

MEDIAN AVOLIITOISTA, EROISTA JA SALA- VUOTEUDESTA

**Juha Herkman: KAUPALLISEN
TELEVISION JA ILTAPÄIVÄLEHTIEN
AVOLIITTO. MEDIAN MARKKINOI-
TUMINEN JA TELEVISIOITUMINEN.
Tampere: Vastapaino 2005**

Juha Herkmanin aiheena ovat median omistuksen keskittymisen vaikutukset mediasisältöihin. Vaikka kysymys on luonteeltaan yleinen, hän kohdentaa tarkastelunsa Suomen mediakenttään ja sen kehitykseen 1990-luvun lopulla ja 2000-luvun alussa. Tekijä muotoilee yleisen lähtökohtansa: "...kuinka suomalainen mediakenttä muuttui 1990-luvun viimeisinä vuosina, kuinka nämä muutokset liittyivät laajempiin taloudellisiin ja yhteiskunnallisiin rakenteisiin ja mitä seurauksia niillä mahdollisesti oli median sisällöille" (s. 18–19).

Tutkimuksen empiirisen aineiston muodostavat suomalaisten iltapäivälehtien sidokset samoihin mediakonserneihin kuuluvien televisiokanavien kanssa. Samalla kun tekijällä on vahva esioletus siitä, että median omistussuhteilla on vaikutusta niiden sisältöihin, hän ei pyri vain yleisesti todentamaan omistuksen vaikutusta. Hänen tähtäimessään on vastata tähänastista paremmin siihen, miten vaikutus tapahtuu, millaisissa sisälöissä sitä tapahtuu ja millaista se on luonteeltaan. Tätä varten hän rakentaa kolmitasoisen empiirisen tutkimusasetelman, jossa vertailun kohteina ovat (s. 20):

- miten *Ilta-Sanomat* ja *Iltalehti* tuottavat julkisuutta televisiolle ja miten ne tässä suhteessa eroavat toisistaan,
- miten suomalainen televisiota koskeva iltapäivälehtien kirjoittelu on

muuttunut vuosina 1996–2001, sekä

- miten televisiota koskevaa iltapäivälehtien kirjoittelua voidaan tulkita Suomen 1990-luvun mediakentän rakenteellisten muutosten näkökulmasta.

Empiirisen aineiston muodostaa otanta *Ilta-Sanomien* ja *Iltalehden* televisioaiheisesta kirjoittelusta vuosina 1996–2001 (s. 98–102). Herkman soveltaa aineiston erittelyyn kahta menetelmää, tilastollista sisällön erittelyä ja kriittistä diskurssianalyysia. Tilastollisen analyysin tarkoituksena on selvittää, missä määrin iltapäivälehdet näyttävät suosivan oman konserninsa televisiokanavia ja mikäli tällaista esiintyy, millaista suosinta on luonteeltaan. Diskurssianalyysiin tekijä valikoi kolme teemaa tarkempaan analyysiin. Niiden tarkoituksena on syventää tilastollisen tarkastelun tuloksia ja selvittää edelleen omistukseen perustuvia vaikutussuhteita.

Empiirisen analyysin pohjalta tekijä päättelee television ja iltapäivälehtien välisen suhteen muuttuneen kiinnostavalla tavalla siten, että jos aiemmin ajateltiin vaikutussuhteen tapahtuneen lehdistä televisioon, kulkee se nykyään televisiosta lehtiin päin. Tähän liittyviä ilmiöitä tekijä kutsuu televisioitumiseksi. Käsitteenä televisioituminen on kriittisessä suhteessa mediatutkimuksessa laajasti omaksuttua tabloidisaation käsitettä kohtaan (s. 295–296). Tekijän mukaan kritiikki kohdistuu tabloidisaatioon liittyvää moralisointia vastaan.

Tutkimuksen tärkeimpiin tuloksiin kuuluvat muun muassa:

- televisiota koskeva kirjoittelu lisääntyi molemmissa iltapäivälehdissä vuodesta 1996 vuoteen 2001,
- kirjoittelu suosi selvästi molemmissa lehdissä oman konsernin televisiokanavaa,

- suosinta ilmeni voimakkaimmin viihdeaineistossa sekä promootio- ja mainosaineistossa, mutta ei juurikaan uutisosastossa,
- uutisaineistossa suosinta ilmeni selvästi silloin, kun kyse oli asioista, jotka koskivat omaa konsernia ja joilla oli yleistä merkitystä,
- molemmissa lehdissä tapahtui televisioitumiseksi kutsuttua kehitystä, millä tekijä viittaa siihen, että televisio vaikutti yhä enemmän iltapäivälehtiin muun muassa sisällön ja ulkoasun suhteen.

Juha Herkmanin tavoite on kunnianhimoinen. Median keskittyminen ja sen vaikutukset ovat muodostuneet kestopohdinnan aiheeksi joukkoviestinnän tutkimuksessa. Vaikka yleinen käsitys on, että mediaomistuksen lisääntyvällä keskittymisellä on vaikutuksia sisältöihin, hyvin vähän on osattu sanoa siitä, miten vaikuttaminen tapahtuu ja mitä seurauksia siitä on sisältöihin, saati siitä miten keskittymisen vaikutukset eroavat ylipäänsä suurten korporaatioiden ja niiden strategioiden vaikutuksista mediaan.

Herkman pyrkii työssään yhdistämään kaksi tarkastelun tasoa, mediaomistusta koskevan yleisen käsitteellisteoreettisen tason ja empiirisen aineiston analyysin tason. Tämä ei ole ongelmatonta. Yleisten keskittymisen vaikutuksiin liittyvien esioletusten operationaalistaminen empiiriseen analyysiin vaatii erityisiä välittäviä käsitteellisiä työkaluja. Tähän tarkoitukseen tekijä soveltaa viestinnän kriittisen poliittisen taloustieteen lähestymistapaa.

Vaikka kriittinen poliittinen taloustiede on kuulunut useita vuosikymmeniä viestinnän tutkimuksen kansainväliseen valtavirtaan, sen vaikutus Suomessa on 1970- ja 1980-lukujen jälkeen ollut pääasiassa välillistä. Herkman tuo tähän suomalaiseen perinteeseen tervetulleeseen vahvistuksen. Hän

käyttää suuren osan työstään viestinnän kriittiseen poliittiseen taloustieteeseen perustuvan lähestymistapansa teoreettiseen ja metodologiseen pohjustamiseen. Tässä laajuudessa käyty keskustelu poliittisen taloustieteen perinteestä on suomalaisessa viestinnän tutkimuksessa poikkeuksellista, ja lisää Herkmanin työn merkitystä myös laajemmassa akateemisessa käytössä.

Viestinnän kriittinen poliittinen taloustiede tarjoaa välineitä ennen muuta rakenteelliselle analyysille, ja tältä osin Herkman soveltaa työssään viestinnän poliittisen taloustieteen tarjoamaa välineistöä harkitusti. Hänen johtopäätöksensä keskittymisen vaikutuksista sisältöihin ovat perusteltuja ja johdonmukaisia. Viestinnän poliittinen taloustiede ei kuitenkaan tarjoa juurikaan suoraan sovellettavia välineitä Herkmanin toisen kiinnostuksen kohteen, toimijuuden erittelyyn, kuten tekijä itsekin toteaa (s. 50). Tämä heijastuu myös käsitteellisteoreettisina ongelmina työn loppuosassa, kun tekijä pyrkii tematisoimaan sisällöntuottajan "ammattillista eetosta" (s. 301–308).

Tutkimusasetelman perustan muodostava käsitteellisteoreettisen ja empiirisen analyysin tasojen välinen jännite koskee kysymystä tutkimuksen validiteetista. Tässä tapauksessa kyse on siitä, missä määrin empiirisen aineiston analyysin tuloksista voidaan tehdä yleisiä johtopäätöksiä mediaomistuksen keskittymisen vaikutuksista. Tekijä tarkastelee tätä kysymystä kohtalaisen suppeasti (s. 93). Tulosten yleisempi tarkastelu ja niiden yleistävyyden perusteellisempi arviointi jäävät hiukan sivuun. Tässä kohdin lukija olisi odottanut tekijän vankempaa omakohtaista tulkintaa.

Operationaalistamisen hankaluuksiin liittyy myös tekijän rakentama kausaalimalli, jonka merkitys tutkimuksen kannalta jää epäselväksi. Pyr-

kiessään selventämään tutkimuksensa etenemisstrategiaa tekijä toteaa:

”Keskeinen kysymys on se, kuinka talouden makrorakenteet vaikuttavat ideologisesti mediatyön mikrorakenteisiin (...) ja minkälaisia toimintatapoja ja toimituksellisia valintoja omistuksen keskittyminen ja siirtyminen markkinavetoiseen ympäristöön suosivat? Kausaalisuutta on siten mahdollista hahmottaa mediakentän rakenteissa seuraavalla tavalla: Median markkinointuminen -> lisääntyvä kilpailu -> omistuksen keskittyminen -> muutokset mediaorganisaatioissa ja työtavoissa -> muutokset sisällöissä” (s. 17–18).

Miten kausaalimalli sovitetaan käytännössä yhteen tutkimusasetelman muiden elementtien – käsitteellis-teoreettisten esioletusten, tutkimuskysymysten ja kolmitasoisien vertailuasetelman – kanssa, jää tekijältä tarkemmin täsmentämättä. Vaikutelmaksi tulee, että kausaalimalli on tekijän yritys koota tutkimusasetelma kuvaukseksi tutkimuksen sisäisestä logiikasta. Tässä muodossa esitettyä se ei kuitenkaan toimi tekijän tarkoittamalla tavalla, vaan herättää pikemminkin kysymyksiä tekijän metodologisista sitoumuksista. Koska tekijän konstruoima tutkimusasetelma sekä hänen valitsemansa teoreettis-metodologinen lähestymistapansa eivät tähtää kausaalisuhteiden selvittämiseen, vaikutelmaksi jää tekijän epäselvyys omien valintojensa perusteista. Herkman tosin kyseenalaistaa myöhemmin kausaaliset selitykset yhteiskuntatutkimuksessa (”Korrelaatio ei tunnetusti ole sama kuin kausaaliteetti”, s. 96), mutta vaikutelmaksi jää ainakin piilevä luottamus kausaaliselityksen mahdollisuuksiin.

Juha Herkmanin väitöskirjaksi tarkoitettun teoksen vahvuuksiin kuuluu sen ajankohtaisuus: sen kohde – median omistajuus ja omistuksen keskittyminen – on jatkuvassa muutoksessa.

Pelkästään väitöskirjan tarkastusprosessin aikana hänen empiirisen tarkastelun kohteessaan eli suomalaisten mediakonsernien omistuksessa tapahtui merkittäviä muutoksia, kun Alma Media myi MTV3-televisiokanavan ruotsalaiselle omistajalle. Liikkuvasta kohteesta on tunnetusti vaikea saada tarkkaa kuvaa. Tässä suhteessa Juha Herkmanin työ käy malliksi suomalaisille mediatutkijoille: hän kykenee yhdistämään yleisen käsitteellisteoreettisen tarkastelun empiirisen aineiston erittelyyn tavalla, joka antaa kohteesta monipuolisen ja tutkimuskysymysten näkökulmasta perustellun kuvan.

Työn ansioihin kuuluu myös valitun teoreettisen näkökulman, viestinnän kriittisen poliittisen taloustieteen, johdonmukainen puolustaminen ja oivaltava soveltaminen empiirisen aineiston analyysissä. Tapa, jolla hän esittelee viestinnän poliittisen taloustieteen tutkimussuuntana, on myös omakoh-taisuudessaan kiinnostava. Puutteena kuitenkin on, että Herkman ei tunnetai ei ainakaan esittele aiempaa suomalaista viestinnän politekonomian harastusta. Esimerkiksi Kauko Pietilän poliittisesta taloustieteestä ammentavaan tuotantoon tutustuminen olisi saattanut avata välineitä myös Herkmanin kaipaaman toimijuusanalyysin suuntaan.

Kokonaisuutena Herkmanin kirja muodostaa erinomaisen mittapuun tuleville viestinnän poliittisen taloustieteen harrastajille. Se on myös sujuvasti kirjoitettu ja sitä on hauska lukea.

HANNU NIEMINEN