

📄 Pääkirjoitus

Ilmaiselle haetaan maksajaa

ITSE KUNKIN MAALAI- TAI KAUPUNKILAI SJÄRKI neuvoo, että tyhjästä ei kannata maksaa. Pitääkö sitten sellaisesta maksaa, jonka saa ilmaiseksi?

Kansanedustaja Mika Lintilän (kesk.) johtama Yleisradion rahoitusta ja julkista palvelua pohtinut työryhmä ehdotti huhtikuun lopulla nykyisen televisiolupamaksun korvaamista ns. mediamaksulla. Työryhmä perusteli tv-luvasta luopumista sillä, että suomalaiset katsovat televisiota yhä enemmän tietokoneella, siis ilmaiseksi. Juuri tällä perusteella sanomalehtien ja kaupallisten tv-kanavien edustajat nimesivät mediamaksun oitis Yle-maksuksi tai Yle-veroksi. Niiden mielestä Lintilän työryhmän ehdotus on epäreilu, sillä se tarjoaa vain Yleisradiolle ratkaisua median ilmaisuongelmaan. Sama ongelma koskee näet muitakin viestimiä. Median käyttäjät pääsevät käsiksi uutisiin, elokuvaan tai musiikkiin verkossa, maksamatta kassalla. Kaupallisten medioiden näkökulmasta verkon käyttäjät ovat lisäksi liian liukkaita ja nopeita, jotta heitä ehdittäisiin myydä yleisönä mainostajille.

Mediasisältöjen välittäminen moniin rinnakkaisiin päätelaitteisiin nostaa esiin kysymyksen joukkoviestinnän perinteisten muotojen tulevaisuudesta. Mitä tapahtuu paperille painetulle sanomalehdelle tai olohuoneen kirjahyllyyn sijoitetulle televisiovastaanottimelle? Mediaa tutkivat ihmiset ovat oppineet suhtautumaan tällaisiin kysymyksiin kohtuullisen tyynesti, sillä omalla tavallaan loogiset ennusteet sanomalehden tai television kuolemasta ovat aiemminkin osoittautuneet vääriksi.

Tutkijoiden mielestä kysymys siitä, mitä välitystekniikkaa käytetään, on joukkoviestinnän näkökulmasta lopulta toissijainen. Olennaisempaa on – kuten dosentti Ari Heinonen radiossa totesi – millä tavoin sanomalehti (tai televisio) lunastaa paikkansa yhteiskunnallisena instituutiona (Yle Ykkönen 25.4.2009). Tekniikan näkökulmasta verkko ei ole siis uhka vaan mahdollisuus, kuten kliseisesti sanotaan. Miten mediatalot tähän mahdollisuuteen tarttuvat? Tutkijat vastaavat samalla tavoin kuin tulevaisuutta on tapana tarkastella lehtien pääkirjoituksissa: se jää nähtäväksi.

Edellisen perusteella joku voi moittia viestinnän tutkijoita latteudesta. Tätä kritiikkiä voi jatkaa kysymällä, miten suomalaiset viestinnän tutkijat ovat huolehtineet oman mediansa yhteiskunnallisesta asemasta ja sen kehittämistä.

Yksi näistä medioista on käsissäsi oleva *Media & viestintä: kulttuurin ja yhteiskunnan tutkimuksen lehti*. Vielä vuonna 2008 lehti ilmestyi nimellä *Tiedotustutkimus*. Sen päätoimittaja Sinikka Torkkola arvioi *Tiedotustutkimusta* lehden viimeisessä pääkirjoituksessa itsekritiittisesti: ”Vuosi vuodelta tiedotustutkimus on tuntunut yhä vanhanaikaisemmalta termiltä. Se ei enää kuulu median ja viestinnän tutkijoiden yleiseen sanastoon. Yhä harvemmat alan ulkopuoliset osaavat liittää tiedotustutkimuksen median ja viestinnän tutkimukseen.” Tähän arvioon on helppo yhtyä.

Vuoden 2009 alusta tehtävään astunut uusi toimituskunta sai lehdelle siis uuden nimen. Mitä se aikoo tehdä lehden aseman parantamiseksi? Näkyvin muutos tässä vaiheessa on lehden uusi ulkoasu, jonka suunnittelusta on vastannut graafikko Jaakko

Kahala. Myös lehden verkkosivut ovat kevään mittaan uusiutumassa. Samalla verkkosivujen osoite on muuttunut (www.mediaviestinta.fi).

Uudet verkkosivut eivät edusta nettijulkaisemisen viiltävää kärkeä (cutting edge), mutta niissä on silti pantu merkille tutkimusta koskevan tiedonhaun radikaali muutos. Niin kutsuttu *open access* -julkaiseminen yleistyy kaiken aikaa, ja yliopistot ovat kehittämässä omia rinnakkaisjulkaisuarkistojaan. *Media @ viestintä* aikoo olla tässä kehityksessä mukana ja parantaa lehden näkyvyyttä verkossa. Sen yhteydessä yritetään parantaa myös vanhojen *Tiedotustutkimusten* saatavuutta.

Lehti ilmestyy jatkossakin ensisijaisesti paperilla. Tämä johtuu osittain taloudellisista syistä. Lehden talous on sidottu Tiedotusopillisen yhdistyksen (Toy) jäsenmaksuun, jonka jäsenetuihin *Media @ viestintä* -lehti kuuluu. Niin kauan kuin lehden kustantajilla ei ole toimivia keinoja myydä viestinnän tutkimuksesta kiinnostuneita liukkaita ja mediataitoisia verkkokäyttäjiä mainostajille, lehti tarvitsee maksavia tilaajia.

Tutkimuksen normatiivisesta perinteestä pidetään kiinni kuitenkin siinä, että paperilehti ajatellaan konkreettisenä *julkisuuden* esineellistymänä, jonka kautta ajankohdainen viestinnän tutkimus on jollakin tavoin *kokonaisuutena* kaikkien asiasta kiinnostuneiden arvioitavana. Jokainen lehden lukija voi tähän todistusaineistoon perustuen arvioida itse viestinnän tutkimuksen tilaa. Tällainen ajatus lehden lukijasta on kieltämättä aika vaatelia, ja se poikkeaa selvästi siitä, millaiseksi esimerkiksi sanoma- tai aikakauslehdet yleisönsä kuvittelevat. Me *Media @ viestintä* -lehden toimituskunnassa haluamme ajatella, että viestinnän tutkimuksen lehdellä voi (ja pitää) olla tällaisia lukijoita ja että heitä voisi olla enemmänkin kuin mitä lehdellä on tällä hetkellä tilaajia.

Media-alalla on usein tapana vastata haasteeseen toteamalla retorisesti, että ”laatu ratkaisee”. Retoriikka jättää usein määrittelemättä tarkemmin, mitä laadulla tarkoitetaan. Tässä lehden numerossa laadun arvioimisen kohteeksi asettuu joukko artikkeleita, jotka käsittelevät samaa teemaa: kriisejä verkostoyhteiskunnassa. Teemanumeron ovat toimittaneet Salli Hakala (vastaava), Heidin Lavento, Johanna Sumiala ja Minttu Tikka, jotka ovat kaikki Kriisit ja viestintä -projektin tutkijoita Helsingin yliopiston viestinnän laitoksella.



Teemanumeron neljä ensimmäistä artikkelia käsittelevät tavalla tai toisella Joke-lan ja Kauhajoen koulusurmien viestintää. Johanna Sumiala ja Minttu Tikka analysoivat ampujien itsensä tuottaman materiaalin leviämistä ja kommentointia sosiaalisessa mediassa, kuten esimerkiksi YouTubessa. Heidän mukaansa materiaalin loputon kierrättäminen tuottaa erityisen merkitysympäristön, jossa koulusurmaajista tehdään kuolemattomia. Salli Hakala tarkastelee koulusurmia symbolisen johtajuuden näkökulmasta arvioimalla sitä, kuinka poliitikot, koululaitoksen ja kirkon edustajat sekä ampujat ”johtivat” traagista tapahtumaa. Mediassa symbolisiksi johtajiksi pääsivät nousemaan itse ampujat tuottamansa media-aineiston avulla. Muun muassa poliittinen johto jäi kriisissä sivustaseuraajan rooliin, eikä media ollut valmistautunut kohtaamaan kriisiä, jossa iskettiin tällä tavoin hyvinvointiyhteiskunnan ytimeen, kouluun.

Tietoyhteiskunnan lupauksesta ja tulevaisuuden toivosta, nuoresta miehestä, tulikin yhtäkkiä uhan symboli.

Laura Juntusen artikkelissa koulusurmia tarkastellaan Kauhajoella ja Jokelassa työtehtävissä olleiden toimittajien näkökulmasta. Juntusen analyysissä paneudutaan erityisesti toimittajien näkemyksiin uutisoinnin eettisistä kysymyksistä ja ongelmista. Artikkelin keskeinen argumentti on, että nykypäivän paineet ja journalismin ammatilliset ihanteet vaikuttavat uutistyössä pitkälti samansuuntaisesti. Kari Koljosen ja Pentti Raittilan artikkelissa on myös ammattietiikan näkökulma. Heidän artikkelissaan analysoidaan historiallisesti kriisijournalismin käytäntöjä ja muutoksia kahdeksankymmenen vuoden perspektiivissä. Kuru-laivan uppoamisesta vuonna 1929 vuonna 2008 tapahtuneisiin Kauhajoen koulusurmiin ulottuva analyysi osoittaa, että katastrofia käsittelevien juttujen muoto on muuttunut persoonattomista selostuksista yksilöiden kohtaloita kuvaaviksi tarinoiksi. Toisaalta sanomalehdet kertovat erityisesti 2000-luvulla kuolemasta ja kuolonuhreista aiempaa hienovaraisemmin.

Anu Kantola tarkastelee artikkelissaan laajemmin kollektiivisia traumoja ja niiden työstämistä mediajulkisuudessa. Erityiskohteenä on Suomen vuoden 1918 sisällissota ja sen työstämiseksi Tampereella vuonna 2008 järjestetyt tilaisuudet. Kantola analysoi sovintotapahtumia sekä niiden taustoja ns. traumateorian valossa ja löytää näiden väliltä runsaasti yhtymäkohtia. Trauman työstämisessä yksi avaintekijä artikkelin mukaan on aika. Kollektiivisten traumojen purkaminen on myös poliittinen projekti: joillekin se voi aiheuttaa uusia traumoja, mutta toisille taas mahdollisuuden koston ja väkivallan kierteiden katkaisuun.

Heidi Lavennon artikkeli paneutuu hyvin toisenlaiseen tapaukseen, vuonna 2007 tapahtuneeseen Nokian vesikriisiin, jonka yhteydessä arviolta joka viides Nokian kaupungin asukas sairastui saastuneen vesijohtoveden takia. Lavento analysoi artikkelissaan kaupungin ja muiden viranomaisten kriisijohtamisen ja kriisiviestinnän onnistumista sekä kykyä arvioida tiedotuskriisiä edeltäneitä vaaran merkkejä. Analyysi osoittaa, että viranomaisten toiminnasta puuttui luova kriisijohtaminen, jossa ilmeisiä julkisuudessaakin olleita merkkejä ei osattu lukea. Viestintää ei ymmärretty ottaa osaksi kaupungin kriisinhallintaa, ja niin vesikriisistä tuli johtamisen ja tiedotuksen kriisi useiksi kuukausiksi.

Artikkeleiden jälkeen kriisijohtamista tarkastellaan tsunamia ja koulusurmia vertailevassa analyysissä, jossa Maarit Pedak käsittelee kriisijohtamisen yhtä solmukohtaa: omaisten ja uhrien tukikeskusta. Analyysin tavoitteena on tutkimukseen perustuvan tiedon pohjalta kehittää kriisijohtamisen ja tiedonkulun mallia, joka perustuu tsunami-vastaanoton yhteydessä kehitettyyn Tuje-malliin Helsinki-Vantaan lentokentällä. Tukikeskuksen johtaminen on monissa kriiseissä osoittautunut keskeiseksi mutta heikoksi lenkiksi sekä tiedonkulun että organisoinnin kannalta, koska se vaatii eri viranomaisten keskinäistä yhteistyötä ja tiedonkulkua auttajien välillä. Analyysin mukaan organisointi, tiedonkulku ja viestintä ovat samanaikaisia toimia ja liittyvät aina tiiviisti toisiinsa kriisijohtamisessa.

Kriisit ja verkostoyhteiskunta -teemanumeron artikkelit perustuvat kaikki empiirisiin ja teoreettisiin tutkimuksiin viestinnän eri alueilta. Lehden tavoitteena on tuoda samalle foorumille eri toimijat: media, viranomaiset ja muut organisaatiot sekä yksittäiset henkilöt. Jokaisella on osuutensa verkostojen synnyssä. Modernin järjestyksen rakentaja Max Weber puhuu ihmisestä, joka on riippuvainen itse kutomastaan merkitysten verkosta. Kulttuuri on tuo verkko, joka rakentuu julkisista symboleista, myös kriiseissä.