemmistön tarpeisiin, eikä kansalaisten yhdenvertainen kohtelu toteutuisi.

Järjestötoiminnan yhteydessä puhutaan mielellään myös sosiaalisen pääoman käsitteestä, johon liittyvät sosiaaliset verkostot, toimijoiden keskinäinen luottamus sekä vastavuoroisuuden normit. Kokemus osallisuudesta ja aktiivisesta yhteisestä toiminnasta lisää luottamusta yhteiskuntaan ja demokraattiseen päätöksentekoon. Järjestöjen kuuleminen ja niiden kannanottojen huomioiminen tukee kansalaisten käsitystä vaikuttamismahdollisuuksistaan.

Järjestötoiminnan elävyyttä tulevaisuudessa on moneen kertaan epäilty. Hienon suomalaisen talkooperinteen on arveltu jäävän yksilöllisten tarpeiden ja kiireisen elämän jalkoihin. On totta, että joidenkin järjestöjen jäsenmäärät ovat laskeneet ja varsinkin nuoria voi olla vaikea saada sitoutumaan pitkäjänteisesti jäsenyyteen ja säännölliseen toimintaan. Myös järjestöhallinto kokouksineen ja sääntömääräisine velvoitteineen voi tuntua uu-

sista jäsenistä turhan kankealta. Tämän päivän ilmiöitä on, että puheenjohtajat, hallituksen jäsenet ja muut vastuuhenkilöt vaihtuvat tiheään. Näitä asioita on pidetty osoituksina järjestötoiminnan hiipumisesta. Kuitenkin samaan aikaan syntyy uusia yhdistyksiä ja vapaamuotoisia riippumattomia kansalaisryhmiä.

Ehkä onkin niin, että halu toimia yhdessä ja vaikuttaa, ei ole häviämässä vaan etsimässä uusia muotoja. Tempaukset, projektit, vapaamuotoiset ryhmät, joissa hallinto on mahdollisimman kevyt voi olla uusi toimintatapa, joka kiinnostaa kansalaisia. Netin keskusteluryhmissä syntyneet ja tekstiviesteinä levitetyt tempaukset ovat uudenlaista kansalaisaktiivisuutta. On ryhmiä, jotka ovat löytäneet toisensa nettikeskustelussa ja alkaneet tavata myös kasvotusten. Näissä ryhmissä on uusien yhdistysten, järjestöjen siemeniä. Yhteistä kansalaistoiminnalle on, että se syntyy aktiivisten kansalaisten omasta aloitteesta, vapaaehtoisesti ja usein tilannesidonnoisesti.

Jos halutaan varmistaa kansalaisten aktiivinen yhteiskunnallinen osallistuminen, on syytä luoda kansalaisille ja kansalaisjärjestöille hyvät vaikuttamismahdollisuudet kaikilla päätöksenteon tasoilla. Vaikuttaminen edellyttää sekä helposti omaksuttavaa tutkimustietoa että kokemusperäistä tietoa ja ymmärrystä siitä, miten toimien tulee kuulluksi päätösten valmistelussa.

Lukijatutkimukset antavat valoisan kuvan

Yllättävän moni lukee järjestölehtiä, mikäli lehtien lukijatutkimuksia on uskomisen. Joidenkin liittojen jäsenet mainitsevat lehden jopa tärkeimmäksi järjestöön kuulumisen ja jäsenmaksun maksamisen motiiviksi.

Hyvä järjestölehti tarjoaa oleellista jäsentä kiinnostavaa tietoa, jonka hakeminen muista kanavista voi olla työlästä. Se toimii keskustelufoorumina ja vahvistaa tai muokkaa mielipiteitä. Lehti on muis-

Ehkä onkin niin, että halu toimia yhdessä ja vaikuttaa, ei ole häviämässä vaan etsimässä uusia muotoja.

Järjestölehdellä on mahdollisuus tarjota jäsenilleen myös vertaistukea, antaa esimerkkejä ja samaistumis-kohteita ja lisätä intoa kansalais-toimintaan.

tutus järjestön olemassaolosta ja jäsenen kuulumisesta yhteisöön. Se myös luo yhteistä kuvaa yhteisöstä ja yksilöstä yhteisön jäsenenä. Järjestölehdellä on mahdollisuus tarjota jäsenilleen myös vertaistukea, antaa esimerkkejä ja samaistumis-kohteita ja lisätä intoa kansalais-toimintaan.

Järjestöperinteiden mukaan lehdellä on järjestön toiminnassa arvo sinänsä. Se ei silti saa tarkoittaa, ettei lehden tehtäviä määritellä tai sille aseteta tavoitteita. Tehtävänä voi olla esimerkiksi informoida sidosryhmiä, muokata tai vahvistaa mielikuvaa yhteisöstä tai markkinoida palveluja. Lehden sisällön on oltava järjestön strategiaa toteuttavaa, tavoitteellista

viestintää. Juttuaiheet ja niiden käsittely on mieltävä kohderyhmälähtöisesti ja niin, että lehdessä on riittävän kattava sisältö ottaen huomioon kaikki tärkeimmät sidosryhmät.

Lehden pitäisi olla lukijoilleen kerta toisensa jälkeen muistutus järjestön missiosta: mitä teemme, kenelle, miten ja miksi. On turhaa pantata myöskään tietoa siitä mitä olemme saaneet aikaan. Lehden olisi hyvä pitää esillä myös visiota siitä, millainen järjestö on muutaman vuoden kuluttua kun se on menestyksekkäästi toteuttanut strategiset tavoitteensa.

Yleisaikakauslehden teko turha vaiva

Jotta strateginen näkemys pysyisi kirkkaana, lehden sisällön suunnittelu tulee olla osa järjestön toiminnan ja viestinnän kokonaissuunnittelua. Asiakaslehdissä on yleistynyt malli, jossa lehden toimitus ulkoistetaan viestintä- tai jopa mainostoimistoon. Malli toimii, jos lehti on ulkoistettuna osa strategisten tavoitteiden mukaista viestinnän kokonaissuunnittelua ja tekijät saavat tarvitsemansa tiedot sekä tavoitteista että sidosryhmistä. Jos briiffi eli tehtävänanto epäonnistuu, tuloksena voi olla ammattimaisesti toteutettu lehti, jossa on kyllä kiinnostavia juttuja, mutta tavoitteellisuus puuttuu. Silloin lähettäjän tärkeimmät viestit eivät välity lukijakunnalle.

Järjestön ei kannata hukata vähäiä voimavarojaan yleisaikakauslehden tuottamiseen vaan pysyä uskollisena tehtävälleen. Tämä ei tarkoita, että järjestölehdessä pitäisi koostua pelkästään ohjelmajulistuksista ja sisäisestä tapahtumakalenterista. Tarkoitan uskollisuudella jäsenten ja järjestön perustetävän kunnioittamista aihevalinnoissa ja juttujen näkökulmissa. Niitä teemoja, jotka eivät saa tilaa muussa mediassa, on pidettävä omissa lehdessä esillä.

Järjestölehdellä on mahdollisuus ja oikeastaan myös velvollisuus palvella jäseniä myös niin, että ajankohtaisiin tapahtumiin tarjotaan taustoittavaa tietoa. Toimituksen pitää pystyä uimaan syvemmälle uutisvirtaan ja tulkita ehdotusten ja päätösten vaikutuksia jäsenistön kannalta. Arvokannanottoja tai tiukkoja mielipiteitäkään ei pitäisi kaihtaa, sillä niistä syntyy tarvittavaa särmää herättämään keskustelua. Järjestölehdellä on mahdollisuus myös hahmottaa lukijoilleen prosesseja, joissa päätökset syntyvät, ja seurata asioiden valmistelua pitkäjänteisemmin kuin muu media.

Järjestölehdellä on myös aivan erityinen tehtävä kansalaisvaikuttamisen tukena. Järjestölehdessä yksi perustehtävä osana järjestön toimintaa on vaikuttamiseen kouluttaminen ja järjestötaitojen opastaminen. Samalla tavalla kuin perhelehdet opastavat pihvin paistoon ”Näin se käy” -vinkkijutuilla, järjestölehti voisi neuvoa lukijoitaan kansalaisaloitteiden tekemiseen tai vaalipaneelin järjestämiseen.

Järjestölehdessä on myytävä itsensä

Kilpailu ihmisten vapaa-ajasta on tiukkaa, sillä rajallinen vapaa-aika halutaan käyttää tehokkaasti ja elämyksistä nauttien. Lehdet eivät kilpaile lukijoista vain keskenään, vaan ne ovat mukana taistelussa tilasta kansalaisten päiväohjelmassa. Kun aikaa on vähän ja tietoa paljon tarjolla, lehtien lukeminen on muuttunut silmäilyksi. Vain kaikkein kiinnostavimmat jutut luetaan tuoreeltaan, vain kaikkein kiinnostavimmat lehdet kokonaan.

Teemoja, jotka eivät saa tilaa muussa mediassa, on pidettävä omissa lehdessä esillä.

Yleinen vaurastuminen lisää lehtien ja markkinointipostitusten määrää. Kodin postiluukusta sujahtaa luettavaksi paitsi itse aktiivisesti valitut ja tilatut lehdet myös pyytämättä postitettavat suoramarkkinointikirjeet, ilmaisjakelulehdet ja asiakaslehdet. Niiden joukossa huomiota hakee järjestölehti.

Pärjätäkseen järjestölehden tekijöiden on opittava myyntitaitoja: lehden on erotuttava ja myytävä itsensä ja järjestön toiminta aina uudestaan lukijoilleen.

Viihteellistyvässä ja pirstoutuvassa mediamaailmassa järjestölehdillä on tilaisuutensa kasvattaa merkitystään. Se kuitenkin edellyttää toimintatapojen kriittistä tarkastelua: järjestön ja sen lehden on elettävä jäsentensä tahdissa. Luutuneista toimintamalleista ja totutusta toimituspolitiikasta sitkeästi kiinni pitävä järjestö huomaa jäsenten etsiytyvän joustavampaan ja kuuntelevampaan ympäristöön.

Pärjätäkseen järjestölehden tekijöiden on opittava myyntitaitoja.

Järjestölehtien keskeinen haaste on riittävien voimavarojen varmistaminen. Voimavaroilla tarkoitetaan sekä mahdollisuuksia ylläpitää ja kehittää toimituksellista osaamista että riittävää taloudellista panostusta. Muun median tarjotessa visuaalisia elämyksiä, järjestölehdetkään eivät voi luottaa tekstin voimaan, vaan tarvitsevat ammattikuvaajia ja taittajia avukseen. Tähän kaikkeen tarvitaan rahaa.

Hallitusneuvottelujen tuloksena puoluelehtien tukipotti kasvoi 4,2 miljoonalla vuonna 2008. Tämän lisäksi tuetaan ruotsinkielistä uutistoimintaa. Jos halutaan varmistaa kansalaisten aktiivinen yhteiskunnallinen osallistuminen, sitä on syytä tukea. Vaikuttaminen edellyttää tietoa ja käsitystä siitä, miten kansalainen voi tulla kuulluksi. Järjestölehdillä on aivan oma erityinen tehtävänsä kansalaistoiminnan aktivoimisessa, tukemisessa ja kehittämisessä. Olisiko jo aika saada puoluelehtien ohella myös järjestölehdille tukea? ●

Aki Asola

Kirjoittaja on eduskunnan tiedottaja, joka on aiemmin työskennellyt demokratian vastuualueella ja toimittajana lehdistössä.

Päätössanat: DEMOKRATIA TARVITSEE JOURNALISMIA

Toimiva demokratia ei vaadi täydellisiä journalisteja eikä täydellisiä kansalaisia.

Demokratia on suurelta osin puhumista, kuuntelemista ja äänestämistä. Sananvapaus on avoimen yhteiskunnan eilinehto, ja moderneissa demokratioissa julkinen keskustelu käydään pääosin tiedotusvälineiden välityksellä. Niin suurten kuin pienten medioiden vastuulla on joukko demokratian toimivuuden kannalta kriittisiä tehtäviä, joissa ne voivat joko onnistua, epäonnistua tai osoittautua yhdenkiviksi. Siksi journalismin ongelmat ovat ennen pitkää demokratian ongelmia.

Avoimessa yhteiskunnassa tiedotusvälineet nimensä mukaisesti välittävät sekä eliiteille että kansalaisille tietoa, jonka perusteella nämä tekevät yhteisöään koskevia valintoja ja päätöksiä. Lisäksi tiedotusvälineet valvovat vallanpitäjiä, nostavat esiin yhteiskunnallisia epäkohtia ja tarjoavat tilaa uusille ja vaihtoehtoisille näkemyksille maailmasta. Journalistin ohjeissa tämä kaikki todetaan napakasti. ”Journalisti on vastuussa ennen kaikkea lukijoilleen, kuulijoilleen ja katselijoilleen. Heillä on oikeus saada tietää, mitä yhteiskunnassa tapahtuu.”

Arvokkaat sivutuotteet

Vakavan journalismin yllä häilyy kuitenkin haamu – markkinatalouden haamu. Monet tämän julkaisun kirjoittajista esittävät huolen koventuneen, voisiko sanoa jopa julmentuneen, kilpailutilanteen vaikutuksista asiajournalismille. Demokratiaan ja markkinatalouteen perustuva yhteiskuntajärjestelmä on ainoa tapa taata julkisesta vallasta riippumattoman, vapaan median olemassaolo. Korkeatasoinen, moniääninen ja rehellinen tiedonvälitys tarvitsee markkinoiden suomaan tilaa. Riippumattomien tiedotusvälineiden tehtävänä on luoda nämä ”ajatusmarkkinat”, joilla ideoita, faktoja ja näkemyksiä vertaillaan ja kilpailutetaan. Terve kilpailu kuuluu demokratiaan yhtä olennaisesti kuin se kuuluu markkinatalouteen.

Demokratia ja journalismi siis tarvitsevat markkinoita. Valitettavasti markkinat eivät näytä tarvitsevan demokratiaa saati journalismia. Periaatteessa kaikki on hyvin yksinkertaista. Menestyvä journalismi on paitsi tiedon tuottamista myös sen myymistä. Mediayrityksen tehtävänä on tuottaa voittoa omistajilleen, ja jos tässä ei onnistuta riittävän hyvin, omistajat rankaisevat yhtiötä siirtämällä varallisuuu-

tensa jonnekin muualle. Yritys ei voi pitkään tehdä tuotetta, jota yleisö ei halua lukea, katsoa tai kuunnella. Kun tiedotusvälineeltä loppuvat maksavat asiakkaat, loppuu tiedotusvälinekin.

On tietenkin itsestään selvää, että yrityksen tuotteella on oltava kysyntää. Demokratiaa koskevassa keskustelussa tämä tosiasia muuttuu kuitenkin jostain syystä sameaksi kuin Turun Aurajoki. Silti minäkään kaupallisen tiedotusvälineen pääajatuksena ei voi olla jonkin niin epämääräisen idean kuin ”demokraattisen keskustelun” tai ”demokraattisen kansalaisuuden” vahvistaminen. Kansanvaltaisen yhteiskunnan arvojen ylläpito ja puolustaminen voivat toki olla tiedotusvälineen päämääriä, mutta niillä ei makseta omistajille osinkoja tai työntekijöille palkkoja.

Jos ja kun tiedotusvälineet vahvistavat demokratiaa, ne tekevät sen aina ikään kuin arvokkaana sivutuotteena. Kansalaisia kiinnostavat maailman tapahtumat, vallanpitäjien tekemiset, politiikan pelinavaukset, talousnäkyvät ja niin edelleen. Journalistien tehtävänä on tarjota kansalaisille heidän kaipaamaansa tietoa helposti lähestyttävässä ja tiiviissä muodossa. Kun tiedon kysyntä ja tarjonta kohtaavat, sekä journalismi että demokratia voivat hyvin. Kriittiset kuluttajat vaativat sisällöltään korkeatasoista journalismia, ja valistuneet kansalaiset vastuullista politiikan tekoa päättäjiltä.

Journalismi ei ole nötköttiä

Ongelmia syntyy, kun vakava journalismi ei enää käy kaupaksi riittävän hyvin tai suuremmat voitot odottavat joissakin muissa sisältötyypeissä. Laatu-journalismin tekeminen on kallista, sillä se vaatii aikaa ja aivoja. Kun samaan aikaan kilpailu yleisöstä kovenee, vaihtoehtoinen mediatarjonta lisääntyy ja kuluttajien maut muuttuvat, kalliilla tehty asiajournalismi on vaarassa jäädä jalkoihin. Viihteellistyminen, pinnallistuminen ja kohu-uutisointi uhkaavat kiihdyttää entisenlaisen asiajournalismin.

Aivan uudenlainen haaste kannattavalle asia-uutisbisnekselle on ilmaistarjonnan räjähdysmäinen lisääntyminen. On vaikea myydä tuotetta, jota joku toinen tarjoaa maksutta. Kuluttajat elävät nyt

hienoja aikoja. Aamun uutisnälän voi täyttää ilmaisjakelulehden uutisilla, ja päivän tapahtumia seurata kustannuksitta tiedotusvälineiden verkkosivustoilta. Tämä ei koske vain kovia uutisia, vaan myös muuta journalistista aineistoa. Trendikkäimmät yhtyeet löytyvät suoraan MySpacesta ja elokuvakritiikit Rotten Tomatoes -sivustolta. Faktoja ja mielipiteitä saa lähes rajattomasti tarvitsematta maksaa mistään mitään.

Jos asiajournalismi olisi nötköttiä, huoli sen saatavuudesta ja laadusta olisi turha. Kun nötköttiä ei enää osteta, sitä ei valmisteta, ja sillä selvä. Kuluttajat valitsevat, ja tuotteen valmistajat seuraavat heidän makuaan. Näin markkinat pitkälle yksinkertaistettuna toimivat. Jos kuluttajat haluavat salarakkaita ja uuniperunaohjeita, myydään heille niitä.

Mutta journalismi ei ole nötköttiä. Journalismin päämääränä ei ole myydä mahdollisimman paljon mitä tahansa ”toimitettua” tuotetta mahdollisimman monelle kuluttajalle. Journalismista tekee hankalasti myytävän tuotteen se, ettei asiakas aina ole oikeassa. Kirjailija George Orwellin mukaan sananvapaudessa on kyse siitä, että ihmisille kerrotaan asioita, joita he eivät halua kuulla. Tämä on tiedotusvälineen ja viihdytysvälineen ero. Menekki ei ole laadun takuu, sillä näyttäisi olevan niin, että ”huono journalismi” myy hyvin ja ”hyvä journalismi” huonosti. Silti asiajournalismin ei voi vain antaa kuolla pois markkinoilta, sillä seuraukset olisivat ennen pitkää vakavat demokraattiselle yhteiskunnalle. Kun kansalaisilta puuttuu tietoa ja ymmärrystä, heiltä puuttuu kyky arvioida päätöksen tekijöitä ja politiikan sisältöjä.

Informaatioähkystä informaatioanoreksiaan?

Ikävin kysymys on vielä esittämättä. Entä jos tärkeänä pidetyt aiheet eivät enää kiinnosta kansalaisia? Tiedotusvälineiden verkkosivuilta voi vaivattomasti käydä tarkistamassa, mitkä uutiset ovat olleet suosituimpia. Useinkaan ne eivät ole samoja kuin toimituksen merkittävimmiksi rankkaamat aiheet. Kumpi on silloin väärässä – journalisti vai

kuluttaja? Journalistilla on ammatillinen velvollisuus kertoa kansalaisille tärkeistä asioista, mutta entä jos kukaan ei kohta enää kuuntele häntä? Toistaiseksi perinteiset tiedotusvälineet ovat pystyneet pitämään yhdessä yllä tietynlaista uutiskartellia, eli valikoimaan aiheet, jotka ovat kulloinkin merkittävimpiä. Tämä valta saattaa tulevaisuudessa siirtyä toimituksilta kansalaisille.

Uudet tietotekniset sovellukset antavat ihmisille ennen näkemättömät keinot seuloa haluamansa aiheet ja asiat informaatiovirrasta. Kohta kuluttaja voi kokonaan koostaa ja räätälöidä omat uutisensa. Hän tekee täsmäostoksia ja hankkii mediakonsernilta vain häntä kiinnostavat tuotteet. Jos kansalainen on antanut uutisvirralleen parametrit ”englantilainen jalkapallo”, ”elokuvaluutiset” ja ”luonnonsuojelu”, niin kaikki näiden hakusanojen ulkopuolelle jäänyt sulkeutuu pois. Tulevaisuudessa television pääuutislähetyksetkin voivat olla ”tuunattuja” versioita, jolloin katsoja on etukäteen valikoinut haluamansa aihealueet. Pääuutinen tai lähtöjuttu ei ole enää se, jonka journalistit valitsevat, vaan se, jonka jokainen katsoja tykönään valitsee. Samalla perinteisen median rooli yhteisöllisten kokemusten luojana ja välittäjänä vähenee. Minun uutiseni eivät enää välttämättä ole sinun uutisiasi.

Amerikkalainen oikeustieteilijä Cass Sunstein puhuu kirjassaan *Republic 2.0* oivaltavasti ”rajoittamattomasta suodatuksesta”, jolla hän tarkoittaa kuluttajien koko ajan kehittyviä välineitä valikoida ja rajata pois ympärillään virtaavaa informaatiota. Hän pitää perinteisten tiedotusvälineiden vahvuutena juuri sitä, että ihmiset ikään kuin huomaamattaan törmäävät niissä oman välittömän kiinnostuksen kohteen ulkopuolella oleviin asioihin.

Tietoyhteiskunnan kehitys saattaa aiheuttaa informaatiohäkin sijasta informaatioanoreksiaa. On vaara, että päivänpolitiikasta ja yhteiskunnallisesta uutisoinnista ylipäättään tulee omat niche-markkinansa ravivihjeiden tai veneharrastuksen tapaan. Ja ollaanpa nyt rehellisiä: miten vaalikeskustelu voisi-kaan kilpailla hauskan sisustusohjelman tai Frendien uusintojen kanssa?

Vapaaehtoisen typeryyden hankaluus

Yhteiskunnallinen laatujournalismi ei tietenkään kokonaan kuole, sillä edelleen on olemassa laaja-alaista, syvällistä ja analyttistä journalismia tarvitsevaa asiakaskuntaa. Monet ihmiset haluavat tietää tai heidän on pakko tietää maailmasta laaja-alaisesti. Mutta suurelle joukolle kansalaisia uudet mediatyökalut tarjoavat vaivattomia tapoja sulkea ikävät, tylsät tai vieraat asiat pois elämänpiiristään. Informaatiotulvan aikakaudella jokaisen on joka tapauksessa rajoitettava saamiensa viestien määrää. Miksei sitten aloitaisi sieltä tylsemmästä päästä!

Ihmisten vapaaehtoinen tietämättömyys on demokratian kannalta monin tavoin ongelmallisempi tilanne kuin kansalaisten pitäminen väkisin tietämättömyydessä. Tulevaisuudessa moni kansalainen saattaa olla kuin lapsi, joka ”väärää” tietoa kuullessaan laittaa kädet korvien suojaksi ja alkaa kiivaasti huutaa välttyäkseen todellisuuden sekasorrolta. Suomessa on vastikään käynnistetty politiikan lukutaitoa käsittelevä tutkimus, ja alustava näppituntuma olisi, että nuorempien sukupolvien tiedot yhteiskunnallisesta elämästä todella ovat ohuempia kuin vanhempien ikäluokkien. Yhteiskunnallisen journalismin ohentuminen ei ainakaan paranna tilannetta.

Ketään ei tietenkään voida pakottaa lukemaan sen enempiä politiikan uutisia kuin balettikritiikkejäkään. Demokraattisen yhteiskunnan kannalta kansalaisten tietämättömyyteen ja piittaamattomuuteen sisältyy kuitenkin valtava riski – varsinkin siinä vaiheessa, kun yhteiskuntaa kohtaavat epävakaat ajat. Tietämättömyys on hyvin harvoin voimaa.

Turhaa paniikinlietsontaa on silti syytä välttää. Pitää muistaa, että demokratia ei ole päätöksenteon muoto, johon kaikkien kansalaisten olisi pakko osallistua. Se ei ole edes päätöksenteon muoto, johon kaikkien pitäisi osallistua. Demokratia näyttää myös toimivan varsin kelvollisesti, vaikka ihmiset eivät olekaan kovin syvällisesti perillä maailman tai yhteiskunnan tapahtumista. Kansanvallalle saattaisi käydä kehnosti, jos kaikki kansalaiset todella innostuisivat politiikoimaan.

Kansalaiset tarttuvat toimeen

Kuluttajien valta mediamarkkinoilla kasvaa, mutta samaa voi sanoa kansalaisten vallasta. Ihmiset eivät enää ole vain paikallisten ja perinteisten tiedotusvälineiden varassa. He eivät myöskään tyydy olemaan pelkkiä tiedonvälityksen apaattisia kohteita, taviskansalaisia, joilla toimittajat elävöittävät uutismateriaaliaan. Internetissä kansalaiset painelevat jo toimittajien ohi vauhdilla. Uusilla viestintäsovelluksilla kansalaiset muun muassa keskustelevat keskenään, luovat vapaasti käytettäviä tietolähteitä ja perustavat vertaisyhteisöjä.

Journalisteja kansalaisten uudenlainen mediaaktiivisuus näyttää hämmentävän, jopa ärsyttävän. Journalistit suhtautuvat epäillen – usein aivan perustellusti – kansalaisten kykyyn synnyttää painokelpoista tavaraa. Jokainen toimituksessa työskennellyt tietää, että monet kansalaiset lukevat juttuja kuin piru Raamattua. He olettavat toimittajalla aina olevan jokin salainen agenda jutussaan, tulkitsevat tahallaan väärin jutun sisältöä, sotkevat haastateltavien mielipiteet ”toimituksen linjaksi” ja näkevät salaliittoja kaikkialla. Jos toimittajarakka todella juonittelisi näin paljon, hän ei ehtisi kirjoittamaan juttuaan lainkaan.

Osan toimittajien kansalaisia kohtaan tunteesta ärtymyksestä selittyy hyvin perusinhimillisillä syillä. Nykyisin kansalaiset pääsevät toimittajien iholle aivan eri tavalla kuin ennen. Internet vähentää toimittajien valtaa, sillä he saavat enää harvoin sanoa ensimmäistä tai viimeistä sanaa. Toisinaan kansalaiset tekevät jopa journalistien hommat – ja vieläpä paremmin kuin ammattitoimittajat.

Yhä useampi kova uutinen lähtee liikkeelle internetin välityksellä. Kännykkävideoilla on tehty uutisia jo Suomessakin, ja maailmalla poliitikkojen huolimattomat lausahdukset päätyvät miljoonien ihmeteltäviksi YouTuben kaltaisiin palveluihin. Toimittajat kärkevät juttuja kansalaisten ylläpitämiltä sivustoilta. Tämän vuoden Bonnier-palkinto meni nuorelle miehelle, joka vinkkasi Ilta-Sanomien ulkomaantoimitukseen venäläisten sukellusvenekuvista, jotka paljastuivat Titanic-elokuvan kuvamateriaaliksi.

Jos asiakas ei ole aina oikeassa, ei sitä ole toimittajakaan. Uutisen julkaisemisen jälkeen kansalaiset korjaavat rivakasti toimittajan esittämiä erheellisiä tietoja, ja polemiikki jatkuu nettipalstoilla ja blogeissa. Usein virkeä verkkokeskustelu poikii lehteen jatkojutun. Haastatellutkaan eivät enää tyydy puimaan nyrkkiä taskussaan, vaan oikovat ja täydentävät (ja kaunistelevat) sanomisiaan kotisivuillaan. Wikiartikkelit ja blogit saattavat olla täsmällisempiä ja ajantasaisempia kuin niin sanotut viralliset uutiset. Ja verkossa väärä tieto usein korjataan pikaisesti, kun taas tiedotusvälineiden suljettuihin arkistoihin virhe voi jäädä kummittelemaan pitkäksi aikaa. Pahimmillaan virheet kertautuvat toimituksissa, kun toimittajat käyttävät aiemmin julkaistua aineistoa uuden juttunsa tausta-aineistona.

Journalisteille on aiemmin kuulunut itseoikeutettu paikka asiantuntijuuden ja maallikkouden välimaastossa. Nyt tavalliset kansalaiset tunkevat näille apajille tekemään journalismia muistuttavaa materiaalia toisille kansalaisille. Toimituksiin soiteleviin kylähulluihin voi suhtautua ylenkatsovasti, mutta verkossa kansalaiset saavat aikaan jo paljon muutakin kuin päättymätöntä natinaa autoverotuksesta ja eläkeasioista. Kansalaisjournalismin käsite on moniselitteinen, joten on ehkä selkeyden vuoksi syytä puhua väljästi kansalaisten tuottamasta tiedosta. Sitä voi olla esimerkiksi lehden verkkoversioon lähetetty silminnäkijäkuvaus, neuleohje, wikiartikkeli kvanttifysiikasta, hotelliarvostelu matkailusivustolla ja niin edelleen.

Keskustelupalstat, Irc-galleria ja Facebook alkavat käydä tutuiksi, mutta internetin hurjimmat tiedon ja epätiedon luomisen tavat ovat niin toimittajille kuin suurelle yleisölle vielä suhteellisen vieraita. Verkossa tavalliset kansalaiset kerääntyvät ennen näkemättömällä tavalla yhteen tuottamaan asiantuntemusta niin mustista aukoista, Harry Potterista kuin manaattien elintavoista. Jos sanomalehti oli viime vuosisadan kadunmiehen ensyklopedia, nyt sen on hyvää vauhtia korvaamassa tieto- ja mielipidesanakirja Wikipedia. Joukkoälystä on puhuttu toistaiseksi melko vähän, mutta juuri journalistien

kannattaisi olla kiinnostuneita sen mahdollisuuksista uutistuotannossa. Kyse on siitä, miten pienistä informaation virroista kasvaa jotakin suurempaa.

Journalistien olisi aika havahtua huomaamaan, että journalismia muistuttavaa tietoa tuotetaan nyt uusin tavoin, uusiin paikkoihin ja uusien ihmisten voimin. Ammattijournalistien on työssään todistettava entistä selvemmin, että he tuottavat tietoa, jota kansalaiset eivät saa muilta kansalaisilta, tiedotteista tai vaikkapa julkkisten blogeista suoraan.

Journalismin ja demokratian rajapinnalla

Kriittistä älyä ja kykyä kertoa maailmasta tiiviissä, selkeässä muodossa tarvitaan ehkä enemmän kuin koskaan. Journalismille ja journalisteille on siis kysyntää. Hyvien journalistien, taiteilijoiden tai tietentekijöiden toimenkuva ei lopulta ole kovin kaukana toisistaan. He tekevät maailmasta aiempaa ymmärrettävämpää ja artikuloivat muille siihen asti hämärän peitossa tai kätkeytyneinä olleita asioita. He luovat epäjärjestyksestä järjestystä. Toisaalta heidän kaikkien on oltava pieniä radikaaleja, kuvainraastajia ja tapainturmelijoita, jotka alati kyseenalaistavat, ihmettelevät ja epäilevät näkemäänsä ja kokemaansa.

Erinomainen journalisti kirjoittaa yleistajuisesti, vetävästi ja terävästi. Parhaimmillaan hänen juttunsa koskettavat, saavat ihmiset jopa toimimaan. Journalistien uutena haasteena on tehdä vakavista aiheista niin hyviä juttuja, että kuluttajan on suorastaan pakko tarttua niihin. Jos ”viihteellistyminen” tarkoittaa arjen näkökulmaa, inhimillisen tekijän korostamista ja – apua! – pientä huumoria, tervetuloa Suomeen. ”Kaurismäkeläiset” vaalikeskustelut joutivat jo mennä. On parempi, että kansalaiset viihtyvät kuin tylsistyvät tärkeiden asioiden parissa. Kuten useampi tämän julkaisun kirjoittajista alleviivaa, viihdettä ja asiaa ei tulisi enää nähdä toistensa ääripäinä. Hyvään journalismiin sisältyy niin tietoja kuin tunteita.

Muutos journalismissa merkitsee ennen pitkää muutosta myös journalisteissa. Uusi journalisti on

jo palvelutyöläinen, ei enää kansanvalistaja. Tämä on tiettyyn pisteeseen asti hyvä asia, sillä yleisöhän toimittajien palkan lopulta maksaa. Ilman sivistävää elementtiä journalismista tulee kuitenkin vain viihdeteollisuuden muoto, kuten Pekka Hyvärinen muistuttaa. Onneksi journalistit eivät ole kokonaan kuluttajien armoilla. Annetaan pieni, valoisa esimerkki. Kun kansainvälinen uutistoimisto pari vuotta sitten päätti hetkeksi lopettaa Paris Hiltonista uutisoinnin, toimistolla pelättiin kiukkuista palautetta ympäri maailmaa. Mitään ei kuitenkaan kuulunut. Kukaan ei ollut kaivannut näitä uutisia. Tilanne taitaa olla samanlainen kuin hunajamarinoidun broilerin kanssa: kuluttajat ostavat sitä, kun vaihtoehtoja ei kaupan tiskillä ole.

Perinteisillä tiedotusvälineillä on nyt tilaisuus aloittaa aivan uudenlaisen, demokratiaa vahvistavan journalismin tekeminen. Välineitä on, mutta rakkaita ideoita tarvittaisiin. Iltapäivälehdistön masinoimia, kömpelöitä kansalaisadressikampanjoita paremmin toimii journalismi, joka tuo kansalaisia ja päättäjiä yhteen. Eräs esimerkki tällaisesta on Helsingin Sanomien taannoinen Kaisaniemen puiston uudistusta koskeva kampanjointi. Paikallislehdillä olisi varmasti ympäri Suomea tilaisuus samantilaisiin ”sisäänvetokampanjoihin”. Eri asia sitten on, miten innokkaasti paikalliset vallanpitäjät, mediaväki mukaan lukien, haluavat kansalaisia keskustelemaan vaikkapa kunnan kaavoitusasioista.

Joka tapauksessa tiedotusvälineiden verkkosivustot ovat osoittautuneet vilkkaiksi kansalaisten kohtaamispaikoiksi ja julkisen keskustelun kanaviksi. Tiedotusvälineet ovat siis jo edistäneet demokratiaa luomalla uusia kansalaiskeskustelun paikkoja. Poliittisille päättäjille ja valmisteleville virkamiehille ne tarjoaisivat oivan paikan hakea päätöksenteon tueksi näkemyksiä ja kokemuksia. Mitkään hallinnon ylläpitämät kansalaissivustot eivät pysty, eikä niiden ehkä pitäisikään, kilpailla tiedotusvälineiden sivustojen kanssa. Netissä kansalaiset menevät sinne minne heitä huvittaa, ja virkamiesten ja poliitikkojen tehtäväksi jää seurata heitä – ei toisin päin. ●

JOURNALISTIT JA DEMOKRATIA

Tässä oikeusministeriön demokratian vastuualueen kokoamassa julkaisussa paneudutaan ajankohtaisiin ja tärkeisiin median ja demokratian suhteisiin liittyviin kysymyksiin.

Edustava joukko journalismin ja viestinnän ammattilaisia arvioi median pinnallistumista ja viihteellistymistä, poliitikkojen yksityiselämän seuraamista, internetin vaikutuksia, levikkien laskua ja muita kiinnostavia ilmiöitä.

Kirja on itsenäistä jatkoa Helsingin Sanomien, Suomen Journalistiliiton ja oikeusministeriön joulukuussa 2007 järjestämällä *Journalistit ja demokratia* -seminaarille.

ISSN 1458-6444

ISBN 978-952-466-440-0 (nid.)

ISBN 978-952-466-441-7 (PDF)

OM 19/014/2008

TILAUKSET

Edita Prima Oy

Asiakaspalvelu

vaihde 020 450 011

faksi 020 450 2470

asiakaspalvelu.prima@edita.fi

BESTÄLLNINGAR

Edita Prima Ab

Kundservice

växel 020 450 011

fax 020 450 2470

asiakaspalvelu.prima@edita.fi