

Kauko Pietilä

PRO YLEISÖ¹

Yhteiskunnat jakautuvat usein vinosti. Tulonsaajien tulot jakautuvat vinosti; hyvin suuria tuloja nauttii paljon pienempi vähemmistö kuin hyvin pieniä tuloja. Omaisuudet, valta ja ehkä vastuukin jakautuvat vinosti. Miljoonien tuntemia on vähän, vähän tunnettuja miljoonia.

Joukkoviestintä on näitä vinoja jakaumia. *Helsingin Sanomien* yhdestä numerosta löytyi *toimijoita* (ihmisiä ja heidän yhtymiään) 5 814; saman lehden lukijoita oli arviota 1,3 miljoonaa (K. Pietilä & Sondermann 1994, 78). Julkisen huomion *kohteena* oli siis noin 6 000 ihmistä ja niiden muodostumaa; niihin *kohdisti* julkista huomiota 1,3 miljoonaa ihmistä. Kunkin toimijan yleisöpotentiaali oli päitä laskien paljon suurempi kuin kunkin lukijan julkisuuspotentiaali: yhtäällä eli toimijoiden puolella oli *vähän* (ihmisiä), toisaalla, yleisön puolella *paljon* (ihmisiä). Sanalla sanoen: vino jakauma.

Yhteiskunnalliset jakaumat voivat olla muutettavia tai sellaisia, ettei asiaa voi auttaa asiaa itseään muuttamatta. Esimerkiksi tulojakaumaa ovat ihmiset itse muuttaneet milloin yhteen, milloin toiseen suuntaan. Joukkoviestinnän vinot jakaumat ovat osin toisenlaisia. Niitä ei käy muuttaminen muuttamatta joukkoviestintää itseään muuksi. Toimijoita ja journalisteja voi nykyaikaisessa joukkoviestinnässä olla vain vähän verrattuna yleisönä olevien ihmisten määrään. Ei olisi joukkoviestintää, jos 1,3 miljoonaa ihmistä kommunikoi keskenään, jokainen kaikkien muiden kanssa. Ehkä se olisi internet, Manuel Castellsin (2001, 2–3) mukaan ”viestinnän mediumi, joka ensimmäistä kertaa mahdollistaa monien kommunikaation monille”. Castellsin ”monet” voi olla sen suurin, että 1,3 miljoonaa viestijää kommunikoi saman 1,3 miljoonan kanssa. Joukkoviestimien jälkeen ilmaantuneet viestintämuodot ovat oma kysymyksensä, johon en nyt puutu.

Joukkoviestinnän jakaumat eivät ehkä pelkkinä lukumäärinä – toimijoita vähän, yleisöä paljon – herätä huolta. Jakaumien tulkinta perustuu kuitenkin arvoihin, sillä niiden katsotaan ilmaisevan yhteiskunnallisen *toimintakyvyn ja osallisuuden* jakautumista. Ja jakauma on siis vino: toimintakykyisiä, aktiivisia, osallisia on vähän; toimintakyvyttömiä, passiivisia, sivullisia paljon. Suurin osa ihmisiä, nimittäin joukkoviestimien yleisö, ei ole yhteiskuntansa osallinen vaan miltei ulkopuolinen. Kuten Heikki Heikkilä (2001, 201) sanoo, yleisöön kuuluvien ihmisten ”osana on normaalisti osallistua päätöksentekoon edustajiensa välityksellä ja seurata paikallistakin julkista keskustelua hieman ulkopuolelta ottamatta suoranaisesti osaa keskusteluun”.

Yleisöasemassa ihmisten on myös katsottu *kokevan* tilanteensa niin, että korostuu ”eräisyys, ulkopuolisuus ja välinpitämättömyys”, ”voimattomuuden

ja kyynisyyden” elämys, ”turtumuksen ja tympäännyksen” tuntemus, kokemus ”yhteiskunnallisen tapahtumisen väijäämättömyydestä, vallan prosessien vaihtoehdottomuudesta ja sen haltijoiden ylivoimaisuudesta sekä tavallisten ihmisten vaikutusvallattomuudesta tapahtuvan todellisuuden edessä” (Ridell 1998, 290–293).

Nykyisissä demokratia- ja ihmisoikeuspuheen kyllästämissä oloissa voi olla vaikea hyväksyä, että poliittisten doktriinien kiillottamat arvot näyttäisivät toteutuvan joukkoviestinnässä samentuneina. Arvot voivat jopa kääntyä vastakohdiksi: aktiivisen kansalaisuuden tilalla onkin passiivisuutta ja anonyymiä luvuttomuutta. Joukkoviestinnässä tämä näyttää väistämättömältä. Televisio, Pertti Hemánus huomautti taannoin, ”ei voi saattaa katsojan ulottuville mitään sellaista liikkuvan tai liikkumattoman kuvan, äänen ja mahdollisen tekstin kokonaisuutta, jonka puolivälissä katsoja voisi esimerkiksi kuvaruudun nyrkillä rikki iskemällä päästä mukaan politiikkaan, keskeyttää Ilkka Kanervan ja Esko-Juhani Tennilän monologin tai vaatia heiltä lisäselvityksiä tai suorastaan puser-taa heitä kurkusta ja vaatia heiltä parempaa politiikkaa” (Hemánus & K. Pietilä 1982, 254). Jos vinoa jakaumaa ei voi muuttaa, vinoutta voi koettaa *kompensoida*. Tapoja, joiden voi ajatella kompensoivan joukkoviestinnän vinouksia, on ainakin kaksi erilaista muunnelmaa.

TARJONTAPERUSTAINEN KOMPENSAATIO

Syksyllä 1980 Suomessa alkoi debatti, joka sai nimen ”suuri suomalainen journalismikeskustelu”. Sen yhtenä virikkeenä lienee ollut *Tiedotustutkimus*-lehdessä julkaistun kirjoituksen ”Uuden journalismin tutkimus- ja kehittämisprojektista” (K. Pietilä 1980, 29–38), johon Hemánus hetimiten reagoi samalla foorumilla kirjoituksella ”Rationaalinen ja irrationaalinen journalismikonseptio” (1980, 35–39) tarkoittaen rationaalisella itse esittämänsä ja irrationaalilla minun esittämäni ajatusta. Puheenvuorojen taustana oli se ”tiedotustutkimuksen tutkimuskohdetta koskenut keskustelu, jota Tampereen yliopiston Tiedotusopin laitoksella alettiin käydä joskus ennen 1970-luvun puoltaväliä” (V. Pietilä 1982, i).

Hemánus edusti keskustelussa suuntaa, jolle journalismin tehtävä on toimittaa *objektiivista* tietoa ajankohtaisista tapahtumista viestimien yleisöille. (Heikkilän erittelemistä toimittajien työtään koskevista diskursseista peruskoulu-diskurssi eli tiedon välitys ja yhteiskunnallisten toimintojen analyysivälineiden tarjonta yleisölle on lähellä Hemánuksen ideaa; 2001, 126–132.) Objektiivinen joukkoviestintä ei tarkoittanut vain paikkansapitävien faktojen välittämistä (objektiivisen joukkoviestinnän ideasta ks. Hemánus & Tervonen 1980). Katsottiin, että myös uutisfaktojen syvemmästä tulkinnasta ja merkityksestä saat-toi päästä perille objektiivisesti ja että objektiivisuuteen piti pyrkiä myös tällä tasolla. Yleisöille siis piti välitettävän sekä objektiivisia tietoja tapahtuneesta ja tapahtuvasta että niiden objektiivisia tulkintoja. Näin piti edistää ihmisten maailmankuvien oikeellistumista.

Jos siis journalismi nähdään siten vinoksi että yhtäällä on vähän toimivia ja toisaalla paljon niitä, jotka vain tietävät (että, kuinka ja miksi edelliset toimivat) jos sitäkin, niin objektiivisuusajattelun voi nähdä kompensoivan tilannetta – sen mukaan tulee huolehtia siitä, että jälkimmäiset taatusti tietävät sekä faktu-

aalisesti paikkansapitävästi että syvärakenteellisemmin objektiivisesti. Sittemmin ajatus tarkoitti julkistointia, joka palvelisi ”tasa-arvoisesti koko yhteiskuntaa, erilaisia poliittisia näkemyksiä ja kulttuurisia arvoja” tavoitteenaan ”mediasisältöjen moninaisuus, tasapuolisuus ja edustavuus” (Karppinen 2005, 33). Kompensaatio painottui tarjontaan: laatu-tietoa maailman tapahtumista ja toimijoista.

KYSYNTÄPERUSTAINEN KOMPENSAATIO

Kun kritikoin objektiivisuusideaa positiosta, jolle vähemmän omaperäisesti annoin nimen ”uusi journalismi”, olin Hemánuksen mielestä luomassa ”objektiivisuuden hylkäämisen vaiheen eli ns. kyynisen subjektiivisuuden vaiheen ilmiötä: journalisti purkaa ulos omaa subjektiivista tajuntaansa – ei välttämättä tosiasioista niinkään piitaten” (1980, 35). Keskustelussa esitettiinkin subjektiivisesti sävyttyneitä puheenvuoroja. Leif Salmén (1984, 30) katsoi, että ”kriittisemmälle journalismille on olemassa sosiaalinen tilaus”, jonka täyttämiseen ”ei tarvita muuta, kuin että toimittaja sallii – kun väline ja ajankohta sopivat – oman persoonallisuutensa, oman, joskus ristiriitaisenkin ajattelunsa, oman epäilynsä nousta esille ikäänkuin kuvittamaan ja täydellistytään fakta-aineistoa”.

Objektiivisuusajattelun vastapainoksi tosiaan vakiintui eräänlainen subjektiivismi, ei kuitenkaan Hemánuksen kammoama tajunnanvirta tai Salménin faktoja täydentävä journalistipersona. Pikemmin tunnustettiin, että taloutensa vuoksi joukkoviestimien on esitettävä aineistoa, jolla on kysyntää: jota ihmiset, subjektit asettuvat halukkaasti lukemaan, kuulemaan ja katsomaan. Tätä tarkoitti Antti-Pekka Pietilä, silloisen MTV:n silloinen uutispäällikkö ytimekkäässä lausunnossaan (Sanomalehtimies 12, 30.5.1988): ”Kun vain katsottu ohjelma voi olla myyvä, niin kaupallisen tv-toiminnan on oltava menestyäkseen laadukasta ja sitä on oltava katsotuissa ohjelmatyypeissä. Huono uutis- tai ajankohtaisohjelma ei siis voi menestyä ainakaan kaupallisessa tv:ssä.” Hyviä ovat suuria tai tavoiteltuja yleisöjä keräävät ohjelmat; ja yleisöthän katsovat mitä haluavat. Heikkilän tunnistamista toimittajien puhetavoista tavaratalodiskurssi jäi kentälle suuren journalismikeskustelun jälkeen (2001, 132–137): ”Nykyisin toimittajatkin tunnustavat avoimesti, että sanomalehti on tuote, jonka sisältöjä on arvioitava myös sen perusteella, mitä yleisö haluaa lukea tai mitä sen oletetaan lehdeltään haluavan.” Yleistäen ”markkinakeskeinen diskurssi on tullut mediapolitiikassa siinä määrin hallitsevaksi, että myös julkisen palvelun instituutioiden on täytynt sopeutua siihen” (Karppinen 2005, 34; hyvä esimerkki hallitsevasta diskurssista on Koivusen ja Lehtosen typologia [2005, 18–21], jonka ”julkisen puhuttelun areenat” on helppo tunnistaa markkinasegmenteiksi). Journalismikeskustelun tuhkista nousseen feeniksin ydin löytyy Pertti Alasuutarilta: ”Sanomalehti on muuttunut torikokouksesta markkinatoriksi. [...] Miten ihmiset käyttävät lehtiä, radiota ja televisiota [...] tarkastellaan vastaavalla tavalla kuin sitä, miten he käyttävät pesukonetta, levysoitinta ja saunaa” (1992, 54).

Jos siis journalismi jakautuu vinosti näytösten osallisiin tai järjestäjiin ja näytöksiä seuraaviin sivullisiin, markkinasuuntauksen voi ajatella kompensoivan vinoutta niin, että sivulliset eli kuluttajat voivat ainakin valita mitä seuraavat: omaa aistia, tarvetta tai halua tyydyttäviä näytöksiä.

ONKO KOLMATTAA?

Tiedon sekä ajatus- ja analyysivälineiden tarjonnan perustelu on, että tarjotun omaksuminen lisää toimintakykyä: parhaiten toimivat ne, jotka osaavat eritellä yhteiskunnallista tilannettaan ja tuntevat sen. Joukkoviestimet voisivat levittää tätä kykyä massamittaisesti. Silti päivästä päivään toistuisi jäsenyys, jossa vain harvat toimivat massojen jäädessä ulkopuolisiksi. Jos tieto muuntuisikin toiminnaksi, jää transformaatio kuitenkin harvojen herkuksi joukkoviestinnän maailmassa. Voi näet olla, että useimmat vierailevat toimijoiden puolella vain kerran ja silloinkin *post festum* eli kuolinilmoituksessaan.

Toinen vaihtoehto, markkinameininki, kyllä antaa yleisönä oleville toimintakyvyn, nimittäin kuluttajan tilaisuuden – tai kuten Ulrich Beck ja Elisabeth Beck-Gernsheim sanovat (1994, 12), miltei *pakon* – rakentaa itsensä tarjolla olevista luvuttomista mahdollisuuksista. Suuntauksen heikkous on, että kuluttajan toimintakyky koskee kutakin yksilöä kerrallaan. Yhteiskunnallisella tasolla eli markkinoiden aggregoimana miljoonien toimintakyvyt eivät ole kenenkään toimintakyky vaan ei-itsestään-tietoinen stokastinen prosessi. On ihmisiä, jotka ovat siihen tyytyväisempiä kuin mihinkään muuhun. Mutta on niitäkin, jotka kuvittelevat tilanteensa riippuvan tekijöistä, joihin heidän kulutuspäätöksensä eivät vaikuta sitä tai tätä, mutta jotka voisivat olla muulla tavoin kuin markkinoiden kautta heidän osallistumisensa piirissä. Jälkimmäisiä, kuten itseäni, saattaa houkuttaa idea *kolmannesta tiestä* tietotarjonnan ja markkinoiden tuolla puolen. Heikkilän toimittajissakin oli näitä; heidän puheensa luokiteltiin saneerausdiskurssiksi (2001, 138–42): sanomalehti on ”väline, josta kansalaiset voivat paitsi saada itselleen merkittävää informaatiota, myös kertoa mielipiteistään julkisesti ja vaikuttaa itseään koskeviin asioihin”.

Esitän tuonnempana oman ratkaisuni kolmanneksi tieksi. Sitä ennen käsitelen kuitenkin erästä merkittävää ratkaisuideaa, jota Heikkilänkin tutkimus osaltaan soveltaa, nimittäin ajatusta *julkisosta*.

JULKISO KOLMANTENA TIENÄ

Ongelmassani on kysymys *yleisön asemasta*: Kuinka saada sivulliseksi asemoituvalla yleisölle tiiviimpi osallisuus niissä toimijoiden hallitsemisissa prosesseissa, joiden aineksista journalistit rakentavat tekstinsä? Kaksi yleistä, mutta epätydyttää mahdollisuutta on, kuten tuli selväksi: yhtäältä oppimestarin vakavamielinen tiedonjakelu, toisaalta kuluttajaystävällinen *fröhlicher Journalismus* eli (yhä vapaamielisemmän säädyllyisyyden rajoissa) sen tuottaminen, jolla on kysyntää (jälkimmäinen tätä nykyä ylivoimainen).

Näitä ongelmia pohdittaessa huomattiin (esimerkkinä Kunelius 1998, 117), että suomen kieli ei pysty englannin kielen tavoin erottamaan yleisöä merkityksessä *audience* (objektiasemassa oleva passiivinen, ei-itsestään-tietoinen massayleisö) yleisöstä merkityksessä *public* (julkisesti toimiva, aktiivinen yleisö). Kielen heikko erottelukyky liittyy suoraan journalismin probleemaa: Miten päästä passiivisesta tai enintään kuluttajana aktiivisesta yleisöstä yhteiskunnallisesti aktiiviseen, niin että ”tavallisilla ihmisillä” olisi oikeus esittää mielipiteitä ’yhteisistä’ asioista ja hakea niihin sisältyviin ristiriitoihin ja ongelmiin ratkaisua kollektiivisessa neuvotteluprosessissa” (Ridell 1998, 295)? Joukkoviestimien

yleisönä "kansalaiset pelkästään *reagoivat* siihen, mitä julkisuudessa esitetään" eivätkä "ota kantaa, keskustele tai toimi julkisesti". Pitäisi päästä siihen, että ihmiset esiintyvät "aktiivisesti keskustelevana, julkisuuteen päin suuntautuvana toimijaryhmänä, joka kehkeytyy aina tietyn yhteisen ongelman tai kysymyksen ympärille". (V. Pietilä ym. 1999, 1). Tälle aktiiviselle yleisölle ei siis ollut suomenkielistä termiä.

Ratkaisuksi keksittiin, kuten uskottiin, uudissana: käännetään *audience* yleisöksi, *public* julkisoksi (V. Pietilä & Ridell 1998, 95; uudissana ei ollut niin uusi kuin luultiin, ks. V. Pietilä 2006). Tarkoitus oli avata kaksi eri näköalaa "siihen rooliin tai asemaan, jonka viestintäteollisuus vastaanottoa varten tuottaa", ja suhteisiin, "joihin ihmiset joukkoviestintään nähden aktuaalisesti asettuvat" (Ridell 1999, 31). *Yleisönä* ihmiset "asettuvat vastaanottamaan, kuluttamaan ja merkityksellistämään viestintäteollisuuden heille valmistamia ja tarjoamia tuotteita". *Julkiso* jäsentää joukkoviestintäsuhteen "(julkiseen) yhteiskunnalliseen keskusteluun osallistumisen näkökulmasta" (emt., 31–32). Edellinen käsite sisältää ajatuksen viestinnän vastaanottajista *yhteiskunnallisesti* passiivisina ja ulkopuolisina, jälkimmäinen aktiivisina ja osallisina.

Julkisoideassa on kuitenkin puoli, joka näyttäisi heikentävän sen kelpoisuutta joukkoviestinnän tarkastelussa. Kuten V. Pietilä (1999, 9) huomauttaa, julkiso "ei määrity suhteessa joukkoviestintään vaan suhteessa siihen kysymykseen, joka on kutsunut sen esiin [...]: julkiso määrittyy suhteessa sen synnyttäneeseen kysymykseen, yleisö taas suhteessa joukkoviestintään". Julkisoiden juuri olisi viestinten ulkopuolella, kun yleisöt olisivat viestinten oma luomus. Julkiso ei siis jäsentäisikään *joukkoviestintäsuhdetta* yhteiskunnalliseen keskusteluun osallistumisen näkökulmasta. Julkison ja yleisön ero suhteessa "yhteiskunnallisiin kysymyksiin" ei kuitenkaan ole täysin selvä. Myös joukkoviestimien, esimerkiksi sanomalehtien yleisöineen kaikkineen on katsottu olevan olemassa siksi, että on "yhteiskunnallisia kysymyksiä". Näitä kysymyksiä journalismin instituutioon osalliset pitävät raportoinnin ja laajemmankin puinnin ansaitsevina, ja näistä kysymyksistä journalismia myös tehdään. Julkisen piiri, joukkoviestintäkin alkaa näet muodostua, kun yksityisen ja yksilöllisen "toiminnan seuraukset ulottuvat koskemaan laajalti muitakin kuin toimintaan osallisia" eli kun ilmaantuu yhteiskunnallisia kysymyksiä. (V. Pietilä 1997, 119. Ajatus on peräisin John Deweyltä [1954], joka on julkisoidea virittäneitä filosofeja.)

Käsitteet erottuvat toisistaan ajattelemalla niin, että *julkisolla* on kerrallaan suhde *yhteen* kysymykseen tai kysymyskimppuun (tätähän V. Pietilä tähdensi edellä), kun taas journalististen välineiden kautta syntyvä suhde on *yleinen*. Yleisellä suhteella tarkoitan ylimalkaan keiden tahansa suhdetta yhteiskunnallisiin kysymyksiin. Siksi viestimistä yleisiä asioita seuraavia voi perustellusti kutsua *yleisöksi*. Julkison suhde yhteiskunnallisiin kysymyksiin on siten *välitön*, että osalliset ovat itse aktivoituneet puuttumaan ongelmallisiin asioihin. Yleisön suhde kysymyksiin on puolestaan *välillinen*: journalistiset välineet kiinnittävät sen puolesta huomiota asioihin ja osallisiin. Jos julkiso ja yleisö eroavat toisistaan esittämällän tavalla, julkison ja *nykyaikaisen* joukkoviestinnän yhdistäminen samaan kuvioon hankaloituu. Pulmaksi näet jää, miten joukkoviestimien yleisöjen sadat tuhannet ja miljoonat edes voisivat osallistua yhteiskunnalliseen keskusteluun niissä välillisten yhteiskuntasuhteiden oloissa, jotka ovat heidän todellisuuttaan.

JULKISOIDEAN ETÄINEN TAUSTA

Julkisoideaa näyttävät innoittaneen 1700-luvun alun Lontoon ja 1800-luvun alun Yhdysvaltain porvarillinen julkisuus kahvilainen, kaupunkikokouksineen ja lehtineen. Noihin julkisuuksiin kokoontuneiden monituhapäisten joukkojen ”keskinäistä yhteyttä voitiin pitää yllä vain sanomalehden avulla. [...] Kahvilayleisö tai -julkiso ei vain ottanut lehtiartikkeleita keskustelunsa kohteeksi vaan ne katsottiin keskustelun elimelliseksi osaksi [...] Kyse on yhden ja saman keskustelun jatkumisesta toisessa viestimessä, josta se sitten luennan kautta kiertyi takaisin alkuperäiseen suusanalliseen muotoon.” (Habermas 2004, 78.) Kahvilat, kokoukset ja lehdet olivat tuolloisen julkisuuden institutionaalisia muotoja; julkiso, *publicin/Publikumin* vastine, on tarkoitettu sen sosiaalisen muodon nimeksi. Kysymyksessä oli, kuten Habermas sanoo, ”poliittisesti toimiva julkisuus”, jonka osalliset kuitenkin ”olivat todellisuudessa pieni vähemmistö vaikka lukuun otettaisiin suurporvariston lisäksi myös pikkuporvaristo” (emt., 134).

Mutta tilanne oli muuttumassa; luvut olivat kohoamassa sadoista ja tuhansista satoihin tuhansiin ja miljooniin. Yhtäältä lehdet, levikit ja lukijakunnat lisääntyivät (Smith 1979, 56–57): ”Vuoteen 1750 mennessä Lontoo saattoi ylpeillä viidellä päivälehdellä, kuudella kolmesti viikossa ilmestyvällä, viidellä viikkolehdellä, ja – paljon epävirallisemmalla tasolla – useilla leikattuun hintaan kauptuilla kolmen viikkokerran lehdillä, viikoittaiselta yhteislevikiltään 100 000 numeroa (joilla aina miljoonaan nouseva lukijakunta).” Toisaalta saman kaupungin väestö kasvoi: vuonna 1700 mittari osoitti 674 350, vuoteen ”1750 mennessä Lontoon väestö oli yltänyt miltei 700 000:een”, vuonna 1801 laskettiin 900 000 henkeä, kymmentä vuotta myöhemmin 1 050 000 (Leigh 2004; Population history of London 2004).

Yhdysvallat puolestaan rakentui 1800-luvun alkupuolella pienistä itseriittoisista paikallisyhteisöistä. Niiden julkisen elämän ”laitostunein muoto oli *town meeting*, kaupunkikokous, jossa julkista käsittelyä edellyttävistä asioista keskusteltiin ja päätettiin demokraattisesti yhdessä” (V. Pietilä 1997, 120). Niinpä siellä kuten Lontoossa sata vuotta aiemmin ”sanomalehden ja sen lukijoiden välillä vallitsi miltei orgaaninen suhde. Lukijakuntaa yhdisti toisiinsa [...] asianosaisuus lehden käsittelemissä aiheissa. Samat ihmiset, jotka kokoontuivat keskustelemaan lehtien kirjoituksista, olivat myös niiden pääosiaalisia toimijoita.” (Heikkilä 2001, 210; Carey 1987.) Pietilä (2001, 11) lainaa James Careyn ajatusta, että julkiso ”aktivoitui sosiaaliseen suhteeseen uutisten kautta, ja puolestaan uutisten ensisijaisena aiheena oli julkiso, nimittäin silloisten kauppiaiden, liikkeenharjoittajien, kansalaisten ja poliittisten aktivistien julkisesti esittämät mielipiteet”. Pietilä ottaa huomioon myös kritiikin, jota julkisesti keskustelevalle yleisön eli julkison ideaa kohtaan on esitetty (Park 1981; Carey 1987; Peters 1995). Kritiikeistä huolimatta hän katsoo (2001, 19), että ”julkista keskustelua koskeva teoreettinen ajattelu ja empiirinen tutkimus eivät saavuta todellista edistystä, ellei termiä ’public’ rehabilitoida siinä merkityksessä, joka sillä oli kollektiivisen käyttäytymisen traditionaalisessa teoriassa”, siis julkismerkityksessä.

JULKISOT JA NORMAALIJOURNALISMI

Paitsi teoriassa julkison idea tavoittelee edistystä käytännön journalismissa. Ideaan pohjaava journalismi saattaisi poiketa ”edustukselliselle logiikalle rakentuvista nykyjournalismin käytännöistä, joissa politiikan ja talouden asioiden määrittelyä hallitsevat yhteiskunnan erilaiset eliitit ja kansalaisten osana on lähinnä passiivisen vastaanottajan rooli” (Heikkilä 2001, 210). *Julkisoideasta* lähtien voisi löytyä reitti monologisesta viestinnästä, jota yleisökäsityksen nähdään merkitsevän, dialogiseen (Ridell 1999, 37): ”Dialoginen keskustelujulkisuus poikkeaa perustavasti journalismin vakiintuneista käytännöistä ja esitystavoista. Niiden rakentama julkisuushan tapaa moniäänisimmilläänkin koostua yhteen suuntaan puhuvista monologisista äänistä, jotka saman jutun julkisuustilassakin vain harvoin asettuvat keskustelusuhteeseen.” Normaalisti journalismi olisi monologista; tavoitteena on dialoginen. Ovatko journalismin vakiintuneet käytännöt sitten monologisia?

Otan esimerkiksi uutisen *Helsingin Sanomien* talousosastosta 19.10.1985, otsikkona ”Kauppakamari haluaa ulkomaista pääomaa”. Koska koetan haastaa käsityksen, joka näkee normaalijournalismin monologiseksi, ositan uutisen eri ”ääniksi” (mutkikkaampi esimerkki tällaisesta osituksesta on Lassila-Merisalolla 2005). Teksti jakautuu yhtäältä toimijan eli keskuskauppakamarin toimitusjohtajan Sakari Yrjösen, toisaalta lehden omiksi sanoiksi. Olen kursivoinut lehden esittämän; muu on suoraan tai toisin sanoin Yrjösen esittämää (tai ellei hänen, niin sitten jonkun muun, tuntemattoman ulkopuolisen tahon):

*Kauppakamari haluaa ulkomaista pääomaa
Keskuskauppakamarin toimitusjohtaja Sakari Yrjösen haluaa
lisätä ulkomaisen pääoman tuontia Suomeen. Hänen mielestään
tätä vaatii Suomen kansainvälistymiskehityksen nopeuttaminen.*

*”Ulkomaalaisten omistusoikeuden nostamisesta 20 prosentista
40 prosenttiin on puhuttu pitkään, mutta asiassa ei ole pystytty
tekemään ratkaisua. Paine pääomantuonnin liberalisointiin kasvaa
kuitenkin kovaa vauhtia”, Yrjösen esittää.*

*Yrjösen mukaan Suomen suorat sijoitukset ulkomaille kasvoivat
nettomääräisesti viime vuonna noin miljardilla markalla. Samanai-
kaisesti suorat ulkomaiset sijoitukset Suomeen nousivat 300 miljoo-
naan markkaan ja suomalaisten arvopapereiden myynti ulkomaille
kasvoi lähes kolminkertaiseksi.*

Ensiksi lehden osuus erilleen kirjoitettuna (pelkistys 1):

*Kauppakamari haluaa...
Keskuskauppa-kamarin toimitusjohtaja Sakari Yrjösen haluaa...
Hänen mielestään...
”...”, Yrjösen esittää.
Yrjösen mukaan...*

Vastaavasti voimme pelkistää Yrjösen osuuden (pelkistys 2):

*[Lisää] ulkomaista pääomaa
[Meidän täytyy] lisätä ulkomaisen pääoman tuontia Suomeen.
[T]ätä vaatii Suomen kansainvälistymiskehityksen nopeuttaminen.*

Ulkomaalaisten omistusoikeuden nostamisesta 20 prosentista 40 prosenttiin on puhuttu pitkään, mutta asiassa ei ole pystytty tekemään ratkaisua. Paine pääomantuonnin liberalisointiin kasvaa kuitenkin kovaa vauhtia.

Suomen suorat sijoitukset ulkomaille kasvoivat nettomääräisesti viime vuonna noin miljardilla markalla. Samanaikaisesti suorat ulkomaiset sijoitukset Suomeen nousivat 300 miljoonaan markkaan ja suomalaisten arvopapereiden myynti ulkomaille kasvoi lähes kolminkertaiseksi.

Kokonaisuudesta irrotettuna lehden osuudessa ei ole järkeä; Yrjösen osuus on ymmärrettävä myös ilman lehden osuutta. Miksi siis lehti on mukana ensinkään, kun sen panoksessa ei sellaisenaan ole tolkkua?

On silti miltei sanomatta selvä, ettei juttu voi olla lehdessä – nimittäin *uutisena* – ilman lehden sellaisinaan mitättömiä välihuomautuksia; se ei voi olla talousosaston uutinen pelkistys 2:n mukaisena. Niukkuudestaan huolimatta lehden välikaneetit eivät ilmeisesti ole merkityksettömiä. *Mikä* niiden merkitys on?

Kun lehti sanoo sen vähän mitä sanoo, se kääntyy lukijoiden puoleen ja sanoo sen. Mutta, totesin, erityistä sanottavaa ei ole. On kuitenkin havaittu, että puhuminen ilman erityistä sanottavaa on yleistä ihmistoimintaa. Kysymys on funktiosta, jota Roman Jakobson (1960, 355–357) kutsuu Bronislaw Malinowskia (1979, 313–316) seuraten *faattiseksi*. Faattinen funktio tarkoittaa kielellistä toimintaa, joka ennemmin luo sosiaalisia suhteita kuin siirtää informaatiota. Malinowski sanoo, mistä pelkistys 1:ssä voi olla kysymys: ”Ei voi olla epäilystäkään, että meillä on tässä uusi kielenkäytön tyyppi – terminologisten keksintöjen demonin kiusaukset houkuttavat kutsumaan sitä *faattiseksi yhteydeksi* – puheen tyyppi, jossa yhteyden siteitä luodaan pelkästään vaihtamalla sanoja” (1979, 315). Ehkä lehden osuudessa (pelkistys 1) on kysymys juuri tästä: ”yhteyden siteiden luomisesta” jutun mikrokosmoksessa, jonka osalliset ovat (1) toimija eli kauppakamarin Yrjönen, (2) lehti ja (3) yleisö. Myös yleisöllä olisi paikka ja läsnäolo jutussa.

Journalismi luo jutussa pienoismaailman, jossa Yrjönen on asetettu toimijan positioon. Huomautuksillaan lehti luo juttuun toisen, edelliselle vastakkaisen paikan: yleisöposition. Lehden niukat sanat asettavat yleisön omalle paikalleen kuulemaan, mitä Yrjönen, joka yleisöstä katsoen on ”tuolla”, sanoo ”sieltä” ”tännen”. Lehti siis tuo Yrjösen yleisölle – mutta *jutun mikrokosmoksessa* myös yleisön Yrjöselle. (Jos poistan lehden sanat eli pelkistys 1:n, juttu on edelleen tolkullinen, mutta sen *sisällä* ei ole enää erillistä paikkaa yleisölle, eikä sen läsnäoloa ole merkitty.) Lehti siis välittää nämä kaksi positiota toisilleen. Väilyksessä *vuoro vaihtuu* – kuten puheenvuoro dialogissa – seitsemän kertaa: ensin teksti on yleisön puolella, sitten Yrjösen, sitten yleisön ... Jutussa on kaksi paikkaa, joiden välityksenä lehti toimii saaden aikaan dialogia muistuttavan vuorottelun. Voisiko siis ajatella, että juttu on kuin onkin dialoginen?

Yleisö on äänetön; joukkoviestintä on sen luontoista. Kysymys onkin, mihin asti lehden osuuden jutussa voi tulkita. Ajatelkaamme jutun aikatila preesensiksi, jossa kaikki kolme, toimija, lehti ja yleisö *ovat läsnä*. Silloin meidän on mahdollista kuvitella, että asettaessaan yleisöä toimijan vastapuoleksi lehti luo yleisön ja toimijan välisen dialogin seuraavan muunnoksen karrikoimalla tavalla:

Lehden yleisö: Jahas?

Kauppakamarin Yrjönen: Lisää ulkomaista pääomaa!

Yleisö: Niinkö?

Yrjönen: Meidän täytyy lisätä ulkomaisen pääoman tuontia Suomeen.

Yleisö: Vai niin.

Yrjönen: Sitä vaatii Suomen kansainvälistymiskehityksen nopeuttaminen.

Yleisö: Jaa.

Yrjönen: Ulkomaalaisten omistusoikeuden nostamisesta 20 prosentista 40 prosenttiin on puhuttu pitkään, mutta asiassa ei ole pystytty tekemään ratkaisua. Paine pääomantuonnin liberalisointiin kasvaa kuitenkin kovaa vauhtia.

Yleisö: Jopas.

Yrjönen: Suomen suorat sijoitukset ulkomaille kasvoivat nettomääräisesti viime vuonna noin miljardilla markalla. Samanaikaisesti suorat ulkomaiset sijoitukset Suomeen nousivat 300 miljoonaan markkaan ja suomalaisten arvopapereiden myynti ulkomaille kasvoi lähes kolminkertaiseksi.

Näin nähden jutun *journalistinen julkisuus* on kaksisuuntainen ja – jossakin alkeismielessä – dialoginen. Eli näyttää siltä, että *journalismissa on normaalisti dialogisia piirteitä tai potentiaaleja*, jotka syntyvät lehden välittäessä toimijat ja yleisön toisilleen.

Jos esittämäni on puolustettavissa, normaalijournalismin yleisö voisi periaatteessa olla osallinen journalististen juttujen aikatiloissa. Yleisöllä voisi olla niissä oman äänen ja toimintakyvyn ituja, niin että viestintä voisi olla enemmän tai vähemmän toimijoiden ja yleisön välistä dialogia.

JULKISOT JA KANSALAIJOURNALISMI

Julkisoidean pohjalta on siis mietitty myös journalistisia käytäntöjä, joissa monologia syrjäyttäen päästäisiin yhteiskunnalliseen keskusteluun. Miltä Yrjös-juttu näyttää siinä suhteessa, erityisesti V. Pietilän ”Reflections on public discussion in the mass media”-artikkelin valossa (2001, 11–21)?

Yrjönen epäilemättä osallistuu pääomaliikkeitä koskevaan yhteiskunnalliseen keskusteluun. On ajateltavissa, että Yrjösen panosta on edeltänyt ja seurannut puheenvuoroja, joiden esittäjinä on ollut vaikkapa Suomen Pankin, rahoitustarastuksen, veronmaksajain keskusliiton, valtiovarainministeriön ja ties minkä edustajia. Ehkä Yrjönenkään ei esiintynyt ensimmäistä kertaa. Tämä joillekin konstuktionalistisille jäsenyksille ominainen kuvio lähestyy jo journalismia, jollaista julkisoidea voisi pitää esikuvana. Pietilän (emt., 12) mukaan näet ”usein journalistit tai jotkin ulkopuoliset tahot nostavat viestinten areenalle sosiaalisia kysymyksiä, jotka saavat aikaan erilaisia reaktioita ja antavat aiheen pääkirjoitukseen, mielipidejuttuihin, haastattelulausuntoihin ja muihin mielenilmaisuihin niin viestimien sisä- kuin ulkopuoleltakin – se on, polkaisevat esiin jotakin julkisen keskustelun tai väittelyn kaltaista”.

Aivan perille tämä sosiaalisten ongelmien kielipeliin nojaava journalismi ei

kuitenkaan pääse. Vaikka suuntaus näkee sosiaalisen ongelman Herbert Blumerin tapaan ”keskustelun, ristiriidan, erilaisten kuvaustapojen ja erisuuntaisten väitteiden kohteeksi” (emt., 13; Blumer 1971), se ei saa vedettyä yleisöä (*public*) osaksi julkisosa keskustelun osapuoleksi. Konstruktivistit näet ”paukuttavat yleisön [*public*] vankasti sen ytimen ulkopuolelle, joka ottaa osaa kollektiiviseen määrittelyprosessiin”; yleisön osana on olla ”passiivisia sivustakatsojia, joihin väitteitä aktiivisesti esittävät koettavat vedota” (V. Pietilä 2001, 16). Keskustelua tai väittelyä käydään kyllä yleisön edessä; mutta yleisö jää sivulliseksi. Siksi Heikkilä arvioi nykyisen uutisjournalismin suorituksen *ohueksi*: ”Se palvelee demokratiaa noudattelemalla modernin, liberaalin ja edustuksellisen demokratian käytäntöjä” (2001, 153). Edustetuksi tuleminen on sivullisuutta, ei osallisuutta; demokratian ja journalismin ”haasteena on siis löytää käytäntöjä, jotka eivät rajoittaisi kansalaisten osallistumista vain [...] keskustelun seuraamiseen” (emt., 154).

Pietilä (2001, 16) uskoo, että aktiivisen yleisön idea olisi saatavissa kollektiivisen käyttäytymisen perinteisestä teoriasta ja 1700- ja 1800-lukujen angloamerikkalaisia porvarillisia julkisuuksia mallinaan pitävästä julkisuusideasta. Nykyyleisön rehabilitointi julkisena voisi merkitä kansalaisjournalismia (*public/civic journalism*); Careyn tavoin (1997, 337–338) Pietilä (emt., 19) kohdistaa toivoa kansalaisjournalismiin, jonka ideana on siis tehdä vastaanottajat osallisiksi.

Osallistava kansalaisjournalismi saattaa edellyttää hyvinkin erityisiä toimia, kun on ilmeistä, että jonkin *Helsingin Sanomien* 1,3 miljoonan yleisöä on vaikea ellei mahdotonkin edes *mahduttaa* lehteen. – Heikkilä (yhdessä Kuneliuksen ja muiden kanssa) vastasi haasteeseen journalismikokeiluilla, joissa kuopiolaisen *Savon Sanomien* lukijoita kutsuttiin keskusteluryhmiiksi, joiden tehtävänä oli määritellä kansalaishorisontin yhteiskunnallisia ongelmia, puida niitä, kuulustella toimijoita eli viranomaisia ja miettiä ratkaisuja. Ryhmien keskusteluista tehtiin journalismia *Savon Sanomiin*: ”Kutsumalla joukko kansalaisia julkisuuteen pyrittiin haastamaan uutisjournalismia kehittämään sopivia malleja siitä, kuinka sanomalehti voisi tukea osallistuvan demokratian muotoja ajankohtaisessa ja kaikille alueen asukkaille suunnatussa julkisuudessa”. Kokeiluissa ”annettiin päärooli kansalaisille, joiden osana on normaalisti osallistua päätöksentekoon edustajiensa välityksellä ja seurata paikallistakin julkista keskustelua hieman ulkopuolelta ottamatta suoranaisesti osaa keskusteluun.” (Heikkilä 2001, 201). Mursiko kansalaisjournalismi edustuksen logiikan?

Esitän kysymyksen näin: Mitä keskusteluryhmät olivat suhteessa *Savon Sanomien* lukijakuntaan (lehdellä on noin 175 000 lukijaa, ks. Levikintarkastus 2004)? *Ne edustivat niitä*. Entä mitä *Savon Sanomien* lukijat olivat – keskusteluryhmien istunnoista tehdyssä julkisuudessa – suhteessa keskusteluryhmiin? *Ne olivat ihmisiä, ”joiden osana on normaalisti osallistua päätöksentekoon edustajiensa välityksellä ja seurata paikallistakin julkista keskustelua hieman ulkopuolelta ottamatta suoranaisesti osaa keskusteluun”*.

Edustuksen logiikka ei näytä kokeiluissa murtuvan. Keskusteluryhmät edustavat kansalaisia, kunnanvaltuustot edustavat kansalaisia... Edustuksellisuutta ei tosin hajota mikään muukaan tekniikka – muistutan Hemánuksen opetuksesta, jonka onnekseni sain ennen kuin kokeilin nyrkillä kuvaputken lujuuutta. Jokaisella keskusteluryhmällä, jonka istunnosta tehtiin sivu sanomalehteä, oli sama 175 000 lukijan yleisöpotentiaali kuin muillakin *Savon Sanomien* julkisuustilaan päästetyillä tai vedetyillä toimijoilla. Näistä 175 000:sta vain ehkä

prosentilla tai parilla kerrallaan on pelko joutua tai toivo päästä toimijaksi lehden julkisuustilaan. Ylimalkaan *keskustelu* klassisen porvarillisen julkisuuden mielessä ei noin suuressa muodostumassa enää tule kysymykseen. Uskon, että normaalijournalismissa voi murtaa ja muuttaa yhtä ja toista – mutta sille ominaista edustuksen logiikkaa ei.

YLEISÖT JA EDUSTUS

Jos edustuksellisuutta ei voi murtaa, voi kuitenkin miettiä, millä tavoin sitä toteuttaa journalismissa. Aluksi voi kysyä, kenelle kansalaisten edustus olisi syytä uskoa.

Minusta on luontevaa, että journalismin instituutiossa kansalaisten edustus on niillä, joille he ovat edustuksen itse uskoneet: *Helsingin Sanomien* lukijat liittyvät yhteiskuntaansa *Helsingin Sanomien*, *Savon Sanomien* lukijat *Savon Sanomien* välityksellä. Näin ne ovat itse valinneet (jos kohta ovat ehkä voineet vain valita, kytkeytyvätkö laajempaan piiriin valitsemansa lehden kautta vai jättävätkö kytkeytymättä). Journalistit itse ovat tarjoutuneet välineidensä yleisöjen kontaktiksi maailmaan. Ja tämä ”lehdistön virka”, totesi jo Snellman (2005, 306), ”perustuu tunnustamiseen. Se uudistetaan, arkisesti sanottuna, jokaisessa uudessa tilauksessa.”

Toisaalta Heikkilä on siinä oikeassa, että Yrjös-jutun kaltainen journalismi on yleisön osallisuutena ohutta, ei vankkaa. Onko sitten mitään tehtävissä, jos edustuksen logiikka ei murru? Vai ajattelisimmeko kuten John Durham Peters (1999, 57): ”Jos siis katsoo, että yksisuuntaiseen jakeluun perustuvat tavat kommunikoida ovat väistämättä viallisia tai määräileviä, ei pääse jyvälle tietystä eettisen kokemuksen kaikkein ilmeisimmästä tosiasiaista: usein vastaamatta jättäminen on majesteettiutta.” Jos toimijat tuputtavatkin merkityksiä yleisölle, sen itsepintainen vaikeneminen luhistaa merkityksen ja sosiaalisen tai yhteiskunnallisen kuten Jean Baudrillard sanoo (1980, 145). Baudrillardin ja Petersin näkökulmasta Yrjös-jutun yleisön hiljaisuus – siinähan lehden sanat merkitsevät yleisön ymseän miltei-vaitiolon – on arvo, jota ei pidä mennä tarvelemään. Mutta vaikka yleisö majesteettisesti vaikeni ja luhisti merkitystä, pääomat päästettiin vapaaksi kuten kauppakamarin mies halusi; ja *sen* yleisö sai tuta nahoissaan karvaasti.

Koska Yrjönen tuskin hoksasi yleisön vaikenemisen majesteettiutta eikä talous- ja rahapolitiikassa älytty yleisön vastaiskua, voi olla paikallaan puntaroida, mitä muuta journalisti saisi noudettua yleisön puolelta juttujen kokoonpanoon kuin sen ovelan tai majesteettisen vaitiolon; katsotaan siis toista esimerkkiä.

Silloinen valtiovarainministeri Suvi-Anne Siimes on pääosassa, kun *Helsingin Sanomat* tiedottaa 3.6.1999:

Valtiovarainministeriö harkitsee hallintarekisterin avaamista myös kotimaisille sijoittajille. Uudistuksen tarkoitus on alentaa arvopaperikaupan kustannuksia ja edesauttaa sitä, että pörssikauppa pysyy Suomessa kansainvälisen kilpailun kovetessa. Asiasta kertoi toinen valtiovarainministeri Suvi-Anne Siimes (vas) taloustoimittajille järjestetyssä tilaisuudessa tiistaina.

Päivi Isotaluksen toimittaman jutun otsikko ”Hallintarekisteri saattaa aueta myös kotimaisille sijoittajille” tarkoittaa, että ”esimerkiksi piensijoittajan ei tarvitsisi enää avata henkilökohtaista arvo-osuustiliä, vaan omistukset ”kirjautuisivat omaisuudenhoitajan ylläpitämälle yhteistilille, jossa olisi monien muidenkin ihmisten osakeomistuksia”. Omaisuudenhoitaja jakaisi osingot ”laartilillä oleville omistajille”. Omistus olisi nimetöntä: ”Tiedot piensijoittajien osakeomistuksista eivät kulkeutuisi enää omaisuudenhoitajaa pidemmälle.” Hanke perustellaan *piensijoittajaa* hyödyttävänä. Piensijoittajaksi yltää halutessaan melkein jokainen; ministeriö rakentaa sen varaan, että tämä tekee sijoittajan intressistä yleisen. Lehti noudattaa tätä ja esittää hallintarekisterin yleisölle piensijoittajan etua, siis yleistä intressiä edistävänä.

Juttu kertoo uudistuksen ingressissä mainitut edut. Myös haitoista puhutaan: hallintarekisteröinti saattaa hyödyttää sisäpiirejä ja helpottaa veronkiertoa. Veronkierto-ongelma jää maininnalle. Sisäpiirikysymyksen ratkaisuksi harkitaan hallintarekisterin kieltämistä sisäpiiriin kuuluvilta, sisäpiirin määrittelyn tarkentamista ja välittäjien velvoittamista ilmoittamaan epäilyttävistä operatioista. Ministeriö pyöristää argumenttinsa kahteen loppuperusteluun (niistä etenkin jälkimmäinen vastaansanomaton):

Valtiovarainministeriö korostaa, että suunnitteilla olevat muutokset toisivat Suomen vain lähemmäksi muiden maiden käytäntöjä. Lisäksi ne ovat vasta harkittavina.

Jos tässä olisi kaikki, tapaus olisi Heikkilän ohutjournalismia. Lukijakunta olisi yleisönä jutussa läsnä ja kohtaisi eriytyneen yhteiskunnallisen funktion: saisi sekä tietoja että valtiovarainministeriön tulkinnan valtiovarainministeriön suunnitelmasta eli: toimijat → yleisö. Funktio sitä vastoin ei *vastaavasti* kohtaisi yleisöään: sen epäilyjä ja punnintaa, onko valtiovarainministeriön tulkinta hallintarekisteröinnin laajentamisesta yleisesti hyväksyttävä.

Suunnitelmasta ei kuitenkaan tehty lehteen vain yhtä juttua; Tuomo Pietiläinen näet kirjoitti pääjutun kinaloon kommentin otsikolla ”Salailuministeriö yllätti taas”. Siinä Pietiläinen, kuunneltuaan mitä ministeriö kaavailee, alkaa puntaroida kuulemaansa. Pietiläinen – *yleisöasemassa*, jossa on siihen asti kuunneltu ministeriön suunnitelmia ja hymisty kanavaa auki pitäen ”jaa-jaa”, ”aivan”, ”niinpä-niin” – määrittelee asetelman. Vastakkain ovat valtiovarainministeriö ja kansalaiset (joita Pietiläinen nyt edustaa): ”Rahaministeriö yllätti jälleen ne kansalaiset, jotka ovat uskoneet Suomen olevan pohjoismaisen avoimuuden mallimaa.” Kommentin pääosassa Pietiläinen kyseenalaistaa virkamiesten uudistukselle esittämät perusteet:

- *Kustannukset*: ”Merkittäviä säästöjä olisi syntynyt kymmenen vuotta sitten, kun osakkeet olivat vielä kauniita paperisia osakekirjoja.” Fiktiivinen pääoma on nykyään elektronisia arvo-osuuksia, joiden käsittelyä on vaikea tehostaa.
- *Sisäpiirin määrittely*: ”Sisäpiiritietoja voi siis olla paljon muillakin kuin yrityksen sisäpiiriläisillä: toimittajilla, huippuvirkamiehillä, poliitikoilla ja muilla golfkavereilla. Lista on loputon.”
- *Valvontavastuu*: ”Meklareiden keskuudessa tunnetaan sanonta: pörssivälittäjä ei välitä, hän vain välittää.”

Osoittamalla uudistusidean perusteet arveluttaviksi lehti saa aikaan, että myös eriytynyt funktio (valtiovarainministeriö) joutuu kohtaamaan yleisönsä, niin että kuvion toimijat → yleisö ohella toteutuu myös kuvio toimijat ← yleisö. Kommentin jälkeen valtiovarainministeriön asema on hankala: tuhoutuneiden argumenttien tilalle on vaikea esittää perusteita, joissa rekisteröinti uudistus näyttäytyisi yleisenä intressinä.

Pietiläinen tekee vastasiirtonsa yleisön puolesta ja sen nimissä (sen voimana on *Helsingin Sanomien* 1,3 miljoonan lukijakunta, eli massa jossa mikään yksityinen ja erityinen ei erotu; massan toimintakykyä puolestaan on Pietiläisen ääni). Hänen intressinsä ei ole mikään kansalaisyhteiskunnan erityisintressi, vaan etu, jota voi pitää yhteisenä *koko yleisölle* ja niin muodoin *yleisenä* intressinä. Näet on kysymys sen puntaroinnista, pitävätkö yleiseksi, kaikkia sitovaksi tarkoitettun järjestelyn perusteet kriittisessä tarkastelussa.

KUINKA SIIS ON YLEISÖN JA JULKISON LAITA?

Joukkoviestintää ei nähdäkseni enää voi muuntaa julkisoksi, mikä ei tarkoita, etteikö joukkoviestintä voi antaa aihetta ja aineksia niiden muodostumiselle. Mutta jos joukkoviestintä vaikuttaa asiakohtaisten julkisoiden muodostumiseen, niin nykyaikaisen journalismin julkisuustilassa ne ovat pikemmin toimijoiden (sellaisien kuin kauppakamarin Yrjönen tai valtiovarainministeri Siimes ministeriöineen) kuin yleisöjen puolella. Silloin joukkoviestimien asia olisi *välittää toimijoiden/julkisoiden ja yleisöjen kesken* siten kuin esimerkkinä käyttämäni jutut osoittavat (ennemmin hallintarekisteri- kuin Yrjös-jutun tapaan).

Jokainen tutkimusidea tematisoi asiansa tietyltä kannalta; mikään ei tematisoi kerralla *kaikkia* puolia. Niin on myös julkison – ja tietysti yleisökin – käsitteen laita. Carey katsoo (1997, 314–5), että ”lehdistö, televisio, Internet eivät niinkään luo yhteisöjä, vaan enemmänkin muistuttavat meitä niistä yhteisöistä joihin toisaalla olemme primaarissa rituaaleissamme ja keskusteluisamme elimellisesti kytkeytyneet”. Kunelius säestää (1999, 47–8): ”Tässä mielessä keskustelu ja paikalliset yhteisöt ovat julkisoiden muodostuksen suhteen primaareja”. Yhteiskuntatieteellisesti on kuitenkin merkittävää, että tämä jättää perifeeriseksi ne suhteet, joita ”lehdistö, televisio, Internet” *itse* synnyttävät, siis itse asiassa sen mikä modernissa on modernia. Ja se, minkä lehdistö ja televisio synnyttävät (internet voi olla muuta), on *yleisö*, jonka voi nähdä ihmisjoukoksi siinä julkisessa tilassa, jossa ovat myös yhteiskunnalliset asiat, eriytyneet funktiot ja toimijat ja jossa journalistit välittävät kaikkien osallisten kesken eri tavoin. Tämä joukkoviestinnän aspekti – *kysymys yleisöstä* – on ongelma, jonka erityisyyttä julkison käsite vain korostaa.

Viitteet

- 1 Kirjoitin tekstin ensimmäisen version kesällä 2005 kunnianosoitukseksi edellisen vuoden syksyllä emeritusstatuksen saavuttaneen veljeni, professori Veikko Pietilän siihenastiselle tutkijantyölle.

Kirjallisuus

- Alasuutari, Pertti (1992) Tori vai levykauppa? *Tiedotustutkimus* 15:1, 53–7.
- Baudrillard, Jean (1980) The implosion of meaning in the media and the implosion of the social in the masses. Teoksessa Woodward, Kathleen, Kathleen (toim.). *The myths of information. Technology and postindustrial culture.* Lontoo: Routledge & Kegan Paul.
- Beck, Ulrich & Elisabeth Beck-Gernsheim (1994) Individualisierung in modernen Gesellschaften. Perspektiven und Kontroversen einer subjektorientierten Soziologie. Teoksessa Beck, Ulrich & Elisabeth Beck-Gernsheim (toim.) *Riskante Freiheiten. Individualisierung in modernen Gesellschaften.* Frankfurt am Main: Suhkamp.
- Blumer, Herbert (1971) Social problems as collective behavior. *Social Problems* 18:3, 298–306.
- Carey, James W. (1987) The press and public discourse. *The Center Magazine* 20:2, 4–16.
- Carey, James W. (1997) Afterword: The culture in question. Teoksessa Muson, Eve Stryker & Catherine A. Warren (toim.). *James Carey. A critical reader.* Minneapolis ja Lontoo: University of Minnesota Press.
- Castells, Manuel (2001) *The Internet galaxy. Reflections on the Internet, business, and society.* Oxford: Oxford University Press.
- Dewey, John (1954) *The public and its problems.* Denver: Alan Swallow (ensijulkaisu 1927).
- Habermas, Jürgen (2004) Julkisuuden rakennemuutos. Tutkimus yhdestä kansalaisyhteiskunnan kategoriasta. (Suom. Veikko Pietilä.) Tampere: Vastapaino (ensijulkaisu 1962).
- Heikkilä, Heikki (2001) Ohut ja vankka journalismi. Kansalaisuus suomalaisen uutisjournalismin käytännöissä 1990-luvulla. Tampere: Tampere University Press.
- Hemánus, Pertti (1980) Rationaalinen ja irrationaalinen journalismikonseptio. *Tiedotustutkimus* 4:3, 35–9.
- Hemánus, Pertti & Ilkka Tervonen (1980) *Objektiivinen joukkotiedotus.* Helsinki: Otava.
- Hemánus, Pertti & Kauko Pietilä (1982) Seitsemän erää journalismista. Tampere: Vastapaino.
- Jakobson, Roman (1960) Closing statement: linguistics and poetics. Teoksessa Sebeok, Thomas A. (toim.). *Style in language.* Cambridge (USA): The M.I.T. Press.
- Karppinen, Kari (2005) Mediadiversiteetti ja mittaanpolitiikka. *Tiedotustutkimus* 28:2, 28–43.
- Koivunen, Anu & Mikko Lehtonen (2005) ”Joskus on kiva olla vähemmän aikuinen”. Kulttuurisen määrittelyvallan siirtymät ja julkisen puhuttelun areenat. *Tiedotustutkimus* 28:2, 4–27.
- Kunelius, Risto (1998) Viestinnän vallassa. Johdatusta joukkoviestinnän kysymyksiin. Porvoo: WSOY.
- Kunelius, Risto (1999) Journalismi keskustelun tiellä. *Tiedotustutkimus* 22:3, 42–59.
- Lassila-Merisalo, Maria (2005) ”Ja Pluto-Salmisenhan me jo tunnemmekin”. Kertojan havaittavuus henkilöjutussa Takapiru. *Tiedotustutkimus* 28:4–5, 28–42.
- Leigh, Samuel (2004) Leigh’s new picture of London. Population. <<http://www.londonancestor.com/leighs/pop.htm>> [1.7.2004] (ensijulkaisu 1819).
- Levikintarkastus Oy (2004) Kansallinen Mediatutkimus KMT. Lukijatiedot 2003. <<http://www.levikintarkastus.fi/KMT/Lukijatiedot%202003.pdf>> [17.8.2004].
- Malinowski, Bronislaw (1979) The problem of meaning in primitive languages. Teoksessa Ogden, C.K. & I.A. Richards (toim.) *The meaning of meaning. A study of the influence of language upon thought and of the science of symbolism.* New York: Harcourt, Brace & Co. (ensijulkaisu 1923).
- Park, Robert (1981) Sanomalehden luonnonhistoria. *Tiedotustutkimus* 4:2, 21–34 (ensijulkaisu 1923).
- Peters, John Durham (1995) Historical tensions in the concept of public opinion. Teoksessa Glasser, Theodore L. & Charles T. Salmon (toim.). *Public opinion and the communication of consent.* New York: Guilford Press.

- Peters, John Durham (1999) *Speaking into the air. A history of the idea of communication.* Chicago ja Lontoo: The University of Chicago Press.
- Pietilä, Kauko (1980) Uuden journalismin tutkimus- ja kehittämishankkeesta. *Tiedotustutkimus* 3:3, 29–38.
- Pietilä, Kauko & Klaus Sondermann (1994) *Sanomalehden yhteiskunta.* Tampere: Vastapaino ja Yhteiskuntatieteiden tutkimuslaitos.
- Pietilä, Veikko (1982) *Tiedotustutkimus: teitä ja tienviittoja.* Tampereen yliopisto: tiedotusopin laitos, sarja C, nro 3.
- Pietilä, Veikko (1997) Joukkoviestintätutkimuksen valteilla. *Tutkimusalan kehitystä jäljittämässä.* Tampere: Vastapaino.
- Pietilä, Veikko (1999) Julkiso ja yleisö. *Tiedotustutkimus* 22:3, 4–13.
- Pietilä, Veikko (2001) Reflections on public discussion in the mass media. *Nordicom Review* 22:1, 11–21.
- Pietilä, Veikko (2006) Matti Matalaisen julkea ehdotus ja vähän muutakin. *Tiedotustutkimus* 29:4, 41–57.
- Pietilä, Veikko & Seija Ridell (1998) Julkea ehdotus. *Tiedotustutkimus* 21:1, 95.
- Pietilä, Veikko; Seija Ridell; Risto Kunelius & Heikki Heikkilä (1999) Julkiso: tienviitta tutisevien hyppyhiirien ja räkäisesti nauravan kansan maailmassa. *Tiedotustutkimus* 22:3, 1–3.
- Population history of London (2004) A population history of London. The demography of urban growth. <<http://www.oldbaileyonline.org/history/london-life/Population%20History%20of%20London.html>> [1.7.2004].
- Ridell, Seija (1998) Tolkullistamisen politiikkaa. Televisiouutisten vastaanotto kriittisestä genrenäkökulmasta. Tampereen yliopisto: Acta Universitatis Tamperensis nro 617.
- Ridell, Seija (1999) Tutkimus julkisoa tuottamassa. Paikallisuus verkkomediassa -hanke irtiottona kulttuurisen yleisötutkimuksen käytännöistä. *Tiedotustutkimus* 22:3, 28–41.
- Salmén, Leif (1984) Valta ja kunnia. *Teemalinkki*, lokakuu 1984, 27–30.
- Smith, Anthony (1979) *The newspaper. An international history.* Lontoo: Thames and Hudson.
- Snellman, J.V. (2005) Julkinen sana. Teoksessa J.V. Snellman. Kootut teokset, osa 6. Helsinki: opetusministeriö. <<http://www.vnk.fi/tiedostot/pdf/fi/81389.pdf>> [17.8.2005] (ensijulkaisu 1844).