

Max Weber

Kohden sanomalehdistön sosiologiaa

Saksan sosiologisessa yhdistyksessä 1910 pidetty puhe

Hyvät herrat! Seuramme on asiaa tarkoin harkittuaan asettanut ensimmäiseksi tieteelliseksi tehtäväkseen tutkia lehdistön sosiologiaa. Tehtävä on eittämättä mitä haastavin. Jo alustavaan kartoitukseen tarvitsemme paitsi tavattoman määrän materiaalista tukea myös luottamusta ja hyvää tahtoa niiltä vaikutusvaltaisilta piireiltä, joiden intressit tavalla tai toisella liittyvät lehdistöön - näin siksi jotta voisimme suorittaa tehtävästämme mahdollisimman asianmukaisesti. Jos esimerkiksi sanomalehtien kustantajilla tai journalisteilla on pienintäkään aihetta epäillä, että seuramme tarkoitus on tieteen tahtoon moraalisesti kritisoida nykyisiä oloja, tavoittemme jää saavuttamatta; näin tulee nimenomaan tapahtumaan elleemme saa kylliksi materiaalia juuri tuolta taholta. Lähiaikoina perustettava toimikunta ryhtyy rakentamaan yhteistyötä sekä lehdistöalan lukuisten teoreetikkojen että myös lehdistöihmisten ja lehdistöasiantuntijoiden kanssa.

Tältä alaltahan on meillä jo julkaistu joitakin kerrassaan erinomaisia teoreettisia tutkimuksia (sallikaa minun muistuttaa teille Löblin kirjasta, sillä se todellakin ansaitsee tulla paremmin tunnetuksi). Alustavien keskustelujen perusteella meillä on syytä olettaa, että tulemme saamaan hyvän vastaanoton suurilta lehdistön organisaatioilta, samoin kuin kustantajien ja toimittajien yhdistyksiltä. Jos syystä tahti toisesta näin ei kävisikään, seuramme mieluummin jättää tutkimuksen tekemättä ja julkaisematta.

Muuttuva julkisuus

Arvon herrat, minun olisi jokseenkin tarpeetonta puhua teille lehdistön erinomaisen suuresta merkityksestä. Jos niin tekisin, minua varmaankin heti epäiltäisiin lehdistön edustajien imartelemisesta, semminkin kun en voisi kuitenkaan sanoa enempää kuin arvovaltaiset lähteet ovat jo aikaisemmin sano-

neet. Onhan lehdistöä verrattu "komentaviin kenraaleihin" (tosin näin on sanottu vain ulkomaisesta lehdistöstä), ja kaikkihan sen tietävät: ei ole maan päällä mitään arvokkaampaa. Jos vertailukohdetta mielimme hakea, on meidän mentävä yliluonnollisen puolelle. Haluan-kin vain muistuttaa: kuvitelkaa ettei lehdistöä olisikaan ja ajatelkaa mitä moderni elämä olisi ilman sitä julkisuutta, jota lehdistö päivittäin luo. Julkisuutta oli toki jo antiikin Kreikassa, hyvät herrat. Jakob Burckhardt kuvaili kauhuissaan hellenistisen elämän julkisuutta, jolta Ateenan kansalaisten elämän intiimeimmätään yksityiskohdat eivät olleet salassa. Tämän laista julkisuutta ei ole enää, ja onkin kovin mielenkiintoista kysyä: miltä näyttää tämän päivän julkisuus, ja miltä se näyttää huomenna, mitä sanomalehti julkaisee ja mitä se jättää julkaisematta? Kun Englannin parlamentti 150 vuotta taaksepäin pakotti journalistit pyytämään polvillaan anteeksi privilegion rikkomista näiden kirjoitettua parlamentin istunnoista, ja kun tänään lehdistö saa parlamentin polvilleen uhkaamalla jättää edustajien puheet julkaisematta, niin ilmeisestikin on täytyntä tapahtua huomattava muutos sekä parlamentarismien ideassa että lehdistön asemassa. Tässä kehityksessä on tietenkin paikallisia eroja: vielä jonkin aikaa sitten Amerikan pörssiessä käytettiin mattalasi-ikkunoita, jotta tieto pörssivaihteluista ei kulkeutuisi ulkomaailmaan; toisaalta taas tiedämme että pörssitiedot ovat tärkeitä oikeastaan kaikissa lehdentekovaiheissa.

Tehtäväämme ei kuulu pohtia sitä, mitä tulisi saattaa julkiseksi ja mitä ei; tässähän mielipiteet eroavat suuresti. On tietenkin mielenkiintoista tietää, mitä nuo

mielipiteet ovat tänään, mitä ne ovat olleet - ja kenen nuo mielipiteet ovat olleet. Tämäkin on osa meidän tehtäväkenttäämme, mutta emme etene tämän havainnon kirjaamista pitemmälle. Kukapa ei tietäisi, että tässä kohdin englantilaisten mielipiteet eroavat omistamme, tai että kun englantilainen lordi nai amerikkalaisen naisen, Amerikan lehdistä voi lukea yksityiskohtaisen selonteon naisen fyysisistä ja henkisistä piirteistä, eivätkä myötäjäisetkään jää vaille mainintaa; tällaistaahan ei julkaisisi yksikään itseensä kunnioittava saksalainen lehti tänä päivänä. Mistä tämä ero juontuu? Saksassa arvovaltaiset lehdistön edustajat tekevät kaikkensa pitääkseen ihmisten puhtaasti yksityiset asiat poissa lehtien palstoilta - minkähän takia ja minkälaisin seurauksin? Mutta on myös syytä muistaa Anton Mengerin, kuuluisan sosialistisen kommentaattorin mielipide: tulevaisuuden yhteiskunnassa lehdistöstä tulee foorumi, jossa käsitellään sellaisia asioita joita ei voida viedä oikeuteen - sille annetaan siis Rooman sensorin tehtävä. Onkin hyvin hyödyllistä tutkia sitä, minkälaisille perimmäisille maailmankuville (Weltanschauung) mitkään tendenssit rakentuvat. Tässä on pelkistetysti meidän tehtävämme, mielipiteet voivat jäädä sikseen.

Meidän tehtävämme on tutkia sitä voimatasapainoa, jonka erityinen sanomalehtijulkisuus luo. Julkisuudella on erilainen ja ratkaisevasti vähäisempi merkitys esimerkiksi tieteen saavutuksille kuin lyhytaikaisemmille, sanokaamme muusikoiden tai näyttelijöiden saavutuksille. Erityisen tärkeä se on kaikelle mitä puidaan kulttuuripalstoilla: joissakin tapauksissa teatteri- tai myös kirjallisuuskrii-

tikko on sanomalehdessä juuri se henkilö, joka voi vähimmällä vai- valla luoda tai tuhota karriäärejä. Mutta jokaisessa sanomalehden osastossa, poliittisesta alkaen, voimatasapaino vaihtelee melkoisesti. Sanomalehden suhde poliittisiin puolueisiin meillä ja muualla, sen suhde liikemaailmaan, niihin lukemattomiin ryhmittymiin jotka vaikuttavat yleisöön ja joihin yleisö vaikuttaa; tässäpä sosiologeille työ- sarkaa kerrakseen. - Mutta palatkaamme tarkastelumme todellisille alkulähteille.

Lehdistö yrityksenä yritysmaailmassa

Lehdistö on jotensakin erikoinen sosiologisen tutkimuksen kohde. Ensinnäkin on tärkeää huomata, että lehti on nykyään välttämättä kapitalistinen yksityinen yritys; samalla se on kuitenkin täysin ainutlaatuinen yritys kaikkiin muihin liikeyrityksiin verrattuna. Lehden "asiakaskunta" koostuu nimittäin kahdesta hyvin erilaisesta ryhmästä: yhtäällä ovat lehden ostajat, lukijat, jotka ovat pääosin joko tilaajia tai irtonumeroiden ostajia (ero vaikuttaa ratkaisevasti lehden erityispiirteisiin kehittyneissä yhteiskunnissa), toisaalla ovat ilmoittajat. Näiden kahden ryhmän välillä vallitsee varsin eriskummallisia suhteita: Lehdellä on muun muassa oltava riittävän suuri tilaajakunta, jotta se houkuttelisi ilmoittajia - jossakin määrin myös päin vastoin. Taloudellisesti lehti on riippuvaisempi ilmoittajista kuin tilaajista, mutta voidaan jopa sanoa - ja tässä lehti poikkeaa kaikista muista hyödykkeiden kaupustelijoista - että lehdellä ei voi koskaan olla liikaa ilmoittajia. Mutta sitä vastoin sillä voi olla liikaa ostajia, nimittäin silloin kun se ei pysty

nostamaan ilmoitushintoja niin että ne kattaisivat kasvavasta levikistä johtuvia kustannuksia. Tämä on tietyn tyyppisille lehdille melkoisen hankala ongelma. Yleensä se merkitsee sitä, että kun levikki on ohittanut tietyn rajapyykin, lehti menettää kaikki kasvuhalsunsa - ainakin silloin kun ilmoitushintojen yläraja on saavutettu. Tätä vain lehdistölle ominaista piirrettä voidaan pitää puhtaasti kaupallisena, mutta sillä on moninaisia seurauksia. Jos vertailisimme lehdistön ja liike-elämän välisiä suhteita - siis sellaisen lehdistön joka pyrkii kasvattamaan ja antamaan yleisölle objektiivista tietoa politiikasta ja muista asioista, ja kun jälkimmäisen julkisuusintressit näkyvät ilmoituksissa - päätyisimme todennäköisesti täysin eri tulokseen Ranskassa kuin sanokaamme Saksassa. Miksi? Mitä yleisiä seurauksia tällä on? Näihin kysymyksiin meidän on jälleen ker- ran palattava, sillä lukuisista tutkimuksista huolimatta yksimielisyys on vielä saavuttamatta.

Mutta menkäämme eteenpäin: Vallitsevalle tilanteelle on leimaa antavaa etenkin lehtialan yritysten kasvava pääoman tarve. Kysymystä siitä, missä määrin tämä tarve merkitsee nykyisten suuryritysten vahvistuvaa monopolia ei vielä ole kyetty ratkaisemaan, vaan etevim- mätkin asiantuntijat kiistelevät asiasta yhäti. Itse asiassa yhtä yksiselitteistä vastausta ei olekaan: riippumatta kasvavasta pääoman tarpeesta lehtien monopoliasema vaihtelee sen mukaan, saako lehti suurimman osan myyntituloistaan tilauksista vai irtonumeroista. Ulkomailla ostaja voi valita joka päivä eri lehden, mikä nähtävästi edesauttaa uusien lehtien syntymistä. Tätä ilmiötä tulisi ehkä tutkia rinnakkain kasvavan pääoman tarpeen kanssa. Näin saattaisimme

löytää vastauksen siihen, merkitseekö investointien lisääntyminen sitä, että lehdistöllä on myös entistä suurempi valta muokata yleistä mielipidettä? Tai päinvastoin: että ne mukautuvat entistä helpommin yleisen mielipiteen vaihteluihin? Näinhän on myös väitetty, vaikka jokseenkin löyhin perustein. Esimerkiksi joidenkin ranskalaisten sanomalehtien linjanmuutosten - mieleen muistuu **Figaron** kiepaus Dreyfussin tapauksen aikana - on sanottu johtuneen yksinkertaisesti siitä, että lehtien suuret investoinnit kiinteään omaisuuteen tekevät niistä yhä haavoittuvampia ja siksi myös riippuvaisempia yleisöstä; vallankin niinä aikoina, jolloin yleisöllä on syytä tyytymättömyyteen. Näin ollen lehti saattaa jopa luopua kannastaan jos se on taloudellisesti riskaabeli. (Muutosta edesauttaa myös se, että Ranskassa suurin osa lehdistä myydään irtonumeroina.) Kaiken kaikkiaan näyttäisi siis siltä, että lisääntyvä riippuvuus mielipiteistä johtuu kasvavasta pääoman tarpeesta. Onko se totta? Tässä on jälleen kysymys johon meidän on pureuduttava. Lehdistöekspertit - joihin minä en katso kuuluvani - ovat yleensä vastanneet kysymykseen myöntävästi, toiset taas ovat väittäneet vallan muuta.

Ja edelleen: johtaako lehtien kasvava pysyvän pääoman tarve, niin kuin lisääntyvä pääoman tarve yleensäkin, sanomalehtien trustiumiseen? Kuinka todennäköinen tämä kehitys on? Niin, hyvät herrat, sekä etevät lehdistöteoreetikomme että kenttäväki ovat jyrkästi kiistäneet koko ajatuksen. On tietenkin mahdollista, että heidän tärkein puhetorvensa, lordi Northcliffe, tietää enemmän kuin sanoo; hänhän on yksi suurimpia lehtimagnaatteja. Jos kehitys on kulkeva tähän suuntaan, miten se vaikut-

taisi sanomalehtien luonteeseen? Tokihan suuret ja vakiintuneet lehtitalot ovat kovin erilaisia kuin pienemmät. No, eiköhän tässä ole riittävästi esimerkkejä - tarkoitukseksi oli vain muistuttaa, että lehtiyritysten liiketaloudellisia periaatteita ei käy unohtaminen. Meidän onkin kysyttävä itseltämme: miten kapitalistinen kehitys lehtiyrityksmaailman sisällä vaikuttaa lehdistön sosiologiseen asemaan ja sen rooliin yleisen mielipiteen muokkaajana?

Anonyymi instituutio

Eräs toinen ongelma on Saksan modernin lehdistön "institutionaalisuus", joka näkyy mm. siinä, että niiden kirjoitukset ovat suurelta osin anonyymejä. Tästä kysymyksestä on taitettu peistä puolesta ja vastaan. Me emme aio ottaa siihen kantaa, vaan kysymme: kuinka on mahdollista, että tämä ilmiö on dominoivampi Saksassa kuin esim. Ranskassa tai Englannissa. Itse asiassa Ranskassa on vain yksi lehti, joka pitää tiukasti kiinni anonyymisyydestä: **Le Temps**. Englannissa sitä vastoin on lehtiä kuten **The Times** jotka ovat vanhoituneita nimettömyyden kannattajia. Tähän lienee monia syitä. Näyttää siltä että lehden tietolähteet ovat yleensä niin tärkeitä henkilöitä, että heidän olisi mahdotonta esiintyä omalla nimellään - näin on laita ainakin **The Timesin** tapauksessa. Joissakin tapauksissa nimettömyyden syy saattaa tulla toki olla täysin päinvastainen: journalisti haluaisi nimensä näkyviin ja saada mainetta ja kunniaa, lehti sitä vastoin ei halua tulla liian riippuvaiseksi yksittäisistä toimittajista. Samaten taustalla vaikuttavat taas kerran kaupalliset intressit sekä tilausmyynnin ja irtonumeromyynnin suhde. Merkitystä on myös yhteis-

kunnan poliittisella luonteella, eli sillä kumpi ohjaa enemmän kansakuntaa, sanokaamme Saksaa: "ylilyksilönä" toimivan sanomalehden institutionaaliset voimat vaiko yksilön mielipiteet - vai olisiko kansakunta tyyten vapaa tämän tyyppisestä metafysiikasta? - Nämä kysymykset johdattelevatkin meidät osapäiväjournalismin alueelle, joka Saksassa näyttää erilaiselta kuin esimerkiksi Englannissa tai Ranskassa, jossa osapäiväjournalisti ei ole lainkaan outo ilmiö. Tästä saavumme taas uuteen kysymykseen: kuka kirjoittaa sanomalehteen kentän ulkopuolelta ja mitä? Ja kuka ei kirjoita ja mitä ei kirjoiteta? Ja miksi ei? Ja tästä päästään yleisempään kysymykseen: miten lehdistö saa aineistonsa, jota se tarjoaa yleisölle? Ja mitä se sitten loppujen lopuksi oikein tarjoaa? Onko tiukan asiallisten kirjoitusten tasainen kasvu yleinen suuntaus? Näin on ainakin Englannissa, Amerikassa ja Saksassa, mutta ei ehkä Ranskassa - ranskalainen haluaa etupäässä mielipiteitä. Mutta miksi? Esimerkisi amerikkalainen ei halua lehdeltään muuta kuin faktoja. Jos lehdistö katsoo asiakseen höystää tosiasioita mielipiteillä, hän ei katso niitä lukemisen arvoisiksi; demokraattina hän on vakuuttunut siitä, että hän osaa tulkita asioita vähintään yhtä hyvin kuin lehtimies, ellei paremminkin. Mutta myös ranskalainen haluaa olla demokraatti. Missä kohdin tämä ero tulee kuvaan mukaan? No, joka tapauksessa: kummassakin tapauksessa lehdistöllä on erilainen sosiaalinen tehtävä.

Näistä eroista huolimatta on kaikkialla maailmassa yhä keskeisemmäksi nousemassa instituutio, josta on tulossa myös yhä painavampi rasite lehdistön kukkarolle: uutispalvelu. Kysymysketjua voisi

siis jatkaa: mitkä lopultakin ovat uutisten todelliset alkulähteet?, eli kysymys suurten uutistoimistojen asemasta ja niiden keskinäisistä kansainvälisistä suhteista. Kysymys on tärkeä, ja joitakin tutkimuksia onkin jo aloitettu. Vallitsevista olosuhteista on esitetty osittain ristiriitaisia näkemyksiä.

Journalistien tuote

Oli miten oli, niin kauan kuin sanomalehti painattaa muutakin kuin uutisia ja syndikaattimateriaalia (visailupalstoja, ristisanatehtäviä, jatkokertomuksia) - niin kauan sanomalehti pysyy myös journalistisena tuotteena. Tällä on fundamentaalinen merkitys arvioitaessa yksittäisten lehtien merkitystä - ainakin meillä Saksassa. Me emme voi tyytyä tuotteen itsensä tutkimiseen, vaan on kysyttävä myös, mitä journalismi **ammattina** on nyt ja miten se tulee kehittymään. Saksalaiset journalistit ovat aivan eri asemassa kuin heidän ulkomaiset kollegansa. Esimerkiksi Englannin ylähuoneessa kuuluu istuvan jo joitakin journalisteja ja lehtikustantajia, jotka taitavina liikemiehinä ovat luoneet puolueelleen menestyvän lehden - ja itse asiassa tämä on ollut heidän ainoa meriittinsä. Ranskassa journalistit ovat kivunneet jopa ministereiksi. Saksassa tämä olisi vähintäänkin poikkeuksellista. Ja vaikka tämä kaikki saattaa tuntua kovin pinnalliselta, tämäkin kysymys on meidän selvitettävä: miten ammattijournalistien tilanne on muuttunut viime aikoina eri maissa?

Minkälainen on journalistin tausta tai koulutus, ja minkälaisia ammatillisia vaatimuksia hänelle asetetaan? - Entä miten saksalaisten journalistien ammatillinen kohdalo eroaa ulkomaalaisten journalis-

tien kohtalosta? - Ja viimein, mitkä ovat journalistin elämänperspektiivit eri maissa? Kaiken kaikkiaan journalistien asema (muun muassa) vaihtelee sangen suuresti puolueesta ja sanomalehden luonteesta riippuen. Esimerkiksi sosialistista lehdistöä on käsiteltävä aivan erikseen, samoin sosialististen editorien asemaa; katolisesta lehdistöstä ja sen journalisteista puhumattakaan.

Kulttuuriset vaikutukset

Vihdoin voidaan kysyä: Mitkä ovat tässä katsannossa sen tuotteen vaikutukset, jota sanomalehdeksi kutsutaan? Tätä kysymystä on jo käsitelty melko laajasti ja jopa ansiokkaasti, mutta osin ristiriitaisesti. Kuten tiedämme, arvon herrat, tutkimuksia on tehty myös siitä, miten lehdistö vaikuttaa ihmisavoihin. Ja mitä merkitsee se, että ennen arkisen aherruksen alkamista ihmiset ovat tottuneet ahtamaan itseensä journalistista pyttipannua, kiiruhtamaan hät'hätää läpi koko kulttuurielämän kirjon: politiikan ja teatterin ja ties vaikka mitä. Jotakin tämän täytyy vaikuttaa. Onkin mahdollista ja itse asiassa melko helppoa kommentoida tätä asiaa yleisellä tasolla, sitä miten tämä vaikutus sulautuu kaikkien muiden aikamme ilmiöiden vaikutuksiin. Mutta pureutuminen tämän syvemmälle onkin jo sitten erinomaisen vaateliasta.

Aluksi meidän on kysyttävä, miten sanomalehdet vaikuttavat lukutottumuksiimme. Tästäkin on kehitelty kaikenlaisia teorioita. On esimerkiksi väitetty, että sanomalehti on syrjäyttämässä kirjan. Hyvinkin mahdollista. Mutta ainakin Saksassa kirjoja kustannetaan yhä vinhaa vauhtia, markkinoille tulee kirjoja huomattavasti enemmän

kuin missään muualla maailmassa. Myyntiluvut kertovat kuitenkin valian muuta. Ennen painovapautta Venäjällä otettiin kahden, jopa kolmenkymmenen tuhannen painoksia niinkin käsittämättömistä kirjoista kuin Anton Mengerin **Neue Sittenlehre** (kaikella kunnioituksella Mengeriä kohtaan). Siellä oli myös laajalevikkisiä lehtiä, jotka yrittivät luoda "perimmäistä" filosofista perustaa yksilöllisyydelleen. Tämä ei olisi mahdollista Saksassa, eikä se tule enää olemaan mahdollista Venäjälläkään, nyt kun siellä on edes osittainen painovapaus. Lehdistö muokkaa paitsi ihmisten lukutottumuksia myös ihmisten tapaa havaita ympäröivää maailmaa. Jatkuva käymistila ja tietoisuus yleisen mielipiteen syvistä muutoksista, joiden taustalla on universaaleja ja loputtomia mahdollisuuksia erilaisiin mielipiteisiin ja kiinnostuksen kohteisiin, lepää raskaana aikamme ainutlaatuisen ihmisen harteilla. Mutta miten? Tätäkin meidän on tutkittava. Ikävä kyllä en tässä voi puuttua yksityiskohtiin, joten lopetan seuraavaan kommenttiin:

Ensimmäinen tehtävämme on selvittää, miten lehdistö muovaa aikamme ihmistä? Toiseksi: miten objektiivisiin, yliyksilöllisiin kulttuuriarvoihin vaikutetaan, miten ne muuttuvat, mitkä massojen yleisistä käsityksistä ja toiveista tuhotaan ja mitkä muokataan uuteen uskoon; entä elämäntunto (Lebensgefühl), kuten nykyisin tavataan sanoa - mikä siitä tuhotaan lopullisesti ja mikä taas luodaan uudelleen. Tällaisia kysymyksiä on meidän viime kädessä esitettävä, ja kuten arvoisat kuulijani heti huomaatte, on vastauksien saaminen erinomaisen vaikeaa.

Kysytte nyt: missä on materiaali jolla pääsemme alkuun?

Aineisto koostuu itse sanomalehdistä. Tutkimus aloitetaan aivan yksinkertaisesti saksia ja harppia käyttäen, mittaamalla kvantitatiivisia muutoksia joita on tapahtunut lehtien sisällössä tämä sukupolven aikana. Erityistä huomiota kiinnitämme siihen, miten ilmoitusten osuus on muuttunut, mitä **feuilleton'**lle on tapahtunut, miten **feuilleton'**n ja pääkirjoituksen välinen suhde on muuttunut, miten pääkirjoituksen ja uutisten välinen suhde on muuttunut, sekä miten julkaisukriteerit ovat muuttuneet. Alustavia tutkimuksia on tälläkin alueella jo tehty. Näistä mittauksista pääsemme sitten kvalitatiivisiin pohdintoihin. On etsittävä leh-

den tyyliä, sitä tapaa, jolla samoja ongelmia käsitellään lehdistössä ja sen ulkopuolella. On tutkittava miten kaikki emotionaalinen tukahdutetaan sanomalehdessä, vaikka se samalla onkin lehden olemassaolon ehto. Vähitellen voimme toivoa pääsevämme eteenpäin, ja lähestyvämme sitä pistettä, jossa vastaus probleemivyyhteemme häämöttää jo horisontissa.

Lehdistön sosiologiaa käsittelevä osa Max Weberin puheesta Saksan ensimmäisillä sosiologipäivillä 1910, julkaisussa Weber, Max: **Gesammelte Aufsätze zur Soziologie und Sozialpolitik**, Tübingen: J.C.B. Mohr, Paul Siebeck, 1924, s. 434-441. Suomentanut David Kivinen.