

”Kapitalismin vastustajat riehuvat Prahassa”

Syyskuun lopulla Prahassa pidettiin Kansainvälisen valuuttarahaston ja Maailmanpankin vuosikokoukset. Uutismediaa hallitsivat kuvat väkivaltaisista, paikkoja särkevästä, mellakoivista "kapitalismin vastustajista". Siellä ne "kehityksen vastustajat" ja määritelmällisesti järjestäytynyttä yhteiskuntaa vastustavat "anarkistit" taas riehuvat! Tämä oli se mielikuva mikä tapauksista syntyi ja se tulkinta mikä niille tiedotusvälineiden valtavirrassa annettiin.

Mukana olleet suomalaiset aktivistit kertovat Aamulehdessä (1.10.2000) kuinka media nosti esiin pienen vähemmistön häiriköinnin, vaikka suurin osa mielenosoittajista oli ehdottoman rauhallisia. Tällaista journalismin suoritusta voidaan arvioida monesta näkökulmasta. Ensimmäinen lähestymistapa olkoon tietoteoreettinen realismi ja objektiivisuus: uutiset eivät kuvanneet objektiivisesti maailmaa, vaan korostivat joitakin varsin epäolennaisia puolia tapauksissa. Kehystämisen ('framing') näkökulmasta taas voitaisiin sanoa, että media sovitti tapaukseen rutiinimaisesti "mellakka-kehystä", jolloin vain fyysinen tapahtuminen korostui ja tapaukseen liittyvä asiasisältö jäi yleensä esiin tuomatta.

Tapausta voidaan tulkita myös retoriikan tutkimuksen näkökulmasta. Esimerkiksi sanonta "globalisaation vastustajat" on omiaan luomaan käsitystä tuulimyllyjä vastaan taistelevista surullisen hahmon ritareista. Kuitenkin Helsingin Sanomien (30.9.2000) mielipidekirjoituksessa Peter Sandelin toteaa, että suurin osa mielenosoittajista on "globalisaatiokriitikkoja" eikä vastustajia. He toisin sanoen eivät sinänsä vastusta globalisaatiota vaan suhtautuvat kriittisesti arvioiden siihen kenen ehdoilla, ketä hyödyttäen ja millä tavoin globalisaatiota toteutetaan. Tähän mennessä globalisaation pelinsäännöt laadittu niin, että rikkaat ovat rikastuneet entisestään ja köyhät kurjistuneet kurjistumisestaan. Varallisuuden jakautumisen tilanne maailmassa tänään se, että maailman 400 miljardööriä tienaa enemmän kuin 3 miljardia köyhintä ihmistä.

Mielenosoittajia sanottiin myös "kapitalismin vastustajiksi". Tästä syntyy ajatus, että jos kerran markkinataloutta vastustetaan, niin sitten varmaankin ollaan kiilusilmäisiä kommunistisen diktatuurin kannattajia. Vaihtoehdoiksi annetaan mustavalkoisesti vapaa markkinatalous ja sosialistinen komentotalous. Jos et ole valmis täydellisesti vapauttamaan maailmaa pääomien temmellyskentäksi, olet siis mitä ilmeisimmin Stalinin hengenheimolaisia! Kuitenkin kysymys on paremminkin siitä, että markkinataloutta voidaan toteuttaa monin eri tavoin. Sellaiset tunnetut yhteiskuntatieteilijät kuin Anthony Giddens ja Will Hutton erottavat uudessa globalisaatiokirjassa "On the Edge" (2000) toisistaan "shareholder" ja "stakeholder" -kapitalismit. Ensin mainittu tarkoittaa, että toimintaa ohjaavat vain ja

ainoastaan pääomasijoittajien intressit maksimoida voittonsa mahdollisimman lyhyessä ajassa. Tässä liiketoiminnalle annetaan täysi vapaus ilman minkäänlaisia yhteiskunnallisia vastuita: toisin sanoen rahaa tehdään piittaamatta siitä millaista kärsimystä ja onnettomuuksia seuraa. Sen sijaan stakeholder -kapitalismissa vapauteen liittyy vastuu: toimintaa harkitaan muiltakin kannoilta kuin vain voittojen lyhytnäköisen maksimoinnin kannalta.

Prahan tapauksiin voi soveltaa myös metafora-analyysia esim. hahmottamalla mediaorganisaatioita eri metaforien kautta Gareth Morganin "*Images of Organization*" (1997) -teoksen tyyliin. Jos media mielletään "koneeksi", niin silloin tullaan näkemykseen tajuntateollisuuden tehtaasta, johon kuljetetaan jatkuvasti suuria määriä raaka-ainetta, joista sitten jalostetaan kaupaksi käyviä tuotteita. Reportterit ja kuvaajat kulkevat maailmalla etsimässä mellakoita ja katastrofeja, joista tehdään kauppatavaraa. Yksittäinen toimittaja on vain pieni ratas suuressa koneessa ja hänen on palkkaansa vastaan mukisematta tehtävä liukuhihnatyönsä.

Toinen metafora olisi media organismina tai eliönä. Tällöin korostuisi se, että medialla on omat tarpeensa, joihin se pyrkii hakemaan tyydytystä ympäristöstään. Historiallisesti uutisvälineet ovat syntyneet raportoimaan nimenomaan tapahtumia maailmassa ja vielä tänäänkin media "tarvitsee" nimenomaan tapahtumista, josta se voi viritellä yleisöä puhuttelevan draaman. Esimerkiksi tasaisesti jatkuvat prosessit eivät tätä eläintä juurikaan kiinnosta. Median himo tapahtumiin tuottaa vaikutuksenaan sen, että erilaiset julkisuutta haluavat ryhmät alkavat järjestää tätä kaivattua ravintoa: syntyvät mediatapahtumat, jotka on järjestetty nimenomaan median tarpeita silmällä pitäen. Erityisesti televisio rakastaa visuaalista materiaalia, jossa tapahtuu jotakin dramaattista – niinpä mm. luontoaktivistit ovat oppineet tehtailemaan tällaisia tapahtumia esim. kahliutumalla aarnimetsän puun kylkeen metsäkoneen hääriessä taustalla. Prahassakin aktivistit olivat tehtailemassa mediatapahtumaa saadakseen julkisuutta asialleen. Media ottikin halukkaasti kiinni syöttiin, mutta saadun julkisuuden laatu ei sittenkään lie kovin tyydyttänyt aktivistiväkeä.

Journalistit saattavat ottaa järjestetyt tempaukset myönteisesti vastaan, sillä kyllähän sellaisesta rakentaa kiinnostavan jutun aina helpommin kuin pelkästä paperinmakuisesta julkilausumasta. Mediaväki voi tulla jopa riippuvaiseksi näistä "ruokintapaikoista", joista löytyy huonoinakin aikoina herkullista naposteltavaa uutisnälkään. Toisaalta toimittajat voivat aivan oikein aistia näissä tapauksissa vaikuttamisyriksen makua – koukku tuntuu makean madon läpi. Tämä johtaa usein kyyniseen tai ironisoivaan journalistiseen tulkinta- ja esitystapaan.

Journalisteille mediatapahtumat näyttäytyvät ulkoisena vaikutusyriksenä, vaikka itse asiassa ne eivät ole tyystin ulkoisia, vaan paremminkin syntyneet sisäisessä suhteessa median itsensä tarpeisiin. Makrososiologisesti on nimittäin niin, että sosiaalinen todellisuus rakenteistuu yhä enemmän median ehdoilla, toisin sanoen yhteiskunnan muut organisaatiot mukauttavat toimintaansa ja viestintäänsä niin, että nämä tyydyttävät median tarpeita. Tätä tendenssiä on nimitetty medioitumiseksi. Yhä useammin mitä tahansa toimintaa suunniteltaessa mietitään: tuleeko tämä näyttämään hyvältä mediassa? Jos ei, niin mitä on tehtävä, että suopea julkisuutta saataisiin. Kun puoluekokouksia alettiin televisioida Englannissa, niin kokoukset muuttuivatkin etukäteen käsikirjoitetuiksi spektaakkeleiksi, jotka oli suunniteltu myönteisten mielikuvien luomista silmällä pitäen. Jos puoluekokous ei ollut enää todellista keskustelua, niin kaipa oikea päätöksenteko siirtyi sitten kabinettien hämyyn. Paradoksaalisesti median läsnäolo ei aina lisääkään yhteiskunnan "läpinäkyvyyttä".

Aktivistit pystyvät kyllä tempauksillaan vaikuttamaan esimerkiksi liikeyritysten

toimintaan. Markkinoilla kuluttajat tekevät ostopäätöksiään melko paljon myös tuotteen imagon ja yrityksen maineen perusteella. Hyvä imago on ehkä se lisäarvo, jonka avulla tuote ottaa voiton muuten tasaveroisista kilpailijoistaan valintamyymälän hyllyssä. Tuotteen mielikuvan tai yrityksen maineen tarveltyminen voi kin pahasti heikentää myyntiä asiakkaiden siirtyessä käyttämään kilpailevia tuotteita. Kilpailun oloissa huonoon mielikuvaan ei ole varaa kenelläkään, vaan on taloudellisesti kannattavaa pitää mielikuvat ja maine hyvinä. Jos yritys joutuu aktivistien hampaisiin, saadaan ehkä piankin kielteistä mediajulkisuutta ja asiakkaat alkavat muodostaa kielteistä mielikuvaa, joka puolestaan näkyy miinuksena tilinpäätöksessä. Aktivistit ovat tässä ketjussa hyvin olennaisessa osassa: ilman heidän tempauksiaan mediassa ei esitettäisi julkista kritiikkiä, eikä yleisön/asiakkaiden mielipide muuttuisi kriittiseksi, eikä yrityksellä olisi mitään syytä parantaa tapojaan.

Liiketoiminnan on täytynyt mukautua siihen tosiasiaan, että on olemassa eettisiä kuluttajia, joiden ostopäätöksissä painaa paljon se, tunteeko yritys vastuunsa esim. ympäristöasioissa. Nykyään monet suuryritykset ovatkin alkaneet kantaa huolta toimintansa etiikasta ja ne pyrkivät olemaan vastuullisia "kunnon kansalaisia" yhteisössään. Usein ns. maineen hallinta tai johtaminen (reputation management) viittaa siihen, että yritys pyrkii toimimaan niin vastuullisesti, etteivät aktivistit pääse aiheuttamaan mediakohua. Tämä on sitä stakeholder-kapitalismia, jossa voittojen tekeminen ei ole ainoa toimintaa ohjaava arvo.

Kapitalismi on tulen lailla hyvä renki, mutta huono isäntä. Säädellysti uunissa palaessaan tuli on hyödyllinen, mutta vapaaksi vastuista päästyään se tuhoaa kaiken. Eräs keskeinen sääntelystä vapaan kapitalismin ongelma perustuu itse rahan pääoman luonteeseen. Pääoma on kaikista laadullisista määreistä ja konkreeteista arvostuksista ja siis myös moraalista abstrahoitunut arvon muoto. Raha ilmaisee vain määrää ja pääomalla pelaaja on kiinnostunut vain siitä tuottaako raha ja kuinka paljon se tuottaa. Pääomalla pelatessaan ihminen joutuu omaksumaan rahan yksiuolotteisen määrällisen ajattelutavan, jolloin yhteiskunnassakin ainoastaan tehokkuus, säästöt, voitot merkitsevät jotakin. Nykyaikana raja ei kulje pääomaa omistavien ja omistamattomien välillä, vaan paremmin ihmisten sisällä. Yhä useampi tavallinen ihminen on sijoittaja, joka tässä roolissaan ryhtyy rahan abstraktin luonteen mukaisesti muista arvoista piittaamattomaksi määrällisen rahanvoiton tavoittelijaksi.

Abstraktina arvomuotona pääoma on loputtoman joustava ja elastinen kuin vesi. Veden tavoin se virtaa valtoimenaan siitä mistä vain helpoiten pääsee. Liberalistit haluavat repiä pois viimeisetkin esteet, niin että pääomat pääsisivät tulvehtimaan täysin vapaasti. Mutta veden tavoin pääomien kulku on myös säänneltävissä kulkemaan tiettyjä uomia pitkin. Pääoma pystyy samalla vaivalla osallistumaan luomakunnalle suotuisaan kuin tuhoisaankin toimintaan. Yhteiskunnan tehtävä on maailmanlaajuisesti säännellä pääomien virtausta niin, että tuhoisa toiminta estetään tai pikemmin niin, että pahan tekeminen käy pääomalle kannattamattomaksi ja hyvän tekeminen tulee kannattavimmaksi. Aktivistien toiminta tähtää juuri tähän: antamaan pääomille takaisin esimerkiksi mielikuvamekanismin kautta se moraalinen ja vastuu, joka siitä rahamuodossa on separoitu-
nut pois.