

Uutistoimistojen rakennemuutos ja uusi tiedotusjärjestys

Tässä artikkelissa tarkastellaan kansainvälisten uutistoimistojen liiketoiminnan viimeaikaisia voimakkaita muutoksia. Näiden muutosten mahdollisia vaikutuksia on tarpeen tutkia sekä läntisten että kolmannen maailman kansallisten uutistoimistojen kannalta ja koko uutiskäsittelyn näkökulmasta vanhojen uutislajien hajotessa uuden teknologian myötä. Osoitamme, että millä tahansa muutoksella läntisten uutistoimistojen toiminnassa on merkittävä vaikutus monien kolmannen maailman uutistoimistojen toimintaan tai luonteeseen, sikäli kuin edelliset toimivat mallina jälkimmäisille. Olisi siis tutkittava ja analysoitava muutosten vaikutusta myös kolmannen maailman ihmisiin, jotka ovat riippuvaisia kansallisista uutistoimistoista välittömän kokemuspäänsä ulkopuolisissa uutisissa.

Uutistoimistot muutoksessa

Englannissa uutisten tuottaminen muuttui liiketaloudellisesti kannattamattomaksi 1950-luvulta lähtien. Sanomalehdillä meni huonosti, eivätkä tulot kasvaneet samassa suhteessa kuin kalliit henkilöstökulut ja uusimpien lähetyslaitteiden hankintamenot (Tully, 1983).

Muutos alkoi kuitenkin vuonna 1963, jolloin Gerald Long siirtyi Reuterin toimitusjohtajaksi. Juuri hän ennusti, että ilman uusia tulonlähteitä Reuterin olisi karsittava palvelu-

jaan tai jopa vaihdettava alaa. Tämä uusi tulonlähde, joka varmistti yhtiön selviytymisen ja menestyksen tulevaisuudessa oli tietokoneella tapahtuva lähetys ja tiedonsiirto, joka tunnetaan paremmin informaatioteknologian nimellä.

Tietokone osoittautui avaruusajan airueeksi, mitä se on nykyäänkin, ja Reuter hyödynsi sitä ensimmäisenä saavuttaen asiakkaat ennen kilpailijoitaan. Perusteellinen muutos alkoi vuonna 1964, jolloin amerikkalainen Ultronic Inc. tarjosi Reuterille Pohjois-Amerikan ulkopuolisia oikeuksia.

Reuter sai vuosien mittaan vielä toisenkin uuden idean, joka (Tullyn mukaan) yksistään muutti yhtiön rahasammoksi. Tämä tapahtui vuonna 1971, jolloin Reuter keksi sen automaattisesti käsiteltävän tiedon, josta olisi kaikkein eniten hyötyä pankeille: keskitetyt valuuttakurssit. Pankit suhtautuivat aluksi epäluuloisesti järjestelmään, johon syötetyistä tiedoista hyötyivät muutkin pankit, mutta lopulta ne kuitenkin omaksuivat sen. Reuterille oli ajoituksesta suuri etu, sillä vähän aiemmin vapaasti kellumaan päästetyt valuutat osoittautuivat epävakaaiksi varsinkin öljykriisin aikaan. Tällöin, sanoo Tully:

"Liikevaihto kohosi korkeuksiin. Myös yrityksistä saatiin asiakkaita, ja joukossa olivat British Petroleum ja British Airways. Reuter laajensi toimintaansa euro-obligaatioihin, tavarapörsseihin, osakkeisiin ja talousuuti-

siin, mutta parhaiten tuottaa silti valuuttakurssipalvelu, josta jää yli runsaan 150 miljoon punnan vuotuiset voitot." (1983, 95)

Perinteisesti Reuteria pidetään uutistomistona, vaikka se aloittikin taloudellisen tiedon välittämisen ja on nykyään maailman suurin sähköinen tiedon kustantaja, joka erikoistuu monenlaisen automaattisesti käsitellyn tiedon keräämiseen maailmanlaajuisilta markkinoilta. Tieto välitetään tilaajalle noin 90 000 videotexin ja teleprinterin välityksellä. Reuter on hankkinut omistukseensa Instinetin ja näin laajentanut yksityisesti omistetuksi sähköiseksi markkinapaikaksi, joka haastaa sellaiset vakiintuneet amerikkalaiset pörssit kuin New Yorkin pörssi.

Reuterin alanvaihto on ollut tuottoisa, ja se on nykyään edellä sellaisia amerikkalaisia kilpailijoita kuin CitiCorp, Mead Corporation, Telerate ja Dow Jones & Co. Vuoden 1985 lopussa Reuter, joka ei ennen talouspalvelujen kukoistuksen alkua vuosiin tuottanut voittoa saatikka maksanut osinkoja, noteerattiin 1,5 miljardin punnan arvoiseksi.

Uudessa menestyksessään Reuter käyttää siekailematta hyväkseen kahta suuntausta: finanssimarkkinoiden maailmanlaajuista luonnetta ja kaupankävijöiden kasvua. Dow Jonesin mukaan Reuterin strategiana on ollut tehdä itsestään korvaamaton varustamalla niin markkinat kuin asiakkaatkin laitteistoilla ja saattamalla ne keskenään yhteyteen. Yhtiön vuokraamien tietokonepäätteiden verkon väitetään olevan maailman suurimpia, ja voitot ovat viisikymmenkertaisesti 1980-luvulla. Reuterin osakkeiden ostoryntäys on melkein kolminkertaistanut niiden hinnan siten ensimmäisen julkisen osakeannin vuonna 1984. Useimmat kaupankävijät toimivat Reuterin järjestelmän välityksellä osoittaen näin sen vaihtokurssien korvaamattomuuden. Aina kun hintanoteeraukset muuttuvat, kaupankävijät raportoivat Reuterille, he työskentelevät Reuterin laitteilla ja pitävät mukanaan taskulaitteita, joilla voi kuunnella Reuterin läheyyksiä. Tämän muutoksen mukanaan tuoma menestys on hyvin silmiinpistävä. Associated

Pressin raportista vuoden 1987 helmikuulta käy ilmi, että:

"Reuterin holdingyhtiöstä sanottiin, että sen nettovaihto nousi 47%, koska tilaukset kasvoivat räjähdysmäisesti, valuuttakurssit olivat suosiollisia ja verokanta alhaisempi.

Kansainväinen uutis- ja taloustietotoimisto kertoi, että sen nettovoitto kohosi 80,7 miljoonaan puntaan edellisvuoden 54,9 miljoonasta. Bruttovoitto nousi 39% 130,1 miljoonaan puntaan 93,6 miljoonasta. Vuoden tulot kohosivat 43% 620,9 miljoonaan 434,1 miljoonasta." (AP, 11. helmikuuta 1987)

Reuterin tuloista 56% kertyy rahamarkkina- ja vaihtokurssipalvelujen myynnistä, 12% arvopaperikaupoista ja 10% tavarapörssitiedoista. Reuter sai vain 9% tuloistaan uutisvälineiden palveluista (jotkut lähteet sanovat, että osuus olisi pienempi) ja 13% asiakasjärjestelmistä kuten ohjelmistoista ja laitteista.

On kiintoisaa huomata, että Reuterin voima piili sen maailmanlaajuisessa tietoverkossa, joka kokosi ja levitti tietoa noin 158 maahan, mutta että uusia liittoumia muodostui ja ne uhkasivat Reuterin ylivoimaisuutta. Jopa sen kotikentällä Englannissa ja koko Euroopassa sen amerikkalainen kilpailija Associated Press liittoutui Dow Jonesin ja kehittyvän Teleraten kanssa.

Kilpailun kiristyessä selviytyminen voidaan taata vian investoimalla uusimpaan kommunikaatioteknologiaan, minkä kaikki alalla olijat tietävät, myös Reuter. Se tarvitsee satoja miljoonia puntia pysyäkseen teknologisen kilpailun kärjessä ja siksi se on laajentanut toimintaansa ja yritystään.

Toukokuussa 1985 Reuter maksoi 30 miljoonaa puntia 20% osuudesta Institutional Network Corporationiin (instinetiin), joka on automaattisiin kaupankäyntipalveluihin erikoistunut amerikkalainen yhtiö. Kaupan yhteydessä Reuter sai myös option 31% osuuteen yhtiöstä, jolloin sillä olisi päätäntävalta. Reuter osti myös amerikkalaisen Rich-yhtiön, joka oli markkinajohtaja kaupankäynnissä tarvittavien ohjelmistojen ja tietokonelaitteiden tuotannossa. Samana vuonna se otti hallintaansa Visnewsin, joka on Lontoota kotipaikkanaan pitävä uutisfilmiosuuskunta. Visnew-

sillä on 400 kameramiestä maailman eri puolilla ja filmiarkisto, joka ulottuu aina vuoteen 1896 asti. Aiemmin, vuonna 1984, se lisäsi yhden ulottuvuuden liiketoimiinsa hankkimalla talousvaikeuksiin joutuneen UPI:n valokuva-palvelun.

Kun kaikki tämä lasketaan yhteen Reuterin voi katsoa hallitsevan viittä tärkeää alaa: tekstiutisia uutisvälineille ja yrityksille, reaaliaikaista hinta- ja tietopalvelua, alkuperäiseen Monitor-järjestelmään perustuvaa kaupankäyntipalvelua, uutiskuvaa ja television uutisfilmejä. Näihin voidaan vielä lisätä tietotomiston asiakasverkostoja ja kasvava tietokanta. Reuterin toimitusjohtaja Glen Renfrew julkisti äskettäin: "Olemme edelleen kiinnostuneita strategisista hankinnoista". Hän paljasti yhtiön aikeet aloittaa uusi maailmanlaajuinen pörssikurssipalvelu. Tämän palvelun on tarkoitus välittää yli 100 000 osakkeen, futuurin ja tavaran hintatietoja. Reuter vaikuttaa hyvin optimistiselta sen suhteen, että nopean tiedonsaannin kysyntä kasvaa ja että "sen oma laajennettu ja loistavan muuntelukykyinen tietoverkko pystyisi kyllä selviytymään siitä." (Lawrenson & Barber, 159). Kaikki tämä todistaa Reuterin radikaalia muutosta uutistomistosta informaatioteknologian monialayritykseksi.

Muutkaan tietotomistot ja suuryritykset eivät toki ole tietämättömiä niistä valtavista voitoista, joita on tarjolla taloustietoalalla. AP:n, Dow Jonesin ja Teleraten välinen kumppanuus tähtäsi Teleraten taloustietopalvelujen markkinoimiseen myös USA:n ja Kanadan ulkopuolella (AP, lokakuu 1983). Lawrenson ja Barber kirjoittavat:

"Telerate perustettiin vasta vuonna 1969, mutta kun sen osakkeet laskettiin liikkeelle Wall Streetillä vuonna 1982, ne noteerattiin melkein 900 miljoonasta dollarista. Se on tähtitieteellinen summa, jos ottaa huomioon, että yhtiön tulot ovat vain 52 miljoonaa dollaria. Se, että sellaiset yhtiöt kuin Telerate noteeraataan niin korkeaan kurssiin osoittaa, kuinka kiinnostuneita sijoittajat ovat hankkimaan uuden, kiehtovan informaatioteknologian tulevaisuuden osakkeita." (1985; 21)

Muutkin uutisvälineet ovat kiinnostuneita kannattavaksi osoittautuneesta alasta; **Wall**

Street Journal keskittyy USA:n markkinoihin ja **US News and World Report** on myös laajentamassa tietokonepohjaista kustannuspalveluaan ja satelliittiverkkoaan.

Reuter siis johtaa taloustietopalvelualaa, mikä Lawrensonin ja Barberin mukaan lyö Reuterin perinteisen uutispalvelun yhdeksänkertaisesti. Associated Press on, kuten huomasimme, jo alkanut investoida menestyksellä uuteen alaan. Toisaalta ero näiden kahden ja niiden kansainvälisten uutistomistojen välillä, jotka eivät ole tulleet mukaan teknologiseen kilpailuun, on huomattava. Agence France Press (AFP) on edelleen kasvava taaska Ranskan hallitukselle, joka subventoi sen hälyttäviä tappioita. United Press Internationalin (UPI) oli myytävä arvostettu valokuva-palvelunsa Reuterille 5,76 miljoonasta dollarista. Yksi sen toimitusjohtajista kertoi julkisesti, että "ellemme olisi epätoivoisesti tarvinneet rahaa, emme olisi tehneet kauppooja Reuterin kanssa." (Lawrenson ja Barber, *ibid.*). Amerikkalaisten päivälehtien huonon kannattavuuden ja muiden tiedotusvälineiden tarjoaman kovan kilpailun vuoksi UPI menetti edelleen sekä rahaa että asiakkaita. Kesäkuussa 1982 sen tappiot arvioitiin jo miljoonaksi dollariksi kuukaudessa.

Jotta täydelliseltä romahdukselta oltaisiin välttytty, liittovaltion konkurssioikeus myöntyi äskettäin yhtiön myyntiin meksikolaiselle mediakuninkaalle Mario Vasques Ranalle 41 miljoonan dollarin kauppasummasta. Uusi omistaja ilmoitti välittömästi aikovansa soveltaa Reuterin omaksumaa strategiaa ja sijoittaa taloustietoon. Sen lisäksi hän aikoo laajentaa yritystä urheiluun ja siihen mitä hän luonnehtii "seurapiiri uutisiksi ja suuriksi investoinneiksi tiedonvälityksessä." (aikakauslehti *South*, syyskuu 1986). UPI:n suunnitelmissa on myös käyttää yksityistä satelliittiverkkoa satoennusteiden, alueellisten talousuutisten ja yksityiskohtaisten poliittisten analyysien markkinoimiseen hallituksille, yrityksille ja uutisvälineille Schiller, 1986)

Tietoa vain eliiteille

Voitaisiin väittää, että monissa kolmannen maailman maissa kehittyneet maat, hallitukset ja suuryritykset pyrkivät tietoisesti vaikuttamaan lopulliseen uutistuotteeseen, joka välitetään yleisölle. Tämä tapahtuu joko suoralta tai epäsuoralla sensuurilla, jolla poistetaan kaikki edellämainittujen intresseille haitallinen tieto. Positiivinen julkisuus niiden toimista välitetään sen sijaan uutisorganisaatioille lehdistötiedotteina ja tiedotustilaisuuksissa.

Ehkä kaikkein tärkeintä on kuitenkin uutisorganisaatioiden ilmiömainen muutos suuryrityksiksi, joka muun yrity maailman lailla sisältää keskittymisen, kasaantumisen ja laajenemisen piirteitä.

Yhtä tärkeää on huomata, että nykyisen järjestelmän vallitessa vapaa markkinatalous ironisesti epä-tasa-arvoisen pääsyn ratkaisevaan tai elintärkeään tietoon tekemällä siitä maksullisen. Näin on ollut teollisuusmaissa jo vuosisadan vaihteesta lähtien ja kehitys alkaa toistaa itseään myös kolmannen maailman maissa varsinkin modernin kommunikaatioteknologian vallatessa alaa. Tästä seuraa, että niin sanottu ratkaiseva tai elintärkeä tieto, jos sitä ollenkaan on saatavissa, voidaan löytää vain kalliista eliitin sanomalehdistä, aikakauslehdistä ja erikoisjulkaisuista. Sellaista tietoa ei voi löytää populaarilehdistöstä, jonka kaupallistumisen vaikutukset ovat saaneet kosiskelemaan massayleisöä viihteellä, urheilulla, kohujutuilla, onnettomuuksilla, raakuuksilla jne.

Näiden kehityskulkujen yhteenlaskettu vaikutus on se, että samalla kun varattomalla yleisöllä ei ole mahdollisuutta saada tietoa, varakas yritysmaailman eliitti elää suoranaisessa tiedon tulvassa. Toisin sanoen kuulu köyhien ja rikkaiden saaman tiedon välillä kasvaa huolestuttavaa vauhtia.

Uutistoimistot, uusi teknologia ja uutistuote

Nykyisessä tilanteessa, jossa tarkat tiedot tuovat nopeaa rahaa, uutistuote läpikäy radikaalia muutosta, kun sen perinteiset muodot hajoetaan ja rakennetaan uudelleen. Uutisten tunnetut välittäjät, kansainväliset uutistoimistot, ovat itsekin suuryrityksiä ja niiden identiteetti uutistoimistoina sinällään hämärtyy, kun ne nyt ovat keskittymässä taloustietoihin, satoennusteisiin, yksityiskohtaisiin poliittisiin ja taloudellisiin analyyseihin jne. Tähän ne käyttävät korkeatasoista teknologiaa eli tietokonetta, satelliitteja ja tietokantoja. Ja aivan kuten uutistoimistojen tuote on määriteltävä uudelleen, määritellään niiden markkinatkin. Siinä kun vanhamuotoiset uutiset jaettiin julkisesti välitettäväksi, uudet uutiset on erityisesti suunnattu maksavalle eliitille. Kun näin tapahtuu, uudet kommunikaatioteknologiat, sen sijaan että ne edistäisivät demokraattista valistusta, valjastetaan Schillerin (1986, 20) mukaan niiden sosiaalisten voimien palvelukseen, jotka yrittävät estää sitä. Eliittiryhmään kuuluvien maksavien yritysten on teknologian myötä helponpaa ja tehokkaampaa kuin koskaan saada tarvitsemaansa "kovaa" informaatiota.

Kuten todettu, uutistoimistojen lisäksi myös muut uutisvälineet ja organisaatiot ovat kiinnostuneet alasta. Myös mikrotietokoneiden valmistajat odottavat uusien tietopalvelujen lisäävän myyntiä. Schillerin mukaan:

"Yhdysvaltain yhdeksän miljoonaa mikrotietokonetta tarjoavat valmiit ohjelmistomarkkinat. Tätä hyödyn-tääkseen IBM on ryhtynyt yhteistyöyritykseen Merrill Lynchin (International Marketnetin) kanssa, joka välittää osakekurssuja, taloustietoja ja uutisia IBM:n mikrotietokoneisiin — alkaen 10 000 Merrill Lynchin työntekijästä." Schiller (1986, 24).

Mutta sähköiset tietomarkkinat ovat laajat ja kaupantekijöiden määrän kasvaessa niistä tulee kypsä kohde myös laitteistomyynnille.

Citicorp, jonka verkosto ulottuu tuhansiin toimistoihin ympäri maailman, tulee olemaan vahvoilla tietokantojen käytössä. The American Chemical Society vie tutkimusselesteita ja patenteja tietokoneen välityksellä kaikkien teknisellä alalla toimivien saataville. Mead Corporationilla, jonka pääala on paperi ja metsätaloustuotteet, on myös Lexis, josta lakimiehet voivat hakea oikeuden päätöksiä, ja Nexis, joka julkaisee sellaisten aikakaus- ja sanomalehtien kuten Timen ja The New York Timesin uutisia. (Schiller, ibid, 24-25)

Koko tämä kehitys viittaa siihen, että yritysten kontrolli tiedosta lujittuu – ja myös sanojen ja mielikuvien kontrolli, jos muistetaan uutistoimistojen yrityskaupat. Kun lopputuotteen hinta alkaa olla sekä kansalaisten että sellaisten julkisten tietolähteitten kuin kirjastojen ulottumattomissa, kohderyhmäksi tulee yrityssektori.

Muutoksen seuraukset

Nämä suuntaukset herättävät muutamia perustavanlaatuisia kysymyksiä. Ensiksi, kun vanhat uutiskategoriat muuttuvat radikaalisti uusiksi (koviksi) uutisiksi, aikovatko uutistoimistot supistaa perinteisistä uutispalveluista koituvia menojaan vähentämällä kirjeenvaihtajien, toimittajien jne. määrää? Toiseksi, koska vanhan uutiskategorian mukaiset uutiset eivät enää tuo suurta osaa voitosta, onko uutistoimistoilla varaa muuttaa sitä tapaa, jolla ne käsittelevät kolmannen maailman asioita vastatakseen sieltä tuleviin valituksiin, ja mitä seurauksia sillä olisi uuden tiedotusjärjestyksen kannalta. Uutisvälineiden palvelu, joka ennen oli uutistoimistoalan selkäranka tai lipulaiva, on nykyisin hyvin vähäpätöinen osa niiden toimintaa ja silti meille kerrotaan, että sekä Reuterin palkkaamien toimittajien että sen perustamien toimistojen määrä kasvoi 20% viimeisten viiden vuoden aikana. (Lawrenson ja Barber 1985, 159).

Mutta tämä ei ole odottamatonta, sillä kaikki ne maat, joissa ei vielä käydä kauppaa taloustiedolla, muodostavat tulevaisuuden potentiaaliset markkinat. Siksi tässä asemassa oleva uutistoimisto haluaa säilyttää jonkinlaisen kulttuurihegemonian ylläpitämällä toimintaa, esimerkiksi kirjeenvaihtajia, sellais-

sa maissa. Nehän ovat siellä valmiina odottamassa ajan kypsymistä tuottoisille yritysasiakkailla. Monet Reuterin osakkeenomistajat ovat arvostelleet sellaisten ulkomaisten kirjeenvaihtajien ja toimistojen ylläpitämistä, jotka tarkkaan ottaen eivät ole välttämättömiä uutisoinnille varsinkin, kun siitä aiheutuu suuria kuluja. Mutta silloin ei oteta huomioon sitä julkisuusarvoa, joka Reuterin kirjeenvaihtajalla on ennakoidulle taloustietokaupalle. Tämä onkin pääsyy, jonka vuoksi Reuter ylläpitää näitä toimistoja ja kirjeenvaihtajia. Sitä paitsi tästä toiminnosta koituvat rahalliset tappiot tulevat kyllä katetuiksi muualla kukoistavalla taloustietopalvelulla.

Viime vuosina varsinkin kolmannen maailman johtajat ovat väittäneet, että kansainväliset uutistoimistot, jotka ovat ulkomaan uutisten pääasiallinen lähde useimmilla maailman mailla, eivät käsittele heidän maitaan oikeudenmukaisesti ja riittävästi. Niiden kolmannen maailman maista välittämä tieto, väitetään, keskittyy aina onnettomuuksiin, kohujuttuihin, vallankaappauksiin jne. näissä maissa tapahtuvan myönteisen kehityksen kustannuksella. Sellaiset uutistuotteet ovat kuitenkin huolellisen valinnan ja valmistuksen tulosta. Ne on suunniteltu vetoamaan länsimaiseen yleisöön. Sellaiset uutiset olivat uutistoimistojen kannattavin tuote, ja niitä vastustivat uuden tiedotusjärjestyksen puolustajat.

Nykyään uutistoimistot kertovat kolmannen maailman maille, että ne ovat muuttaneet tapaa, jolla raportoivat niistä, ja että nyt kerrotaan sellaisistakin myönteisistä asioista, joista ennen vaiettiin. Pitäisikö taistelun uudesta tiedotusjärjestyksestä päättyä tähän? Mielestäni ei. Päinvastoin tämä muutos, jos sellaista ylipäätään tapahtuu, on vain kaupallista logiikkaa. Uutistoimistot voivat olla muuttamassa linjaansa, koska kysyntä markkinoilla muuttuu. Kuten huomasimme, tällaiset uutiset muodostavat vain pienen osan uutistoimistojen tuloista, joten niillä on kyllä varaa tuottaa sitä, mitä kolmannen maailman johtajat vaativat, eikä se silti juurikaan heilauta niiden voittoja. Jos kuvitellaan, että tar-

ve puhua uuden kansainvälisen tiedotusjärjestyksen puolesta päätty tähän, ymmärretään väärin ne todelliset seikat, joista tässä taistelussa on kyse. Sillä on pitkät juuret niissä antikolonialistisissa taisteluissa, jotka syntyivät aidosta huolesta kolmannen maailman kansojen itsemääräämisoikeuden puolesta.

Itsenäistymisen myötä kolmannen maailman maihin syntyi uusi hallitseva luokka, joka otti nimiinsä uuden tiedotusjärjestyksen ajamisen. Jos tämän eliitin ja uutistoimistojen välillä solmitaan "reilu kauppa", se ei poista uudistusten tarpeellisuutta. Jos nimittäin huomataan toimistojen "kaupan" mukaan kuvaavan kolmannen maailman hallitsevaa luokkaa ja sen harjoittamaa politiikkaa myönteisesti puuttumatta maiden sisäisiin ristiriitoihin, voi odottaa, että toimiin uuden kansainvälisen tiedotusjärjestyksen puolesta käydään usein innoin.

"Vaihtoehtoiset uutistoimistot" ja uusi järjestys

Useimmat niin sanotut vaihtoehtoiset uutistoimistot ovat selviytyneet tähän asti jonkin tukimuodon varassa. Kuitenkin nyt kun taloudelliset vaikeudet runtelevat useimpia kolmannen maailman muista riippuvaisia kansantalouksia, on yhä vaikeampaa jatkaa näiden aloittelevien toimistojen tukemista, jotka varsinkin Afrikassa ovat enimmäkseen valtion omistamia. Tilanne on jo alkanut tuntua uutistoimistoissa, sillä monet niistä ovat joutuneet supistamaan menojaan, eikä se tietenkään tapahdu ilman kielteistä vaikutusta niiden tarjoamiin palveluihin. Yleisafrikkalainen uutistoimisto PANA melkein lakkautettiin tänä vuonna. Se joutui taloudellisiin vaikeuksiin, koska monet sen jäsenvaltioista olivat jättäneet maksunsa maksamatta. Nigerian uutistoimisto NAN, joka on yksi kolmesta suurimmasta PANA:n avustajasta, joutui luopumaan toimistoistaan Belgradissa ja Norsunluurannikolla. Eräs Afrikan urauurtavista uutistoimistoista, Ghanan uutistoimisto GNA, sovelsi tätä keinoa menojen karsimi-

seksi ensimmäisenä sulkemalla useita ulkomaisia toimistojaan.

Muut valtion omistamat tiedotusvälineet kolmannessa maailmassa kuten radio, televisio ja lehdistö julkaisevat mainoksia tuloja saadakseen, mutta tätä vaihtoehtoa uutistoimistoilla ei ole; niiden on turvattava tilausmaksuihin, joita niiden tilaajat vastahakoisesti maksavat.

Karibian uutistoimisto CANA on ollut suhteellisen menestyksellinen tulonhankinnassa. (Martin & Musa 1987). Toisin kuin kaikki kansalliset ja alueelliset toimistot Afrikassa, CANA julkisti vuonna 1985, että se oli saanut jopa hiukan voittoa palveluidensa myynnistä. Voitto oli tullut taloustietojen myynnistä. Kymmenentenä vuosipäivänään vuonna 1986 uutistoimisto ilmoitti ylpeänä sijoituksesta uuteen kommunikaatioteknologiaan, mikä kaksinkertaisti vuoden 1985 vaatimattomat voitot. Kokonaistulot vuonna 1986 olivat yli kaksi miljoonaa Barbadosen dollaria, ja 156 616 dollarin voitto 98,9% suurempi kuin vuonna 1985 (Martin & Musa, *ibid.*). Koska CANA välittää Reuterin taloustietoja, sen asiakkaat ovat yrityseliittiä.

Haastateltaessa erästä PANA:n johtajaa hän ei nähnyt mitään väärää siinä, että menään mukaan taloustietoalalle kuten CANA on tehnyt. PANA on juuri siirtämässä palveluitaan tietokoneelle ja tekee suunnitelmia tälle tuottoisalle alalle siirtymisestä. Johtaja tunnusti kuitenkin, että menestys ei välttämättä ole yhtä nopeaa kuin CANA:lla, koska maanosa on niin suuri ja koska viestinnän infrastruktuuri on alueella kehittymätön. Alueellinen toimisto julkaisee viikoittain **Economic**-taloustietotiedotetta. Jotkut toimittajat, joita haastateltiin esimerkiksi Nigerian uutistoimistossa, epäilivät menestyksen mahdollisuuksia alalla, jota suuret uutistoimistot kuten Reuter hallitsevat. Tällainen skeptismi kaventaa näiden pienempien uutistoimistojen mahdollisuuksia muuhun kuin kansainvälisten uutistoimistojen taloustiedostojen markkinointiin.

Nigerian hallitus on kehottanut kaikkia valtion omistamia tiedotusvälineitä hankkimaan muita tulonlähteitä vähentääkseen niiden riippuvuutta valtion tuesta. Tämän eloonjäämisopin mukaisesti NAN:n johto ilmaisi ihaillevansa Reuterin taloustietopalvelua ja pitävänsä sitä "realistisimpana" hankkeena, johon kansallisten toimistojen olisi ryhdyttävä selviytyäkseen tai jopa tuottaakseen voittoa. Tästä syystä NAN:n johto aikoo investoida moderniin teknologiaan, tietokoneisiin ja satelliitteihin, jotka ovat oikea askel kannattavampaan suuntaan. Tällä välin Nigerian hallitus on äskettäin ilmoittanut aikovansa yksityistää joitakin valtion omistamia yrityksiä, mukaan lukien Nigerian uutistoimiston. Suunnitelman yksityiskohtia ei ole vielä julkistettu, mutta voidaan ennustaa, että uutistoimiston osakkeita tulevat hankkimaan ne, joilla on suuryritysten etuja valvottavanaan. Uutistoimiston on siis otettava päämääräkseen voiton tuottaminen, ja sen tuotteiden on siis heijastettava uusien omistajien intressejä. NAN:n ei enää voida olettaa raportoivan suuryrityksistä neutraalisti ja puolueettomasti.

Nigeriassa tehdystä tutkimuksesta käy ilmi, että Reuterin taloustietopalvelun asiakkaat, jotka enimmäkseen ovat taloudellisia instituutioita, maksavat Reuterille ostamistaan palveluista osaksi ulkomaan valuutalla. Siksi ne olisivat kiinnostuneita mistä tahansa vaihtoehdosta (vaikka NAN:sta), joka tuottaisi samanlaisia palveluja, mutta jolle voitaisiin maksaa paikallisella valuutalla. Vastanneet korostavat kuitenkin, että vaihtoehdoisen palvelun olisi oltava yhtä tehokas kuin Reuterin palvelu.

Useimmat haastatellut NAN:n toimittajat pitävät taloustietopalvelua "toivottavana". Kun heiltä kysyttiin, eikö sellainen toiminta vaarantaisi perinteistä roolia uutisten jakelijana, he vastasivat, että molemmat toiminnot voitaisiin yhdistää niin, ettei kumpikaan kärsisi.

Nämä mielipiteet kuvastavat suurelta osin sitä tapaa, jolla useimmat afrikkalaiset kansalliset uutistoimistot suhtautuvat asiaan. Yh-

dessäkään maassa ei ole herännyt keskustelua siitä, mitä merkitsee tiedon muuttuminen tuotteeksi, jolloin uutisista tulee toisarvoisia, ja mitkä ovat tämän suuntauksen mahdolliset vaikutukset väestöön. Sen sijaan monet Afrikan maat vaativat, että Reuter markkinoisi taloustietopalveluaan kansallisten toimistojen kautta niin että nekin saisivat osansa kakusta. Francis Nyamajoh on saanut selville, että tästä kysymyksestä on tullut Kamerunin hallituksen ja vastahankaisen Reuterin välisen köydenvedon aihe.

Nykyinen suuntaus käy ilmi siitä, että kansainvälisillä uutistoimistoilla on nyt varaa julkistaa "myönteisiäkin" uutisia kolmannen maailman maista. Tätä asenteen muutosta ei kuitenkaan pidä nähdä kolmannen maailman painostuksen tuloksena. Se ei myöskään ole syntynyt kansainvälisten uutistoimistojen syyllisydentunteesta, vaan suorana seurauksena tiedon muuttumisesta kauppatavaraksi ja vanhan uutiskategorian hajoamisesta. "Huonoilla" uutisilla tulee silti olemaan paikansa taloustietopalvelussa, jossa niitä tarvitaan ennustamaan taloudellisia näkymiä. Tieto olojen vakaudesta tai sen puutteesta on elintärkeä sijoituksille. Lisäksi sellaisten uutistoimistojen kuten Reuterin, AP:n, UPI:n jne. monikansallinen luonne ei salli niiden raportoida kolmannen maailman maista neutraalisti ja puolueettomasti. Kohujutut ja sen sellaiset saattavat kuitenkin jäädä pois. Ja mitä tällaisten uutisten karsimisessa sitten menetetäänkin, korvautuu kyllä voitoilla, jotka saadaan taloustietopalvelusta.

Yhteenveto

Pääoman kansainvälistyessä olemme todistamassa tilannetta, jossa perinteisten uutisten arvo tuottoisina hyödykkeinä laskee ja uutistoimistot muuttuvat suuryrityksiksi tavalla, jossa on muusta yritysmaailmasta tuttuja piirteitä. Uutistoimistojen ja uutisalan ulkopuolisten yritysten yhteenkietoutuminen estää lehdistön ja uutistoimistojen pienimmänkin mahdollisuuden itsenäiseen ja puolueettomaan rooliin. Kun uutistoimistolla on käytös-

sään tietokoneverkot, satelliitit, tietokannat ja muuta taidokasta viestintäteknologiaa, niillä on tärkeä asema pääomavirtojen liikenteessä. Tämän kanssa yhdenmukaisesti "kova" ja nopea tieto pyrkii keskittymään tavaraksi, johon vain eliittiryityksillä on varaa, ja jonka tarpeita tieto heijastaa. Lisäksi uutishuoneiden tietokoneistuminen ja nykyaikaiset tiedon hankinta- ja varastointitavat estävät toimittajia työskentelemästä itsenäisesti.

Samalla yleisölle tarjotaan jonkinlaista uutisten, viihteen ja mainosten sekamelskaa sekä hallitusten suhdetoimintaan tarkoitettuja tuotteita.

Tunnetut yhtiöt, joilla on sekä tiedonvälitykseen että sen ulkopuolisiin asioihin liittyviä intressejä, tuntevat vetoa tuottoisaan alaan ja halua ryhtyä teknologiseen kilpailuun. Tällä on epäedullinen vaikutus yleisölle suunnattuihin uutistuotteisiin, jotka sisältävät harhaanjohtavia tietoja. Tuloksena on syntynyt tiedotusjärjestelmä, jossa tehokkaassa poliittisessa arvioinnissa ja päätöksenteossa tarvittava elintärkeä ja ratkaiseva tieto on rajattu vain eliittijulkaisuihin. Sellaiset julkaisut (esimerkiksi **US News and World Report**) ovat yleensä tavallisten ihmisten ulottumattomissa. (Samalla tavalla nykypäivän Nigeriassa kaikilla johtavilla sanomalehdillä lukuunottamatta **News Nigeri**aa on erityinen viikottain ilmestyvä talouspalvelu yritysliitin tarkoituksiin. Ne ovat uusi esimerkki pelkästään tilaajille jaetuista julkaisuista. Eräs niistä on **The Insider**, jonka tilaajat ovat enimmäkseen johtavia valtion virkamiehiä, upseereita, poliiseja ja muita armeijaa lähellä olevia virkamiehiä sekä yritysliittä.)

Tällaisten suuntausten vallitessa voidaan ennustaa, että tunnetut uutistoimistot, jotka vielä eivät ole mukana teknologisessa kilpai-

lussa ja selviytyvät siis vain jonkin tukimuodon varassa, eivät kauaa niin tee. Mario V. Rana, UPI:n uusi meksikolainen omistaja on jo luovannut seurata Reuterin jalanjälkiä. On vain ajan kysymys milloin muut tulevat perässä.

Kun uutiset eivät enää ole merkittävä tulonlähde ja alttiita kysynnän vaihtelulle, kansainvälisillä uutistoimistoilla on varaa tarjota myönteisiä uutisia, joita kolmannen maailman johtajat vaativat. Sen sijaan että se merkitsisi uuden kansainvälisen tiedotusjärjestyksen käymistä tarpeettomaksi, se vain entisestään paljastaa järjestyksen sisäisiä ristiriitoja. Suuri kysymys siitä, kenen uutiset ovat myönteisiä ja mihin tarkoitukseen niitä käytetään, jää edelleen vastausta vaille.

Kirjallisuus

- LAWRENSON, J. & BARBER, L. *The Price of Truth - How Reuter made its millions.* London, Sphere Books Ltd 1986.
- MARTIN, P. & MUSA, M. *Recreating the Image: Regional News Agencies and Alternative News.* Teoksessa *Communicatio Socialis Yearbook 1987*, 159-170.
- SCHILLER, D. *Transformation of News in the US Information Market.* Teoksessa P. Golding et al. (toim.) *Communicating politics - Mass Communication and Political Process;* Leicester University Press 1986.
- TULLY, S. *The big news at Reuters is its Money Machine.* *Fortune*, August 8, 1983.
- PANA:n tiedotuspäällikön haastattelu, Lontoo, toukokuu 1988.
- NAN:n toimittajien ja johdon haastattelu, Lagos, heinä-joulukuu, 1987.
- FRANCIS Nyamajohin tutkimustulokset, Kamerun, joulukuu 1987 - huhtikuu 1988.

Kyseinen Mohammed D. Musan artikkeli on osa väitöskirjatyöstä, jota hän valmistelee Leicesterin yliopistossa Englannissa.