

## Median vastuusta

**O**nko mediatuottajilla vastuuta tuotoksiensa vaikutuksista?”, *Tiedotustutkimuksen* silloinen päätoimittaja Erkki Karvonen kysyi viisi vuotta sitten (*Tiedotustutkimus* 2000:2, 3). Kysymys on säilynyt ajankohtaisena. Tutkijan näkökulmasta sitä voidaan tänään täydentää lisäkysymyksellä: voidaanko median vastuusta puhua tänään ilman moralisointia, saarnaamatta?

Takavuosina pidettiin itsestään selvänä, että suomalainen joukkotiedotus perustuu sosiaalisen vastuun ajatukselle. Sen mukaan media toteuttaa tärkeitä yhteiskunnallisia tehtäviä, joihin kuuluu myös demokratian edistäminen. Siksi median on tarjottava kansalaisille mahdollisimman monipuolista ja totuudellista informaatiota maailmasta, samoin sen tulee palvella tasapuolisesti erilaisten yleisöjen erilaisia kulttuurisia tarpeita. Sosiaalisen vastuun kulmakivenä pidettiin median itsesääntelyä, sosiaalisen vastuun toteutumisen vapaaehtoista seurantaa ja arviointia.

Median rooli demokratian kannalta ei ole ainakaan vähentynyt. Sen sijaan voidaan kysyä, millaiselle käsitykselle suhteestaan yhteiskuntaan ja demokratiaan media tänään perustaa toimintansa. Tunnustaako tai tunnistaako media vielä sosiaalista vastuutaan?

Kun sosiaalisen vastuun teoriaa 1950-luvulla muotoiltiin, kyse ei ollut eikä ole tänäänkään pyrkimyksestä alistaa media ulkopuoliseen – valtiolliseen tai muunlaiseen – valvontaan. Median itsehallinnon lähtökohtana on sen itsensä, sekä omistajiensa että tekijöidensä, käsitys siitä, että media ja media-alan ammattilaiset eivät ole vastuussa vain osakkeenomistajille ja mainostajille, vaan laajemmin yhteiskunnalle. Kysymys on demokratian toiminnasta, erilaisten intressien tasapuolisesta esillepääsystä, yhteiskunnan moninaisuuden tunnustamisesta. Sosiaalisen vastuun teorian vastakohtina nähtiin yhdeltä suunnalta libertaarinen, toiselta suunnalta autoritaarinen sekä neuvostoliittolainen mediateoria. Se, mihin 1950-luvulla viitattiin libertaarisella, tunnetaan nykyään uusliberaalisena ajatteluna. Autoritaarisella viitattiin valtiollisesti valvottuun ja kontrolloituun järjestelmään. Neuvostoteoria koski yhden puolueen valvomaa valtiota ja mediaa. Minkään näistä ei nähty toteuttavan median demokraattista tehtävää samalla tavoin kuin sosiaalisen vastuun teoria.

Median sosiaalisesta vastuusta saattaa olla vaikeaa puhua tänään kuulostamatta moralistilta. Moralisoinnin ongelmana on sen monologisuus: moralisoijan usko oikeassa olemiseen tappaa dialogin. Jotta tältä vältyttäisiin, yksi tapa lähestyä alussa esitettyä kysymystä voisi olla nykyisen suomalaisen median asettamisen todellisuuskokeeseen. Voidaan esittää kaksi kysymystä: 1. Onko sosiaalisen

vastuun teoria edelleen paras tapa kuvata median ja demokratian keskinäis-suhdetta 2000-luvun maailmassa? 2. Minkä teorian mukaista tilannetta Suomen tilanne vastaa tänään parhaiten?

• • •

Kuten monet viimeaikaiset tapahtumat osoittavat, kysymys median vastuusta ei ole tämän päivän Suomessa vain akateemisteoreettinen. Kenen puolesta media esiin-tyi, kun se vaati pääministeri Vanhaselta vastausta: "Miksi Vanhanen VAIKENEE hotelliyöstä?" (*Ilta-Sanomat*, etusivu 15.4.2005)? Tai kun se kysyi: "Miksi Tanja petti Saulin?" (*Ilta-Sanomat*, lööppi 9.4.2005)? Kuka huhumyllyä pyöritti, kun lehti ot-sikoi: "Tanja Karpela huhumyllyn pyörteissä: 'En jaksa enää'" (*Iltalehti* 14.4.2005)? Vastuuta koskevaa pohdiskelua varten eivät aiheet lopu, siitä pitävät tasapuolisesti huolen kaikki suuret mediatatolot – SanomaWSOY, AlmaMedia, Otava-Kuvalehdet ja A-lehdet.

Samaan aikaan kun media näyttää yhteissopimuksella irrottautuneen sosiaali-sen vastuun periaatteesta ja kirjoittautuneen libertaarisen ajattelun alle, kamppai-levat eri yhtiöt keskenään kiihkeästi sekä nykyisistä markkinoista että uusista, digi-TV:n ja mobiiliviestinnän kehitykseen liittyvistä odotusmarkkinoista. Takavuosien suuret järjestelyt tuottivat muun muassa kolme suurta – SanomaWSOY:n, Otava-Kuvalehden ja AlmaMedian. Tänä keväänä AlmaMedian sähköinen ja painoviestin-tä jaettiin ruotsalaisen ja suomalaisen omistajan kesken. Digi-TV:n tuloon on aikaa kaksi vuotta, ja odotettavissa on varmasti muitakin järjestelyjä kuin jääkiekon SM-liigan televisioinnin siirtäminen maksukanaville ja Radio Helsingin siirtyminen Helsingin Sanomien omistukseen.

Median vastuun perään kysyminen ei ole nimettömän tai kasvottoman institu-tion vastuuttamista, vaan se liittyy konkreettisiin päätöksiin ja päätösten pohjana oleviin valintoihin. Kun toimittaja sijoittaa etusivulle yhtenä päivänä otsikon "Uhrin kertovat kokemuksistaan: Uhkaajat piinaavat julkkiksia" (*Ilta-Sanomat* 6.4.2005) ja parin päivän kuluttua otsikon "Mikä ajoi Vanhaset eroon? VILLI HUHUMYLLY!" (*Ilta-Sanomat* 8.4.2005), sisältyy valintoihin paitsi tahatonta itseironiaa, myös tietoisia valintoja siitä, mitä pidetään lehden kannalta toimituksellisesti tärkeinä uutisina. Uutiskriteerejä ei määritellä julkisissa kokouksissa, vaan niitä luodaan päivittäisissä käytännöissä, henkilökohtaisten valintojen ja päätösten kautta.

On selvää, että media-alan ammattilaisten päivittäiset valinnat määrittävät ratkaisevasti lehden lukijan – sekä kuluttajana että kansalaisena – valinnanmah-dollisuuksia. Media ei ole todellisuuden "peili" – saati kaiku, joka vain vastaisi ylei-söilleen niin kuin siltä kysytään. Erkki Karvonen muotoili asian viisi vuotta sitten: "Asettumalla passiivisen peilin asemaan mediatuottajat väistävät sen vastuun ja moraalin, jonka pitäisi koskea jokaista (sosiaalisen) todellisuuden tuottajaa" (*Tie-dotustutkimus* 2000:2, 3). Samalla tavoin media-alan suuret omistusjärjestelyt eivät nekään ole vain teollisuuspolitiikkaa, joka kohtelisi neutraalisti mediasisältöjä ja niiden tuotantoa. Ne vaikuttavat suoraan kansalais-kuluttajan nykyisiin ja tuleviin valinnanmahdollisuuksiin.

• • •

Kysymys median ja demokratian suhteesta sekä julkisen elämän tulevaisuudesta on noussut median ja joukkoviestinnän tutkimuksessa viime vuosina näkyvästi esille, niin Suomessa kuin muuallakin maailmassa. Tärkeänä keskustelua yhdistävänä lähteenä on toiminut Jürgen Habermasin klassikko länsimaisen julkisuuden synnystä ja kehityksestä, *Julkisuuden rakennemuutos. Tutkimus yhdestä kansalaisyhteiskunnan kategoriasta* (Vastapaino 2005, saksankielinen alkuteos 1961). Habermasin teos on tarjonnut jo yli 40 vuoden ajan sekä historiallista näkökulmaa että käsitteellisiä ja teoreettisia välineitä julkisuuden ja sen instituutioiden erittelylle. Teoksen julkaisemista vihdoin myös suomeksi Veikko Pietilän palkittuna käännöksenä voidaan pitää merkkitapahtumana ei vain viestinnän, vaan laajemmin kriittisen yhteiskuntatutkimuksen kannalta. Tiedotustutkimus palaa Habermas-käännökseen tarkemmin myöhemmissä numeroissa.

Tärkeä teema, jotka Habermas hahmottelee teoksessaan, koskee – hänen termeinsä – kirjallisen julkisuuden ja poliittisen julkisuuden välistä suhdetta (ks. Irma Kaarina Halosen kirja-arvostelu tässä numerossa). Kirjallisessa julkisuudessa omaksuttiin se kriittinen ajattelu- ja perustelutapa ja hiottiin ne käsitteet, joille julkinen poliittinen keskustelu ja demokraattinen politiikka saattoi perustua. Yksi Habermasin teeseistä koskee kirjallisen julkisuuden kohtaloa: markkinoiden ja hallinnon paineiden alla se alkaa korvautua mediajulkisuudella, jossa harkinta ja perustelut korvautuvat ulkoisesti omaksutuilla asenteilla ja uskomuksilla. Olisiko tässä pohdittavaa, kun kyselemme median vastuuta?

Habermasin vaikutus näkyy myös tässä *Tiedotustutkimuksen* numerossa useasakin kirjoituksessa. Anu Koivusen ja Mikko Lehtosen artikkelissa ”Joskus on kiva olla vähemmän aikuinen” Habermasin julkisuuskäsitys toimii lähtökohtana, jota vasten tekijät rakentavat omaa tulkintaansa julkisen puhuttelun areenoista. Kari Karpisen artikkelissa ”Mediaversiteetti ja mittaanpolitiikka” Habermas esiintyy välillisemmin. Habermaslainen julkisuusihanne toimii yleisenä viitekehystenä suurelle osalle, ellei jopa kaikelle, mediaversiteetistä käytävälle keskustelulle. Vaikka Habermasin nimi ei esiinny Janet Waskon haastattelussa, on hänen vaikutuksensa yhdysvaltalaisen median politiekonomian nykykeskusteluun ja -keskustelijoihin huomattava.

• • •

Käsillä oleva lehti on uuden toimituksen ensimmäinen numero. Suuri osa aiemman toimituksen jäsenistä lupautui ystävällisesti jatkamaan, joten päätoimittajan lisäksi uusia jäseniä on vain muutamia. Tämä ilmentää myös lehden toimituksellista linjaa – ”jos se toimii, älä puutu siihen!”

Suuria muutoksia toimitukselliseen linjaan ei ole odotettavissa. Kuten ennenkin, *Tiedotustutkimus* pyrkii edistämään mediaa koskevaa kriittistä tutkimusta ja keskustelua. Se haluaa toimia erilaisia viestinnän tutkimusperinteitä ja lähestymistapoja esittelevänä ja yhdistävänä foorumina. Lehti tarjoaa areenan uusien käsitteiden ja lähestymistapojen esittelylle sekä kansallisesti ja kansainvälisesti merkittäville puheenvuoroille. Lehti tarjoaa mielellään palstansa myös kiistoille teoreettisista ja käsitteellisistä rajanvedoista ja tulkinnoista. *Tiedotustutkimus* on toiminut vuosien mittaan tärkeänä siltana eri tutkijasukupolvien välillä ja innostanut tulevia tutkijoita. Kaikkea tätä lehti pyrkii olemaan jatkossakin!