

📄 Pääkirjoitus

Mediaa ei uhkaa mikään

2000-LUVUN ALKUPUOLELLA sanomalehtien liiton julkaiseman *Suomen Lehdistön* kannessa esiintyi miltei säännönmukaisesti alle 25-vuotias nuori, joka todisti lukevansa sanomalehteä ja aikovansa kasvaa sen turvin kunnon kansalaiseksi. Kansijuttujen viestinä oli vakuuttaa lukijoille, että sanomalehti ei – uhkakuivista huolimatta – ole kuolemassa.

Sittemmin *Suomen Lehdistö* on muuttunut hiukan pönäkästä aikakauslehdestä virkeäksi ja alaa monipuolisesti seuraavaksi sanomalehdeksi. Vaikka uskoa sanomalehteen todistavat nuoret ovat kadonneet kansikuvista, yleisempi huoli median tulevaisuudesta elää edelleen. Mutta minkä ”median” tulevaisuudesta puhutaan, ja kenen näkökulmasta?

Jos ”media” on olemassa – kuten vakiofraasi kuuluu – käyttäjiään varten, kovin kummoista aihetta huoleen ei ole. Tilastojen mukaan suomalaisten radion ja television kuluttamiseen käyttämä aika on 2000-luvun mittaamissa kasvanut, ei laskenut. Vaikka sanomalehtien levikit eivät nykyisin yllä aivan 1980-luvun lopun tasolle, silti 75 prosenttia ihmisistä sanoo yhä lukevansa sanomalehteä säännöllisesti. Perinteisen median ja verkkolehtien rinnalla ihmiset käyttävät nykyisin yhä enemmän myös ns. sosiaalista mediaa. Juuri tällä sekunnilla haetun arvion mukaan *Facebookilla* on Suomessa noin 1,8 miljoonaa käyttäjää. Ensi kuussa luku on luultavasti vielä korkeampi.

Huoli median tulevaisuudesta ei siis liity siihen, että ”medialla” ei olisi riittävästi käyttäjiä. Kyse on pikemminkin mediayritysten huolesta siitä, miten tuo käyttö jakaantuu keskenään kilpailevien mediatuotteiden kesken ja miten tätä hankittua kontaktipintaa kyetään myymään mainostajille. ”Medialla” ei ole tällä hetkellä suurempaa hätää liiketalouden näkökulmasta. Kaupallisten mediatalojen saamat voitot (sijoitetun pääoman tuotot) ovat olleet koko 2000-luvun komeasti plussan puolella, mutta tuottoa halutaan vielä enemmän. Tässä paineessa sanomalehdet voivat ohentua ja toimittajien määrä laskea, mikä voi heijastua monella tavoin media-alan kehitykseen ja median yhteiskunnalliseen asemaan. Silti nämä eivät ole merkkejä ”median” vaan mediatalouden kriisistä.

Median tulevaisuutta koskevalle huolelle jää vielä jäljelle yksi mahdollinen selitys. Ehkäpä on niin, että nykyiset ja tulevat nuoret eivät enää taivu sanomalehtien ja muiden perinteisten viestinten uskollisiksi käyttäjiksi? Brittiprofessori **Nick Couldry** väittää, että tähän oletukseen ei kannattaisi tuudittautua. Ei siksi, että

kysymys ei olisi aiheellinen, vaan siksi, että kukaan ei tiedä vielä siihen vastausta. ”Emme voi tietää millaisia kulutustapoja alle 25-vuotiailla on kymmenen tai viiden-toista vuoden päästä, jolloin heidän elämäntilanteensa on kenties muuttunut. Se että kuvittelemme tietävämmä, ei takaa mitään.”

• • •

Vaikka ”mediaa” ei uhkaisu mikään, se muuttuu kaiken aikaa. Niinpä median muutoksen seuraamisen ja sen arvioimisen voi nähdä yhteisenä tehtävänä kaikille viestinnän tutkijoille. Koska media on nykyisin niin moninainen, kyse ei voi olla mistään keskitetysti johdetusta projektista, jolla olisi yhtenäinen tutkimuskohde, lukkoon lyödyt avainkäsitteet ja samat kalibroidut tutkimusmenetelmät. Tähän on tietysti pakko lisätä yksi tärkeä sana: Onneksi!

Media @ viestinnän tässä numerossa mediaa ja sen muutosta tarkastellaan useammastikin näkökulmasta. Maaliskuussa Tampereella vierailut Nick Couldry aloittaa median muutoksen analysoinnin hajamielisen professorin logiikalla, kysymällä, missä meidän tutkimuskohteemme – ”media” ja yleisö – oikeastaan ovatkaan. Tämän pohdinnan taustalla on Couldryn kehittämä *yhteiskunnan medioidun keskuksen* käsite (*myth of the mediated centre*). Ihmiset pitävät sitä yllä seuraamalla enimmäkseen niitä viestimiä kuin ennenkin. Toisaalta keskuksen myyttiin turvaudutaan silloin, kun eri suunnista tulevalle sekalaiselle ja päällekkäiselle informaatiotulvalle haetaan jonkinlaista jäsentävää tolkkua. Couldryn mukaan perinteisten medioiden pyrkimykset hyödyntää ns. sosiaalista mediaa vain vahvistavat myyttiä medioidusta keskuksesta, koska molemmissa kierrätetään ainakin osittain samoja sisältöjä.

Couldryn mukaan media elää ja voi hyvin niin kauan kuin myytti yhteiskunnan medioidusta keskuksesta on tavalla tai toisella sisään rakennettuna käytäntöihin. Tässä kuviossa ihmiset näyttävät sijoittuvan edelleenkin enimmäkseen median vastaanottavaan päähän, siis yleisöiksi. Päätelmä on suunnattu piikiksi niille, joiden mielestä yleisöjä ei enää ole; on vain tuottajia ja julkisoja. Toisaalta Couldryn teksti jättää avoimeksi sen, pitääkö meidän tyytyä – teoreettisesti tai käytännöllisesti – siihen, että median käyttäjät ovat nyt ja aina vain yleisöjä.

Kauko Pietilän artikkelissa tunnistetaan samoja argumentteja median ja yleisön muutoksesta, joihin Couldry edellä viittaa. Tässä tekstissä tehdään kuitenkin selkeä ero median ja journalismin välille. Niinpä ilmiön yhden puolen (media) valoisasta tulevaisuudesta ei näytä seuraavan kovin hyvää toiselle eli journalismille. Päinvastoin Pietilä väittää, että markkinaperustaisen ajattelun laajentuessa journalismilta yhteiskunnallisesti perusteltuna professiona on katoamassa ajatuksellinen perusta.

Kyse ei ole mistään äkillisestä heikosta signaalista, sillä Pietilä näkee sen alkaneen jo ”viimeistään 1980-luvulla”.

Väite journalismin ammatillisen eetoksen tai ”dogman” murentumisesta ei ole uusi, eikä Kauko Pietiläkään esitä sitä ensimmäistä kertaa. Hänen aikaisempiin töihinsä verrattuna tässä Karl Polanyin vastikään suomennetusta *Suuri Murros* -teoksesta inspiraatiota hakevassa artikkelissa on kuitenkin nähtävissä selvää toiveikkautta. Pietilä näkee erityisesti toimittajakunnan ylemmissä kerroksissa sellaista potentiaalia, josta journalismin uudelleen professionalisoituminen voisi ehkä käynnistyä.

Elina Nopparin artikkelissa analysoidaan suomalaistoimittajien suhdetta valtaapitäviin politiikan, hallinnon ja talouden päätöksentekijöiden haastattelujen pohjalta. Tämä analyysi tukee Pietilän havaintoja ainakin siinä, että myös valtaapitävien näkökulmasta toimittajien ammattikunta on vahvasti hierarkisoitunut. Valtaapitävät tekevät selvän eron päällikkötoimittajien, yleistoimittajien ja ”kesätoimittajien” välille. Heidän selkeänä intressinään on muodostaa läheisemmät ja luottamukselliset välit hierarkian yläpäässä oleviin toimittajiin.

Vaikka tämä käytäntö viittaa Nopparin artikkelissa toimittajien ja eliittilähteiden arkipäiväisiin kohtaamisiin, voi kysyä, puhutaanko tässä samasta journalistikunnan ylemmästä kerroksesta, johon Pietilä asettaa toivonsa journalismin uudelleen professionalisoimisessa.

Myös **Juho Vesan** artikkelissa virittyvät kysymykset journalismin professionaali-suudesta ja sen suhteesta valtaapitäviin. Toisin kuin edellä, tässä tekstissä analyysin kohteena ovat *Iltä-Sanomien* verkkokeskusteluissa esitetyt argumentit. Ei ole yllättävää, että journalismi saa verkkofoorumilla kuulla kunniansa. Journalismissa ja demokratiasta puhumisesta on kuitenkin omat vaikeutensa, joten verkon kriittisessä keskustelussa esitetään keskenään hyvin ristiriitaisiakin arvioita.

Artikkelissa selkeyttäväksi jäsennykseksi nousevat akateemisesta keskustelusta johdetut demokratian peruskategoriat: eliittidemokratia, osallistuva demokratia ja deliberatiivinen demokratia. Vesan analyysissä huomio kiinnittyy ensinnäkin siihen, kuinka käytännöllisesti ja johdonmukaisesti verkkokeskustelijat hyödyntävät demokratiateoreettisia aineksia. Tämä viittaa siihen, että kyse ei ole vain teorioista vaan diskursseista, jotka ovat kulttuurisesti jaettuina ja siten kenen tahansa käytettävissä.

Analyysi muistuttaa myös diskurssin käsitteen toisesta puolesta. Vaikka diskurssit ovat kulttuurisesti jaettuina resursseja, ne eivät ole keskenään samalla lähtöviivalla. Se että Vesan analysoimissa keskusteluissa eliittidemokratiaa tukevat argumentit ovat niskan päällä, saattaa kertoa siitä, että niillä on aikalaiskeskustelussa muutenkin etulyöntiasema. Yleisempi kokemus verkkokeskusteluista viittaa myös siihen, että näillä usein aika miehisillä keskustelun tantereilla on palkitsevampaa vaatia herroja vaihtoon kuin ehdottaa kansanvallalle uusia sääntöjä.