



Hallituksen politiikkaohjelmat
Kansalaisvaikuttaminen

Media ja demokratia Suomessa

Kriittinen näkökulma

Media ja demokratia Suomessa

Kriittinen näkökulma



EDITA PRIMA OY 2005

KUVAILULEHTI

OIKEUSMINISTERIÖ

Julkaisun päivämäärä
Marraskuu 2005

Tekijät Hannu Nieminen, Minna Aslama ja Mervi Pantti Viestinnän tutkimuskeskus CRC, Helsingin yliopisto		Julkaisun laji Hallituksen politiikkaohjelmat Kansalaisvaikuttaminen	
		Toimeksiantaja Oikeusministeriö	
		Toimielimen asettamispäivä	
Julkaisun nimi Media ja demokratia Suomessa Kriittinen näkökulma			
Julkaisun osat			
Tiivistelmä Julkaisu on laadittu Hallituksen kansalaisvaikuttamisen politiikkaohjelman ja Viestinnän tutkimuksen päivät 2005 järjestäneiden organisaatioiden tilauksesta. Tavoitteena oli julkaisu, joka tutkimustietoa hyödyntäen kehrittelee uusia ideoita ja herättää keskustelua sekä median ja politiikan että median ja kansalaisten välisistä suhteista. ”Media ja demokratia Suomessa. Kriittinen näkökulma” tarkastelee median ja demokratian suhdetta Suomessa neljästä näkökulmasta. Ensimmäisessä osassa ”Diagnoosi: päätöksentekijät ja media” hahmotellaan päättäjien ja median välisten suhteiden muutoksia. Yksi keskeisistä havainnoista on, että julkisen politiikan tila on viime vuosikymmenten aikana kaventunut. Kansalaisten odotukset kohdistuvat politiikan sijaan lisääntyvästi markkinoille. Kehitys on ohjannut myös median toimintaa. Toisessa osassa ”Ihanne: kommunikatiivinen demokratia” tarkastellaan median roolia demokratian ja kansalaisvaikuttamisen edistämisessä. Luvussa esitellään muun muassa brittiläistutkija James Curranin malli, jossa hän lähestyy julkisen palvelun tehtävää perinteistä laajemmasta näkökulmasta. Luvussa perustellaan ajatusta perustuslaissa määritellyistä kansalaisten viestinnällisistä oikeuksista. Niitä ovat oikeus informaatioon, orientaatioon, sosiaaliseen yhteisöllisyyteen ja itseilmaisuun. Kolmas osa ”Todellisuus: suomalainen mediajärjestelmä 2005” vertaa suomalaista mediatodellisuutta edellä esiteltäisiin ihanteisiin. Luvussa kartoitetaan aluksi yleisimpiä mediaan liitettyjä uhkakuvia ja arvioidaan niiden realistisuutta. Sen jälkeen luodaan katsaus eri median toimialojen nykytilanteeseen. Erillisen tarkastelun kohteena on televisio. Neljännessä osassa ”Kohti mediademokratiaa: ehdotus mediareformiksi” kirjoittajat esittävät käytännön toimenpiteitä suomalaisen mediajärjestelmän demokratisoimiseksi. Keskeisellä sijalla on julkisen palvelun periaatteen laajentaminen koskemaan koko mediakenttää. Lopuksi tekijät esittävät neljä kysymystä jatkokeskustelun pohjaksi.			
Avainsanat: (asiasanat) Media ja demokratia, julkinen palvelu, viestinnälliset oikeudet			
Muut tiedot (Oskari- ja HARE-numero, muu viitenumero) OM 20/014/2004, OM058:00/2004, OM016:00/2003			
Sarjan nimi ja numero Oikeusministeriön julkaisuja 2005:11		ISSN 1458-6444	ISBN 952-466-297-3
Kokonaissivumäärä 94	Kieli suomi	Hinta 25,00 €	Luottamuksellisuus julkinen
Jakaja Edita Prima Oy		Kustantaja Oikeusministeriö	

PRESENTATIONSBLAD

JUSTITIE MINISTERIET

Utgivningsdatum
November 2005

Författare (uppgifter om organet: organets namn, ordförande, sekreterare)		Typ av publikation Politikprogrammet för medborgarinflytande	
Hannu Nieminen, Minna Aslama och Mervi Pantti Forskningscentralen för kommunikation CRC, Helsingfors universitet		Uppdragsgivare Justitieministeriet	
		Datum då organet tillsattes	
Publikation (även den finska titeln) Medium och demokrati i Finland. En kritisk synvinkel (Media ja demokratia Suomessa. Kriittinen näkökulma)			
Publikationens delar			
Referat			
<p>Publikationen har utarbetats på beställning av regeringens politikprogram för medborgarinflytande och organisationer som arrangerade kommunikationsforskningsdagarna 2005. Målet var en publikation som utnyttjar forskningsuppgifter och utvecklar nya idéer och väcker debatt om förhållandena mellan mediet och politiken samt mellan mediet och medborgarna.</p> <p>”Medium och demokrati i Finland. En kritisk synvinkel” betraktar förhållandet mellan mediet och demokratin i Finland ur fyra synvinklar. I det första avsnittet ”Diagnos: beslutsfattarna och mediet” skisseras förändringar i förhållandet mellan beslutsfattarna och mediet. En av de centrala iakttagelserna är att utrymmet för den offentliga politiken har blivit mindre under de senaste årtiondena. Medborgarnas förväntningar riktar sig i allt högre grad mot marknaden i stället för politiken. Utvecklingen har styrts också mediets verksamhet.</p> <p>I det andra avsnittet ”Ideal: kommunikativ demokrati” betraktas mediets roll i främjandet av demokratin och medborgarinflytandet. I avsnittet presenteras bl.a. en modell av den brittiske forskaren James Curran i vilken han närmar sig den offentliga servicens uppgift ur en vidare synvinkel än den traditionella. I avsnittet motiveras tanken om medborgarnas kommunikativa rättigheter som bestäms i grundlagen. Dessa rättigheter är rätt till information, orientation, social samhörighet och rätt att uttrycka sig.</p> <p>Det tredje avsnittet ”Verklighet: det finländska mediasystemet 2005” jämför den finländska medieverkligheten med de ideal som presenterades ovan. I avsnittet kartläggs först de vanligaste hotbilderna som anknyts till mediet och bedöms hur realistiska de är. Därefter ges en översikt av den nuvarande situationen av mediets olika verksamhetsområden. Televisionen betraktas separat.</p> <p>I det fjärde avsnittet ”Mot en mediedemokrati: ett förslag till en mediereform” föreslår författarna praktiska åtgärder som syftar till att demokratisera det finländska mediasystemet. Av central betydelse är att den offentliga servicens princip utvidgas så att den gäller hela mediefältet. Till sist ställer författarna fyra frågor till grund för en fortsatt diskussion.</p>			
Nyckelord Medium och demokrati, offentlig service, kommunikativa rättigheter			
Övriga uppgifter (Oskari- och HARE-numren, andra referensnumren) JM 20/014/2004, JM058:00/2004, JM016:00/2003			
Seriens namn och nummer Justitieministeriets publikationer 2005:11		ISSN 1458-6444	ISBN 952-466-297-3
Sidoantal 94	Språk finska	Pris 25,00 €	Sekretessgrad offentlig
Distribution Edita Prima Ab		Förlag Justitieministeriet	

Saate

Yksi kansalaisvaikuttamisen politiikkaohjelmalle useimmin esitetyistä kysymyksistä on, että mitäs te aiotte tehdä medialle. Vastaus on yksiselitteinen: ei mitään. Sitten sadan vuoden takaisten punaisen julistuksen päivien ja aikanaan perustuslakiin grani-toituna sananvapaus on keskeinen suomalainen arvo. Sitä voidaan käyttää väärin. Silti vakuuttava kokemus osoittaa, että julkisen vallan yrityksetkin ohjastaa sananvapautta johtavat vielä huonompiin seurauksiin.

Tähänkin sääntöön on poikkeus. Tutkimuksen ja opetuksen lisäksi julkinen valta sää-telee sekä viestinnän rakennetta että välillisesti – kuten on voitu dramaattisestikin ha-vaita – myös sen sisältöä viestintäpolitiikan avulla. Tärkeitä aiheita ovat viestinten toiminnan ehdot, niiden joukossa Yleisradion asema sekä pienten, mutta merkittävien lehdistötukien ja vastaavien käyttö.

Median ja demokratian suhteen tärkeyden vuoksi silloinen politiikkaohjelman vastuu-ministeri Johannes Koskinen päätti tilata asiasta tutkimukseen perustuvan selvityksen. Mediatutkijoiden verkostossa tehdyn avoimen haun pohjalta esiin siilautuivat tämän kirjan tekijät.

Ohjelma on voinut seurata hankkeen kehitystä, mutta toistuvasti on todettu, että ohjel-man puolelta ei ole tarpeen esittää sisällöllisiä odotuksia. Käsillä oleva tutkimus on te-kijöidensä puheenvuoro ja sellaisena täydentävä, myös kansainväliseen keskusteluun perustuva lisä alan kotimaiseen kirjallisuuteen.

Politiikkaohjelma on pyrkinyt edistämään mediakasvatusta ja on tuottanut sitä var-ten huomionarvoisia näkökohtia sisältävän tohtorien Sirkku Kotilainen ja Sara Sin-tonen toimittaman kansallisten kehittämistarpeiden selvityksen. Tämä lisäksi käsillä oleva teos on politiikkaohjelman ainoa kontribuutio median ja demokratian suhteen teemaan.

Toivottavasti kirja herättää ansaitsemansa viestintäpoliittisen keskustelun. Ja toivoa sopii, että sen sisältö voisi toimia herätteenä myös toimitusten omalle keskustelulle oman toiminnan ja demokratian suhteesta. Sehän tässä on sittenkin tärkeintä.

Seppo Niemelä
ohjelmajohtaja

Sisältö

Alkusanat	3
1. Diagnoosi: päätöksentekijät ja media	6
2. Ihanne: kommunikatiivinen demokratia	13
3. Todellisuus: suomalainen media 2005	28
4. Kohti mediademokratiaa	66

Alkusanat

Tämän raportin tavoitteena on herättää keskustelua median ja demokratian suhteesta Suomessa 2000-luvun alussa. Tarkastelumme perustana on käsitys kansalaisten viestinnällisistä oikeuksista. Kansalaisten viestinnällisiin oikeuksiin kuuluvat muun muassa oikeus tietoon ja informaatioon, oikeus sosiaaliseen yhteisyyteen ja yhteiseen kulttuuriin sekä oikeus itsensä ilmaisemiseen. Medialla on tärkeä rooli kansalaisten viestinnällisten oikeuksien toteutumisessa, ja tässä raportissa selvitetään, miten suomalaista mediajärjestelmää voitaisiin uudistaa siten, että kansalaisten viestinnällisille oikeuksille perustuva kommunikatiivinen demokratia toteutuu parhaimmalla mahdollisella tavalla. Keskeiset ajatuksemme voidaan esittää kolmen vaatimuksen muodossa:

1. Demokratiassa päätöksenteon on perustuttava kansalaisten vapaaseen harkintaan ja sen pohjalta tapahtuvaan julkiseen mielipiteenmuodostukseen.
2. Demokratia toteutuu parhaiten, jos kaikilla kansalaisilla on tasapuolinen pääsy kaikkeen, myös keskenään ristiriitaiseen ja epätäydelliseen päätöksen tekoon vaikuttavaan tietoon ja informaatioon.
3. Demokratiassa medialla on keskeinen vastuu tasapuolisen informaation- ja tiedonvälityksen toteutumisesta ja julkiselle harkinnalle perustuvan kansalaiskeskustelun järjestämisestä.

Nämä vaatimukset eivät mielestämme täyty Suomessa kaikilta osin. Ensinnäkin päätökset tehdään liian usein ennen julkista keskustelua ja mielipiteenmuodostusta. Suomalaiseen yhteiskunnalliseen keskusteluun pesiytynyt konsensushakuisuus merkitsee käytännössä, että julkisuudesta pyritään karsimaan kaikki erimielisyydet ja ristiriitaiset näkökulmat. Poliitiikka ei esiinny erilaisten vaihtoehtojen välisenä kamppailuna ja tahdonmuodostuksena, vaan siitä on tullut omalaatuinen osa kaupallista julkisuuskulttuuria.

Myös kansalaisten luottamus politiikkaan on selvästi kärsinyt viime vuosikymmenien aikana. Sami Borgin (2005) tutkimuksen mukaan suomalaiset ovat menettämässä uskonsa politiikan tekemiseen ja poliitikkoihin, mikä näkyy muun muassa Suomen muita Pohjoismaita alhaisemmassa äänestysaktiivisuudessa ja heikommassa poliittisessä keskustelukulttuurissa. *Helsingin Sanomat* (9.3.2005) kehottaa myös mediaa katsomaan itseään peilistä:

Tutkimuksen tulokset antavat ajattelemisen ja itsetutkiskelun aihetta niin poliitikoille kuin viestimillekin. Borgin mukaan osa mediasta nakertaa politiikan arvostusta nostamalla esiin vähäpätöisiä asioita. Viestimiä on myös syytetty aineistosta, jonka koetaan suorastaan halventavan politiikkaa ja poliitikkoja.

Toiseksi kansalaisilla ei ole myöskään tasapuolista pääsyä kaikkeen olennaiseen tietoon ja informaatioon. Poikkeavien mielipiteiden on vaikea päästä esille julkisuudessa. Monien perinteisten ja uusien vähemmistöjen on myös hankala saada äänensä kuuluviin julkisuudessa eikä media tuota heille omankielisiä ja heidän omia kulttuurisia arvojaan vastaavia sisältöjä heidän tarpeitaan vastaavasti. Ongelmana on myös valtamedian voimakas pääkaupunkiseutukeskeisyys: kansallisia kysymyksiä ovat ne, jotka määrittellään Helsingissä.

Kolmanneksi median vastuu kansalaisten informoinnista ja keskustelun järjestämisestä on vähintäänkin epäselvä. Poliitikkojen lisäksi myös journalistit kärsivät luottamuspulasta. Kansalaiset suhtautuvat epäilevästi median käyttämään valtaan. Kun kansalaisilta kysyttiin, mitä mieltä he ovat väitteestä ”toimittajat ohjaavat liikaa mielipiteitä Suomessa”, lähes kaksi kolmasosaa vastaajista oli samaa mieltä ja vain kaksi prosenttia eri mieltä (EVA 2005, 78).

Suomalaista mediaa koskettavat yleiset kansainväliset trendit. Usein esitettyihin uhkakuviin kuuluvat muun muassa yleisöjen fragmentoituminen koko ajan lisääntyvien kanavien myötä entistä pienemmiksi ja toisistaan erillisiksi osayleisöiksi. Vaarana on tällöin, että media pikemminkin erottaa kuin yhdistää kansalaisia. Toinen uhka liittyy median markkinoitumiseen (vrt. Herkman 2005; Nieminen & Pantti 2004): onko media kokonaan hylkäämässä demokraattisen ja kulttuurisen tehtävänsä ja keskittymässä pelkästään voiton hankkimiseen?

Verrattuna moniin muihin maihin median ja demokratian suhde on Suomessa toki suhteellisen hyvällä tolalla. Kansalaisilla on esimerkiksi valinnan varaa niin lehdistön kuin sähköistenkin välineiden sisältöjen suhteen. Suuret mediat saattavat olla taipuvaisia kuuntelemaan vallanpitäjiä, mutta ei voida väittää, että ne olisivat vallanpitäjien armoilla. Vaikka valtajulkisuus sulkee monia vähemmistöjä ulkopuolelleen, suomalaisessa mediassa on edelleenkin sijaa moninaisuudelle ja moniarvoisuudelle.

Erilaiset uhkakuvat voivat siis olla liioiteltuja, mutta ne liittyvät todellisiin, myöhäis-moderneissa yhteiskunnissa toimivien medioiden kehityspiirteisiin. Kansalaiset odottavat saavansa mediasta paitsi viihdettä, myös tietoa ja aineksia omien mielipiteiden muodostamiseksi (esim. Jääsaari 2004; Syvertsen 2004). Pelkona on, että median nykykehitys kehitys heikentää näitä mahdollisuuksia. Siksi uhkakuviin on otettava kantaa myös Suomessa. Esitämme tämän raportin lopussa, että Suomessa tulisi toteuttaa mediajärjestelmän uudistus, jonka tavoitteena on kansalaisten viestinnällisten oikeuksien parantaminen.

* * *

Tämän julkaisun kirjoittaminen on ollut mahdollista Kansalaisvaikuttamisen politiikkaohjelmalta saadun taloudellisen tuen turvin, mistä kiitos Oikeusministeriölle ja ohjelmajohtaja Seppo Niemelälle. Tuen myöntämisessä oli ratkaisevassa roolissa Viestintätieteiden valtakunnallinen verkosto, joka valitsi ehdotuksemme tarjouskilpailun pohjalta toteutettavaksi. Hanke on saanut tukea myös Suomen Akatemian ”European Public Sphere(s): Uniting and Dividing” ja ”Emotional Public Sphere” -projekteilta. Kiitokset kohdistuvat myös Helsingin Sanomien 100-vuotissäätiölle.

1 Diagnoosi: päätöksentekijät ja media

Monien poliittisen eliitin jäsenten eli päätöksentekijöiden ja korkeiden virkamiesten mielestä media on muuttunut liittolaisesta riskitekijäksi tai vastustajaksi. Tutkimusten ja haastattelujen pohjalta hahmottuu kuva, jonka mukaan suomalaisten päätöksentekijöiden ja median välille on viimeistään 1990-luvun alkuvuosista lähtien kasvanut luottamuskuilu ja poliittisen eliitin luottamus mediaan on heikentynyt (esim. Alho 2004; Kantola 2001; Korkiakoski, Nieminen, Luhtakallio & Vehviläinen 2005; VNK 3/2005; eliitin käsitteestä, ks. esim. Moring 1989; Ruostetsaari 1992, 2003).

Väite siitä, että media hoitaa tehtävänsä huonommin kuin aikaisemmin, on tavallinen poliittisen johdon julkisissa pohdintoissa. Vuorollaan mediaa ovat toruneet muun muassa Kalevi Sorsa, Harri Holkeri ja Mauno Koivisto. Presidentti Martti Ahtisaari muistutti vuonna 1997 mediaa siitä, että sen kuuluu palvella kansalaisyhteiskuntaa yritysten ja instituutioiden sijasta. Päätöksentekijöiden näkökulmasta medioiden keskinäinen kilpailu on johtanut sensaatioiden ja skandaalien etsintään ja jättänyt asiallisen informoinnin taka-alalle. Viimeksi median toimintaa on arvostellut presidentti Tarja Halonen. Hän kommentoi kevään 2005 julkista keskustelua poliitikkojen yksityiselämästä (Etelä-Saimaa 11.8.2005):

Ennen vanhaan pienissä kylissä oli ihmisiä, jotka halusivat naapurivalvonnan olevan vähän liian pitkälle menevää. Ei niistä puhuttu, että se on ilmaisuvapauden tunnusmerkki, vaan puhuttiin ihan yksinkertaisesti juoruamisesta. [...] Kovasti toivoisi, että mediassa jollain lailla voitaisiin herättää mielenkiintoa sellaisiin asioihin, jotka ovat yksittäisen ihmisen elämälle oleellisempia.

Luottamuspulan seuraukset: julkisuuden kaventuminen

Sillä, että päätöksentekijät eivät luota mediaan samalla tavalla kuin aikaisemmin, voidaan esittää olevan monenlaisia potentiaalisia seurauksia. Ensimmäinen niistä koskee luottamuspulan syvenemistä poliittisen eliitin ydinryhmän ja ”tavallisten” valittujen edustajien (kansanedustajat, kunnanvaltuuston jäsenet) välillä. Jos kansalaiset ovat väärin informoituja, he voivat myös valita edustajansa vaaleissa ”väärin” perusteina ja äänestää sellaisia edustajia, jotka eivät ole politiikan ydinryhmän näkökulmasta luotettavia. (Kantola 2002, 249-52.)

Toinen mahdollinen seuraus liittyy median ja poliitikkojen väliseen symbioottiseen suhteeseen. Koska media on nykyään tärkein, ellei jopa ainoa keino saada näkyvyyttä ja hankkia kannatusta politiikassa, on valittujen edustajien tai edustajiksi pyrkivien ehdokkaiden pyrittävä medianäkyvyyteen keinolla millä hyvänsä. Tämä uhka kytkeytyy myös populaarimedialle merkityksen kasvuun poliittisen julkisuuden areenana. Fiktiolla ja viihteellä on huomattava rooli ihmisten arjessa ja populaarikulttuurin tuotteilla on tärkeä merkitys ”arkipäivän politiikan” kannalta (esim. Fiske 1992; van Zoonen 2005). Viihteen ja kansalaisten mielipiteenmuodostuksen välinen yhteys on havaittu myös politiikan piirissä. Poliitikkojen ja populaarimedioiden välille on muodostunut yhä kiinteämpi suhde, minkä vuoksi politiikka muistuttaa nykyään julkiskulttuuria (Corner & Pels 2003).

Kaikkien näiden kehityssuuntien seurauksena on ollut poliittisen eliitin epäluottamuksen kasvu sekä mediaa, kansalaisia että päätöksentekijöiden sisäpiiriin kuulumattomia poliitikkoja kohtaan. Anu Kantola (2002, 291) on kuvaillut suomalaisen poliittisen eliitin asenteita 1990-luvun talouskriisin yhteydessä seuraavasti:

Perustuslakiin kirjatut modernin demokratian ja politiikan ihanteet eivät näytä kestävänsä erityisen hyvin päättäjien mielissä talouskriisissä. Demokraattinen prosessi vaaleineen ja kansalaisineen kääntyy uhkaavaksi vaaraksi, joka on pyrittävä pitämään kurissa. Perusteluissa voidaan mennä jopa niin pitkälle, että demokratian ja vaaleissa ilmaistavan tahdon vastaista toimintaa pidetään järkevimpänä mahdollisena toimintatapana. Talouskriisissä päättäjät omaksuivatkin varsin kielteisen suhteen poliittisen järjestelmän peruslähtökohtiin: poliittiseen päätöksentekoon, kansalaisiin ja julkiseen keskusteluun.

Julkisuuden ja median kannalta tällaiset asenteet johtavat julkisuuden välttämiseen ja keskustelun rajoittamiseen suppean piirin keskuuteen. Kantola (emt., 301) tiivistää julkisuuden kapenemisen seuraavasti: ”Päättäjien peruslähtökohtana näyttää olevan ajatus siitä, että demokratiassa keskustelua ei kannata edes yrittää käydä, vaalien kohdalla on vain suljettava silmät, pidettävä nenästä kiinni ja toivottava, että sukellus kestää mahdollisimman lyhyen aikaa”.

On kuitenkin korostettava, että edellä kuvattu tilanne ei ole koko kuva päätöksentekijöistä. Poliittisen eliitin huolesta median roolista voi erottaa kaksi näkökulmaa.

Osa poliittisesta eliitistä korostaa median vastuuta kansallisen ja globaalien kehityksen ”kovien realiteettien” saamisessa perille kansalaisille, ja arvostelee mediaa tämän tehtävän laiminlyönnistä. Pienempi osa eliitistä kantaa huolta politiikan ja hallinnon etäisyydestä kansalaisista ja pyrkii lisäämään kansalaisten osallistumista ja osallisuutta. Käytännössä – ja varsinkin virallisissa puheissa ja dokumenteissa – näiden näkökulmien erottaminen toisistaan on usein vaikeaa tai mahdotonta. Kuitenkin niiden taustalla voidaan erottaa toisilleen vastakkaiset arvolähtökohdat. Ensimmäinen edustaa taloudellista, markkinalähtöistä ajattelua, jolle tärkeintä on kansallisen kilpailukyvyyn korostaminen ja tuottavuuden jatkuva kasvattaminen. Toinen korostaa kansallista kulttuuria, demokratiaa ja yhteisöllistä hyvinvointia.

Arvopohjien välistä eroa voidaan konkretisoida tarkastelemalla, miten ne ilmenevät päätöksentekijöiden suhtautumisessa viestintäpolitiikkaan. Esimerkiksi niin EU:n eEurope ohjelma kuin Liikenne- ja viestintäministeriön ”Toiminta- ja taloussuunnitelma 2006—2009” korostavat voimakkaasti tieto- ja viestintäteknologian käyttämistä tuottavuuden ja kilpailukyvyyn parantamiseksi. Jälkimmäisessä todetaan viestintäpolitiikan ensimmäisenpainopisteen olevan huolehtiminen siitä, että ”*Euroopan ja Suomen elinkeinoelämän kilpailukyky paranee ja säilyy maailman eturivissä*”. Vasta tämän jälkeen mainitaan tasa-arvon ja hyvinvoinnin edistäminen. Sama painotus näkyy, kun ministeriö linjaa toimintansa yhteiskunnallisen vaikuttavuuden kriteereitä: ”*Liikenne- ja viestintäministeriö harjoittaa aktiivista viestintä- ja tietoyhteiskuntapolitiikkaa, jonka tavoitteena on tieto- ja viestintäteknologiaa hyödyntämällä lisätä tuottavuutta ja kilpailukykyä sekä sosiaalista ja alueellista tasa-arvoa. Hallinnonalalla on keskeinen rooli suomalaisen yhteiskunnan tietoyhteiskuntakehityksessä*” (2005, 8).

Entinen liikenne- ja viestintäministeri, nykyinen YLE:n televisiotoiminnan johtaja, Olli-Pekka Heinonen on toisaalta korostanut televisioinnin digitalisoinnin olevan yhteiskuntapoliittinen, ei vain kaupallinen hanke: ”*Olennaista on, millaisten arvojen vahvistamiseen televisiota Suomessa halutaan käyttää. Tähän liittyy myös kehityksen suurin uhka. Teknologiakehitystä ei pidä valjastaa vain kaupallisuuden ja viihteellisuuden tarpeisiin, vaan sen tulee vahvistaa yhteiskunnan kulttuurisia, sosiaalisia ja demokraattisia arvoja.*” (HS 10.7.2005) Kyse ei ole vain erilaisista painotuksista, vaan myös aidoista ristiriidoista, jotka näkyvät käytännössä esimerkiksi YLE:n tilanteessa: markkinoita korostava viestintäpolitiikka on 2000-luvulla heikentänyt YLE:n taloudellista perustaa ja vahvistanut kaupallista televisiotoimintaa (ks. LVM 14/2004; LVM 59/2004). Seurauksena on, että YLE:n toimintaa joudutaan supistamaan: syyskuussa

2005 ilmoitettiin useiden satojen työntekijöiden vähentämistarpeesta (HS 6.9.2005.).

Markkinalähtöisen lähestymistavan ongelmana on, että se on johtanut yhteiskunnallisten jakojen ja sosiaalisten ja taloudellisten erojen syvenemiseen. Tämä on jouduttu hyväksymään ainakin osasyys monia Euroopan maita vaivaavaan legitimititeettikriisiin. Koska poliittisen järjestelmän vakaisuus kuitenkin edellyttää, että kansalaiset ainakin jollakin tavalla ilmaisevat luottamusta päätöksentekijöihin, ovat myös markkinauskoiset eliitit joutuneet etsimään keinoja kansalaisten osallistumisen ja vaikuttamisen lisäämiseksi.

Viestien perillemeno ja järjestelmän legitimiisyys

Ajatus, jonka mukaan media vääristää päätöksentekijöiden sanomaa ja estää siten kansalaisia saamasta oikeaa ja heille tärkeää tietoa, voidaan tulkita yksinkertaistukseksi, joka aliarvioi kansalaisten kykyä arvioida heille itselleen tärkeiden asioiden merkitystä. Poliittinen eliitti on itse ollut luomassa ja ruokkii edelleen käytäntöjä, jotka lisäävät kansalaisten epäluottamusta sekä mediaa että poliittista järjestelmää kohtaan. Median roolin arviointiin liittyy ainakin kolme huomionarvoista seikkaa.

Ensinnäkin on luonnollista, että julkisen hallinnon jatkuvasti laajentuessa ja käsiteltävien asioiden moninkertaistuessa muun muassa EU:n jäsenyyden ansiosta media joutuu tekemään valintoja julkaistavien uutisten ja niiden käsittelytapojen suhteen. Ensisijainen asioiden tärkeyden ja merkityksen perustelu on kuitenkin päätöksentekijöillä, joiden on kyettävä jokaisen päätöksen yhteydessä kertomaan sen merkitys kansalaisten kannalta, toisin sanoen ilmaisemaan, mitkä ovat päätöksen yhteiskunnalliset ja poliittiset seuraukset. Kansalaisten näkökulmasta median tehtävänä on kertoa asioista, jotka vaikuttavat tavalla tai toisella heidän elämäänsä, sekä siitä miten kansalaiset voivat itse vaikuttaa näihin asioihin. Monien tutkimusten mukaan sillä, miten media kertoo asioista, on paljon vähemmän merkitystä kuin sillä, että asiat ylipäänsä tuodaan julkisuuteen ja julkisen arvioinnin kohteeksi. Se, että päätöksentekijät jättävät tietoisesti tiedottamatta asioista silloin, kun niihin vielä voidaan vaikuttaa julkisella keskustelulla tai antavat päätösten perusteluista yksipuolisen tai vaillinaisen kuva, on suurempi vaara kuin se, että media vääristelee päätöksiä ja päätöksentekijöiden alkuperäisiä tiedotteita (esim. Hynninen 1999; Kivikuru 1996; Mörä 1999).

Toiseksi mediaa kohtaan esitettävän kritiikin taustalla tuntuu olevan myös uskomus siitä, että median kriittisyys päätöksentekijöitä ja poliitikkoja kohtaan vieraannuttaa kansalaisia politiikasta, ja että median toiminta on osasyynä jatkuvasti aleneviin äänestyslukuihin ja poliittiseen passiivisuuteen. Sen vuoksi kansalaisten saamiseksi mukaan aktiivisiksi yhteiskunnallisiksi vaikuttajiksi tarvitaan viranomaiskeinoja, joiden avulla voidaan sivuuttaa perinteinen media ja sen vaikutukset. Ainakin jossain määrin julkishallinnon verkkoinnostuksessa tuntuu elävän ajatus siitä, että internetin kautta tai sen ympärille voitaisiin elvyttää aiempi kansalaisyhteiskunnan ja poliittisen järjestelmän välinen vuorovaikutussuhde.

Kotimaiset tai kansainväliset kokemukset eivät kuitenkaan tue käsitystä siitä, että uusi verkostoajan kansalaisyhteiskunta voitaisiin rakentaa ylhäältä päin valtiovallan toimin. Ajatus julkishallinnon omista suorista kanavista kansalaisiin perustuu uskomukseen, jonka mukaan ministeriöiden ja keskusvirastojen viestintä tavoittaisi merkittäviä kansalaisryhmiä ja vaikuttaisi heidän kauttaan laajempaan kansalaisyleisöön. Kansalaiset eivät kuitenkaan koe julkishallinnon kotisivuja erityisen tärkeiksi informaatio- ja viestintäkanaviksi. Julkishallinnon verkkosivujen kautta tavoitetaan kansalaisia vain lähinnä teknisluontoisen informaation jakamisessa ja arkea lähellä olevien palvelujen tarjonnassa, joita ovat esimerkiksi työvoimapalvelut, sosiaali- ja terveystalvet, kaa-voitusasiat, kalastusluvut jne. (Ks. VNK 3/2005; VNK 4/2005).

Jos poliittisen järjestelmän legitimiisyyttä mitataan kansalaisten osallistumishalukkuuden kautta, on peruskysymyksenä edelleenkin se, mitä kansalaiset voivat odottaa saavuttavansa osallistumisen ja vaikuttamisen tuloksena. Monet viimeaikaiset paikalliset kokemukset esimerkiksi kansalaisten osallistumisesta kaavoitusta koskevaan kansalaiskeskusteluun ja päätöksentekoon osoittavat, että aktiivisuus keskittyy ennen muuta siihen joukkoon, jonka välittömiä intressejä päätöksenteko koskee eli niihin kuntalaisiin, joilla on joko jotain menetettävää tai jotain saavutettavaa. Sen sijaan ne, joilla ei ole mitään menetettävää tai jotka eivät usko mitään saavuttavansa, eivät osallistu ja vaikuta. Kysymys kansalaisten osallistumisen ja vaikuttamisen edistämisestä ei siten koske ensisijaisesti mediaa ja viestintää, vaan politiikan sisältöä. Pelkkä kansalaisten kuuleminen päätöksenteon yhteydessä ei lisää luottamusta päätöksentekijöihin: ellei kuulemisella voida reaalisesti vaikuttaa päätöksiin, se voi vain vieraannuttaa kansalaisia lisää. (Ks. Korkiakoski, Lehmusto, Luhtakallio, Nieminen & Vehviläinen 2005)

Kolmanneksi poliittisella eliitillä on monia sellaisia suhteita mediaan, joiden kautta he vaikuttavat eri tavoin siihen miten päätöksistä kerrotaan julkisuudessa. Luottotoimittajille kerrotaan asioiden taustoista epävirallisesti ja luottamuksellisesti. Toimittajia sidotaan luottamuksen ja salaisuuden verkostoihin. Osa toimittajista on sisäistänyt päätöksentekijöiden arvomaailman. (Mörä 1996, 1999.)

Muutosten taustaa: politiikan uudet toimintaehdot

Viimeisten parin vuosikymmenen aikana Suomessa julkisen politiikan tila on kaventunut radikaalisti. Näkyvin ilmentymä siitä on EU:n vallan lisääntyminen kansallisten parlamenttien päätösvallan kustannuksella, mikä on merkinnyt kansallisen politiikan tilan jatkuvaa supistumista. Paikallispolitiikassa kehitys on ollut samansuuntaista. Kuntatason päättäjien tehtäväksi on muodostunut ulkoisten taloudellisten pakkojen soveltaminen paikallisella tasolla, juurikaan vailla mahdollisuuksia omiin ratkaisuihin. Kansallisen ja paikallisen päätösvallan kaventumiseen liittyy myös eliitin omaksuma politiikka, joka tähtää julkisen sektorin markkinaistamiseen ja sen supistamiseen yksityissektorin hyväksi. Keskeisenä hankkeena tässä on julkisen palvelutuotannon supistaminen minimiin sekä sen ulkoistaminen, korvaaminen kaupallisella tarjonnalla, kuten esimerkiksi terveys- ja sosiaalialoilla on tapahtunut. Julkisen sektorin palvelujen supistamisen kautta poliittinen eliitti kuitenkin kaivaa itse omaa perustaansa. Jatkuvat vaatimukset veronalennuksista johtavat siihen, että verotulojen vähentyessä poliittisella eliitillä on entistä vähemmän jaettavaa – ja siten myös entistä vähemmän valtaa.

Toisin kuin on ehkä tavoiteltu, yksityistämisen ja sääntelyn purkamisen seurauksena ei suinkaan ole ollut byrokratian ja viranomaissääntelyn vähentyminen. Seurauksena on uudenlaisten ja entistä hankalammin säänneltävien markkinoiden syntyminen, kuten esimerkiksi kokemukset sähkö- ja tietoliikennemarkkinoista Suomessakin osoittavat. Kasvava osa viranomaistoiminnasta kohdistuu nyt markkinoiden sääntelyyn ja palvelujen kilpailuttamiseen ja yhä vähemmän kansalaispalvelujen tuottamiseen.

Muuttuneissa oloissa ei kansalaisten aktiiviselle osallistumiselle ja vaikuttamiselle ole enää tilaa samassa mielessä ja samalla tavoin kuin aiemmin. Poliittisella eliitillä ei ole samalla tavalla valtaa ja välineitä vastata kansalaisten vaatimuksiin. Päätöksentekijöiden roolista on tullut ideologisempi: sen tehtävänä on vakuuttaa kansalaiset sopeutumisen välttämättömyydestä ja kehityksen vaihtoehdottomuudesta. (Kantola 2002, 266-86.) Koska politiikka ei tarjoa kanavia kansalaisten odotusten ja tarpeiden tyydyt-

tämiselle, kansalaisten odotukset kohdistuvat markkinoille ja osallistuminen ja vaikuttaminen kytkeytyvät kuluttamiseen. Ne, joilla on varaa maksaa palveluista, tekevät sen ja ne, joilla ei ole varaa, jäävät ilman. Ongelmana on, että yhä harvempi näkee tässä mitään kummallista, saati vaatii poliitikkoja vastuuseen kasvaneesta eriarvoisuudesta. Poliittiset ja ideologiset siteet ovat menettäneet merkityksensä sitä mukaa kun politiikan merkitys on tyhjentynyt. Alenevissa äänestyslukuissa ja alhaisessa poliitikkojen arvostuksessa ei tästä näkökulmasta ole mitään kummallista.

Kriisistä huolimatta demokratia on kuitenkin edelleen yhteiskuntamme toiminnan perusta, ja tässä raportissa on kysymys siitä, miten sitä vahvistetaan ja sovelletaan uudessa tilanteessa. Pidämme itsestään selvänä, että medialla on demokratian toimivuuden ja sen tulevaisuuden kannalta ratkaiseva rooli. Seuraavaksi tarkastelemme, miten median ja demokratian suhdetta pitäisi hahmottaa globalisoitumisen ja markkinoitumisen aikana. Jos demokratia ainakin perinteisessä, kansallisvaltiollisessa mielessä on kriisissä, miten media voisi paikata demokratian murentuvaa perustaa?

2 Ihanne: kohti kommunikatiivista demokratiaa ¹

Tulokset Ranskan ja Hollannin kansanäänestyksistä EU:n perustuslaista kesällä 2005 olivat shokki myös Suomen poliittiselle eliitille. Ranskan tulosten jälkeen syy langetettiin tietämättömille ranskalaisille, jotka äänestivät väärin ja väärästä kysymyksestä. Kun myös Hollannin kansanäänestyksen tulos oli selvästi kielteinen, alettiin myöntyä siihen, että tyytymättömyys perustuslakiehdotukseen ulottuu laajemmalle. Huolestuttavaa kuitenkin on, että osa poliittisesta eliitistä määritteli kansalaisten epäluottamuksen vain imago-ongelmaksi, jonka poistamiseksi ja kansalaisten luottamuksen parantamiseksi päätettiin käynnistää uusi viestintästrategia. Vastaavasti Helsingin Sanomien pääkirjoituksessa 24.7.2005 todetaan:

Direktiivien maailma, yksittäisten direktiivien tarpeellisuus ja unionin arkipäivän toiminta on yritettävä tehdä kansalaisille aikaisempaa tutummaksi. Sitä tehtävää ei voi sälyttää pelkästään unionin toimielimille ja virkamiehille, vaan se kuuluu jokaisen jäsenvaltion poliitikoille, virkamiehille, viestimille ja opetuslaitokselle. Nyt EU-kansalaisten arkipäivän elämään vaikuttavat saavutukset otetaan vastaan itsestänselvyyksinä, joille ei osata antaa arvoa.

On kuitenkin selvää, että pelkän ylhäältä tulevan valistuksen keinoin ei voida luoda luottamusta poliittisten päätöksentekijöiden ja kansalaisten välille. Eivätkö poliitikot, virkamiehet, viestimet ja opetuslaitokset ole tähänkin asti koettaneet tehdä EU:ta kaikin keinoin suopeasti tunnetuksi? Myönteinen julkisuus on ollut massiivista. Mikä sitten on mennyt pieleen? Suomen Kuvalehden pääkirjoitus (3.6.2005) etsii selitystä eliittiä suosivasta EU:n politiikasta:

Vallanpitäjien olisi syytä olla huolissaan, sillä Ranskan ”ei” oli ennen muuta epäluottamuslause politiikan, hallinnon ja talouden korkeille päättäjille: kansa ei usko siihen Eurooppaan, jota eliitti sille tarjoaa. [...] Ei-ratkaisu saattaa olla siunaukseksi koko EU:lle, jos se johtaa aitoon keskusteluun maanosan ongelmista kansalaisten kannalta – ei siis vain hallitusten tai suuryritysten vaikeuksista. Kansalaiset arvioivat poliittisen, mutta myös taloudellisen toiminnan legitimizeettiä sillä perusteella, mitä kansan enemmistölle tapahtuu – omassa maassa ja maailmassa.

¹ Kommunikatiivisen demokratian käsite on peräisin Iris Marion Youngilta (1993, 1996).

Politiikan ja poliitikkojen legitimitetti ei ole imago-ongelma, eikä kansalaisten luottamuksen palauttaminen politiikkaan ja mediaan tapahdu myönteisten julkisuuskampanjoiden avulla. Ainoa keino luottamuskuilun kaventamiseksi on päätöksenteon julkisuuden ja avoimuuden lisääminen. Tästä näkökulmasta katsottuna median tehtävänä demokratiassa on informoida kansalaisia heitä koskevista asioista niin monipuolisesti ja avoimesti kuin mahdollista ja rakentaa parhaan saatavissa olevan tiedon pohjalle perustuvaa julkista kansalaiskeskustelua. Demokratia toteutuu parhaiten, kun kansalaiset voivat tehdä valintansa kaiken saatavilla olevan tiedon pohjalta ja kun kaikilla kansalaisilla on yhtäläiset mahdollisuudet oman mielipiteensä muodostamiseen ja sen pohjalta tapahtuvaan päätöksentekoon. Keskeistä on myös, että kansalaisten tunne heidän vaikutusmahdollisuuksistaan herää, palautuu ja lisääntyy. Median tehtävänä ei voi olla valmiin mielipiteen muodostaminen kansalaisten puolesta, vaan kriittisten välineiden tarjoaminen oman mielipiteen- ja tahdonmuodostuksen pohjaksi. Siksi on huolestuttavaa, että media asettuisi esimerkiksi Euroopan komission uuden viestintästrategian toteuttajaksi ja haluaisi valjastaa siihen myös kaikki virkamiehet ja opettajat, kuten Helsingin Sanomat edellä lainatussa pääkirjoituksessaan esittää. Median on kyettävä tuomaan esille perusteltujen mielipiteiden kirjo koko laajuudessaan ja kaikkine ristiriitoinen.

Määrittelimme aluksi yleiset periaatteet median ja demokratian väliselle suhteelle. Tiivistetysti ne voidaan esittää seuraavasti:

1. Kaikille yhteiskunnallisesti merkittävillä intressi- ja mielipideryhmille on turvattava tasavertainen esillepääsy mediajulkisuudessa, jotta kansalaiset voivat vapaasti punnita ja arvioida niitä oman mielipiteen- ja tahdonmuodostuksensa perustaksi. Tämä tarkoittaa myös ristiriitaisten ja toisilleen vastakaisten näkemysten esittelyä mediassa.
2. Kaikille kansalaisille ja kansalaisryhmille on turvattava tasavertaiset median käyttö mahdollisuudet ja tasavertainen pääsy mediapalveluihin (ns. universaali palvelu). Tämä sisältää sekä painetun että sähköisen median, mukaan luettuina laajakaistainen internetyhteys sekä langaton televiestintä.

On helppo todeta, että Suomen nykyinen tilanne ei vastaa näitä periaatteita. Kaikilla merkittävillä ryhmillä ei ole tasavertaista pääsyä mediaan. Se on ainoastaan niillä joilla on sen edellyttämät kyvyt ja voimavarat. Heikoimmassa asemassa olevilla ryhmillä ei ole juurikaan julkisia puolestapuhujia. Kaikilla kansalaisilla ja kansalaisryhmillä ei

myöskään ole tasavertaisia median käyttömahdollisuuksia. Kielelliset ja kulttuuriset vähemmistöt, syrjäkylillä asuvat, taloudellisesti heikossa asemassa olevat jäävät monien palvelujen ulkopuolelle.

Millaisia voisivat olla realistiset keinot demokratian edistämiseksi median avulla? Asiaa ovat viimeisten parinkymmenen vuoden kuluessa käsitelleet monet viestinnän tutkijat erilaisista lähtökohdista (esim. Keane 1990; Lichtenberg 1990; McQuail 2000; Nordenstreng 1996; Curran 2000; Dahlgren 2005). Seuraavassa tarkastelemme ensiksi tarkemmin erilaisia yrityksiä määritellä median paikkaa ja tehtäviä demokratiassa. Sen jälkeen esitämme alustavasti puitteet omalle ehdotuksellemme, jota konkretisoimme myöhemmissä luvuissa.

Media kolmikentässä: valtio, markkinat ja kansalaisyhteiskunta

Viestinnän tutkimuksessa on usein tarkasteltu median ja demokratian välistä suhdetta Johan Galtungin hahmotteleman kolmikärkimallin avulla (ks. esim. Nordenstreng 1996; 1998). Kolmikentän kärkinä ovat valtio, markkinat ja kansalaisyhteiskunta: valtio viittaa sekä julkiseen valtaan ylipäänsä että myös edustukselliseen politiikkaan ja sen elimiin, markkinat käsittävät talouden kokonaisuudessaan ja kansalaisyhteiskunta koostuu kansalaisjärjestöjen ja erilaisten yhteiskunnallisten liikkeiden toiminnasta. Valtiolle, markkinoille ja kansalaisyhteiskunnalle ovat ominaisia sekä keskinäiset kamppailut että voimakas keskinäinen riippuvuus, ja median tehtävänä on toimia välittäjänä näiden kolmen eri suuntiin vetävän voiman kesken. Malli on kuitenkin ongelmallinen ainakin kahdessa suhteessa, jotka heikentävät sen sovellettavuutta Suomen nykyiseen tilanteeseen. Ensiksikin, erottaessaan median valtiosta, markkinoista ja kansalaisyhteiskunnasta, se ei tavoita niitä monia keskinäissidoksia, jotka sitovat näitä tekijöitä toisiinsa. Mediaa on vaikea hahmottaa selvästi yhdeksi erilliseksi instituutioksi, koska se toteuttaa yhtä aikaa lukuisia sellaisia tehtäviä, joista jotkut palvelevat valtiota (viranomaistiedotus), jotkut markkinoita (kaupallinen tv), jotkut kansalaisyhteiskuntaa (internet). Media on osa kansalaisyhteiskuntaa välittäessään tietoa esimerkiksi järjestötoiminnasta, osa markkinoita tuottaessaan voittoa osakkeenomistajilleen ja media palvelee valtiota, kun se esimerkiksi toistelee palkkamalattia ja EU:n siunauksellisuutta.

Muitakaan kenttiä ei voi erottaa toisistaan. Poliittiset puolueet ja monet kansalaisjärjestöt ovat sekä osa kansalaisyhteiskuntaa että osa valtiollisia rakenteita. Jos kansa-

laisyhteiskunnalla ymmärretään vain yhdistystoimintaa tai järjestäytyneiden liikkeiden toimintaa, huomiotta jäävät ne kansalaiset, jotka eivät ole aktiivisia eivätkä osallistu mutta joilla siitä huolimatta on odotuksia ja tarpeita mediaa kohtaan.

Toinen ongelma sisältyy kansainvälistymiseen. Kolmikantamalli perustuu tilanteeseen, jossa eri alueet ovat tasavertaisesti kansallisen sääntelyn piirissä. Suomessa ollaan tilanteessa, jossa valtio on yhä kiinteämmin osa EU:n ylikansallista taloudellista ja poliittista sääntelymekanismia ja markkinat ovat osa globaaleja markkinoita, kun taas media on edelleenkin suuressa määrin kansallinen, samoin kuin kansalaisyhteiskunta. Miten kansallinen media kykenee tasapainottamaan tai välittämään kansalaisyhteiskunnan suhteita ylikansallisiin instituutioihin? Tässä suhteessa malli osoittautuu liian abstraktiksi, jotta se voisi toimia tehokkaana analyysin apuna.

Median sosiaalinen vastuu ja itsesääntely

Kolmikenttämalli kytkeytyy sosiaalisen vastuun ajatukseen, joka pitää tärkeänä median merkitystä demokratian ja muiden yleisesti tärkeiden yhteiskunnallisten arvojen kannalta. Sosiaalisen vastuun teorian ytimessä on luottamus median autonomiaan, jonka pohjana on itsesääntely. Itsesääntelyn perustana on median ymmärrys ja hyväksyntä sille, että sen tavoitteena ei ole vain taloudellisen tai muun hyödyn tuottaminen omistajilleen eli yksityiset intressit, vaan että medialla on laajempi yhteiskunnallinen vastuu ”yhteisen hyvän” tuottamisessa, vakauden ylläpitämisessä ja demokratian edistämässä. Laajemman vastuun omaksumista on luonnollisesti edesauttanut, että myös median liiketaloudelliset tavoitteet ovat toteutuneet parhaiten vakaisissa yhteiskunnallisissa oloissa. Siten media on sitoutunut – enemmän tai vähemmän julkilausutusti – tukemaan rauhanomaista, moniarvoista ja tasa-arvon edistämiseen tähtäävää yhteiskuntapolitiikkaa: se on välttänyt sellaisia aiheita ja käsittelytapoja, jotka saattaisivat horjuttaa järjestelmän vakaisuutta tai asettaa eri yhteiskuntaryhmiä toisiaan vastaan (Heinonen 1995). Median uutiskriteerit on perinteisesti määritelty näiden ihanteiden pohjalta (Meyer 2002), ja myös journalistinen itsesääntely on rakentunut vankasti sosiaalisen vastuun etiikalle (Heinonen 1995; 1996).

Median sisällöllinen itsesääntely on kannatettavaa myös julkisen vallan näkökulmasta. Itsesääntely tukee julkisen vallan asemaa, koska sen tavoitteena on vakauden ylläpitäminen ja liberaalin demokratian edistäminen. Lisäksi se on vähentänyt viranomaisvalvonnan ja oikeudellisen puuttumisen tarvetta, sillä sääntely on merkinnyt median

itsensä ylläpitämää sisällön valvontaa muun muassa yksityisyyden suojan ja piilomainnon suhteen. Median itsesääntelyn ongelmana on kuitenkin se, että se ulottuu tehokkaasti vain sisältöihin, mutta ei esimerkiksi jakeluun tai vastaanoton turvaamiseen. Suuret ja pienet mediatalot voivat sopia keskenään siitä, millaisia yleisiä toimituksellisia eettisiä periaatteita noudatetaan – niin kauan kuin tämä on niiden yhteisen edun mukaista eikä vaaranna niiden keskinäisiä kilpailuasetelmia. Yhteisen sopimisen ulkopuolelle jäävät kuitenkin sellaiset kysymykset kuin miten turvataan kaikille kansalaisille ja kansalaisryhmille tasapuolinen pääsy mediaan tai miten turvataan moniarvoinen ja monipuolinen, eri yleisöjä palveleva median tarjonta. Jokainen mediaryitys pyrkii toki omalta osaltaan maksimoimaan oman saatavuutensa, mutta esimerkiksi muiden kanssa kilpailevaa suurta lehtitaloa tuskin kiinnostaa laajakaistaisen internettyhteyden ulottaminen Itä-Suomen syrjäkyliin.

Julkinen sääntely itsesääntelyn tukena

Sosiaalisen vastuun perustalle rakentunutta median itsesääntelyä ryhdyttiin täydentämään Suomessa julkisen vallan toteuttamalla sääntelyllä 1960-luvulta lähtien. Keskeisenä keinona tässä oli erityisesti taloudellinen tuki lehdistölle (yleinen kuljetustuki, sanomalehtien yhteisjakelutuki, valikoiva lehdistötuki, puolueiden lehdistötuki ja kulttuurilehtituki).

Lehdistötuen kulta-aikaa oli 1980-luvun jälkimmäinen puolisko, jolloin tukisumma nousi vuosittain lähelle 80 miljoonaa euroa. 1990-luvulla tuen määrä kuitenkin romahhti ja se oli vuonna 2003 yhteensä enää 13,4 miljoonaa euroa. (Joukkoviestimet 2004). Mediaan kohdistuvaan julkiseen tukeen kuuluvat myös kaikki tukimuodot, jotka koskevat kirjallisuutta, elokuvaa ja muuta audiovisuaalista kulttuuria. Suunta on niidenkin osalta selvästi laskeva. Elokuvataide on ainoa kohde, jonka tuki on selvästi noussut. Toisena keskeisenä julkisen sääntelyn muotona on toiminut sähköisen viestinnän toimilupajärjestelmä. Sähköisen viestinnän sääntelyn perusteluna on käytetty radio- ja televisiolähetystoiminnassa käytettävien radiotaajuusalueiden rajallisuutta. Koska kaikilla mahdollisesti halukkailla yrittäjillä ei ole käytännössä ollut mahdollisuutta harjoittaa lähetystoimintaa, on radio- ja televisiotoiminta määritelty luvanvaraiseksi toiminnaksi.

Suomessa sisällön kannalta tärkein lakiin sisältyvä velvoite on koskenut Yleisradion julkisen palvelun tehtävää, millä tarkoitetaan Yleisradion velvollisuutta palvella erilaisia yleisöjä monipuolisesti. Perinteinen julkisen palvelun määritelmä, joka on omak-

suttu BBC:ltä, sisältää vaatimuksen sekä uutisten, viihteen että valistavan ohjelmiston tarjonnasta (inform, educate, entertain). Kaupallisiin radio- ja televisiokanaviin on sovellettu 1980-luvulta alkaen kevyempää, määrääjäksi myönnettävää toimilupajärjestelmää. Sillä on pyritty ohjaamaan uusien kaupallisten radio- ja televisiokanavien toimintaa. Sekä MTV3:n että Neloskanavan toimiluvissa määritellään yleisiä ehtoja niiden ohjelmatarjonnalle. Myös paikallisradiotoiminnan alkuvaiheessa vuonna 1986 pyrittiin toimilupapolitiikalla suosimaan ei-kaupallisia, kansalaisjärjestöjen ylläpitämiä radiokanavia, mutta paikallisradioiden sisällöllisistä ehdoista luovuttiin käytännössä jo 1980- ja 1990-lukujen vaihteessa.

Uuden viestintämarkkinalain tullessa voimaan vuonna 2003 Suomessa siirryttiin tilanteeseen, jossa toimilupapolitiikka menetti sekä käytännössä että periaatteessa merkityksensä. Kun toimilupaehtojen sisällöllistä täyttymistä ei siihen astikaan ollut tehokkaasti valvottu, uudessa laissa luovuttiin toimilupien vaatimuksista muiden kuin valtakunnallisten, maanpäällistä lähetystoimintaa harjoittavien radio- ja televisioyhtiöiden osalta. Siten esimerkiksi kaapeli- ja satelliittikanavilla tai laajakaistaverkossa lähetystoimintaa harjoittavat yhtiöt eivät tarvitse toimilupaa, eikä niiden ohjelmasisältöjä säännellä – rikoslain ulkopuolella – millään tavoin.

Sosiaalisen vastuun teoria on joutunut ongelmiin, kun olosuhteet ovat muuttuneet ja mediasta on tullut yksi teollisen toiminnan toimiala muiden joukossa. Jos sosiaalisen vastuun teorian keskeisenä ajatuksena oli median eri osapuolten sopimus median sisältöjen suojelemisesta kaikkein raaimmalta markkinakilpailulta, tämä itsesääntelyn perusta on murentunut. Yhteisiin arvoihin sitoutumisen sijaan eri mediat ovat ajautuneet kamppailemaan keskenään juuri niillä keinoilla, jotka itsesääntelyn keinoin on pyritty sulkemaan journalismin keinovalikoimasta ulos: skandaaleilla, yksityiselämän asioiden julkistamisella ja eri yhteiskuntaryhmien asettamisella vastakkain (Curran & Seaton 1997). Esimerkkinä on mainittu ns. sopimus- tai shekkivihkojournalismi, joka perustuu yksityishenkilön ja journalistin väliseen sopimukseen normaalisti yksityisyyden suojan piiriin kuuluvien asioiden julkisesta käsittelystä: uutisoinnin kohteen yksityisyyttä loukataan, mutta hän saa siitä sovitun korvauksen (Vehviläinen 2005; Simonen 2002)

Päätöksentekijöiden kannalta kehitys ilmenee edellä kuvatulla tavalla luottamussuhteen heikentymisenä tai jopa katkeamisena päättäjien ja median välillä – varsinkin kun skandaalijournalismin kohteena ovat yhä useammin merkittävät päätöksentekijät.

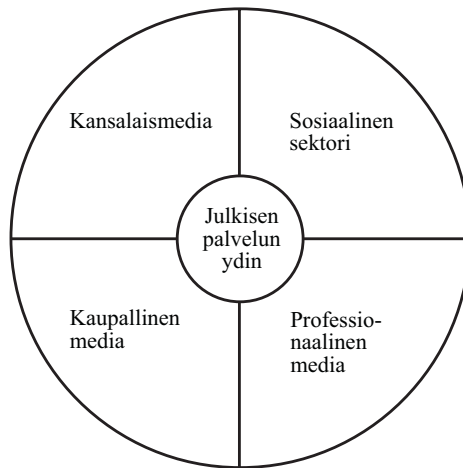
Laajemmin kyse on kuitenkin paljosta muusta kuin vain päättäjien mediasuhteista tai medianäkyvyydestä. 2000-luvun tilannetta voidaan tiivistetysti luonnehtia seuraavasti: Aiemmin yhteiskunnan ja median väliset suhteet rakentuivat median itsesääntelyyn sisältyneen sosiaalisen vastuun varaan. Kun media on 1980-luvulta alkaen yhä selvemmin irtautunut kollektiivisesti valvotusta ja yhteisesti ylläpidetystä itsesääntelystä kohti avointa markkinakilpailua, on perinteinen sopimus laajemman yhteiskunnan ja median välillä menettänyt pätevyyttään. Siitä, että julkinen valta on samaan aikaan luopunut aiemmista median ohjauskeinoistaan (kuten toimilupapolitiikasta ja tukijärjestelmistään), seuraa puolestaan, että yhteiskunnalliset ja poliittiset keinot vaikuttaa median kehityksen suuntaan ovat varsin vähäiset (ks. Nordenstrang & Wiio 2004; Normo 1998). Jos ja kun media näyttää irtautuneen yksipuolisesti sopimuksen sosiaalisesta vastuustaan, mitä keinoja yhteiskunnalla on vaikuttaa median toimintaan?

Toinen näkökulma: ei yhtä mediaa

Perinteisten teorioiden pohjalta tarkasteltuna tilanne 2000-luvulla on huolestuttava median ja demokratian välisen suhteen kannalta. Toisaalta voidaan kysyä, onko sosiaalisen vastuun teoria relevantti tilanteen kuvaus tänään? Sosiaalisen vastuun teoria syntyi tilanteessa, jolle oli ominaista vahva perinteisten joukkoviestimien ja joukkoviestinnän kehitys. Teoria perustuu perinteiselle yksisuuntaiselle viestintäkäsitykselle, jossa yleisöt ovat vaikuttamisen kohteena ja kansalaiset passiivisia informaation vastaanottajia. 1950-luvun jälkeen mediakenttä ja sitä koskeva teoretisointi ovat muuttuneet suurella määrällä. Muutoksen keskeinen sisältö on molemmissa kulkenut kohti yleisöjen entistä aktiivisempaa osallistumista. Muun muassa 1990-luvun alussa kehitetyssä ”demokraattis-osallistuvassa” teoriassa lähtökohtana on ajatus siitä, että perinteinen tapa ymmärtää joukkoviestintä kaksinaapaisena ilmiönä, lähettäjän ja vastaanottajan polariteettina, on peruuttamattomasti murtunut (McQuail 2000). Kasvaneen sisältötarjonnan ja lisääntyneen mediavalikoiman myötä kansalaisilla on enemmän valinnanmahdollisuuksia. Uuden mediateknologian ansiosta kansalaisilla ja kansalaisyhteiskunnan toimijoilla on myös välineet oman viestintänsä järjestämiseksi, eivätkä ne ole riippuvaisia perinteisistä joukkoviestimistä. Aktiivisen osallistumisen näkökulmat sisältävät myös kritiikkiä uutisjournalismin ja uutisisältöjen painottamista kohtaan. Mediassa on kyse paljosta muustakin kuin vain tiedollisista, uutisjournalismin liittyvistä ulottuvuuksista. Jos median sosiaalisen vastuun teorian mukaisesti kiinnitetään huomiota vain tai ainakin pääasiassa uutisjournalismin, huomiotta jää muu mediasisältö – viihde, kulttuuri, mainonta – ja ne yleisöryhmät, joille nämä ovat uutisjournalismia merkittävämpiä kulutuksen ja käytön kohteita.

James Curran (2000) on purkanut sosiaalisen vastuun teorian ongelmia toisenlaisesta näkökulmasta. Curranin lähtökohtana on, että mediaa ei tule tarkastella yhtenä ja yhtenäisenä kokonaisuutena, jonka voitaisiin odottaa toimivan kaikilta osiltaan sosiaalisen vastuun teorian mukaisesti: mediajärjestelmän eri osilla on erilaisia tehtäviä ja ne noudattavat erilaisia toimintalogiikoita. Demokratian kannalta keskeistä on sellaisten median osajärjestelmien olemassaolo, joiden tehtävänä on auttaa yhteiskunnallisia ryhmiä ja niiden jäseniä tunnistamaan omat odotuksensa ja tarpeensa, ja määrittelemään niiden pohjalta yhteiset tavoitteensa. Tämä edellyttää mediaa, joka auttaa selvittämään ryhmän tavoitteiden määrittelyä edistämällä ryhmän sisäistä keskustelua ja liittämällä sen laajempaan yhteiskunnalliseen keskusteluun. Näitä osajärjestelmiä koossapitävänä välttämättömänä ytimenä on julkisen palvelun media. Curran hahmottelee mediajärjestelmää, joka koostuu *julkisen palvelun ytimestä* ja neljästä sitä kehystävästä sektorista: *kansalaismedian, sosiaalisten markkinoiden, professionaalisen median* sekä *kaupallisen median* sektoreista.

Curranin malli



Kansalaismedia viittaa pääosin ei-kaupallisiin, pääosin julkisin varoin ylläpidettyihin tai tuettuihin viestintämuotoihin. Ensimmäisen laajemman ryhmän tässä muodostavat erilaisten aatteellisten, poliittisten ja kulttuuristen järjestöjen ja liikkeitten mediat – myös sellaiset, joiden tavoitteena on valtajulkisuudelle kriittisten vasta- ja vaihtoehtojulkisuuksien rakentaminen. Niillä on demokratian ja julkisen keskustelun kannalta olennaisen tärkeä merkitys, koska ne tuovat esille erilaisia vaihtoehtoja, haastavat val-

litseviä käsityksiä ja tarjoavat kilpailevia perusteluja valintojen ja päätösten pohjaksi. Toisen ryhmän muodostavat erilaiset sosiaaliset ja kulttuuriset vähemmistöt, joilta puuttuu joko osaksi tai kokonaan omat mediat ja usein myös kyky sellaisten perustamiseen ja ylläpitämiseen. Tällaisia ovat esimerkiksi useat maahanmuuttajaryhmät. Kuten edellä on todettu, Suomessa on kansalaismedioita tuettu julkisin varoin, mutta tuki on radikaalisti hiipunut 2000-luvulle tultaessa.

Sosiaalisilla markkinoilla tarkoitetaan mediaa, joka toimii kaupallisilla markkinoilla, mutta joka ei kykene kilpailemaan tehokkaasti yksipuolistavan kaupallisen median kanssa. Ennen kaikkea kulttuurisen mutta myös aatteellisen moniarvoisuuden ja monipuolisuuden turvaamiseksi tarvitaan pienmedialle suunnattua julkista tukea. Täten laajennetaan myös kuluttajien valinnanmahdollisuuksia. Esimerkkeinä tällaisesta ovat kulttuuri- ja mielipidelehtien tukijärjestelmät eri maissa sekä elokuvien ja laajemmin audiovisuaalisen kulttuurin tuotantotuki. Myös yleisradioyhtiöille asetettu velvoite ostaa 25 prosenttia ohjelmistostaan ns. riippumattomilta tuotantoyhtiöiltä palvelee sosiaalisten markkinoiden ajatusta.

Professionaalinen sektori muodostuu media-ammattilaisten autonomian ja riippumattomuuden pohjalle. Sen keskeisenä ideana on, että mediatuotannosta vastaavat kokonaan media-alan ammattilaiset, ja mediatyön poliittiset tai taloudelliset rasitteet olisi minimoitu. Professionaalinen media on lähtökohtaisesti kokonaan julkisesti rahoitettua, mutta siihen ei sisälly julkisesti asetettuja velvoitteita. Tämä sektori on mallissa ainoa, jolla ei ole suoranaista vastinetta reaaliamediassa. Sen taustalla voidaan kuitenkin nähdä BBC:n tuotantokulttuurin pohjana oleva eetos, joka korostaa tuottajien autonomiaa ja jonka esimerkkejä ovat muun muassa laadukkaat ajankohtaisohjelmat ja luontodokumentit sekä Channel 4:n draama- ja kulttuuriohjelmatuotanto. Ajatuksena on, että autonominen professionaalinen sektori rakentuisi korkeimmille ammatillisille laatuun ja etiikkaan liittyville vaatimuksille. Käytännön mallina toteutuksessa voisi olla julkisin varoin ylläpidetty rahasto, jonka käytöstä päättäisi ammatillinen yhteisö.

Yksityinen kaupallinen sektori rakentuu nykyisinkin vallitsevalle toimintatavalle. Se on olennainen osa mediajärjestelmän kokonaisuutta ja sillä on keskeinen merkitys sekä populaarien sisältöjen tarjonnassa suurille yleisöille että vallanpitäjien poliittisessa valvonnassa, markkinoiden vastavoimana valtiolliselle vallankäytölle. Curran ei näe tarvetta kaupallisen sektorin erityiselle sääntelylle. Poikkeuksen muodostavat edelleen kuitenkin maanpäälliset televisiokanavat, jotka voisivat sääntelemättömänä

keskittää suhteettoman osuuden mediamainonnasta kanavilleen, ja siten heikentää muiden medioiden rahoitusmahdollisuuksia.

Julkisen palvelun ydin on se mediajärjestelmän osa, joka tarjoaa kaikille eri sektoreilla kehittyville odotuksille ja intresseille yhteisen keskustelu- ja neuvottelutilan. Julkisen palvelun media mahdollistaa erilaisten yhteiskunnallisten ryhmien yhteisen keskustelun ja yhteisten ratkaisujen etsimisen. Curran näkee, että luontevan pohjan julkisen palvelun ytimen kehittämiseksi muodostavat olemassa olevat kansalliset julkisen palvelun yleisradioyhtiöt.

On todennäköistä, että edellä esiteltyjen neljän mediajärjestelmän osasektorin vahvistaminen merkitsee julkisen keskustelun muuttumista ristiriitaisemmaksi samalla kun erilaisten yhteiskuntaryhmien mahdollisuudet muotoilla ja kehittää julkisuudessa omia ryhmäkohtaisia vaatimuksiaan kasvavat. Siksi julkisen palvelun medialta vaaditaan kykyä aiempaa konfliktisemmän julkisen keskustelun organisointiin. Pelot siitä, että julkisen keskustelun muuttuminen ristiriitaisemmaksi johtaisi muutenkin hauraaksi käyneiden yhteistä kansallista julkisuutta ylläpitävien siteiden heikentymiseen entisestään, ovat Curranin mukaan turhia. Päinvastoin, nykyistä konfliktisemmän julkisen keskustelun kehittäminen toisi paremmin esille ne todelliset ja olemassa olevat ristiriidat, jotka nykyisin jäävät liian usein näkymättömiin. Eri yhteiskunnallisten ryhmien odotusten ja vaatimusten julkinen esittely olisi todellisuudessa omiaan lisäämään poliittista ja sosiaalista yhteenkuuluvuutta, ei heikentämään sitä.

Julkisen palvelun ytimeen ja neljään kehystävään sektoriin perustuvan, Iso-Britannian tilannetta silmälläpitäen kehitetyn mallin rajoituksena on, että se ei ole sellaisenaan sovellettavissa Suomen tilanteeseen. Mallin ongelmana on, että se jättää myös huomiotta ”uuden median” – digitaalisen television, laajakaistaisen internetin ja mobiiliviestinnän – luomat haasteet ja mahdollisuudet. Mallia rasittaa lisäksi, kuten yleisemminkin median ja demokratian suhteen tarkastelua, sisäänrakentunut journalismikeskeisyys, jonka mukaan media ymmärretään ennen muuta tiedonvälityksenä ja mielipiteen muovaajana. Median merkitys yhteisöllisyyden, itseilmaisun ja viihtyvyyden kannalta jää tarkastelussa taka-alalle.

Mallissa on kuitenkin monia jatkopohdintaa ansaitsevia ajatuksia, jotka vastaavat edellisten mallien yhteydessä todettuihin ongelmiin:

- Lähtökohtana on median moninaisuuden tunnustaminen, johon sisältyy myös median sosiaalisen vastuun kohdentaminen mediajärjestelmän sisällä selvemmin arvioivalla tavalla.
- Mediajärjestelmän eri osilla on demokratian kannalta erilaisia tehtäviä ja mediademokratian edistäminen edellyttää näiden tehtävien tarkempaa määrittelyä.
- Eriytyneempien mediasektoreiden lisäksi tarvitaan edelleen vahvaa julkisen palvelun ydintä, joka toimii kokoavana kansallisena julkisen keskustelun areenana.
- Mediajärjestelmän on demokratian näkökulmasta kyettävä nykyistä paremmin tuomaan esille eri kansalaisryhmien odotuksia ja tarpeita ja saatettava ne kaikille yhteisen julkisen keskustelun ja arvioinnin kohteeksi.

Tarkastelemme seuraavaksi, miten mallia voitaisiin soveltaa Suomen oloihin ja mille pohjalle suomalaista mediajärjestelmän ideaalia voitaisiin rakentaa.

Ideaalimallin kehittäjä

Ensimmäiseksi on määriteltävä mediajärjestelmän toiminnan tavoitteet ja yleiset periaatteet. Kuten aiemmin totesimme, Suomen perustuslaki turvaa kansalaisille joukon viestinnällisiä oikeuksia, mutta mikään ei velvoita mediaa toteuttamaan niitä. Selvitämme aluksi, mitä tarkoitamme viestinnällisillä oikeuksilla ja toiseksi miten niihin viitataan perustuslaissa.

Viestinnälliset oikeudet ovat nousseet keskusteluun viimeisten parin vuosikymmenen aikana yhteiskunnan medioitumisen myötä. Kansalaisena toimiminen on tullut yhä riippuvaisemmaksi medioista niin tiedollisesti kuin myös kulttuurisesti ja sosiaalisesti. Mediajärjestelmän tulee tyydyttää niin yleiset sosiaaliset, poliittiset, taloudelliset kuin kulttuurisetkin kansalaisoikeudet. Ilman pääsyä mediaan sellaiset oikeudet kuin sananvapaus, tiedonsaannin ja hankinnan vapaus jäävät toteutumatta. (Dahlgren 2000; Stevenson 2001; ks. myös Koivunen & Lehtonen 2005; keskustelua sosiaalisista tarpeista, ks. Raboy, Proulx & Dahlgren 2003; Karppinen 2005.)

Suomen perustuslaki tarjoaa käytännöllisen tavan tarkastella viestinnällisiä oikeuksia. Perustuslain mukaan ensinnäkin osallistuminen ja vaikuttaminen edellyttävät riittävää ja oikeaa tietoa asioista ja niihin vaikuttamisen tavoista. Seuraavat säännökset velvoit-

tavat julkisen vallan huolehtimaan erityisesti informaatioon ja orientaatioon liittyvien tarpeiden toteutumisesta:

Kansanvaltaan sisältyy yksilön oikeus osallistua ja vaikuttaa yhteiskunnan ja elinympäristönsä kehittämiseen. (2 §)

Julkisen vallan tehtävänä on edistää yksilön mahdollisuuksia osallistua yhteiskunnalliseen toimintaan ja vaikuttaa häntä itseään koskevaan päätöksentekoon. (14 §)

Julkisen vallan on pyrittävä turvaamaan jokaiselle oikeus terveelliseen ympäristöön sekä mahdollisuus vaikuttaa elinympäristöään koskevaan päätöksentekoon. (20 §).

Toiseksi, perustuslain mukaan ketään ei saa asettaa eriarvoiseen asemaan viestinnällisten tarpeiden tyydyttämisen suhteen: kaikilla on tasavertainen oikeus tietoon, orientaatioon ja sosiaaliseen kommunikaatioon (6 §) sekä oikeus omaan kieleen ja kulttuuriin (17 §). Kolmanneksi, sananvapauden toteutuminen edellyttää, että jokaisella on mahdollisuus saada riittävä ja oikea informaatio ja tiedollinen orientaatio sekä mahdollisuus julkiseen itseilmaisuun. Tähän liittyy myös viranomaistoiminnan julkisuuden periaate:

Jokaisella on sananvapaus. Sananvapauteen sisältyy oikeus ilmaista, julkistaa ja vastaanottaa tietoja, mielipiteitä ja muita viestejä sitä kenenkään ennakolta estämättä. [...] Jokaisella on oikeus saada tieto julkisesta asiakirjasta ja tallenteesta. (12 §).

Viestinnällisten oikeuksien näkökulmasta ja perustuslain pohjalta viestintäjärjestelmälle voidaan asettaa seuraavat yleiset vaatimukset (Nieminen & Pantti 2004):

1. *Oikeus informaatioon:* median on turvattava kansalaisille heidän toimintakykynsä kannalta tarpeelliset ja olennaiset tiedot; informaation on oltava todenmukaista ja sitä on oltava helposti kaikkien saatavilla (objektiivisuus, todenmukaisuus, olennaisuus)
2. *Oikeus orientaatioon:* median on turvattava kansalaisille monipuolista tietoa heidän valintojensa pohjaksi; tämä sisältää paitsi erilaisten vaihtoehtojen esittelyn, myös valintojen todennäköisten seurausten esittelyn; median on turvattava kaikkien relevanttien vaihtoehtojen tasavertainen esillepääsy (monipuolisuus, olennaisuus, kattavuus, moniarvoisuus)

3. *Oikeus sosiaaliseen yhteisöllisyyteen:* median on tarjottava kansalaisille pääsy monipuolisiin ja korkealaatuisiin kulttuuriesityksiin (viihde, ajanviete, taide), jotka tyydyttävät erilaisia osa- ja makuyleisöjä ja heijastavat erilaisia kulttuurisia arvoja (monikulttuurisuus, korkealaatuisuus, kattvuus)
4. *Oikeus itseilmaisuuun:* median on turvattava kansalaisille mahdollisuus ilmaista itseään julkisesti ja yksityisesti tarpeidensa ja halujensa mukaisesti; tähän sisältyy myös mahdollisuus tulla kuulluksi ja huomioon otetuksi (sanan- ja ilmaisunvapaus).

Jotta edellä hahmotellut viestinnälliset oikeudet voivat toteutua, mediajärjestelmän rakenteen – eri viestinten toimintaedellytysten ja -periaatteiden sekä median yhteiskunta- ja keskinäisten suhteiden – on oltava sellainen, että se mahdollistaa aitojen ristiriitojen ja konfliktien julkisen käsittelyn. Jotta kansalaisten viestinnälliset oikeudet voivat toteutua täysimittaisesti, on myös vallitsevasta arvojärjestelmästä poikkeaville näkemyksille turvattava tasavertainen esillepääsy ja niille on luotava mahdollisuus osallistua sekä itseään että yleisiä asioita koskevaan julkiseen keskusteluun. Toiseksi kaikille kansalaisille ja kansalaisryhmille on turvattava tasavertaiset mahdollisuudet median käyttöön ja pääsyyn mediaan. Koska viestinnälliset oikeudet voidaan sisällyttää taloudellisiin ja sosiaalisiin oikeuksiin, on kansalaisille luotava mahdollisuudet niiden täysimittaiseen käyttöön (esim. Hesmondhalgh 2000; Burgelman 1999). Tämä saattaa edellyttää julkista tukea, esimerkiksi teleyhteyksien rakentamista ja ylläpitämistä, laajakaistayhteyksien turvaamista, vuorovaikutteisten digi-TV-palvelujen tuottamista ja ylläpitämistä sekä tietoyhteiskuntapalvelujen käyttöön liittyvää ohjausta ja neuvontaa.

Ongelmana on, että samalla kun Suomen perustuslaki turvaa kansalaisille joukon perustavia viestinnällisiä oikeuksia, mikään ei velvoita mediaa takaamaan oikeuksien toteutumista. Vaikka Yleisradiota koskevassa laissa (7§) sille asetetaan julkisen palvelun tehtäviä, voivat ne parhaimmillaankin koskea vain osaa kaikista niistä odotuksista, joita mediajärjestelmälle kokonaisuudessaan voidaan asettaa. Markkinataloudessa kaupallisin periaatein toimivan median päällimmäisenä tehtävänä ei kuitenkaan ole demokratian toteutumisesta huolehtiminen, vaan mediaryityksen taloudellisesta kannattavuudesta huolehtiminen.

Mediajärjestelmän ohjaus

Keskustelu median ja demokratian suhteesta ja kansalaisten viestinnällisistä oikeuk-

sista kiinnittyy mediajärjestelmän ohjaukseen. Lainsäädäntö luo puitteet sille, millaisia keinoja tässä on luvallista käyttää. Lainsäätäjän tehtävänä on myös ohjata mediajärjestelmän toimintaa niin, että samalla kun se toimii liiketaloudellisin periaattein se myös toteuttaa ja edistää demokratiaa.

Median sääntelyssä tai ohjauksessa erotetaan yleensä neljänlaisia keinoja: markkinasääntely, kansalaisvalvonta, itsesääntely sekä oikeudellinen sääntely (esim. Heinonen 1995). Näistä *markkinasääntelyn* lähtökohtana on usko siihen, että markkinat vastaavat kuluttajien odotuksiin ja tarpeisiin optimaalisella tavalla: tarjonta vastaa kysyntää. Pienten tai taloudellisesti heikossa asemassa olevien kansalaisryhmien odotuksiin ja tarpeisiin vastaaminen ei ole kuitenkaan kaupallisesti kannattavaa. Siksi tarjonta keskittyy sellaisiin mediasisältöihin ja palveluihin, joissa yleisöt ovat suurempia tai tuotot korkeampia. Sama tarjonnan niukkuus koskee esimerkiksi harvoin kysytyjä informaatio- ja kulttuurituotteita, kuten klassikkokirjoja tai elokuvia.

Kansalaisvalvonta perustuu aktiivisten kansalaisten harjoittamaan järjestäytyneeseen toimintaan. Erilaisten katsoja- ja kuuntelijayhdistysten yms. tavoitteena on vaikuttaa tavalla tai toisella mediajärjestelmän toimintaan, esimerkiksi sisältöihin tai palveluun. Suomessa tällaista toimintaa on varsin vähän verrattuna moniin muihin Euroopan maihin ja USA:han. Monesti kansalaisvalvonta kohdistuu kielteisenä pidettyjen sisältöjen arvosteluun. Kansalaisvalvonnan keinot vaikuttaa mediajärjestelmään ovat Suomessa käytännössä vähäisiä. Tavoitteena onkin herättää yleistä keskustelua ja vaikuttaa julkisen mielipiteen kautta median toimintaan. Eräänä kansalaisvalvonnan muotona voidaan pitää viime vuosina sanoma- ja aikakauslehdissä yleistyneitä mediakriitikoita, jotka ottavat kantaa ajankohtaisiin mediailmiöihin.

Median itsesääntelyä ja sen rajoituksia on käsitelty edellä. Kasvavat taloudelliset tuotovaatimukset ja kiristynvä medioiden välinen kilpailu kaivaa perustaa perinteiseltä itsesääntelyltä ja sen eettisiltä periaatteilta. Suomessa median itsesääntely on pitkään rakentunut mediarytysten johdon ja toimittajien ammattikunnan väliselle yksituumaisuudelle, mutta merkkejä tämän murtumisesta on yhä enemmän. Yhtenä esimerkkinä tästä ovat pitkään kestäneet, mutta vailla ratkaisua jääneet kiistat Julkisen Sanan Neuvoston toiminnan uudistamisesta (ks. *Journalisti* 13/2005).

Median oikeudellisen sääntelyn tehtävänä on liberaalin demokratian lähtökohtien mukaisesti paikata niitä puutteita, joita edellä selostetut vapaaehtoisen sääntelyn muodot

jättävät ratkaisematta. Oikeudellisen sääntelyn tavoitteita on vaikea kiteyttää yhteen kattavaan määritelmään. Mediaa koskeva lainsäädäntö pyrkii muun muassa:

- Turvaamaan media-alalla ”reilun kilpailun” olosuhteet (kilpailulainsäädäntö).
- Turvaamaan kuluttajien oikeudenmukaisen kohtelun (kuluttajalainsäädäntö).
- Turvaamaan yleistä siveellisyyttä ja suojelemaan erityisesti alaikäisiä turmevilta sisällöiltä (rikoslaki ja laki kuvaohjelmien tarkastamisesta).
- Edistämään kansallista kulttuuria ja eri kansalaisryhmien kulttuurisia ja sivistyksellisiä oikeuksia (yleisradiolaki).

Median oikeudellinen sääntely voi kohdistua muun muassa median sisältöihin (esim. kielletyt sisällöt, kuten kunnianloukkaus, lapsiporno tms.), palveluihin (esim. internet-yhteyksien tarjoaminen), teknisiin välitysketjuihin (esim. televisio-ohjelmien lähettäminen) ja palvelujen hinnan muodostukseen (esim. laajakaistapalvelujen hinnoittelu). Keinoihin sisältyvät tiettyjen sisältöjen, palvelujen ja teknisten keinojen määrittäminen kielletyiksi, pakollisiksi, suositeltaviksi tai vältettäviksi. Viimeksi mainittuihin keinoihin liittyvät erilaiset tukijärjestelmät (suositeltavat sisällöt ja palvelut saavat julkista tukea, vältettäviin kohdistuu veroluonteisia maksuja tai ikärajasuosituksia).

Yleisenä ongelmana median oikeudellisessa sääntelyssä on ristiriita perustuslain kansalaisten viestinnälliset oikeudet määrittelevien periaatteiden ja alemman lainsäädännön periaatteiden välillä. Tavoitteeksi onkin asetettava, että median oikeudellinen sääntely perustuu johdonmukaisesti perustuslain määrittelemille kansalaisten viestinnällisille oikeuksille.

Keskustelu laadusta

Kansalaisten viestinnällisten oikeuksien toteutumista on tarkasteltava myös laadun näkökulmasta. Pelkät muodolliset mahdollisuudet eivät vielä takaa sitä, että tarjolla olevat sisällöt ja palvelut vastaavat myös laadultaan kansalaisten odotuksia ja tarpeita. Laatu on kuitenkin yksi hankalimmista mediaan liittyvistä käsitteistä. Mediavälineiden ja yhteyksien tekninen laatu on helppoa määritellä ja palvelujen laatutasolle voidaan asettaa mitattavissa olevia vaatimuksia, mutta mediasisältöjen yksiselitteinen laadullinen arvottaminen on hyvin vaikeata – ellei mahdotonta.

Yhden esimerkin siitä, millä tavoin laatua voidaan lähestyä, tarjoaa VRT:n (Belgian flaaminkielisen yleisradioyhtiön) julkisen palvelun laadun määrittely (ks. Jakubowicz, tulossa). Sen ulottuvuuksia ovat:

- funktionaalinen laatu, jolla viitataan ohjelmistojen rakenteeseen ja niille asetettuihin velvoitteisiin (informaatio, viihde, opetus),
- julkinen laatu, joka koskee ohjelmistojen kykyä puhutella koko väestöä,
- eettinen laatu, jolla tarkoitetaan ohjelmistojen puolueettomuutta ja totuudellisuutta,
- operatiivinen laatu, joka käsittää konkreettiset toimet ja ohjeet ohjelmanteknisen suunnitelmallisuuden ja tehokkuuden kehittämiseksi, sekä
- ammatillinen laatu, jolla viitataan yhtiön sisäiseen toimintaan ja laaduntarkkailuun.

Koska laadun kriteerit ovat väistämättä luonteeltaan historiallisia ja muuttuvat jatkuvasti, ei mitään pysyviä mittareita ole mahdollista eikä syytäkään yrittää rakentaa. Ehkä hedelmällisin tapa lähestyä laatua koskevia kysymyksiä on hyväksyä se, että on olemassa erilaisia laatukriteereitä, joita voidaan soveltaa erityyppisiin ja erilaisille yleisöille tai käyttäjille suunnattuihin mediasisäلتöihin. Siten voidaan erottaa toisistaan yleisimmin *taiteellinen laatu*, jonka arvioinnissa painava sana on alan ammattilaistila, kulttuurieliitin vaalima *kulttuuris-moraalinen laatu*, tuotantoalan ammattilaisten määrittelemä *kaupallinen laatu* ja journalistien arvioima *journalistinen laatu*, ja niin edelleen.

3 Todellisuus: suomalainen mediajärjestelmä 2005

Merkittävin mediassa tapahtunut muutos viimeisten kahden vuosikymmenen aikana on kaupallistuminen. Kaupallistumisella tarkoitetaan tässä sitä, että median sisältöjä ja sisältöjen tuotantoa määrää yhä enemmän niiden kaupallinen menestys. Sisältöjä ei tuoteta enää ilmaisemaan tekijän jotakin ainutkertaista kokemusta tai hänen omape- räistä tulkintaansa kohteesta, vaan vastaamaan tuotantoyhtiön tai julkaisijan käsityksiä siitä, mikä myy hyvin. Mitä suuremmin ja pakottavammin kaupallinen logiikka alkaa määrätä luovan työn ehtoja, sitä köyhemmäksi käyvät työn tuotteiden merkityssisäl- löt.

Kaupallistumisen taustalla on markkinoitumisen laajempi prosessi. Median markki- noituminen tarkoittaa viime vuosikymmenten uusliberalistisen kehityksen mukaista muutosta markkinakriteereiden ja -retoriikan ulottamiseksi koskemaan myös julkisia palveluja. Institutionaalisesta näkökulmasta markkinoitumiseen sisältyy yksityistämi- nen (kuten Soneran myynti), liberalisointi ja sääntelyn uudelleenjärjestely (de-regu- laatio ja re-regulaatio: julkisen palvelun suojelusta kilpailun vapauttamiseen), teki- jänoikeuksien laajentaminen ja julkisten instituutioiden korporatisoituminen (julkisen palvelun instituutiot käyttäytyvät kuin ne olisivat yksityisiä). Ideologisesta näkökul- masta markkinoitumiseen sisältyy individualistinen yrittäjyyden ja kuluttajuuden ar- vostaminen yhteisöllisyyden ja yhteisen hyvän vastakohtana.

Seuraavassa tarkastelemme, millaisia uhkakuvia median markkinoitumiseen on liitetty tutkimuksessa ja muussa julkisessa keskustelussa. Sen jälkeen pohdimme missä mää- rin nämä piirteet vastaavat suomalaisen mediatodellisuuden kehitystä.

Demokratia vaarassa – mediako syyllinen?

”Demokratiavajeen” eli kansalaisosallistumisen vähentymisen ja kansalaisten ja poliit- tikkojen välisen epäluottamuksen kasvamisen taustalla on nähty median toimintaa oh- jaava uusi markkinalogiikka; se on kiinnostuneempi konflikteista, persoonallisuuksista ja sensaatioista kuin rationaalisesta analyysistä (esim. McKee 2005). Monet kriitikot pitävät perinteisen poliittisen osallistumisen laskua merkinä julkisuuden kriisistä, ja syyttävä sormi on usein osoittanut uutismediaan. Koska markkinalogiikalla toimiva media ei ole hoitanut tyydyttävästi tehtäväänsä rakentaa sosiaalista elämää, kansalai- sista on tullut apaattisia kuluttajia, jotka eivät välitä yhteisten asioiden hoitamisesta

(Street 2001, 42). Poliittisen uutisoinnin tyhmentämisen on puolestaan useasti väitetty olevan avaintekijä median – ja politiikan – legitimizeetikriisissä. Karjalan Maan pääkirjoituksessa (27.6.2003) media nähdään syypääksi politiikan uskottavuuden heikentymiseen:

Tosiasia nimittäin on, että yhä enemmän poliittistakin keskustelua on käyty median ehdoilla. Se valitsee, mitkä aiheet ja henkilöt nostetaan puheenaiheiksi. Medialla onkin ratkaiseva osuus siitä, millainen on politiikan uskottavuus. Viimeisen parin viikon tapahtumiin perustuu se hivenen absurdi ulottuvuus, että kun tapaus Jätteenmäki on hallinnut suvereenisti kaikkea uutisointia tiedotusvälineet ovat kerjäämällä kerjänneet kansalaisilta vakuutuksia siitä, että se murentaa politiikan ja poliitikkojen uskottavuutta. On Jätteenmäen tapausta paljon parempia esimerkkejä siitä, että jostakin asiasta tai henkilöstä tehdään ensin sensaatiouutisia ja sitten päivitellään, että taas uskottavuutta rapautetaan.

Julkisen keskustelun ja poliittisen osallistumisen tilasta on myös eriäviä näkemyksiä. Toimittaja Pekka Hyvärinen kirjoittaa median kilpailun kansalaisten ajasta ja rahasta johtavan sisällön latistumiseen iltapäivälehtien otsikoiden tasolle. Hän ei ole kuitenkaan täysin heittänyt toivoaan: ”*Meikäläisessä tiedonvälityksessä on kuitenkin jäljellä annos sivistystä, kulttuuria ja journalistista kunnianhimoa, jota lukutaitoiset suomalaiset osaavat arvostaa*” (Liiton Arkki 3/2005). Optimismia herättää myös poliittisen osallistumisen näkökulmasta katsottuna ulkoparlamentaarinen, ruohonjuuritason kansalaisosallistuminen. Se on voimistunut yhtä aikaa äänestysaktiivisuuden laskemisen kanssa. Kansalaiset osallistuvat yhteisten asioiden hoitoon monin tavoin – ympäristön suojeleluun, kehitysmaiden kohtelun parantamiseen, asuinalueiden viihtyisyyden edistämiseen. Medialla ja erityisesti internetillä on usein nähty olevan tärkeä rooli uudenlaisten verkostojen syntymisessä ja vahvistumisessa, ja entistä monipuolisemman ja moniäänisemmän poliittisen keskustelun kanavana.

Globalisoituminen ja keskittyminen

Yksi markkinoitumiseen liittyvistä kehityssuunnista on omistuksen keskittyminen yhä harvemmillä yrityksille. Keskittyminen puolestaan kytkeytyy toiseen tämän hetken mediataloutta luonnehtivaan piirteeseen eli globalisaatioon, jota on 1990-luvulta lähtien vauhdittanut kaupparajoitusten purkaminen.

Keskittymisellä on nähty olevan monenlaisia haittavaikutuksia. Yhtenä pelkona on, että keskittymisen myötä keskeisten suomalaisten mediayritysten omistus siirtyy ulkomaille. Tämän pelätään johtavan heikommin kannattavien yksiköiden toiminnan ja työpaikkojen menetyksiin. Yhtenä koetinkivenä on keväällä 2005 tapahtunut MTV3:n myynti ruotsalaiselle Nordic Broadcasting -yhtiölle. Toisaalta keskittymiseen on liittynyt myös suomalaisten mediatalojen laajentuminen kansainvälisille markkinoille, missä erityisesti SanomaWSOY on ollut aktiivinen.

Vaikka kanavat ja sisällöt määrällisesti lisääntyvätkin, omistuksen keskittymisen epäillään luovan yhä yhteneväisempiä sisältöjä – ja yhä homogeenisemmän kulttuuriympäristön. Ulkomaisen, ennen muuta amerikkalaisen halpatuotanto-ohjelmiston ja globaalien formaattiohjelmien on pelätty syrjäyttävän laadukkaamman kotimaista ja eurooppalaista ohjelmatuotantoa. Takavuosina 2000-luvun alussa tämä näkyi esimerkiksi saman omistajan hallitsemien MTV3:n ja Subtv:n ohjelmistossa, kun jälkimmäisen kanavan ohjelmisto koostui suureksi osaksi vanhoista amerikkalaisista sarjaohjelmista ja uusinoista. Homogenisoitumisesta kertoo myös journalisti Pekka Hyvärinen (Liiton Arkki 3/2005):

Journalistinen kulttuurimme on yhtenäinen. SanomaWSOY ja Alma Media pitävät samoja asioita uutisina. Leirit eivät aja omia aatteitaan tai ehdokkaitaan. Leirit eivät hyökkää toistensa kimppuun. Leirit haluavat tehdä tulosta. Niiden sisällöt viihteellistyvät kaiken aikaa. Voisikin sanoa, että yhtenäisen mediakulttuurimme ydin on yhä enemmän lukijoiden, kuuntelijoiden ja katsojien viihdyttäminen.

Keskittymisen on nähty johtavan myös yleisön valinnanmahdollisuuksien ja maailmankuvan kaventumiseen. Vaikka tarjolla on lukuisia medioita ja monia kanavia, niissä on tarjolla samoja aiheita ja sisältöjä. Esimerkiksi edesmennyt Vaihtoehtoinen vaikuttava tietotoimisto (VAI) esittää, että ”Median keskittyminen muutaman suuren yhtiön käsiin on ongelma, koska on vaarana, että sisältö yksipuolistuu. [...] Suomessa on suuri ongelma, että ihmiset seuraavat vain muutamia suurimpia tiedotusvälineitä, joiden maailmankuva on varsin yhtenäinen.” Tähän viittaa myös lehdistön keskittymisen seurauksista tehty tutkimus, jossa vaikutuksiksi esitetään muun muassa journalismin sisällön yhdenmukaistuminen, kun se suuntautuu lisääntyvästi vastaanottajakunnan taloudelliseen ja poliittiseen keskustaan. Vastaavasti marginaaliryhmien ja marginaalimielielipiteiden esiintyminen journalismissa jää vähemmälle (Jyrkiäinen 1994). Bagdi-

kianin yhteenvedona (1997) onkin, että mediayhtiöiden keskittymisestä harvojen käsiin seuraa se, että mediasisällöt heijastavat yhtiöiden johtajien ”erittäin konservatiivisia poliittisia ja taloudellisia arvoja”. Keskittymisen yhteiskunnallisena seurauksena on siis kulttuurisen ja poliittisen moniarvoisuuden vähentyminen. Ydin-lehden kolumnisti Sirpa Puhakka totesi 1990-luvun lopulla, että ”Suomi näyttää olevan liian pieni maa pitämään hengissä aidosti vaihtoehtoisesta merkitysten annosta kamppailevia medioita. Etenkin, kun vaihtoehtoisen median olisi tultava toimeen markkinoiden ehdoilla.”

Vaakalaudalla on viime kädessä sananvapaus. Median keskittyminen harvojen käsiin voi merkitä kriittisten, suurten mediatalojen intressien kanssa ristiriidassa olevien mielipiteiden vaientamista. Varoittavina esimerkkeinä on käytetty Italiaa ja Venäjää, joissa poliittinen eliitti omistaa valtaosan kaikkein tärkeimmistä joukkoviestimistä ja valvoo niiden sisältöä. Kriittiset tutkijat varoittavat myös, että keskittyminen johtaa suurten mediayhtiöiden omistajien ja valtaeliitin välisiin kytkykauppoihin (esim. McChesney & Herman 1997). Poliittiselta eliitiltä saamansa tuen vastineeksi mediaeliitti esittää poliittisen eliitin suotuisassa valossa hallitsemassaan mediassa, ja tekee näin poliittisen eliitin riippuvaiseksi median myötämielisyydestä. Kriittisen suuntauksen edustajat ovat vaatineet julkisen tuen lisäämistä erilaisille riippumattomille, ei-kaupallista sisältötuotantoa harjoittaville ryhmille kaikilla mediatuotannon aloilla, ulkomaisen tai kansainvälisen omistuksen rajoittamista kansallisissa mediayhtiöissä ja julkisen palvelun velvoitteiden soveltamista nykyistä laajemmin eri medioiden toimilupia myönnettäessä.

Kaupallistuminen

Kaupallistumiseen ja sen moniin ilmenemismuotoon – viihteellistymiseen, seksistymiseen, väkivaltaistumiseen, laadun heikentymiseen, huonon maun lisääntymiseen, yksityisen ja julkisen rapautumiseen, jne. – liittyy monenlaisia huolia julkisuuden tilasta. Ensinnäkin median kaupallistumisen on nähty olevan vastuussa sekä rationaalisis-kriittisen julkisuuden tuhoamisesta (Street 2001, 42) että poliittisen uutisoinnin tyhmentämisestä. Demokratian kannalta uhkana on, että kulutukseen ja elämäntyyliin keskittyvä journalismi jättää ”vallan ja varallisuuden rakenteet” helposti pimentoon (Manning 2001, 67).

Valtavirran mediassa työskentelevät poliittiset toimittajat tuskittelevat, että heitä painostetaan hehkuttamaan törkyä ja skandaaleja (Manning 2001, 65). Eläkkeelle jäävä

toimittaja Jyrki Vuori arvioi ammatinsa tilaa: ”*Olen voinut huonosti toimittajan ammatissa viime vuosina. Minua on hävettänyt se, millaiseksi journalismi on paljolti tehty*”. Hänen arvostelunsa kärki suuntautuu ihmisten yksityisyyttä loukkaavaa journalismia kohtaan: ”*En ymmärrä, miksi osa toimittajista suostuu liian heittoon tai käsittääkseni jopa haluavat luoda tällaista journalismia [...] Jopa päättävissä asemissa olevat kehuskelevat kammottavilla lööpeillä ja muka skuupeilla*” (Journalisti 14/2005).

Toiseksi huolenaiheena on tabloid-median lisääntyminen. Mediajulkisuus on täynnä hölynpölyä ja kansalaiset ovat kiinnostuneempia turhanpäiväisistä laihduttamiseen, seksiin ja kuuluisuuksiin liittyvistä asioista kuin vakavista poliittisista kysymyksistä. Tabloid-media joko trivialisoi merkittävät tapahtumat ja käsittelee tärkeitä teemoja populistisesti ja harhaanjohtavasti tai antaa suhteettoman paljon tilaa tyhjänpäiväisille asioille. Jotkut tutkijat ovat huomauttaneet, että monissa turhanpäiväisiksi väitetyissä sisällöissä ei ole mitään turhanpäiväistä. Tabloidisoitumisen ohella on puhuttu median feminisoitumisesta. Perheeseen, lapsiin jne. liittyvien aiheiden lisääntyminen liittyy naisten aikaisempaan merkittävämpään rooliin julkisuudessa – kysymys on siis miesten hallitseman uutisagendan positiivisesta muutoksesta siihen suuntaan, että se huomioi myös ”naisten kysymykset” (McNair 2003, 50–51). ”Kaikki käy”-journalismi on saanut vastareaktioita myös toimittajien keskuudesta.

Kolmanneksi kaupallistumisesta seuraa, että media ei piittaa ”laadusta” (kuten sisältöjen yhteiskunnallisesta relevanssista, eettisyydestä, moniarvoisuudesta tai vaikkapa mediatuotteen toteutuksen huolellisuudesta) koska median ainoana tavoitteena on tehdä rahaa. Monet kriitikot uskovat, että median pakkomielle henkilötarinoita ja elämäntyylijuttuja kohtaan on tappamassa laatujournalismin. Uutisista ja informaatiosta on tullut tuotteita, ja tuotteiden valmistuksessa painavat vain markkinakriteerit. Rahaa tulee median sisältöjä – ja samalla kansalaisia – tyhmentämällä (McNair 2003). ”Tyhmentäminen” on halventava käsite, joka viittaa sisältöjen yksinkertaistamiseen alhaisimman yhteisen nimittäjän mukaan. Tyhmentämisteesillä on runsaasti kannattajia, jotka väittävät, että viihde on selittänyt informaation; tarkka harkinta on hävinnyt sensationismille; triviaali juhlii painavan kustannuksella; kuninkaallisesta perheestä, urheilumaailmasta tai saippuaopperoista tulevien kuuluisuuksien intiimejä suhteita pidetään uutisarvoisempina kuin merkittävistä kysymyksistä ja kansainvälisesti huomattavista tapahtumista raportoimista. (Esim. Toivanen 2002)

Digitalisoituminen

Monet tahot ovat huolissaan siitä, että tietoyhteiskuntakehitys ei näytä tuoneen tullessaan terveempää demokratiaa ja kansalaisten aktiivisempaa poliittista osallistumista, vaan pikemminkin uusia ja entistä vaikeampia eriarvoisuuden muotoja, jotka lisäävät sosiaalista ja taloudellista polarisaatiota. Digitaalisen kuilun käsitteellä on 1990-luvun puolivälistä lähtien kuvattu informaatioteknologiaan liittyvää eriarvoistumista: osa kansalaisista pääsee osallisiksi informaatioteknologian tuomista eduista (tietorikkaat) ja toiset jäävät niiden ulkopuolelle (tietoköyhät). Mitä kuilu käytännössä tarkoittaa, tulee selkeästi esille esimerkiksi kirjastoalan tutkijoiden näkemyksessä (OPM 2004:5):

Rahoituksen jälkeenjääneisyys on yleisessä tiedossa ja kirjaston tehtävien ja kirjastoille asetettujen vaatimusten monipuolistuessa tilanne on muuttumassa kansalaisten tiedon saannin kannalta kestävämmäksi. Uhkana on todellinen digitaalinen kuilu maamme sisällä, joka jakaa informaatorikkaat ja -köyhät kasteihinsa. Huolestuttavin tilanne on suurten kaupunkien ulkopuolella olevilla kirjastoyksiköillä, pienten kuntien kirjastolaitoksilla. Tietoteknologian muutokset vaikuttavat vahvemmin yhteiskuntaan ja sen kansalaisiin kuin koskaan aikaisemmin. Mahdollisuuksia tulee koko ajan lisää, mutta samalla suurten väestönosien valmiudet ottaa hyöty näistä mahdollisuuksista heikkenevät.

Digitaalisella kuilulla on viitattu ainakin kahdenlaisiin ongelmiin. Pääsyyn liittyvät tekijät koskevat sitä, että verkkoyhteydet eivät ole kaikkien saatavilla taloudellisista tai muista syistä johtuen. Suurin tekijä tähän liittyen ovat internet-yhteyden kustannukset. Vaikka yhteyksien hinnat ovat Suomessa halventuneet, on esimerkiksi tehokkaan laajakaistayhteyden hankinta yhä suurelle osalle väestöä liian kallista. Pääsyä rajoittaa myös se, että tehokkaista yhteyksiä ei ole tarjolla kaikkialla: suuri osa syrjäseuduista on edelleen kaupallisesti periaattein toimivien operaattoreiden tarjonnan ulkopuolella. (LVM 37/2004; LVM 17/2005.) Käyttöön liittyvät ongelmat koskevat puutteellisia taitoja ja riittämättömiä sisältöjä. Vaikka internet-yhteys olisi käytettävissä, kaikilla ei ole käytössä tarvittavaa sisällöllistä osaamista. Jotta internetistä olisi hyötyä, on sitä osattava käyttää. Tutkimusten mukaan huomattavalla osalla suomalaisista peruskoulun käyneistä on puutteellinen lukutaito, joka on esteenä myös internetin käytössä. Vaikka taitoa ja osaamista olisi, tutkimusten mukaan internetin sisällöllinen tarjonta on yhä yksipuolista ja suosii korkeakoulututkinnon suorittaneita. (LVM 37/2004; Nurmela & Sirkiä 2004.)

Suurimpia syitä digitaalisen kuilun olemassaololle ovat eri näkemysten mukaan ikä, koulutus, tulotaso, asema työmarkkinoilla ja asuinpaikka. Käsitteet digitaalisen kuilun merkityksestä Suomessa poikkeavat kuitenkin toisistaan. Hallituksen tietoyhteiskuntaohjelman ohjelmajohtaja Katrina Harjuhahto-Madetoja (2003) tunnustaa ensiksi, että digitaalinen kuilu leviää laajana eri valtioiden ja maanosien välillä, mutta toteaa sitten: ”*Sama digitaalinen kuilu voisi erottaa myös oman maamme kansalaiset toisistaan. Vahva uskoni kuitenkin on, että tieto- ja viestintätekniikka sekä yleistyvät laajakaistayhteydet lisäävät tasa-arvoa eivätkä suinkaan kasvata epätasa-arvoa, niin alueellisesti kuin sosiaalisestikin*”. Toiset asiantuntijat ovat kuitenkin varovaisempia. Esimerkiksi Väestöliiton tutkija Terhi-Anna Wilska (2005) on varoittanut kehityksestä, jota voisi kutsua teknokratisoitumisesksi:

Mitä enemmän työelämä vaatii tietoteknisesti ’huippuosaajiltaan’ ja mitä suurempi osa tarjotuista palveluista ja informaatiosta löytyy www-osoitteiden takaa, sitä pahemmin niiden ulkopuolelle jääminen voimistaa myös sosioekonomista ja kulttuurista syrjäytymistä.

Digitalisoinnin myötä tapahtuva kanavien moninkertaistuminen ja uusien medioiden syntyminen avaa uusia mahdollisuuksia median marginaalissa olleille tai aiemmin kokonaan sivuutetuille ryhmille, mutta useimmiten vain sellaisille, joilla on kaupallista merkitystä. Samalla markkinoiden ehdoilla tapahtuva segmentaatio pyrkii määrittelemään osayleisöt ja makuryhmät tavalla, joka on vain näennäisesti pluralistista ja käytännössä räätälöi samoja tuotteita ja samanlaatuisia sisältöjä erilaisille ryhmille sopiviksi.

Fragmentoituminen

Monet ovat huolissaan siitä, että julkinen kulttuuri on pirstoutumassa. Pelkona on, että jakautuminen pienempiin osayleisöihin syö yhteisöllistä pääomaa, ja erilaisten identiteettiryhmien vaatimukset uhkaavat hävittää yhteisen kansallisen kulttuurin. Median yleisöt ovat fragmentoitumassa monin eri tavoin: intressien, makujen ja kanavien mukaan. Osayleisöjä syntyy ja niitä pyritään luomaan muun muassa ikäryhmien, koulutustason, kulutustottumusten ja harrastusten mukaan. Kaupalliset mediat ovat jo pitkään tähänneet segmentaatioon eli kohdentamaan markkinointia ennalta määrättyille kuluttajaryhmille, kuluttajasegmenteille. Kanavien fragmentaatio tekee tämän entistä tehokkaammaksi.

Mediateollisuus näkee digitalisoitumisen keinona lähestyä entistä tarkemmin kohden-
nettuja osayleisöjä. Liikenne- ja viestintäministeriön (LVM 2003) tilaamassa Kohti
digi-aikaa -raportissa korostetaan sekä kansalaisten viestinnällisten oikeuksien edistä-
mistä että ohjelmistojen laadun parantamista:

*Viestintäpolitiikan yleisiksi tavoitteiksi on eri yhteyksissä kirjattu sananvapau-
den, mukaan lukien oikeus vastaanottaa informaatiota, laajentaminen sekä suo-
malaisen kulttuurin ja sisältötuotannon edistäminen. Televisioverkkojen digita-
lisointi voi edesauttaa näiden tavoitteiden saavuttamista. Digitalisoinnin avulla
ohjelmistojen tarjontaa voidaan monipuolistaa ja televisio toiminnan korkeana
pidettyä aloittamiskynnystä madaltaa. Syntymässä oleva infrastruktuuri on
myös aivan toisella tavalla avoinna erilaisten pienryhmien ja jopa yksittäisten
kansalaisten viestintävälineeksi kuin perinteinen analoginen televisioverkko.*

Kaikkien mielestä tulevaisuus ei demokratian näkökulmasta ole yhtä ruusuinen. Te-
levisiokanavien moninkertaistumisen myötä yhteisen kansallisen kokemuksen ja yhe-
teisten huolenaiheiden pelätään jäävän historiaan. Kansallinen julkisuus pirstoutuu
erillisten intressi- ja makuryhmien osajulkisuuksiksi. Sanomalehdet ja radio toimivat
aiemmin historiassa kansallista yhteisyyttä rakentaneina medioina, ja samaa projektia
jatkoivat televisiomonopolin ja analogisen tekniikan aika. Nyt tällä ei ole seuraajaa. Inter-
net ei voi tätä tehtävää toteuttaa, ei teknisistä eikä kulttuurisistakaan syistä: internet ei
ole luonteeltaan joukkoviestintää, se ei tavoita suuria joukkoja yhtäaikaaisesti, vaan se
suosii fragmentoitunutta, rinnakkaista ja ajallisesti lomittunutta viestintää. (Sunstein
2002)

Fragmentoitumisen pelätään merkitsevät myös sitä, että yhteisen keskustelun sijaan
erilaiset ryhmät sulkeutuvat omiin verkostoihinsa, joissa ne moniarvoisen keskustelun
sijaan vahvistavat ennakkokäsityksiään ja ennakkoluulojaan. Siten julkisesta keskus-
telusta tulee kuppikuntaista uskonvahvistusta. Tämä on ongelma, koska demokratia
vaatii toimiakseen jonkinlaista vuoropuhelua ja ymmärrystä eri mielipidesuuntien vä-
lillä. Aiemmin eri yleisösegmenteille räätälöityjen medioiden rinnalla oli ”kaikille”
suunnattuja medioita, mutta nykyään on yhä vaikeampaa löytää mediaa, joka ei tietoi-
sesti tavoittelisi jotain tiettyä yleisöä (Turow 1997).

Missä määrin yllä esitellyt uhkat ja syytökset pitävät paikkansa suomalaisen mediato-
dellisuuden kanssa? Miten ne suhtautuvat kansalaisten viestinnällisten oikeuksien to-
teutumismahdollisuuksiin? Seuraavassa arvioimme kansallista mediajärjestelmäämme
erikseen niin rakenteiden, sisältöjen kuin yleisöjenkin kannalta. Keskitymme tärkeim-

piin kehityspiirteisiin, joita havainnollistamme lisäksi arjen kannalta keskeisimpään joukkoviestimeen eli televisioon liittyvillä tutkimustuloksilla.

Mediajärjestelmän rakenne: kehitys ja seuraukset

Mediajärjestelmän rakenteen tarkastelussa etsimme vastauksia siihen, missä määrin suomalaiset mediat ovat avoimia eri kansalaisryhmien odotuksille ja tarpeille. Lähtökohtana on, että järjestelmän pitäisi turvata kaikille kansalaisille tasavertaisesti pääsy erilaisiin sisältöihin – informaatioon, orientoivaan tietoon, kulttuuriin ja viihteeseen sekä itseilmaisun kanaviin.

Suomessa median omistus on kansainvälisestikin katsottuna varsin keskittynyttä. Keskittymisen ennustetaan edelleen myös jatkuvan. Neljän suurimman lehtitalon osuus sanomalehdistön kokonaislevikistä on yli 55 prosenttia (vuonna 2003). Neljän suurimman aikakauslehenkustantajan osuus yleisölehtien levikistä on yli 82 prosenttia (vuonna 2003). Suomen suurin media-alan yritys SanomaWSOY omistaa paitsi sanoma- ja aikakauslehtiä, myös maan suurimman kirjankustantamon sekä televisiokanavan. Sähköisen viestinnän alueella kolme yhtiötä (YLE, MTV3, Nelonen) jakavat keskenään 95 prosenttia television katselijoista. Omistajat ovat suurimmaksi osaksi taustaltaan suomalaisia, ja ulkomaisen omistuksen osuus on ollut melko vähäistä. Suurinta se on paikallisradioissa, joiden kuuntelusta ei-suomalaisten omistuksessa olevat asemat tai radioketjut saavat noin 40 prosenttia. Ulkomaisessa omistuksessa olevien yleisöaikakauslehtien levikki on noin 17 prosenttia (vuonna 2003). Keskittyminen ja eri medioiden ristiinomistus merkitsevät, että yhdet ja samat kansalliset intressiryhmät hallitsevat suurinta osaa suomalaisesta mediasta. Miten tämä vaikuttaa mediarakenteen kehittymiseen?

Painoviestintä

Sanomalehdistön piirissä johtava tendenssi on ollut jo pitkään nimikkeistön vähentyminen ja levikkilukujen lasku. Kun vuonna 1990 Suomessa ilmestyi kaikkiaan 66 päivälehteä (7–4 numeroa viikossa), oli lukumäärä vuonna 2003 enää 53. Sanomalehtien kokonaislevikki supistui vuodesta 1990 vuoteen 2003 mennessä 20 prosenttia (4,1 miljoonasta 3,2 miljoonaan) (Joukkoviestimet 2004). Tietyt lehtiryhmät ovat hävinneet käytännössä kokonaan. Tämä koskee ennen muuta poliittista sanomalehdistöä, joka vielä 1970-luvulla taisteli olemassaolostaan voimakkaasti, ja sai tekohengitystä muun muassa ay-liikkeen lehtisetelikampanjoista sekä valtion lehdistötuesta. Puoluelehdet

muodostivat vielä 1980-luvun puolivälissä kolmanneksen sanomalehtien kokonaislevikistä, mutta 2000-luvulle tultaessa niiden osuus oli kutistunut alle 2 prosenttiin. Toisen voimakkaasti kutistuneen ryhmän muodostavat niin sanotut alueelliset kakkoslehdet, joiden osuus kokonaislevikistä on pudonnut 1980-luvun alun lähes 15 prosentista 2,6 prosenttiin vuoteen 2003 mennessä. (Joukkoviestimet 2004).

Samaan aikaan kasvua on tapahtunut iltapäivälehtien, ilmaisjakelulehtien ja aikakauslehtien nimikkeistössä ja levikissä. Iltapäivälehtien (Ilta-Sanomat ja Iltalehti, joka aloitti vuonna 1980) osuus sanomalehtien kokonaislevikistä on vuodesta 1980 vuoteen 2003 noussut alle 4 prosentista 10 prosenttiin. Ilmaisjakelulehtien vuosittainen painosmäärä on kasvanut kymmenessä vuodessa yli kaksinkertaiseksi (vuoden 1994 185 miljoonasta vuoden 2004 410 miljoonaan). Aikakauslehtien osalta kehitys on ollut epätasaista. Eniten ovat levikkiään lisänneet erikoisaikakauslehdet (kuten Vene, Tietokone, Erä jne.) ja nk. juorulehdet kuten 7 päivää, Katso ja OHO!

Mitä tästä kehityksestä voidaan päätellä? Ensiksikin, näyttää selvältä että puoluelehdistön kuihtumisen tuloksena erilaisten vaihtoehtoisten ja ristiriitaisten äänten pääsy julkisuuteen on heikentynyt. Alueellisen lehdistön perustan kaventuminen merkitsee vaihtoehtoisten näkökulmien ja julkisten konfliktien mahdollisuuksien vaikeutumista. Tuloksena on kansalaisten informaation lähteiden vähentyminen ja orientoivan tiedon moniarvoisuuden ja valinnan mahdollisuuksien kaventuminen. Missä määrin tätä on tapahtunut ja millaisia seurauksia siitä on, vaatisi lisätutkimuksia. Toiseksi, kehityksen myötä painoviestinnässä näyttää tapahtuneen siirtymää informaatioon ja orientoivaan tietoon perustuvasta mediasta kohti kaupallista ja viihteellistä mediaa. Tähän suuntaan viittaavat siirtymät uutislehdistä kohti iltapäivälehtiä sekä juoruille ja skandaaleille perustuvia aikakauslehtiä. Sanomalehdistön vastauksena näyttää olleen kehitykseen mukautuminen. Kun päivälehtien sisällöstä luettiin ajanvieteaineistoon kuuluvaksi vuonna 1990-luvun alussa noin 11 prosenttia, oli osuus vuoteen 2002 mennessä noussut 19 prosenttiin (Joukkoviestimet 2004).

Sähköinen viestintä: televisiotoiminta

Sähköisen viestinnän kenttää hallitsee Suomessa vahvan aseman omaava julkisen palvelun yleisradioyhtiö. Sen kanavien katsojaosuudet ovat pysyneet korkeina kilpailun kiristymisestä huolimatta. Suurin lasku tapahtui 1990-luvun alussa, kun MTV3 aloitti lähetystoimintansa. Vuodesta 1990 vuoteen 1995 YLE:n katseluosuus laski 57 prosentista 46 prosenttiin. Sen jälkeen YLE:n osuus on vakiintunut noin 45 prosentin

tasolle. Samaan aikaan MTV3 on kamppailut vuonna 1997 aloittaneen Nelosen kanssa mainostajista ja katsojaosuuksista. Suomalaiselle televisiotoiminnalle on ominaista katselun keskittyminen kolmen yhtiön kanaville. Niistä YLE:n kanavien osuus vuonna 2004 oli 45 prosenttia, MTV3:n osuus 35 prosenttia ja Nelosen osuus 12 prosenttia. Lisäksi MTV3:n sisarkanava Subtv sai kolmen prosentin osuuden (www.finnpanel.fi). Toisin kuin useissa muissa Euroopan maissa, maksulliset kanavat – kaapeli- tai satelliittiteitse vastaanotettavat – eivät ole Suomessa saaneet suurta suosiota. Niiden katseluosuus on vakiintunut alle 5 prosenttiin kokonaiskatsesta.

Kaupallisten televisiokanavien kilpailu oli kovimmillaan 2000-luvun alussa. Sekä MTV3 että Nelonen tuottivat omistajilleen useina vuosina suuria tappioita. Kilpailu mainosrahoista johti molemmat yhtiöt myymään mainostilaa tappiollisesti. Jotta toiminta olisi voinut jatkua, omistajat – MTV3:n tuolloin omistanut AlmaMedia sekä Nelosen omistaja SanomaWSOY – investoivat kanaviinsa runsaasti. (Ks. LVM 30/2003; LVM 14/2004.) Kaupalliset kanavat joutuivat kamppailemaan kahdella rintamalla. Toisaalta niiden oli voitettava yleisöjä YLE:n kanavilta, mikä edellytti riittävän laadukasta ja korkeatasoista tarjontaa. Toisaalta ne kilpailivat toisiaan vastaan, mikä merkitsi kamppailua samoista ohjelmatyypeistä ja samoista ohjelmista. Tämä edellytti korkeita kustannuksia ja pärjääminen kaupallisilla markkinoilla merkitsi säästämistä kustannuksissa. Oliko Suomessa tilaa kahdelle täysimittaiselle kaupalliselle televisioyhtiölle?

Silloisen lainsäädännön mukaan kaupallisten televisioyhtiöiden (MTV3:n ja Nelosen) oli maksettava tietty osuus tuotoistaan YLE:n hallinnoimalle televisiorahastolle. Yhtenä perusteluna tälle toimilupamaksulle olivat YLE:lle asetetut julkisen palvelun ja täyden palvelun tehtävät. Tällä viitattiin siihen, että YLE:n pitää lakisääteisesti huolehtia sellaisista ohjelmatyypeistä ja yleisöryhmistä, joille suunnattu ohjelmatuotanto ei ole kaupallisesti kannattavaa. Tällä ”julkisen palvelun maksulla” kaupalliset yhtiöt ikään kuin vapauttivat itsensä näistä tehtävistä. Maksulla oli huomattava merkitys YLE:n taloudelle: sen osuus yhtiön budjetista oli noin 20 prosenttia. 2000-luvun alussa kaupallisten yhtiöitten kritiikki julkisen palvelun maksua kohtaan voimistui. Sitä arvosteltiin vapaata kilpailua rajoittavaksi ja YLE:n markkina-asemaa vahvistavaksi kaupallisten kanavien kustannuksella. Syytösten mukaan maksulla tuettiin sellaista ohjelmatuotantoa YLE:ssä, joka houkutteli kaupallisten kanavien yleisöjä ja siten heikensi kaupallisen television vetovoimaa mainostajien keskuudessa. Kannanotossaan YLE:n rahoituksen tulevaisuudesta kaupalliset kanavat ilmaisivat asian seuraavasti:

Yleisradio on viime vuosina laajentanut ohjelmatoimintaansa television peruskanavillaan (TV1 ja TV2) kaupallistyyppisten ohjelmien suuntaan:

- useita Yleisradion kanavilla nähtäviä ohjelmia voitaisiin perustellusti ja menestyksellisesti lähettää myös vapaasti nähtävillä kaupallisilla kanavilla – monissa niistä on mm. mainoskatkot asetettu jo tekovaiheessa paikoilleen;

- lisäksi Yleisradio kilpailee yhä avoimemmin kaupallisten yhtiöiden kanssa ohjelmaoikeuksista paitsi kansainvälisillä markkinoilla, myös kotimaisilla ohjelmamarkkinoilla.

(Suomen Kaupallisten Televisoiden Liitto; LVM 30/2003, 50).

Lausunnon taustalla on pyrkimys rajoittaa YLE:n rooli vain kaupallisten kanavien ohjelmatarjontaa täydentäväksi, kaupallisesti kannattamattomia ohjelmatyyppejä esittäväksi ja erityisyleisöjä palvelevaksi. Uuden Viestintämarkkinalain hyväksymisen myötä vuonna 2003 päätettiinkin toimilupamaksujen vähittäisestä poistamisesta vuoteen 2007 mennessä. Kun YLE:lle ei kuitenkaan samalla osoitettu mitään uutta vastaavaa tulolähdettä, merkitsi päätös käytännössä sitä, että julkisen vallan toimesta kaupallisen televisiotoiminnan toimintaedellytyksiä vahvistettiin merkittävästi ja YLE:n mahdollisuuksia puolestaan selvästi heikennettiin (LVM 14/2004; LVM 59/2004). Tällä tavoin raivattiin tilaa kaupalliselle televisiotoiminnalle.

Millä tavalla digi-tv:n tulo muuttaa tilanne, on vaikea arvioida. Todennäköisesti maksullisten kanavien katselu lisääntyy jonkin verran, mutta ainakaan lyhyellä tähtäimellä digi-tv tuskin tuo Suomen sähköisen median markkinoille uusia kansainvälisiä toimijoita. Perusasetelmaa Suomen televisiojärjestelmästä kolmen suuren yhtiön keskinäisenä kamppailuna digi-tv ei tulle muuttamaan. Suurin vaikutus tällä hetkellä näkyy julkisen palvelun tiukassa taloudellisessa tilanteessa. Digitalisointi on rasittanut eniten YLE:ä, vaikka esimerkiksi neljännen maanpäällisen analogisen kanavan toimilupakilpailussa korostettiin aikanaan digitalisoinnin merkitystä (Herkman 2005).

Sähköinen viestintä: paikallisradiot

Paikallisradiotoimintaan kohdistui suuria odotuksia, kun sille myönnettiin ensimmäiset toimiluvat vuonna 1985. Osa toimiluvista suunnattiin ei-kaupallisille toimiluvan hakijoille paikallista kansalaistoimintaa tukevaan ja vahvistavaan toimintaan. Muutamien vuosien kokemukset kuitenkin osoittivat, että kansalaislähtöinen radiotoiminta

ei kyennyt vakiintumaan ilman siihen suunnattua julkista tukea. Pelkkä talkoohenki ei riittänyt rahoittamaan laitteiston hankintaa ja lähetystoiminnan harjoittamiseen vaadittavaa ammatillista henkilöstöä. Kun valtiovalta ei katsonut tällaisen tuen kuuluvan toimialaansa, loppui ei-kaupallinen paikallisradiotoiminta käytännössä lähes kokonaan. Samalla luovuttiin erillisestä ei-kaupallisen radiotoiminnan toimilupakiintiöstä. (Ks. Ylönen 2002; Alafossi 2005.)

Alkuvuosien suurta innostusta seurasi paikallisradiotoiminnan lamakausi. Paikallisia radioasemia oli vuonna 1990 kaikkiaan 66, mutta lukumäärä putosi muutamassa vuodessa 56 asemaan. Uusi nousu tapahtui 2000-luvun alussa kaupallisten ns. osavaltakunnallisten radioketjujen kasvaessa. Yksityisiä radioasemia oli vuoden 2003 lopussa 77. Nimitys ”paikallisradiotoiminta” on näiden radioketjujen (NJR/Energy, Iskelmäradio, Classic FM, Groove, SuomiPOP, Sävelradio, Radio Dei, Radio City) yhteydessä kuitenkin harhaanjohtava. Niiden ohjelmat on useimmiten tuotettu valtakunnallisesti ja räätälöity mainostajia silmälläpitäen iän, asuinpaikan ja musiikkimaun mukaan määritellyille osayleisöille. Tämä näkyy myös radiomainonnan rakenteessa: valtakunnallisen mainonnan osuus asemien tuloista oli 2000-luvun alkuvuosina jo yli 60 prosenttia, kun se kymmenen vuotta aiemmin oli vain 15 prosenttia.

Parhaiten alkuperäiseen paikallisradioiden toiminta-ajatukseen on vastannutkin YLE, joka on 1990-luvulta alkaen kehittänyt alueellista radiotoimintaansa voimakkaasti. Sillä on 20 suomenkielistä ja viisi ruotsinkielistä aluelähetystä, jotka kattavat koko maan. Kilpailussa kuuntelijaosuuksista YLE on selvästi hävinnyt 1990-luvun puolivälistä alkaen yksityisille radioasemille, mutta sen eri kanavien osuus radiokuuntelusta on edelleenkin yhteensä yli 50 prosenttia. Ylivoimaisesti kuunnelluin yksittäinen radiokanava on edelleen Radio Suomi, jonka osuus on noin 35 prosenttia kaikesta radionkuuntelusta. Toiseksi suosituin on yksityinen Radio Nova, joka saa noin 15 prosenttia kuuntelusta. Kuitenkin siirtymä kohti kaupallista musiikkiradiota on Suomessa selvä 1980-luvulta alkaen. Tätä kehitystä ovat toteutuessaan omiaan kiihdyttämään syksyn alussa 2005 julkisuuteen tulleet suunnitelmat YLE:n alueellisen radiotoiminnan supistamisesta. Taustalla on yhtiön rahoituksen heikentyminen television toimilupamaksujen poistumisen ja digi-tv:n vaatimien uusinvestointien myötä. (HS 17.8.2005; HS 20.8.2005). Huomionarvoista on kuitenkin, että YLE:n kanavien ja toisaalta kaupallisten radioiden yhteenlasketut kuunteluosuudet olivat vuonna 2003 samat: julkinen palvelu ja kaupalliset jakoivat kentän puoliksi (Joukkoviestimet 2004).

Mitä sähköisen viestinnän kehityksestä voidaan päätellä? Ensiksi, suunta on pois päin julkisen palvelun ja täyden palvelun kanavista kohti kaupallista viihdetarjontaa. Toiseksi, tätä on edistetty julkisen vallan sääntelytoimilla, kuten television toimilupamaksujen poistaminen sekä paikallisradiotoiminnan toimilupaehtojen muuttaminen siten, että ulkomaiset radioketjut ovat vallanneet lisääntyvästi asemia yksityisessä radiotoiminnassa, osoittavat.

Televiestintä ja internet

Kansalaisten näkökulmasta televiestintä on perinteisesti tarkoittanut puhelintoimintaa, jonka perustana on ollut universaalisen palvelun periaate eli niin kutsuttu teleyritysten yleispalveluvelvoite: puhelinyhtiöt on velvoitettu tarjoamaan puhelinyhteys kaikille toimialueensa asiakkaille yhtäläisin ehdoin asuinpaikasta riippumatta. Internetin alkuvaiheessa 1990-luvun lopulla tämä mahdollisti myös kansalaisten tasa-arvon modeempohjaisten internetyhteyksien saamisessa. Televiestintäalan voimistunut kilpailu ja välitysteknologian kehitys on kuitenkin tuonut mukanaan ongelmia. Ensimmäisenkin, teleyhtiöt ovat yrittäneet pyristellä irti universaalisen palvelun periaatteesta, koska kiinteälinjaisen puhelinverkon ylläpito syrjäalueilla käy kalliiksi. Joitakin vuosia sitten TeliaSonera ilmoitti purkavansa kiinteitä linjoja pitkien etäisyyksien päässä asuvilta asiakkailtaan, ja vastineeksi se tarjosi langatonta puhelinyhteyttä. Langaton yhteys ei kuitenkaan nyky muodossaan mahdollista pitkillä etäisyyksillä tehokkaita internet-verkkopalveluja. Julkisen huomion kohteeksi jouduttuaan Telia-Sonera joutui muuttamaan linjaansa, ja ryhtyi tarjoamaan langatonta yhteyttä vain vaihtoehtona, ei ainoana mahdollisuutena. Myös EU:n piirissä käydään keskustelua siitä, pitäisikö laajakaistainen internetyhteys (yli 512 kbit/s) lukea televiestintäyhtiöiden yleispalveluvelvoitteen piiriin vai rajoitetaanko se edelleen koskemaan vain perinteistä kiinteätä, modeempohjaista perusliittymää. Ainakin toistaiseksi laajakaistayhteyttä on pidetty niin kalliina, että universaalisen palveluvelvoitteen ulottaminen sitä koskemaan on torjuttu kustannussyistä.

Toinen tätä sivuva kysymys koskee laajakaistaisen yhteyden lukemista julkisen palvelun piiriin. Laajakaistaisen yhteyden saaminen kaikkien Suomen kotitalouksien ulottuville vuoden 2005 loppuun mennessä on osa hallituksen virallista tietoyhteiskuntastrategiaa (ks. LVM 7/2004). Julkinen valta on kuitenkin jättänyt keinojen valinnan markkinoista riippuvaiseksi. Tämä tietää sitä, että laajakaistaverkon rakentamisessa ei ole yhtenäistä valtakunnallista politiikkaa: jokainen kunta joutuu ratkaisemaan omalta osaltaan miten sen alueella edistetään laajakaistaa. Liikenne- ja viestintäministeriön

kanta on, että verkon rakentamista ei pidä tukea julkisin varoin, koska se vääristää telealan kilpailua ja asettaa markkinatoimijat keskenään eriarvoiseen asemaan. Alan toimijat eivät ole tähän tyytyväisiä. Sekä verkkoja toimittavat yritykset että seutuverkkojen rakentajat ovat arvostelleet hallituksen laajakaistastrategiaa pirstaleiseksi. Suomen Seutuverkot ry:n puheenjohtaja Ulf Grindgårds mielestä tarvitaan valokuituun perustuva laajakaistaverkko: *”Kansantaloudellisesti olisi järkevää rakentaa vain yksi tietoliikenneverkko, johon tarjottaisiin kaikille operaattoreille ja palveluntarjoajille vapaa pääsy.”* (IT-viikko 10.6.2004) Myös alan tutkijat pitävät valtakunnallista valokuituverkkoa pitävät välttämättömänä: *”Kuidun vetämistä kotiin on turha vastustaa. Se tulee tapahtumaan joka tapauksessa, koska sille ei tunneta korviketta”* (professori Raimo Kantola, IT-viikko 10.6.2004). (Ks. myös LVM 33/2005.)

Tilanne on tällä hetkellä sellainen, että eri puolilla maata on omaksuttu erilaisia ja erihintaisia ratkaisuja. Seurauksena on, että laajakaistayhteydet ovat saatavissa kohutuuhintaan vain suuremmissa keskuksissa sijaitseviin kotitalouksiin. Kaikki kotitaloudet eivät saa laajakaistaa millään hinnalla, koska teleyhtiöt eivät kustannussyistä ole kiinnostuneita tarjoamaan sitä. Liikenne- ja viestintäministeriön monet tutkimukset osoittavat, että eri kuntien asukkaat ovat joutuneet eriarvoiseen asemaan sekä kuntien välisessä vertailussa että kuntien sisällä (LVM 48/2003; LVM 37/2004; LVM 6/2005). Uudesta mediateknologiasta ja sen kautta saatavista mediasisällöistä ja -palveluista on tullut siis kansalaisia uudella tavalla polarisoiva tekijä. Pääsyä koskeva digitaalinen kuilu on todellisuutta Suomessa.

Vähemmistöt ja mediajärjestelmä

Miltä suomalainen mediajärjestelmä näyttää kielellisten ja kulttuuristen vähemmistöjen näkökulmasta? Perinteisillä vähemmistöillä – joihin kuuluvat suomenruotsalaiset, saamelaiset ja romanit – on eriasteinen kulttuurinen autonomia. Parhaiten asiat ovat suomenruotsalaisilla, joiden turvana ovat kattavat ruotsinkieliset koulutus- ja mediajärjestelmät sekä kulttuuri-instituutiot. Lukumääräisesti pienen saamelaisväestön asema on kohentunut viime vuosikymmeninä muun muassa saamenkielisen kouluopetuksen ja yhteispohjoismaisen saamen radion avulla. Julkista tukea on osoitettu myös romaniväestön kulttuurisiin ja viestinnällisiin tarpeisiin. Uudet kielelliset ja kulttuuriset vähemmistöt ovat toisessa asemassa.

Jos lähtökohtana pidetään sitä, että perustuslain mukaisten viestinnällisten oikeuksien on koskettava kaikkia Suomessa asuvia, voidaan perustellusti kysyä, miten julkisen

vallan toimesta on huolehdittu esimerkiksi somalialaisten tai kurdiväestön viestinnällisistä oikeuksista. Edellytyksenä osallistumiselle kaikkia Suomessa asuvia koskevien yhteisten asioiden hoitoon on, että käytettävissä on yhteinen kieli – joko suoraan tai tulkkauksen kautta. Miten Suomessa on huolehdittu maahanmuuttajien kommunikaatiokyvystä – onko tarjolla kohtuullisesti tulkkauspalveluja, suomen tai suomenruotsin alkeisopetusta ja sitä syventävää jatko-opetusta? Selvitysten ja tutkimusten mukaan kaikissa näissä on puutteita. Alueelliset erot eri puolilla Suomea ovat suuria: koulutus on usein lyhytjänteistä ja suunnittelematonta ja kouluttajien ammattitaito vaihtelee. Usein viranomaiset jättävät koulutuksen niin sanotun kolmannen sektorin huoleksi, mutta eivät osallistu taloudellisen vastuun kantamiseen. (TM 344/2005; ks. ETNO 2005)

Miten on huolehdittu maahanmuuttajien yhteisöllisyyden edellytysten luomisesta? Viranomaisdokumenteissa asiaa tarkastellaan pääasiassa maahanmuuttajien ”kotouttamisen” näkökulmasta. Sen mukaan yhteisöllisyydessä pääpaino on sopeutumisessa suomalaiseen yhteiskuntaan (ks. esim. Työryhmän ehdotus hallituksen maahanmuuttopoliittiseksi ohjelmaksi 15.6.2005). Vähemmän on käsitelty maahanmuuttajien kulttuurisia oikeuksia: esimerkiksi maahanmuuttajien omien medioiden tukemisesta löytyy vain niukasti mainintoja (ks. TM 344/2005, 13–14). Yhteydenpito muiden, usein eri puolille Suomea hajautuneiden samaa kieltä puhuvien ja saman kulttuurisen taustan omaavien kanssa kuuluu kuitenkin maahanmuuttajien perustarpeisiin. Samalla se on myös perusedellytys rakentavalle vuorovaikutukselle suomalaisen yhteiskunnan kanssa. Omien medioiden kautta maahanmuuttajat voivat ryhmänä vertailla ja suhteuttaa kokemuksiaan Suomesta ja suomalaisesta yhteiskunnasta ja osallistua sen pohjalta vuorovaikutukseen muiden suomalaisten kanssa. Tällaiset mediat – erilaiset verkotot ja keskusteluryhmät – syntyvät toki myös itsestään, ilman että Suomen julkinen valta niitä tukee. Vailla aktiivista vuorovaikutusta suomalaisen yhteiskunnan kanssa vaarana on, että varsinkin suomea taitamaton vanhempi maahanmuuttajaväestö jää median käytössään riippuvaiseksi vanhan kotimaan mediatarjonnasta satelliittitelevisiion, lehdistön ja internetin välityksellä. Vailla vuorovaikutusta suomalaisen yhteiskunnan kanssa näistä verkostoista voi muodostua sisäänpäin kääntyneitä, kulttuurisia saarekkeita muodostavia ja ylläpitäviä. Monissa kulttuureissa tämä vahvistaa myös sukupuolten eriarvoisuutta (ks. OM 344/2005, 15–16). Vahvimmilla ja kulttuurisesti läheisimmillä maahanmuuttajaryhmillä on voimavaroja ratkoa myös viestinnällisiä tarpeitaan ja odotuksiaan omatoimisesti. Tämän osoittavat esimerkiksi venäläisvähemmistön perustamat lehdet (mm. Spektr) ja radioasema (Sputnik). Pääkaupunkiseudulle

on syntynyt myös somalinkielisiä medioita (Golis- ja Midmino-lehdet, radio-ohjelmat).

Kysymys siitä, miten otamme huomioon maahanmuuttajien viestinnälliset odotukset ja tarpeet, on tärkeä myös siksi, että sen kautta joudumme pohtimaan uudelleen suhtautumismme moniin suomalaisiin vähemmistöihin ja osakulttuureihin. Käsitys Suomesta homogeenisena ja konsensukseen taipuvana kansakuntana on osa toisen maailmansodan jälkeen rakentunutta kansallista uskomusjärjestelmää, joka on jo aika hylättyä.

Tapaus televisiokenttä: rakenteet ja kansainvälistyminen

Television yhteydessä globalisaation uhka on yhtäältä perusteltu, toisaalta liioiteltu. Vaikka kansallinen valtiovetoinen julkisen palvelun televisio on ollut tv-toiminnan keskiössä miltei kaikissa Euroopan maissa, ylikansallinen televisio on ollut todellisuutta 1980-luvulta asti eli kaapeli- ja satelliittiaikakauden alusta lähtien (esim. Chalaby 2005). Viime vuosikymmenellä digitalisoituminen ja Itä-Euroopan hajoaminen mullistivat jo kertaalleen vakiintuneet satelliittimarkkinat. Tällä hetkellä tyypillistä on paikallisten kanavien verkosto, joka rakennetaan monikansallisen ohjelmistofilosofian tai ”brändin”, kuten esimerkiksi musiikkikanavakonsepti MTV:n ympärille. Paikalliset kanavat voidaan lokalisoida (vaikkapa MTV Nordicin pohjoismaisilla juontajilla ja musiikilla tai alueen kulttuuriin istuvalla ohjelmistosijoittelulla), mutta kanavaryypäät hyödyntävät silti yhteistä infrastruktuuria, jakavat resursseja ja kierrättävät osin samoja ohjelmia. Tällä hetkellä Euroopassa toimii 218 kanavaa, jotka eivät suuntaudu vain kansallisille markkinoille (Jakubowicz, tulossa).

Satelliitti- tai edes kaapelikanavat eivät kuitenkaan ole lyöneet itseään läpi Suomessa kuten monissa muissa Euroopan maissa. Tähän lienee osasyynä Suomi pienenä kielialueena. Toinen merkittävä tekijä on varmasti Suomen erityinen tilanne eli julkisen palvelun ja kaupallisen television yhteiselo televisiotoiminnan alkumetreiltä asti. Toisaalta suomalainen mediapolitiikan yhtenä tavoitteena on ollut estää kansainvälisten kanavien rynnistystä Suomen markkinoille. Poliittisissa päätöksissä on yhdistynyt rakenteiden sääntely ja liiketaloudellinen pragmatismi: paljolti toimilupien avulla toteutettu politiikka on viime vuosiin asti pitänyt toimijat kotimaisina, kilpailun maltillisena ja tarjonnan monipuolisena (Aslama, Hellman & Sauri 2005).

Kansainvälisyys ei ole vielä hallinnut suomalaista tv-kenttää toimijoiden osalta, mutta monikanavajärjestelmä muokkaa ennen niin kovin kansallisia markkinoita. Kohutuinn muutos lienee MTV3:n ja Subtv:n (sekä Radio Novan eli Suomen Uutisradio Oy:n) siirtyminen AlmaMedian omistuksesta ruotsalaisten Bonnier & Bonnier AB:n ja Proventus Industrier AB:n omistaman Nordic Broadcasting Oy:n kanaviksi. Vuoden 2005 valtakunnallisista analogisista ja digitaalisista kanavista kuitenkin yhdeksän oli omistuspohjaltaan kotimaisia (YLE:n kanavat sekä Nelonen ja Urheilukanava). MTV3:n ja Subtv:n lisäksi ulkomaisessa omistuksessa ovat The Voice -musiikkikanava ja Canal+-kanavat, joiden takana on Euroopassa toimiva Scandinavian Broadcasting Systems. (Joukkoviestimet 2004.)

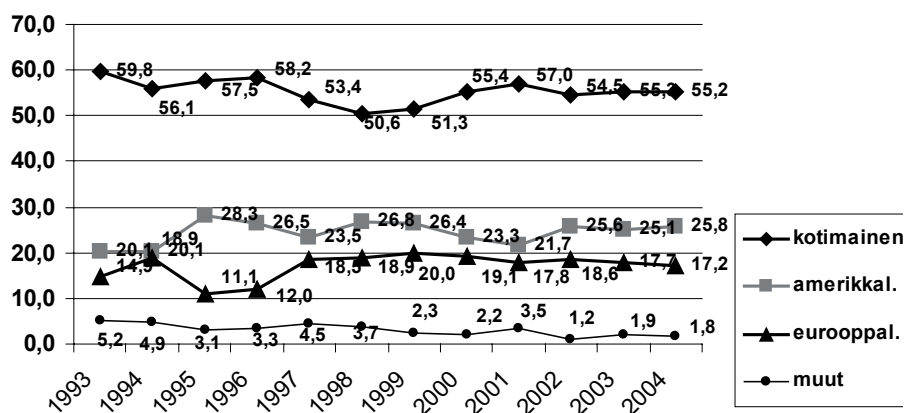
Silti usein toisteltu uhkakuva, kasvavan kilpailun tuoma tarjonnan amerikkalaistuminen, on ainakin tällä hetkellä vielä liioittelua. On ensinnäkin hyvä muistaa, että erityisesti fiktiota ja viihdettä on aina tuotettu ulkomailta ja suomalainen televisio on sisältänyt runsaasti amerikkalaisia ohjelmia, kiitos MTV:n ja YLE:n yhteiselon. Toisaalta osalla kotimaisesta tarjonnasta on erittäin korkeat katsojaluvut. Esimerkiksi vuoden 2004 katsotuimmat ohjelmat olivat pääosin hyvin perinteisiä ja kotimaisia: Itsenäisyyspäivän vastaanotto, muutama uutislähetys, Miss Suomi -kisat ja jääkiekko. Mukana oli tosin myös kansainvälisestä formaatista lokalisoidun tosi-tv-kisa Idolsin viimeinen jakso ja äänestystulokset (Jääsaari ym. 2005, 15). Globalisoituvien tv-markkinoiden aikana kotimainen ohjelmisto on kuitenkin edelleenkin katsojille merkittävää sekä kanaville suuri kilpailuvaltti – ja tilanne on sama muualla Euroopassa, jossa kieli- ja kulttuurirajat voivat muuten olla helpommin ylitettäviä (vrt. de Bens & de Smaele 2001). Lisäksi Euroopan unionin tv-direktiivistä juontuvat kiintiöt, joilla tv-kanavat on määrätty tarjoamaan tietty osuus sekä riippumattomia tuotantoja että eurooppalaisia ohjelmia, ovat osaltaan kotimaisen ja eurooppalaisen tarjonnan turvana.

Kuvio 1 (Aslama, tulossa) esittää analogisen tv-ohjelmiston alkuperän vuosina 1993–2004 ja osoittaa, että mitään dramaattista muutosta televisio-ohjelmistojen alkuperässä ei ole tapahtunut vuodesta 1993. Ainoastaan Nelosen tulo vuonna 1997 on hieman kasvattanut amerikkalaisen tarjonnan osuutta, sillä suuri osa kanavan tarjonnasta on alusta lähtien ollut amerikkalaista fiktiota ja viihdettä. Sen sijaan YLE:n kanavat ovat viime vuosina jopa hieman kasvattaneet kotimaista tarjontaa ja MTV3 on pitäytynyt profiilissaan, jossa noin kaksi kolmannesta muodostuu kotimaisista ja kolmannes amerikkalaisista ohjelmista. Vuonna 2004 analogisten kanavien tarjonnasta yhteensä 55 prosenttia

oli Suomessa tuotettuja ohjelmia. Pohjoisamerikkalaista tarjontaa oli noin neljännes. Myös digitaalisesta tarjonnasta selvä enemmistö oli kotimaista: YLE24 ja Urheilukanava olivat sisällöltään käytännössä täysin kotimaisia. Ainoastaan Subtv profiloitui Nelosen tapaan tarjoamalla runsaasti amerikkalaisia ohjelmia.

Kuvio havainnollistaa myös, että vaikka Nelonen on analogisen nelikanavajärjestelmän amerikkalaisin kanava, sen tulo markkinoille on itse asiassa nostanut ja vakauttanut eurooppalaisten ohjelmistojen osuuden yli kuudenneksen suomalaisesta analogisesta kokonaistarjonnasta. Nelonen ja TV1 ovatkin profiloituneet eurooppalaisten ohjelmistojen tarjoajiksi (molemmilla on noin viidennes koko ohjelmistoprofilista). Kun TV1 lähettää paitsi eurooppalaisia laatusarjoja myös asiaohjelmia, on Nelosella tarjota brittiviihettä.

Kuvio 1. Analogisen tv-ohjelmiston alkuperä (%) 1993—2004



Kotimaisella ohjelmistolla on myös hyvin ”suomalaiset” tekijät. Vuonna 2004 YLE tuotti noin puolet kaikesta analogisesta kotimaisesta tarjonnasta ja miltei 60 prosenttia digitaalisesta kotimaisesta ohjelmistosta. Itsenäisten tuotantoyhtiöiden vastaavat osuudet olivat vajaa kolmannes analogisesta ja kuudennes digitaalisesta tarjonnasta. (Aslama & Wallenius 2005.)

Kansainvälistyminen näkyy toki siinä, että monet itsenäiset tuotantoyhtiöt ovat osa kansainvälistä konsernia. Kuitenkin yhtiöt, jotka tuottavat runsaasti ohjelmatunteja, ovat taustaltaan suomalaisia. MTV3:lle Huomenta Suomi -ohjelmaa ja Ihanaa aamua tuottava Uutisvirta oli vuonna 2004 näiden päivittäisohjelmien ansiosta ohjelmatuntimäärältään selvästi suurimpia tuotantoyhtiöitä. Samoin merkittävä itsenäinen suomalainen tuottaja on Blue Media, joka teki vuonna 2004 mm. Missä vika? -viihdeohjelmaa TV2:lle, SM-liiga Hockey Night -urheiluohjelmaa MTV3:lle ja NRJ Top 10 -viihdeohjelmaa Neloselle. Kansainväliseen konserniin kuuluva Fremantle Productions on tosin myös ohjelmatunneissa mitattuna keskimääräistä merkittävämpi toimija, lähinnä yhden ohjelman eli päivittäisen formaattisaippuaopperan, Salatut elämät -sarjan (MTV3) ansiosta. (Aslama & Wallenius 2005.)

Suuri kysymys kansainvälistymisen kannalta on kansallisen ja kansainvälisen, lokaalin ja globaalin määrittelemisen. Kun kotimaisen ohjelmiston arvostus ja kilpailu yleisöistä yhdistyvät kiihtyvään tuotekehittelyyn ja ohjelmien formatointiin sekä tuotantoyhtiöiden kansainvälistymiseen, kansainvälistymisen suurimmaksi uhkaksi saattaa muodostua seuraava skenaario: kotimainen tuotanto keskittyy tulevaisuudessa globaalien formaattien lokalisointiin, jossa parhaiten onnistuvat monikansalliset tuottajat. Kuten uhkien yhteydessä ennakoitiin, tällaiset produktiot voivat olla niin suuria kertasijoituksia, ettei rahaa ei liikene pienempien tuottajien tuotekehittelyhankkeille. Siten haasteena onkin taata toimintaedellytyksiä myös pienille kotimaisille tuotantoyhtiöille.

Sisällöt: kehitys ja seuraukset

Keskustelu median suhteesta demokratiaan on usein kiivainta silloin kun kyse on median sisällöistä. Kuten 2000-luvun alkuvuosien keskustelu internetistä riippuvuutta aiheuttavana sekä pomminrakenteluun, pedofiliaan ja pornografiaan yllyttävänä on osoittanut, mediaa koskevat mielipiteet saavat aikaan myös moraalisia paniikkeja. Samansisältöistä keskustelua on aikoinaan käyty myös elokuvista ja televisiosta.

Mediaa koskevalla keskustelulla on monia lähteitä. Yhdistävä tekijä on kuitenkin pelko siitä, että uudet ilmiöt uhkaavat muuttaa mediasisältöjä huonompaan suuntaan. Monesti uhkan nähdään kohdistuvan sisältöjen monipuolisuuteen, joka on länsimaisen demokratian ja sananvapauden perustava piirre. Monipuolisuus eli diversiteetti sisältää kaksi puolta: yhtäältä sen, kuinka monta erilaista tiedon lähdettä on saatavilla (mediarakenteet), toisaalta sen, mitä tiedonlähteitä ja välineitä käytetään (mediaku-

lutus). Keskeisintä on kuitenkin se, miten monipuolista sisällöntarjonta on. (Napoli 1999.) Demokratian kannalta kysymys on siitä, onko erilaisilla yleisöillä mahdollisuus saada nähdä, kuulla ja lukea monitahoisia ja -arvoisia sisältöjä, jotka eivät puhuttele katsojia ainoastaan kuluttajina ja viihtyjinä, vaan myös kansalaisina ja osallistujina. Sisältöjen kehitystä ja seurauksia voi tarkastella kolmella tasolla (esim. Sparks 2000; Aslama 2004a; Aslama, tulossa).

Määrä: lisää viihdettä kaikissa medioissa

On esitetty, että koveneva kilpailu tuo määrällisesti lisää viihteellisiä medioita (viihdelehdet, formaattiradiot) sekä viihteellisiä ohjelmia tai journalismin muotoja vakaaviinkin välineisiin (televisio, laatulehtien muodonmuutokset, ilmaisjakelu-uutislehtien sisällöt). Motiivina tässä nähdään viihteen ja ihmisläheisten aiheiden myyntivoima: ne ovat kaupallisesti tuottoisimpia sisältöjä. Pahimpana tuloksena tästä on eri medioiden keventymiskierre ja sisältöjen yhdenmukaistuminen: vakava media lainaa aiheita ja käsittelytapoja viihdemedialta ja eri kanavat tarjoavat yhdenmukaisia soittolistoja tai visailuohjelmia. Tutkimusten mukaan lehdistön puolella on viitteitä ns. tabloidisaatiokehityksestä 1990-luvulta alkaen. Yksistä ja samoista julkisuuden henkilöistä uutisoivat iltapäivä- ja juorulehdet voivat erinomaisesti: esimerkiksi 7 päivää -lehden levikki on enemmän kuin kaksinkertaistunut vuodesta 1994 vuoteen 2003 (Joukkoviestimet 2004). Tähän lehdistöryhmään on viime vuosina muodostunut ruuhkaa. Kehityksen suuntaa osoittaa sekin, että entinen tv-ohjelmalehti Katso muutettiin kannattavuus-syistä 2000-luvun alkuvuosina juoruille perustuvaksi viihdeleheksi. Toisaalta suurin huolenaihe, televisio, on Suomessa todettu kansainvälisesti verraten erittäin monipuoliseksi, ainakin määrällisin mittarein arvioituna (esim. Aslama & Wallenius 2005).

Laatu: kriteerit uusiksi niin journalismissa kuin viihteessäkin

Huoli median laadullisesta murroksesta on kohdistunut kahtaalle: journalismiin ja viihteeseen. Usein vertaillaan vakavaa tai ”laatujournalismia” ja sen vastakohtana ”populaarijournalismia” (esim. Costera Meijer 2001). Edellisen pääpiirteitä ovat julkisen alueeseen keskittyminen ja rationaalisuus, jälkimmäisen yksityisen alue ja arki sekä tunteet ja kokemukset. Murhetta on kannettu siitä, muuttuuko journalismin laatu populaariksi eli täytyykö informatiivisten sisältöjen taipua kevyemmiksi kilpailun ja viihteellistymistrendin paineessa. Samassa merkityksessä on usein puhuttu tabloidisaatiosta: uutiset lyhenevät, lööpit yleistyvät, tyyli värityy ja kärjistyy, ulkomaan-tapahtumia ja varsinkin politiikkaa koskeva uutisointi vähenee, ihmisläheiset jutut saavat lisää tilaa, visuaalisuudella on kasvava rooli, jne. (esim. McLachlan & Golding

2000). Laatukeskusteluissa on siis väitetty, että journalistiset ohjelmat tarjoavat yhä viihteellisempiä aiheita ja näkökulmia sekä keskittyvät yhä enemmän yksityisen alueelle julkisten, yhteisten asioiden käsittelyn sijaan.

Yllä kuvatun voi tulkita näkyvän mm. poliittisessa journalismissa, mutta toisaalta myös kuluttamiseen ja yksilölliseen elämäntapaan liittyvien sisältöjen yleistymisessä. Esimerkiksi naistenlehti *Glorian* kyljessä ovat alkaneet ilmestyä sisustus-, antiikki- ja ruokanumerot ja Suomen Kuvalehti julkaisee gourmet-lehteä ja miesten *life style* -henkistä lehteä. Ruoka-, sisustus-, matkailu-, ja elämänmuutosohjelmat enemmän tai vähemmän viihteellisinä versioina ovat kasvattaneet osuuttaan tv-tarjonnasta erityisesti viime vuosina (Hellman 2001, Aslama & Wallenius 2005). Toisaalta laatukysymys on nostettu esiin erityisesti television ja viihdelehtien osalta: laatuviihde on hyväksyttävää, mutta onko se katoava luonnonvara? Kuinka pitkälle hömppä tai törky voi mennä televisiossa? Tosi-tv-ohjelmien suosio ja kärjistetyimmillään tavallisten ihmisten esiintyminen ja nousu pikajulkiksiksi nolausohjelmissa ovat lisänneet näitä pohdintoja.

Yllättävän vähän on kuitenkin puhuttu ongelmasta, joka liittyy sekä median määrälliseen että laadulliseen monipuolisuuteen. Kommunikatiivisen demokratian näkökulmasta todellisena haasteena voidaan nähdä se, että kaupallistumisen ja yleisöjen tavoittelun lähtökohdista mediasisällöt tuotetaan vain maksukykyisimmälle osalle väestöstä eli niin sanotulle valtaväestölle. Erikoistuminen on lähinnä kuluttamiseen liittyvää, on sitten kyse viinilehdestä tai tieteen ja kulttuurin harrastajalle tähdätystä tv-kanavasta. Monet vähemmistö- ja erityisryhmät, eivät ainoastaan maahanmuuttajat ja kielivähemmistöt vaan myös monet kansalliset osakulttuurit, jäävät sivuun. Ongelmana on myös se, että esimerkiksi nuorille suunnatut palvelut tv-ohjelmista nettisivustoihin eivät tähtää käytännössä lainkaan informaatio- ja orientaatioisältöihin. Myös laadullisesti monipuolisuudessa on parantamisen varaa. Roos (2004, 8–9) toteaa tutkimuksessaan, että joukkoviestimissä ei juurikaan kuvata maahanmuuttajien ja kantäväestön välistä vuorovaikutusta. Sen sijaan media vaientaa ja syyllistää maahanmuuttajat:

Suomalaisen median ongelmat liittyvät pikemminkin hiljaisuuteen [kuin avoimeen rasismiin], sillä maahanmuuttajat esiintyvät harvoin varteenotettavina lähteinä ja puhujina heitä koskevissa uutisissa. Lisäksi etniset vähemmistöt esiintyvät useimmiten negatiivisissa yhteyksissä: rikoksen tekijöinä, huumeiden ja prostituution välittäjinä sekä ”perusteettomien” turvapaikkojen hakijoina.

Muoto: monet rajat murtuvat

Tapa, jolla sisällöt esitetään, on myös murroksessa. Kehitystä voidaan kuvata hybridisaatioksi, sekoittumiseksi. Ensinnäkin lajityyppien yhdistyminen, genrehybridisaatio on ilmiö, joka on noussut selväksi kehityssuuntaukseksi erityisesti kaupallisten televisiokanavien ohjelmistoissa viime vuosina. Kanavat tarjoavat yhä enemmän ohjelmia, joita ei voi yksiselitteisesti sijoittaa yhteen ainoaan ohjelmatyyppiin. Esimerkiksi vuonna 2004 viidennes Nelosen, neljäs MTV3:n ja miltei puolet Subtv:n ohjelmistosta voitiin luokitella tällaisiksi ”sekaohjelmiksi” (Aslama & Wallenius 2005). Virallisen tiedon ja viihteen rajan ei siis tarvitse enää olla yhtä selvä kuin aiemmin, ja esimerkiksi ”asiaviihdestä” on muodostunut televisioteollisuuden käyttämä termi, oma laaja ohjelmatyyppinsä. Samalla murroksessa näyttää olevan yleisöjen puhuttelu. Koska entiset lajityypit sekoittuvat, ei tietty sisältö ole tarkoitettu yksiselitteisesti kansalais-katsojalle tai viihtyvälle kuluttaja-katsojalle (esim. Syvertsen 2004).

Toiseksi hybridisaatio liittyy uuteen teknologiaan ja vuorovaikutteisuuteen, jonka yhtenä seurauksena on monimediaalisuus, eri viestimien sekoittuminen tai yhteispeli. Malliesimerkki tästä ovat nk. ”uudet tv-palvelut”, erityisesti pelit ja chatit, jotka ovat lisääntyneet huikasti suomalaisilla tv-kanavilla viime vuosina (Aslama & Wallenius 2005). Tällaiset tv-palvelut ovat halpoja tuottaa ja siksi ne ovat saaneet ohjelma-aikaa mm. iltapäivien ulkomaisen fiktiotarjonnan kustannuksella. Samalla ne ovat syrjäyttäneet kotimaiset itse tuotetut nuoriso-ohjelmat, jollainen oli muun muassa MTV3:n suosittu *Jyrki*-musiikkiohjelma vielä 2000-luvun alkuvuosina.

Uusmedia ja vuorovaikutteisuus näyttävät kuitenkin palvelevan pääosin kaupallisia intressejä eikä niinkään mediavälitteistä demokratiaa. Internet- ja online-palvelujen sisällöntuotanto oli viime vuosikymmenen loppupuolella nopeimmin kasvava mediasektor, mutta kasvu päättyi 2000-luvun alussa uusmediakuplan puhkeamiseen (Joukkoviestimet 2004). Samalla laantuivat myös optimistisimmat ajatukset uusmedioiden potentiaalista ja aktiivisten uusmediakansalaisten tietoyhteiskunnasta: toki internet ja mobiiliteknologia tuottavat lisäävät globaalia verkostoitumista ja uusia pienyhteisöjä, mutta uusmedioiden kaupallisuuden voidaan yhtäläillä sanoa osaltaan sirpaloittavan julkisen aluetta ja liudentavan kansalaisuutta. Vuorovaikutukseen ja kansalaisten itseilmaisuun perustuvat kanavat ja ohjelmasisällöt ovat viihdepainotteisia (chattien lisäksi visailut, puhelintoivekonsertit, jne.) ja vain vähän informaatioon ja orientoivaan tietoon painottuvaa (lehtien kyselypalstat): ohjelmaformaattit määräävät etukäteen, missä asioissa ja missä muodoissa vuorovaikutus ja itseilmaisuus voi tapahtua.

Uusi teknologia on näyttävimminkin valjastettu tarjonnan ja näkyvyyden sekä sisällön kierrätyksen ja tuoton maksimointiin, kun tietyn teeman ympärille luodaan nk. cross-media-tuotepäiteitä. Esimerkiksi elokuussa 2005 käynnistynyt Suomen Big Brother on tv-ohjelma, josta nähdään joka päivä kaksi eri varianttia Subtv-kanavalla, mutta lisäksi se on keskustelupalstoja, uutispäivityksiä ja muita palveluja sisältävä Internet-sivusto, jossa voi myös maksua vastaan seurata reaaliaikaista kamerakuvaa 24 tuntia vuorokaudessa (sama lähetys näkyy myös erikseen omalla kaapelikanavallaan). Olenaisena osana tuotetta ovat myös mobiiliäänestykset, WAP-sivustot, SMS-tietokilpailut ja -uutiset. Britanniassa Big Brother-, Idols- ja Popstars-ohjelmiin liittyneet äänestykset kilpailujen voittajista ovat saaneet aikaan massiivisia äänestysvyyryjä. Verrattuna maan poliittisen aktivismin alamäkeen ja äänestysapaattisuuteen tv-äänestysten kiihko on saanut tutkijat puhumaan ”äänestysparadoksista” (Corner & Pels 2003). Kärjistäen voi väittää, että monimediaaliset tosi-tv-viihdeohjelmat ovat onnistuneet suurelta osin muodon monipuolisuuden avulla valjastamaan ne joukkoviestinten ominaisuudet, jotka olisivat kansalaisuuden ja demokratian kannalta erityisen keskeisiä: ne tarjoavat yleisöille usein suoran lähetyksen tai dokumentaarisuuden tuntua ja siten eräänlaisen kansalais-todistajan roolin. Samalla ne luovat katsojille mahdollisuuden kokea yhteisöllisyyttä ja antavat päätösvaltaa, aktiivisen toimijan aseman.

Yhteenvedona suomalaisista mediasisällöistä voi todeta, että sisältöjen laatu ja niiden vastaavuus käyttäjien odotuksiin ovat kansainvälisesti hyviä. Median ja demokratian kannalta on kuitenkin keskeistä, vaikuttavatko mediatalouden globalisoituminen, kansallisen kilpailun kiristyminen ja teknologinen konvergenssi myös kulttuurikehityksen konvergoitumiseen: onko seurauksena paitsi ohjelmistojen samankaltaistumiseen, myös lähestymistapojen ja näkökulmien yhdenmukaistuminen. (Vrt. Aslama & Jääsaari 2004.) Tällä hetkellä vaikuttaa siltä, että mediakenttä keskittyy täyttämään vain valtaväestön tai maksukykyisimpien yleisöjen odotuksia ja tarpeita ja jättää erilaiset vähemmistöt ja osakulttuurit vähemmälle.

Tapaus televisiosisällöt: ohjelmistot ja määrällinen monipuolisuus

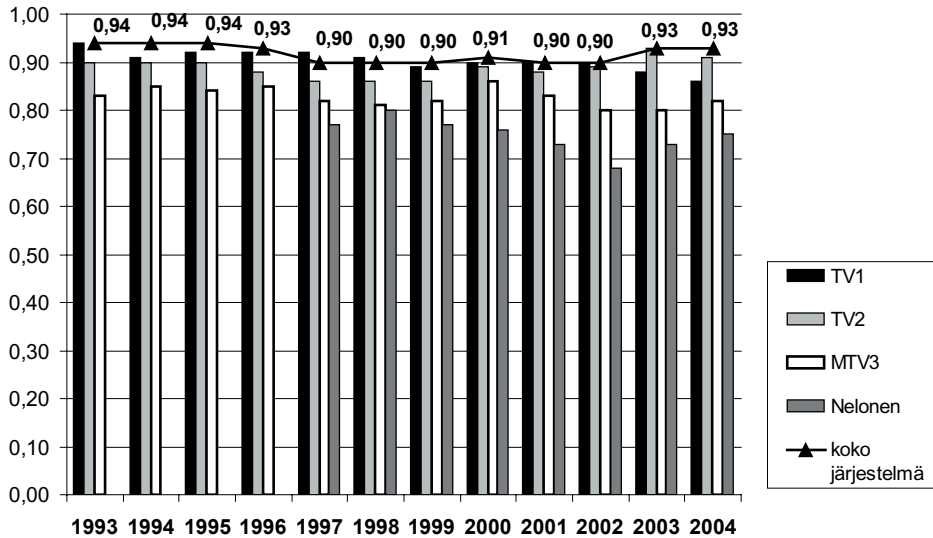
Vaikka valtakunnallinen analoginen tv-tarjonta on viime vuosikymmenenä kaksinkertaistunut ja digitalisoiminen tuonut jo nyt viisi uutta maksutonta kanavaa, ei suomalainen ohjelmisto määrällisin mittarein mitattuna ole dramaattisesti viiheellistynyt. Ohjelmaluokkia tarkasteltaessa tilanne näyttää tällä hetkellä melko samankaltaiselta kuin vuonna 1993, jolloin varsinainen julkisen ja kaupallisen tv-toiminnan rinnakkaiselo

alkoi MTV3:n itsenäistyttyä omaksi kanavakseen. Ulkomaisen fiktion tarjoajana profiloitunut Nelonen on toki kasvattanut viihteellisten ohjelmien ja vastaavasti laskenut informatiivisen tarjonnan osuutta suomalaisesta kokonaistarjonnasta jonkin verran vuodesta 1997 lukien. Toisaalta YLE:n kanavat, varsinkin TV1, ovat vastaavasti informatiivisoituneet (Aslama & Wallenius 2005). YLE ei siis kilpaile samankaltaisilla profiileilla kaupallisten kanavien kanssa.

Määrällinen informatiivisuus–viihteellisyys-kahtiajako ei kuitenkaan kerro sitä, millainen kirjo erilaisia ohjelmatyyppejä katsojalle on tarjolla ja miten tasaisesti ne ohjelma-kaaviossa jakautuvat. Mediatiloustieteellinen (tilastollinen) diversiteetin eli monipuolisuuden käsite tarkoittaa juuri tätä lajityyppien tasaista esiintymistä ja sitä mitataan hyvin yleisesti ns. suhteellisen entropian matemaattisella mittarilla. (Ks. Hellman 2001.)

Kuvio 2 osoittaa, että suomalainen televisio oli vuonna 2004 kokonaisuudessaan ohjelmistoiltaan edelleenkin erittäin monipuolinen: miltei yhtä monipuolinen kuin kolmen täyden palvelun kanavan aikaan vuonna 1993 ja selvästi monipuolisempi kuin nelikanavajärjestelmän alussa vuonna 1997. Nelosen synty sai aikaan notkahduksen koko ohjelmiston monipuolisuudessa ja nelikanavajärjestelmän ensi vuosina myös yksittäisten, uudessa kilpailutilanteessa parasta ohjelmistostrategiaa etsivien kanavien diversiteetti käärsi. Viime vuosina kokonaistarjonnan monipuolisuus on kuitenkin selvästi kasvanut. Tähän on syynä YLE:n kanavien keskinäinen työnjako: TV1 on muuttunut entistä asiapainotteisemmaksi ja samalla kapeammaksi kanavaksi, mutta toisaalta siten nostanut kanavajärjestelmän yhteenlaskettua monipuolisuutta. Televisiosisältöihin vaikuttaa säännellyn kilpailun tilanne. Pienillä tv-markkinoilla, joilla toimii sekä julkisia että yksityisesti omistettuja tv-kanavia, rakenteellinen sääntely (poliittiset päätökset siitä, kuinka monta toimijaa ja mitkä nimenomaiset yritykset pääsevät toimialalle ja millaisin ehdoin) vaikuttaa ohjelmiston monipuolisuuteen enemmän kuin toimialan rakenteen yleiset taloudelliset ehdot tai yritysten toiminnallinen sääntely, joka tarkoittaa suoranaisia sisältöä koskevia määräyksiä.

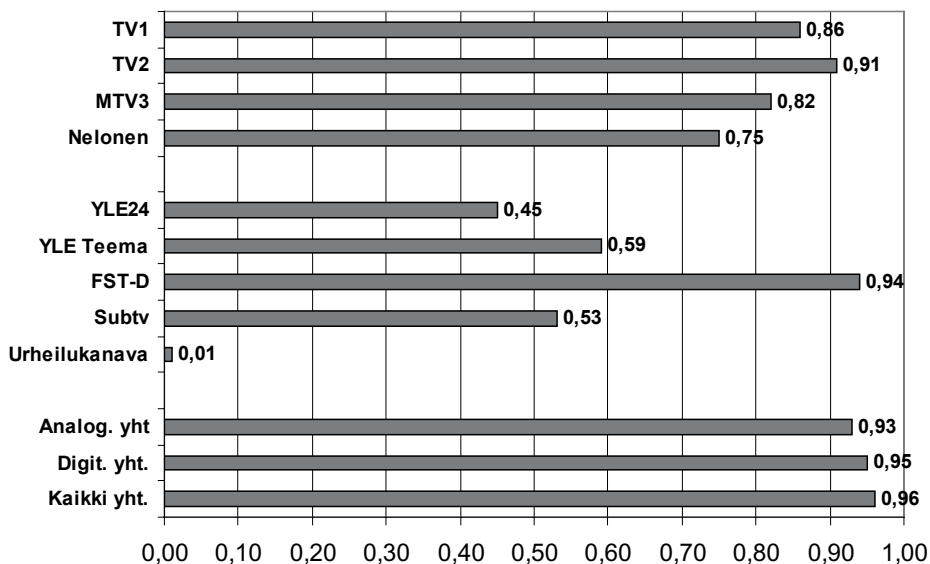
Kuvio 2. Analogisen tv-tarjonnan monipuolisuus 1993-2004 (Lähde: Aslama & Wallenius 2005)



Kuvio 3 esittää monipuolisuutta sekä analogisilla että digitaalisilla maksuttomilla kanavilla (YLE24, YLE Teema, FST-D, Subtv ja Urheilukanava) vuonna 2004. Kiinnostavaa on, että FST-D:tä lukuun ottamatta hyvinkin erikoistuneet digikanavat tarjosivat yhteenlaskettuna hieman laavamman ohjelmiston kuin täyden palvelun analogiset kanavat ja että analoginen ja digitaalinen tarjonta muodostivat yhdessä monipuolisemman kokonaisuuden kuin erikseen. Erityisesti jälkimmäinen tulos ennustaa sitä, että tuleva digiaika tarjoaa katsojille erittäin laavan kirjon ohjelmistoja, kun tarjontaa tarkastellaan koko tv-järjestelmän kannalta. Sama on havaittavissa myös parhaan katseluajan eli prime timen ohjelmistoissa. Vaikka MTV3:n ja Nelosen draamasijoittelu, suosittujen Mullan alla ja Sopranos –sarjojen päällekkäisyys, puhututti vuonna 2004, kanavat erikoistuvat ja tarjoavat vaihtoehtoja myös iltaisin sen sijaan että kilpailisivat samanlaisilla ohjelmistoilla. Suomalaisen television monipuolisuus on osaltaan tulosta kanavien keskinäisestä työnjaosta. Erottautuminen on ollut alusta lähtien digitaalisten kanavien perusta, mutta se on vuosi vuodelta käynyt yhä selymmäksi myös Yleisradion analogisessa tarjonnassa. YLE siis näyttää mieltävän analogisen tarjonnan kahden kanavan kokonaisuutena, vaikka TV1 ja TV2 ovatkin edelleen täyden palvelun kanavia. YLE:n

analoginen tarjonta olikin yhtä monipuolista kuin analoginen kokonaistarjonta – ja monipuolisempaa kuin TV1:n tai TV2:n tarjonta erikseen. (Aslama & Wallenius 2005.)

Kuvio 3. Suomalaisen tv-järjestelmän monipuolisuus 2004 (Lähde: Aslama & Wallenius 2005)



Suomalainen katsoja voi siis valita yhä suuremmasta määrästä ohjelmia hyvin monenlaista katsottavaa. Suurin muutos television ohjelmistorakenteissa ei olekaan viihteellistyminen ja ohjelmistojen konvergenssi, vaan erikoistuminen. Konvergenssia saatetaan hakea saman konsernin tai tietyn ohjelman puitteissa eri välineiden välillä (vrt. esim. Idols, Big Brother), mutta profiileissaan televisiokanavat jakavat työnsarkaa (ks. TV1:n ja TV2:n keskinäinen työnjako, joka on esitetty kanavatoimeksiannoissa, vrt. Hujanen 2002), teemoittuvat (Urheilukanava, YLE 24 ja Teema) tai suuntautuvat selvästi tietylle kohderyhmälle (Subtv – ”televiiosukupolven kanava” ja FST-D). Monikanava-ajan työnjaolla on kuitenkin haasteensa. Yhdeksän yllä kuvatun kanavan lisäksi vuonna 2004 aloittaneet digikanavat, maksulliset neljä Canal+ -kanavaa, samoin maksulliset musiikkivideoita näyttävä The Voice, Aikuisviihdekanava Digiviihde, sekä alueelliset kanavat edustavat nekin ”kapean palvelun” ideologiaa.

Temaattisten kanavien tulevaisuuden haaste voi olla niiden fragmentoiva vaikutus: yh-

teiset kokemukset katoavat yksilöllisten kuluttaja-katsojien valitessa täsmäohjelmistoa. Sama pätee myös ajatukseen digitaalitekniikan mahdollistamista ”itse rakennetuista kanavista”. Demokratian ja kansalaisuuden kannalta digiajan haasteena on siis sekä sisältöjen että palvelujen universaalisuus laajassa merkityksessä: sekä niiden saatavuus kaikille yhtenäisin ehdoin, että niiden monipuolisuus niin lähteiden kuin sisältöjenkin kannalta (Aslama & Syvertsen, tulossa.) Demokratian kannalta keskeistä onkin se, kokoako televisio tulevaisuudessa erilaiset kansalaiset yhteen yhteisesti keskeisen informaation ja jaettujen kokemusten ääreen, vai synnyttävätkö eriytyvät ja erikoistuvat kanavat samalla yhä pienempiä erityisyleisöjä.

Yleisöt: kehitys ja seuraukset

Vaikka tarjolla olevat mediakanavat ja sisällöt ovat moninkertaistuneet muutamien viime vuosikymmenten aikana, vuonna 2005 eletään yhä tilanteessa, jossa niin sanottu perinteinen media – sanomalehdet, televisio, radio – tavoittaa edelleen päivittäin valtaosan kansalaisista, ja puheella kansallisesta yleisöstä ja kansallisesta julkisuudesta on edelleen katetta. Televisio ja sanomalehdistö tavoittavat edelleen säännöllisesti valtaosan kansalaisista; yhdessä ne kokoavat yli 80 prosenttia suomalaisista päivittäisiksi yleisöikseen. Vuodenvaihteen 2004–2005 kokemukset Aasian hyökyaaltokatastrofista osoittavat, että varsinkin kriisitilanteessa kansalaiset odottavat edelleen vahvaa ja keskitettyä tiedonvälitystä ja että katastrofi- ja kriisitilanteessa myös ”uusi media” pikeminkin vahvistaa kansallista julkisuutta ja kokoaa yleisöjä kuin tukee niiden pirstoutumista (ks. VNK 7/2005; OTK A2/2005).

Kuva ei ole kuitenkaan yksinkertainen. 1990- ja 2000-lukujen kokemusten pohjalta nähdään, että julkisuuden ja yleisöjen jakautumista on selvästi tapahtunut. Kyse on kahdenlaisesta kehityksestä. Toisaalta kansalaisten sosiaalinen toimintakykyisyys edellyttää paljon aiempaa tiiviimpää ja monipuolisempaa kykyä seurata ja hallita mediaa. Kehitystä voidaan kutsua siirtymäksi mediayhteiskuntaan (esim. Matikkala & Inkinen 2005, 43). Toisaalta samaan aikaan on ollut käynnissä voimakas eriarvoistumiskehitys, joka ilmenee korkeana pysyvänä nuorisotyöttömyytenä, julkisten koulutus- ja sosiaalimenojen supistumisena ja tuloerojen kasvuna. Tämä näkyy selvästi myös kasvavina eroina median käytössä ja käyttötavoissa. Yhdistyneenä nämä ovat johtaneet uudenlaisten väliinpuotoajaryhmien syntyyn. Niihin kuuluville on ominaista, että heidän tavoittamisensa median välityksellä on hankalaa: voimakkaasti kaupallis-

tunut media ei puhuttele heitä muussa ominaisuudessa kuin potentiaalisena viihteen ja viihdeteknologian asiakkaina.

Kansalaisten viestinnällisten oikeuksien kannalta ongelmana ovat ryhmät, joilta puuttuvat valmiudet ja mahdollisuus median monipuoliseen käyttöön. Eri arvioiden mukaan tähän kuuluu jopa noin 15–20 prosenttia kansalaisista. Yleisesti määriteltynä, tähän ryhmään kuuluvilla on alhainen koulutustaso. He eivät lue juurikaan sanomalehtiä, mutta katsovat paljon televisiota, erityisesti kaupallisia kanavia, ja lukevat aikauslehtiä. He eivät käytä internetiä eivätkä ole siitä kiinnostuneita.

Nuorison mediankäytössä on havaittavissa eniten muutoksia. Tämä näkyy myös radion käytössä, joka on nuorempien kuuntelijoiden keskuudessa hajautunut monille eri kanaville. Suorimmin se näkyy luonnollisesti internetissä, jonka olemukseen ei kuulu joukkoviestintä ja suuren yleisöjen kerääminen samoille kanaville. Nuorison eriytynyttä median käyttöä ei kuitenkaan pidä tulkita kokonaan vastakkaiseksi perinteisemmälle median käytölle, vaan kuten Aasian hyökyaaltokatastrofi osoitti, eri mediat täydentävät eri tilanteissa tehokkaasti toisiaan. Pelkän iän käyttäminen selittäväenä tekijänä mediankäytön muutoksissa peittää kuitenkin helposti taakseen muita tärkeitä jakavia tekijöitä. Edellä on todettu, että koulutuksella on keskeinen merkitys yhteiskunnallisen toimintakyvyn luomisessa ja ylläpitämisessä. Sen vaikutusta vahvistavat erot asuinpaikassa ja asemassa työelämässä. Nuoretkaan eivät muodosta yhtenäistä ryhmää, vaan kuten Päivi Kurikka (2002, 27) toteaa: *”Myös nuoret omana ryhmänään jakaantuvat ’kahteen kerrokseen’: niihin, jotka osaavat, ja niihin, jotka eivät osaa”*.

Sähköinen media ja internet

Suurimmat muutokset suomalaisten mediankäytössä ovat tapahtuneet sähköisen median parissa käytetyssä ajassa. Kasvua on tapahtunut ennen muuta television katselussa ja internetin käytössä. Viime vuosina television katselu on kuitenkin pysynyt lähes ennallaan, kun samaan aikaan internetin parissa käytetty aika on jatkuvasti kasvanut. Televisiolla on Suomessa edelleen merkittävän huomattava kansakuntaa yhdistävä merkitys. Kahden suurimman yhtiön (YLE, MTV3) kanavat tavoittavat päivittäin yli 80 prosenttia kansalaisista. Tähän sisältyy kuitenkin suuri kirjo erilaisia katsojaryhmiä, jotka eroavat toisistaan erityisesti iän, sukupuolen ja asuinpaikan mukaan. Ikä on suurin erotteleva tekijä: YLE:n kanavat tavoittavat päivittäin vain noin 25 prosenttia nuoremmista katsojaryhmistä, sen sijaan 65 prosenttia seuraa kaupallisia kanavia. Kiinnostavaa on, että nuorison keskuudessa television katselu vähentyi selvästi vuosi-

na 2003–2004. Osasyynä on pidetty internetin lisääntyvää käyttöä, mutta myös MTV3:n nuorisolle suunnatun iltapäiväohjelmiston lopettamisella on ollut vaikutusta.

Internetin kulttuurisia vaikutuksia on helposti liioiteltu. Se ei ole vielä osa kaikkien kansalaisten arkea. Vaikka vuonna 2004 noin 60 prosenttia kansalaisista sanoi käyttävänsä internetiä päivittäin (Joukkoviestimet 2004), lähes 30 prosenttia väestöstä ei ollut käyttänyt sitä koskaan. Tutkimusten mukaan internet-yhteys oli tuolloin puolessa suomalaisista kotitalouksista, mutta puolet oli edelleen ilman – eikä uusien yhteyksien lukumäärän ennustettu enää juurikaan kasvavan (Nurmela & Sirkiä 2004). Nuoremmissa ikäryhmissä internetin käyttö on vakiintumassa korkealle tasolle, kun taas vanhemmat ikäryhmät ovat jäämässä syrjään kehityksestä. Käyttö näyttää keskittyvän Etelä-Suomeen ja suuriin kaupunkikeskuksiin. Maaseutukunnissa käyttö on selvästi vähäisempää. Suurimmat erottelevat tekijät internetin käytössä ovat ikä, koulutus ja asuinpaikka. Koulutuksen merkitys korostuu selvästi sekä käyttöaktiivisuudessa että käytön monipuolisuudessa. (Kurikka 2002, 7–9; Nurmi 2005)

Samalla kun internetin käyttö on aktiivisinta nuorten keskuudessa, neljäsosa 15—29 vuotiaista suomalaisista ei osoita mitään kiinnostusta internetin käyttöön. Tähän ryhmään kuuluvat ovat myös vähiten koulutettuja ja tiukimmin kiinni perinteisessä ympäristössään. (Nurmi 2005; Kurikka 2002). Jos ajatellaan internetin kehitystä kansalaisten viestinnällisten oikeuksien näkökulmasta, on Juha Nurmelan ja Timo Sirkiän (2004, 17) johtopäätös huolestuttava:

[M]itä monipuolisemmasta, säännöllisemmästä tai syvemmälle käyttäjän arkiseen toimintaan nivoutuvasta viestintävälineiden ja -palvelujen käytöstä on kyse, sitä suuremmat ovat sekä ikäryhmien että taajama-asteiden mukaiset erot. [--] Tulosten mukaan sekä nykyinen että mahdollinen uusi palvelutarjonta vastaa parhaiten ylempien toimihenkilöiden elämäntilanteen tarpeisiin.

Painoviestintä

Kokemukset osoittavat myös, että ennusteet painoviestinnän kuolemasta ensin television ja sitten internetin tulon johdosta ovat olleet liian aikaisia. Painetulla viestinnällä, lehdistöllä ja kirjallisuudella, on vahva asema suomalaisessa kulttuurissa. Vaikka tendenssi lukemisharrastuksen vähentymiseen on olemassa, se on yhä varsin hidas. Sekin kohdistuu epätasaisesti eri väestöryhmiin. Erityisesti korkeammin koulutettujen ryhmien keskuudessa kirjallinen kulttuuri säilyttää asemansa ja jopa vahvistuu. Sen sijaan heikommin koulutettujen ryhmien keskuudessa lukemisharrastus vähenee.

Aikakauslehtien lukemiseen käytetty aika on selvästi lisääntynyt myös nuorten keskuudessa, kun sanomalehtiin käytetty aika samaan aikaan on vähentymässä. Vaikka nuorten sanomalehtien lukemiseen käyttämän ajan vähentyminen näyttää selvältä kehityspiirteeltä, on se kansainvälisessä vertailussa edelleen korkealla tasolla. Osittain sen supistumista kompensoi nopeasti lukumääräänsä ja levikkiään kasvattaneiden ilmaisjakelulehtien lisääntyvä seuraaminen. Kuten aiemmin todettiin, eniten levikkiään ovat lisänneet niin sanotut juorulehdet, kuten 7 päivää (levikki 262 000 kpl vuonna 2004), Katso (96 000 kpl) ja OHO! (67 000) sekä ns. elämäntyylijulkaisut, jotka käsittelevät muotia, sisustusta, ruokailua ja liikuntaa (Aikakauslehtien liitto 2005; Joukkoviestimet 2004).

Keskinäisviestinnän merkitys kasvaa

Tärkeimmältä ja kaikkia kansalaisia koskevalta Suomen viestintämaiseman muutokselta tuntuu keskinäisviestintää koskeva mullistus. Kyse ei ole vain yhdestä välineestä, vaan useiden välineiden ja tekniikoiden yhteisvaikutuksesta. Suurin merkitys on matkapuhelimen yleistymisellä: mobiili viestin on nykyään käytännössä jokaisella suomalaisella, ikään, koulutukseen tai ammattiasemaan katsomatta. Matkapuhelimeen liittyy tekstiviestinnän nopea omaksuminen ja sen ”läpitukenisuus” suomalaisessa kulttuurissa. Myös sähköposti on lähes kaikkien ulottuvilla, ja täydentää tätä uutta keskinäisviestinnän kumousta. (Matikkala & Inkinen 2005, 36–40.) Keskinäisviestinnän merkityksen kasvua osoittaa myös se, että kotitalouksien viestintään käytetyistä kulutusmenoista yhä kasvava osa menee verkko- ja mobiiliviestintään. Sen sijaan kirjallisen viestinnän osuus on selvässä laskusuunnassa. Televiestinnän (internet, matkapuhelut, tekstiviestit) osuus on kasvanut 2,5-kertaiseksi kun kirjallisuuteen käytettyjen menojen osuus on supistunut samassa ajassa lähes neljänneksen (Joukkoviestintä 2004).

Tapaus televisioyleisöt: kansalainen, markkinasegmentti, viihtyjä?

Demokratian ja yleisöjen kannalta keskeiset teemat ovat samat kaikilla medioilla, mutta ne näkyvät suurimpina muutoksina juuri televisionkatselussa. Yleisöjen fragmentoituminen on viime vuosikymmenien kehitys: kun esimerkiksi aluelehdistö ja erikoistuneet aikakauslehdet ovat aina palvelleet pienempiä yleisöryhmiä, televisio on perinteisesti luonut kansallisia massayleisöjä. Toisaalta väitetty kulutuksen keventyminen – vakava asia ja varsinkaan politiikka ei enää kiinnosta, eikä katsoja ole aktiivinen yhteiskun-

nan päätöksentekoon osallistuva kansalainen – on liitetty varsinkin televisioon (esim. Blumer 1998). Väittäjä on näet television ”tyhmentymiskiirteen” vastinpari: hömppä selittää informaation ja viekoittelee kansalaiset pois tärkeiden asioiden ääreltä.

Televisio joka tapauksessa kiinnostaa. Tilastot osoittavat tv:n katselun olevan merkittävä osa suomalaisten arkea: siihen käytetty aika kasvoi huomattavasti 1990-luvulla, mutta on vuosituhaten vaihteessa vakiintunut osapuilleen kahteen tuntiin neljäänkymmenen minuuttiin päivässä. Vuonna 2004 television päivittäinen tavoitavuus² oli 74 prosenttia. Vain seitsemällä prosentilla suomalaisista kotitalouksista ei ole televisiota, kolmanneksella niitä on jopa kaksi. (Joukkoviestimet 2004, Jääsaari ym. 2005). Yleisesti ottaen: mitä nuorempi katsoja, sitä vähemmän hän katsoo televisiota. Aikuisilla vapaa-aika on luonnollisesti keskeinen katsoisuuden osatekijä: mitä enemmän aikaa on, sitä suurempi rooli televisiolla on. Vuonna 2001 järjestetty ”Yksi päivä mediaa” -kirjoitushanke havainnollisti, että eläkeläiset ovat ylipäänsäkin kaiken median suurkuluttajia (Kytömäki 2002). Eläkeläiset käyttivät vuonna 2004 keskivertopäivänä television katseluun reilusti yli neljä tuntia. Niin kutsuttu ensimmäinen tv-sukupolvi (1957-1970 syntyneet), jonka katselu on keskivertolukemissa, suhtautuu puolestaan kaikkeen mediaan kahtalaisesti: toisaalta viestimet tarjoavat ahdistavaa informaatiohäkyä, toisaalta kiinnostavaa uutta tietoa, rentoutumista ja arjen seuraa (Haaramo 2002). Vaikka kanavat profiloituvat osin katsojien iän mukaan, mutta katselua määräävät kuitenkin yhä vähemmän yksistään perinteiset muuttajat kuten ikä, sukupuoli tai vaikkapa asuinpaikka. Niiden rinnalla valintoja selittääkin elämänvaihe – onko katsoja perheellinen vai sinkku, opiskelija, uraa rakentava vai vapaalla (esim. Kytömäki & Ruohomaa 2002, 10; Gauntlett & Hill 1999).

Yleisöjen perusnäkemykset televisiosta ovat kuitenkin aika yhdenmukaisia. YLE:n (Jääsaari ym. 2005) teettämä kysely katsojatytyväisyystutkimusta varten nostaa katsojien tärkeimmiksi kriteereiksi uutis- ja ajankohtaisohjelmien luotettavuuden, ohjelmien yleisen laadun, tarjonnan monipuolisuuden sekä hyödyllisen tiedon ja asiapitoisuuden, mukaan lukien dokumenttitarjonnan. Myös kotimainen viihde ja fiktio mainitaan myöhemmin tärkeysjärjestyksessä. Kulttuuri- ja opetusohjelmat ovat listan hännillä. Tulokset kertovat varmasti siitä, että perinteinen kansalaiskatsojan rooli mielletään yhä tärkeäksi ja sitä korostetaan kysyttäessä vaikka omat tv:n katselutottumukset olisivatkin toisenlaiset. Tutkimus viittaa yhtäläillä myös siihen, että monipuolisuuden arvostaminen

² Tavoitavuus tarkoittaa ”niiden katselijoiden suhteellista määrää tutkitussa väestössä, jotka katsovat tv:tä vähintään yhden minuutin päivän aikana. Tarkastelun väestöpohjana on neljä vuotta täyttäneet suomalaiset Ahvenanmaata lukuun ottamatta” (Jääsaari ym. 2005, 14.)

ja erilaisten ohjelmistojen saatavuus samalta kanavalta on tärkeää (Jääsaari ym. 2005, 26). Kiinnostavaa on, että kohderyhmä- ja teemakanavien määrän kasvaessa katsojien laadun mittari on kanavan sisäinen monipuolisuus.

Muidenkaan YLE:n tutkimusten mukaan yleisöt eivät halua pelkkää viihdettä. Jääsaaren (2004) tutkimus kartoitti katsojien näkemyksiä television, erityisesti Yleisradion, nykytilasta ja tulevaisuudesta.³ Snellin ym. (2003) tutkimus kokosi YLE:n Yleisötutkimuksen laadullisista tutkimuksista havaintoja yleisöjen näkemyksistä eri ohjelmatyypeistä. Kumpikin näkökulma yleisöihin todentaa, että viihteeseen suhtaudutaan ristiriitaisesti. Viihdettä ei moralisoida yhtä paljon kuin aikaisemmin, mikä saattaa johtua viihdetarjonnan kasvusta.

Asian ja viihteen raja on edelleenkin tärkeä, koska se kertoo, miten lähtökohtaisesti suhtautua ohjelmaan: osana viihdeohjelmaa asia on helppo hyväksyä, mutta journalismin keventäminen viihdestä tutuilla elementeillä ärsyttää monia. Tutkimuksissa ilmenee kaipuu älykkäisiin, kansalaisille suunnattuihin ohjelmiin: katsojat kokevat ajankohdais- ja asiaohjelmien olevan uhattuna. Kuitenkin näkökulma politiikan julkisuuteen on kovinkin ristiriitainen. Kosken (2002) tutkimuksessa kävi ilmi, että haastateltavat toisaalta suhtautuivat kyynisesti politiikkaan ja poliitikkoihin, toisaalta korostivat omaa kiinnostustaan ja osallistumisen tärkeyttä. Kosken (2002) haastateltavat olivat kuitenkin toisella kannalla kuin monet mediatutkijat: poliittisen julkisuuden koettiin muuttuneen positiiviseen suuntaan ja poliitikkojen yksityiselämä koettiin kansalaisten kannalta merkityksellisenä. Kritiikkiä media sai vain kielteisten asioiden kaivelusta.

Jääsaaren (2004) tutkimuksessa sekä laadulliset kirjoitukset että kyselytutkimus todentavat kuitenkin katsojien yleistä huolta televisiokulttuurista. Kaikenikäisten ja -taustaisten katsojien kauhuskenaariossa kanavat täyttävät ohjelma-aikansa uusien amerikkalaista viihdettä. YLE:n erityislaatuisuuden pelätään katoavan, jos yhtiö alkaa yhä enenevässä määrin tavoitella korkeita katsojalukuja ja kilpailla kaupallisten kanavien kanssa. Samalla pelätään laadusta tinkimistä ja halpoihin osto-ohjelmiin turvautumista. Kyselyn suurin huolenaihe oli tv-väkivalta: lähes 70 prosenttia suomalaisista katsoo sitä olevan televisiossa liikaa. Myös uusinnat, katsojalukuihin perustuva ohjelmistopolitiikka ja amerikkalaistuminen nousivat keskeisiksi ongelmiksi. Median ja demokratian kannalta

³ Analyysiin sisältyi sekä kvantitatiivinen kyselytutkimus että nk. Mediapaneeli-aineisto. Jälkimmäinen koostuu 200:sta eri taustaisesta ihmisestä, jotka kirjoittavat YLE:n Yleisötutkimukselle omista näkemyksistään ja kokemuksistaan muutaman kerran vuodessa; tällä kertaa teemana olivat Yleisradion tavoitteet, toiminta ja tulevaisuus.

merkittävin tulos oli se, että yhdeksi julkisen palvelun suurimmista riskitekijöistä miellettiin katsojien aliarviointi ja kansalaisten eriarvoinen kohtelu. Tämä konkretisoituu huoleen siitä, että yleisöt nähtäisiin YLE:ssäkin vain katsojalukujen kautta.

Hyvin samankaltaisia kommentteja esitettiin Otakantaa-verkkokeskustelussa, joka käytiin loka-marraskuussa 2004 parlamentaarisen työryhmän selvityksen ”Julkisen palvelun televisio- ja radiotoiminta 2010” ehdotuksista (Aslama 2004b). Yli 1500 kommentin perusteella suosituin käsitys tulevaisuuden julkisesta palvelusta oli verovaroin rahoitettu YLE, joka tarjoaisi jonkin verran erikoistunutta ja kaupallisesta tarjonnasta poikkeavaa monipuolista ja -arvoista ohjelmistoa sekä pysyisi ajan tasalla teknologian kehityksessä niin digitelevisiossa kuin myös verkkomediassa. Keskustelussa yleinen käsitys näytti olevan joko se, että YLE kilpailee jo nyt ohjelmistoillaan kaupallisten yritysten kanssa tai että tulevaisuuden vaarana on YLE:n ja kaupallisen tarjonnan sisällöllinen samankaltaistuminen. Keskustelussa oli läsnä myös uhka ”kansalaisroolin katoamisesta”, epäily omien vaikuttamismahdollisuuksien suhteen:

> -- *Seppo Niemelä kirjoitti 15.10.2004 09:04* --

> *Jo nyt on selvää, että oli hyvä idea avata tämä keskustelu. Se antaa nostaa esiin > näkökantoja, jotka eivät muuten tarpeeksi kuulu. Se nostaa esiin kysymyksiä, joista > pitää keskustella. Kirjoitukset herättävät todella paljon ajatuksia.*

Totta - hyvä idea avata tämä keskustelu. Kommenteistasi tällä foorumilla vain saa sen käsityksen että asiat on JO PÄÄTETTY. Nyt annetaan kansalaisille vain näennäinen vaikuttamisen mahdollisuus: ”kunhan nyt vähän päästelevät höyryjä, tehdään kuitenkin niin kuin sovittiin aiemmin”, ajattelette. Mitä se semmoinen kansanvalta on jossa kansalaisten mielipiteet sivuutetaan tyystin? Voit varmaan nähdä jo tähän asti kertyneistä kommentteista, että kansa vastustaa tämäntyyppistä veroluonteista maksua siinä muodossa kun te esitätte. Tätä mielipidettä EI SAA SIVUUTTAA. [...]

Osan kyynisistä ja joskus jopa aggressiivisia sävyjä saaneista viesteistä Otakantaa-sivustolla voi laittaa kommentoinnin muodon tiliin. Anonyymi verkkokeskustelu ruokkii räväköitä kannanottoja; osallistujat ovat netissä viihtyviä ja aktiivisia kommentoijia. Keskeistä kuitenkin on se, että ylläkuvatut havainnot ovat pohjimmiltaan samankaltaisia. Ne viittaavat siihen, että kansalaiset kokevat olevansa mediapoliittisesta keskustelusta ja päätöksenteosta paitsiossa. Tämä ei liene yllätys, sillä teema toistuu myös

mediapoliittisesta päätöksenteosta uutisoitaessa: esimerkiksi julkisuudessa käydyssä keskustelussa television digitalisoimisesta katsojalle ei juuri annettu päättävän kansalaisen vaan lähinnä digiboksin ostoa harkitsevan kuluttajan rooli (Aslama 2003).

Median suorituksen arviointia

Edellä olemme tarkastelleen suomalaisen mediajärjestelmän toimintaa sen rakenteiden, sisältöjen ja yleisöjen näkökulmasta. Millaisen yleisarvion voimme nyt esittää, kun näkökulmana on demokratian ja kansalaisten viestinnällisten oikeuksien toteutuminen?

Rakenteet

Kansalaisten viestinnällisten oikeuksien näkökulmasta suomalainen mediajärjestelmä on muodollisesti varsin monipuolinen: tarjolla on laaja valikoima kanavia ja erilaisia sisältöjä. Verrattuna moniin maihin Suomessa on informatiivista ja orientoivaa sisältöä tarjoavilla viestimillä ollut perinteisesti vahva asema, mihin on liittynyt julkisen palvelun televisio- ja radiotoiminnan saama laaja hyväksyntä.

Parin viime vuosikymmenen aikana on kuitenkin tapahtunut muutos kohti viihteellisemmin painottunutta mediarakennetta. Tähän ovat vaikuttaneet muun muassa median markkinoituminen ja omistuksen keskittyminen. Mitä keskittyneempää omistus on, sitä voimakkaampia ovat paineet tarjonnan yhdenmukaistamiseen ja sisältöjen standardointiin. Liberalistisesti suuntautunut viestintäpolitiikka on osaltaan vauhdittanut tätä kehitystä.

Uusien medioiden liittyminen Suomen mediajärjestelmään ei ole sujunut kitkatta. Internetin ja laajakaistaisen verkkoyhteyden saatavuudessa on yhä ongelmia. Markkina-lähtöisellä mediapolitiikalla ei ole kyetty turvaamaan palvelujen tasavertaista saatavuutta ja niiden sisällöllistä monipuolisuutta.

Sisällöt

Median sisällöt ovat jatkuvassa muutoksessa. Viime aikoina muutos on kiihtynyt kaupallisen kilpailun ja kansainvälistymisen myötä. Kilpailu on johtanut jatkuvaan tuotekehittelyyn sekä eettisten ja esteettisten rajojen etsimiseen. Edellä tätä koskevaa keskustelua on kuvattu muun muassa tabloidisaation käsitteen kautta. Perinteisten journalististen normien – kuten objektiivisuus, neutraalisuus, tosiasiallisuus – rinnalle

on hyväksytty subjektiivisempi tyyli, lähempänä ihmisten arkea oleva ja enemmän tunteisiin vetoava lähestymistapa. Samanlainen kehitys on tapahtunut television sisällöissä. Se, mihin usein viitataan ohjelmiston keventymisenä, voidaan nähdä myös journalismin lähestymistapojen ja aiheiden moninaistumisena. Television alkuaikojen tapa lähestyä katsojia suuren passiivisen yleisön jäsenenä on muuttunut. Nykyään katsojia puhutellaan monin eri tavoin: eri osayleisöjen jäsenenä, kansalaisina, median käyttäjinä, kuluttajina.

Median sisältöjen suhteen ongelmana ei ole niinkään erilaisten välineiden, lähteiden ja vaikkapa ohjelmatyyppien puute kuin todellisten sisällöllisten näkökulmien vähäisyys. Mediassa kartetaan poleemisia maailmankatsomuksellisesti, yhteiskunnallisesti tai esteettisesti haastavia vastakkainasetteluja. Monipuolisuus toteutuu enemmistöjen ehdoilla ja aitoja julkisia konflikteja, joissa enemmistöjä haastettaisiin arvo- ja intressipohjaisten erojen näkökulmasta, vältetään. Toinen ongelma sisältyy yllä mainittuun 20–25 prosenttiin väestöstä, jota median monipuolisuus ei kosketa, vaan joka valitsee mediasisällöt pääosin niiden viihdearvon pohjalta. Tälle ryhmälle on ominaista vähäinen koulutus ja korkea työttömyys.

Yleisöt

Osana 2000-luvun alun tietoyhteiskuntavisiota digitaalista televisiota markkinoitiin vuorovaikutteisuuden mahdollistavana kuluttaja-kansalaisen runsaudensarvena. Odotuksena ja lupauksena oli television ympärille rakentuva mediakonvergenssi, jossa digi-tv vähitellen sulautuisi internetiin, ja muuttuisi kenties ajan myötä myös mobiiliksi. Kehitys näyttää kuitenkin vahvistavan tutkijoiden näkemyksen siitä, että television kulttuurisena roolina on tarjota mahdollisuus ”vapaaehtoiselle sosiaaliselle koheesiolle”, jonka muotona on ”yhdessäolo erillään” (Ellis 2000). Tämä näkemys on ristiriidassa televisiolle asetettujen interaktiivisuuden ja rajattomien valinnanmahdollisuuden odotusten kanssa. Näyttääkin ilmeiseltä, että television pääkanavat säilyvät koko väestön kannalta kokoavina päivittäisinä joukkoviestiminä. Vaikka kanavamäärän kasvaessa katselu hajautuu ja syntyy uusia pienyleisöjä, uudet kanavat eivät kilpaille yleiskanavien (TV1 & TV2, MTV3) kanssa suuren yleisön suosiosta.

Silti on tutkimusten valossa oletettavaa, että pääkanavatkin tarkentavat ja jopa kaventavat tulevaisuudessa ohjelmistojaan. Enemmistö katsojista kuitenkin odottaa televisiokanavilta monipuolista täyden palvelun tarjontaa. Kansalaisten näkökulmasta olennaista on monipuolisuuden lisäksi sisältöjen korkea laatu. Kanavien strategiana

on puolestaan kilpaileminen erottautumalla. Kun yleiskanavien tehtävänä on kuitenkin koota mahdollisimman laajat ja monipuoliset yleisöt, se asettaa profiloitumiselle selvät rajat. Profiloitumista haetaan näyttävillä ja usein kalliilla suurilla katsojamääriä kokoavilla ohjelmilla, joihin käytetyt voimavarat ovat poissa vaihtoehdoisen, erilaisen tarjonnan ohjelmistosta.

Lehdistö säilyttää myös asemansa vakaana, mutta sen käyttö on jakautumassa: paremmin koulutetut seuraavat valtakunnallista ja alueellista sanomalehdistöä, alemman koulutuksen saaneet lukevat paikallislehtiä ja kevyempiä aikakauslehtiä. Kiinnostavaa on, että sanomalehtiä paljon seuraavat katsovat myös verrattain paljon televisiota, mutta television suurkuluttajat eivät juuri seuraa sanomalehtiä.

Internetin käyttö kasvaa ja samalla arkistuu. Se ei kilpaile sanomalehdistön ja television kanssa, vaan muodostuu niitä täydentäväksi mediaksi. Myös internetin käyttö jakautuu epätasaisesti: ne, jotka seuraavat monipuolisesti sanomalehtiä ja televisiota, käyttävät myös aktiivisesti internetiä. Osa television suurkuluttajista – erityisesti nuorison keskuudessa – on myös internetin suurkäyttäjiä. Kuitenkin noin 20–25 prosenttia väestöstä on yhä internetin ulkopuolella. Heidän mediakäyttönsä rajoittuu television ja kevyen aikakauslehdistön seuraamiseen.

Monimediaalisuus

Suomalaista mediakenttää tulee perinteisten rakenne-, sisältö- ja yleisönäkökulmien lisäksi arvioida tilanteena, jossa perinteiset jaottelut eri medioiden välillä ovat murtumassa. Yhtenä uhkakuvana on, että monimediaalisuus johtaa medioiden sosiaalisten roolien eriytymiseen. Television käyttö jakautuu rutiinitiedottamisen (uutiset) ja rentoutumisen mahdollistamisen (viihde) kesken. Sanomalehdistö muodostuu hyvinvoivan keskiluokan yhteydenpidon välineeksi. Internetin käyttö jakautuu television tavoin informaatio- ja viihdekäyttöön. Samalla kun monimediaalisuuden vaatimus voi merkitä sisältöjen yhdenmukaistumista, se merkitsee myös ilmaisutapojen ja muotojen yhdenmukaistamista. Kilpailu juttuaiheista merkitsee myös samojen aiheiden ja näkökulmien kierrättämistä kilpailevissa medioissa. (Aslama & Kivikuru 2002).

Monimediaalisuudella on vaikutusta erityisesti perinteiseen journalismiin. Perinteisen tiedonvälityksen merkitys on paitsi ajankohtaisten asioiden ja ilmiöiden raportoinnissa, myös sen ritualistisuudessa. Uutiset tarjoavat asioille ja ilmiöille yhteisöllisiä tulkintoja, ja tuottavat siten sosiaalista koheesiota. Internet ja mobiilisovellukset

ovat kuitenkin tarjonneet haasteen uutisjournalismin ritualistiselle tehtävälle, kun ne tarjoavat näennäisesti suoran, journalismin ohittavan pääsyn lähteisiin. Journalismin vastaus tähän on ollut epäselvä. Haasteena on, miten tuottaa uudessa monimediaalisessa ympäristössä journalismia, joka tuottaa perusteluja yhteisöllisiä tulkintoja ja mahdollistaa yhteiset oivallukset ja yhteisen toiminnan. Monimediaalisuus muuttaa myös tuotantokäytänteitä. Esimerkiksi ”konsernitoimittajuus” tarkoittaa sitä, että yhdelle medialle (esimerkiksi sanomalehdelle) tehty esitys (uutinen, raportti) kierrätetään saman konsernin muissa välineissä (radio, televisio, internet). Lisäksi kohoavat tuotantokustannukset suosivat suuria mediataloja, joilla on mahdollisuus tukea talon sisäisiä ”heikkoja” medioita ”vahvojen” medioiden tuotoilla. Kustannuksia aiheuttavat muun muassa kansainvälisten tekijänoikeusmaksujen jatkuva nousu. Suuret monimediaaliset projektit, kuten tosi-tv:n ohjelmahankkeet, vievät mediataloilta ohjelmatuotannon määrärahoja ja heikentävät kotimaisten riippumattomien tuotantoyhtiöiden toimintamahdollisuuksia. Taloudellinen kynnyks media-alan tuottajaksi ryhtymiselle nousee kaiken aikaa.

Monimediaalisuuden aika asettaa haasteita julkiselle palvelulle. Sen asema korostuu, sillä sen piiriin kuuluvat myös verkkopalvelut. Julkisen palvelun on täytettävä kaupallisilta medioilta jäävät aukot mediajärjestelmän kokonaisuudessa, eli tarjottava sitä, mitä kaupalliset mediat eivät tarjoa. Julkisen palvelun täytyy lisäksi tarjota täysi palvelu eri medioissa julkisen palvelun oman mediajärjestelmän sisällä, jotta kaupallisuus ja maksullisuus eivät jätä ulkopuolelle niitä, joilla ei ole varaa kaupallisiin palveluihin.

4 Kohti mediademokratiaa: ehdotus mediareformiksi

Seuraavassa esitämme toimenpiteitä suomalaisen mediajärjestelmän uudistamiseksi ja kehittämiseksi. Tavoitteena on nykytilanteen parantaminen ja kehittäminen niin, että se vastaisi mahdollisimman pitkälle median ja demokratian välisten suhteiden ihanne-tilaa ja toteuttaisi nykyistä paremmin kansalaisten viestinnällisiä oikeuksia. Uudistuksen ytimessä tulee olla julkisen palvelun median aseman selkeyttäminen ja vahvistaminen. Sen ympärille rakentuvat muut uudistuksen elementit.

Julkisen palvelun uusi tuleminen Euroopassa

Julkinen palvelu, jonka perustana on perinteinen yleisradiotoiminta, on edelleen keskeinen mediakentän toimija kaikkialla Euroopassa. Vaikka sen muodot vaihtelevat maasta toiseen, julkisen palvelun on katsottu tähtäävän nimenomaan demokratian rakentamiseen ja ylläpitämiseen. Julkisen palvelun periaate on viime vuosikymmeninä haluttu kyseenalaistaa monissa maissa, kun sitä tukevat perinteiset yhteiskunnalliset rakenteet ja perinteet ovat murentuneet. Tästä on seurannut, että useat julkisen palvelun viestimet ovat lisänneet viihteen ja fiktion osuutta informaation kustannuksella, ulkoistaneet palvelujaan ja lainanneet yksityiseltä sektorilta tuttuja hallintokäytänteitä, ottaneet käyttöön liittymämaksut ja/tai ryhtyneet välittämään ohjelmia satelliitti- ja kaapeliverkoissa sekä ryhtyneet enenevässä määrin hankkimaan rahoitusta mainoksista ja yhteistuotannosta (Iosifidis, Steemers & Wheeler 2005, 11).

Näyttää kuitenkin siltä, että pahin legitimaatiokriisin vaihe on vuosituhannen alkuvuosina ohitettu ja julkista palvelua odottaa uusi tuleminen. Yleisradioyhtiöitä ei muokata yhdeksi mediakentän toimijoista monien joukossa, eikä niiden toimintaa myöskään supisteta pelkästään paikkaamaan kaupallisten toimijoiden tarjontaan jättämiä aukkoja. Eri Euroopan maiden mediapoliittiset linjaukset viittaavat siihen, että julkisen palvelun odotetaan edelleen erottuvan kaupallisista toimijoista. Haaste on suuri, sillä eurooppalaisilla markkinoilla kilpailu on kovaa. Vuoden 2004 alussa EU-maissa toimi yhteensä yli 3000 tv-kanavaa. Niistä vain 38 on julkisen palvelun kanavia, joilla oli toimilupa kansalliseen analogiseen toimintaan, ja kaksi vastaavaa kanavaa on sekamistuksessa. Kaikkiaan 75 kansallista julkisen palvelun kanavaa välitetään joko kaapeli- tai satelliittiverkoissa tai digitaalisesti (Jakubowicz, tulossa).

Vaikka kilpailutilanne on vaikea, suurin osa eurooppalaisista julkisen palvelun yhti-

öistä on säilyttänyt ominaislaatunsa. Osasyynä tähän ovat kansallisesti määritellyt julkisen palvelun vastualueet. Kaikilla eurooppalaisille julkisen palvelun toimijoille on säädetty velvoitteita, joiden suurin yhteinen nimittäjä on monipuolisuuden vaatimus. Euroopassa on seuraavat kolme yleistä järjestelmää sisältösääntelyyn, jotka toimivat eri muodoissa joko yhdessä tai erikseen (Betzl, tulossa):

- *Laadulliset sisältövelvoitteet*: velvoite lähettää tiettyjä ohjelmatyyppejä (esim. uutiset) ilman tarkempia määrällisiä määreitä.
- *Määrälliset velvoitteet*: velvoite lähettää tiettyjä ohjelmatyyppejä vähintään tietyn osuuden verran kanavan ohjelmistosta.
- *Yleisö-orientoituneet velvoitteet*: velvoite tiettyihin markkina/katseluosuuksiin, velvoite palvella tiettyjä kohdeyleisöjä; velvoite lähettää tiettyjä ohjelmia nimenomaan parhaaseen katselu aikaan.

Uudet mediat ovat kuitenkin luoneet tilanteen, jolle ovat ominaisia sekä uusi teknologia että muuttuneet viestintämarkkinat ja kuluttaja/katsojakäyttäytyminen ja siten myös julkisen palvelun sääntely. Yleiskuva sääntelystä Euroopan eri maissa on se, että julkisen palvelun yhtiöille on annettu mahdollisuus harjoittaa internet- ja mobiilitoimintaa, mutta että toiminta on kovin rajoitettua. Suurin osa rajoituksista liittyy mainonnan ja sponsoroinnin hyödyntämiseen tai nettikaupankäyntiin. Toisaalta harvalle julkisen palvelun yhtiölle on annettu resursseja kehittää uusia palveluja samassa mittakaavassa kuin mihin kaupalliset toimijat yltävät. (Aslama & Syvertsen, tulossa.)

Digitaalinen maanpäällinen televisio on puolestaan toiminut strategiana säilyttää julkisen palvelun legitimitettiä. Seuraavat argumentit ovat tukeneet julkisen palvelun keskeistä roolia digitalisointiprosessissa (Aslama & Syvertsen, tulossa):

- Uusi teknologia ei saa eriarvoistaa katsojia
- Julkinen palvelu takaa nopeamman siirtymän tietoyhteiskuntaan
- Julkiselle palvelulle kustannustehokkaampi tv-toiminta, kun analogiset lähetykset lopetetaan
- Mobiilijakelun mahdollisuus
- Paikallisten palvelujen moninaistuminen
- Sääntely säilyy kansallisena

Erikoistuminen ja temaattiset kanavat ovat digitaalisen ajan strategia julkisen palvelun yhtiöille muissakin maissa. Ainakin BBC, Saksan ARD ja Ruotsin SVT aikovat jatkaa

täyden palvelun kanavien lähettämistä myös digiaikana, mutta ne lisäävät palettiin teemakanavat (vrt. Hujanen 2004). Teemakanavat keskittyvät useimmiten uutis- ja ajan-kohtaistarjontaan, lastenohjelmiin tai kulttuuri- ja opetuspalveluihin. Myös julkisen palvelun oma urheilukanava on asialistalla niin Italiassa kuin Ruotsissakin. Toisaalta temaattisuus ei edistä julkisen palvelun perinteistä missiota kansalaisten yhdistäjänä. Euroopan yleisradioyhtiöiden liitto EBU (2002, 40, vrt. Aslama & Syvertsen, tulossa) korostaa universaalisuuden periaatetta monella tasolla. Sisältöjen kriteereinä tulisi olla täysi palvelu sekä julkisen palvelun erityislaatu, perinteistä täyttä palvelua tulisi harjoittaa myös uudessa monimediaalisessa ympäristössä ja uuden teknologian elementtejä tulisi sisällyttää vanhoihin toimintoihin samalla kun uusia interaktiivisia palveluja kehitetään.

EU:n mediapolitiikka keskittyy pitkälti markkinoiden sääntelyyn eikä anna yksiselitteistä ohjeistusta moniarvoisen, demokratiaa tukevan mediakentän aikaansaamiselle taikka ylläpitämiselle (esim. Näränen 2003). Silti myös Euroopan unioni näyttäisi olevan heräämässä julkisen palvelun uuteen tulemiseen. Vuonna 2004 aihetta käsitellyt EU-konferenssi päättyi muun muassa seuraaviin johtopäätöksiin: ensinnäkin julkisen palvelun tulisi olla riippumaton jakelujärjestelmästä, toiseksi julkisen palvelun tulisi toimia keskeisenä innovaattorina ja kolmanneksi julkisen palvelun rahoitus on turvattava ja se tulisi kirjata lakiin sekä kansallisesti että EU-tasolla (Jakubowicz, tulossa).

Kohti suomalaista mediareformia

Olemme edellä hahmottaneet suomalaisen mediamaiseman kehitystä tämän hetken näkökulmasta. Tarkastelussa on noussut esille keskenään ristiriitaisia aineksia. Toisaaltahallitsevana piirteenä on kehitys kohti kaupallistunutta, markkinaperiaatteelle perustuvaa mediajärjestelmää. Kansalaisten viestinnällisten oikeuksien kannalta se johtaa mediamaiseman yksipuolistumiseen. Noudatettu viestintäpolitiikka on omiaan edistämään tätä kehitystä. Toisaalta suomalainen mediamaisema sisältää myös edelliselle vastakkaisia, demokratiaa painottavia aineksia. Suomalainen mediajärjestelmä on yhä kansainvälisessä vertailussa monipuolinen ja moniarvoinen. Julkisen palvelun periaatteella on laaja kannatus niin kansalaisten kuin päättäjien ja media-alan ammattilaisten keskuudessa.

Kysymyksenämme on, millä keinoilla voisimme vahvistaa jälkimmäistä suuntausta. Tässä palaamme James Curranin jaotteluun, jossa hän jakaa mediajärjestelmän viiteen osaan: julkisen palvelun ytimeen ja neljään sitä kehystävään sektoriin. Seuraavat ehdotukset noudattavat väljästi Curranin jäsenystä.

Julkisen palvelun ytimen vahvistamiseksi ehdotamme, että julkinen palvelu määritellään nykyistä laajemmin ja että sen velvoitteet ulotetaan nykyistä laajemmalle. Esi-
tämme lisäksi, että julkinen palvelu toteutetaan myös laajakaistaympäristössä.

Kansalaismedian vahvistamiseksi ehdotamme, että mielipidepluralismin edistämiseksi uudistetaan median nykyinen tukijärjestelmä ja sen piiriä laajennetaan, kielellisten ja kulttuuristen vähemmistöjen viestinnälliset oikeudet turvataan ja mediakasvatusta ja media-alan koulutusta lisätään kaikilla koulutustasoilla tuntuvasti.

Professionaalisen sektorin tukemiseksi ehdotamme, että nykyiset eri medioita koskevat tukijärjestelmät uudistetaan ja niitä laajennetaan.

Kaikille sektoreille yhteisen *median eettisen vastuun* korostamiseksi ehdotamme media-asiamisjärjestelmän perustamista.

Seuraavassa perustelemme ehdotuksiamme laajemmin.

Julkisen palvelun käsitteen laajentaminen

Julkisen palvelun periaate on mediasta puhuttaessa totuttu yleensä yhdistämään televisio- ja radiotoimintaan ja Yleisradiolle asetettuihin lakisääteisiin tehtäviin (ks. Paukku 2004; LVM 23/2004). Tälle on olemassa selvät historialliset syynsä. Ennen 1980- ja 1990-lukuja ei ollut käytettävissä eikä kuviteltavissa muita vastaavanlaisia tehtäviä täyttämään pystyviä viestintäteknologioita ja niiden ympärille rakentuvia instituutioita.

Televisio- ja radiotoiminta ei kuitenkaan ole ainoa viestinnän ja kulttuurin alue, jolla toteutetaan julkisia palveluja. Laajemmin sovellettuna samoille tai samantyyppisille periaatteille rakentuvia julkisia tehtäviä toteuttavat esimerkiksi kirjastolaitos, koulu-
laitos sekä erilaiset kulttuuri- ja taidelaitokset. Tätä voidaan tarkastella esimerkiksi ”Julkisen palvelun televisio- ja radiotoiminta 2010”-raportin luonnehdinnan pohjalta:

Suomalaisessa ajattelussa julkisen palvelun yleisradiotoiminnan lähtökohdaksi on vakiintuneesti nähty yksilön sananvapauden sekä sivistyksellisten oikeuksien toteutumisen turvaaminen. Suomessa yleisradiotoiminta ja Yleisradio Oy:n julkinen palvelu on vakiintuneesti nähty demokratian ja kansalaisajattelun turvaajana. Tämän saavuttamiseksi yleisradiotoimintaan liittyvät kiinteästi seuraavat periaatteet: toiminnan valtakunnallisuus, julkisen palvelun monimuotoisuus,

ohjelmatarjonnan tasapuolisuus, vähemmistöjen sananvapauden ja tiedontarpeiden huomioiminen, riippumattomuus, välitettävän tiedon totuudenmukaisuus sekä julkisen palvelun yleisradiotoiminnan ja Yleisradio Oy:n ohjelmatoimintaan liitetty kansallisuuden vaatimus (LVM 59/2004, 17).

Eri tavoin muotoiltuina samat periaatteet pätevät kaikkien julkisten viestintä- ja kulttuuri-instituutioiden toimintaan. Monet aiemmat kulttuuriset ja teknologiset raja-aidat niiden välillä ovat madaltuneet, vaikka eivät ole kokonaan menettäneet merkitystään. Esimerkiksi viestinnän digitalisoituminen yhdistää mediaa, kirjastoalaa ja opetustoimintaa. Samalla ne säilyttävät kuitenkin omat institutionaaliset tehtävänsä.

Kun tilanne on tämä, voidaan kysyä, eikö julkisen palvelun periaatteet tulisi tänään määrittellä teknologia- ja instituutioneutraalisti? Kansalaisten viestinnällisten oikeuksien näkökulmasta ei keskeistä ole, minkä teknologian ja instituution avulla niitä toteutetaan, vaan se että kansalaisilla on käytettävissään heidän tarpeisiinsa ja odotuksiinsa parhaiten soveltuvat keinot niiden toteuttamiseksi. Siten julkinen palvelu yhdistää monia instituutioita ja viestintäteknologioita.

Julkisen palvelun määrittelyn laajentaminen liittyy myös yleiseen yhteiskunnalliseen kehitykseen, johon on viitattu usein muun muassa sosiaalisen ja kulttuurisen fragmentoitumisen ja monikulttuuristumisen käsitteillä. Ei voida ajatella, että Yleisradio voisi toteuttaa kaikkia sille laissa asetettuja julkisen palvelun tehtäviä ilman, että muut julkiset viestintä- ja kulttuuri-instituutiot toteuttavat samanlaisia tai samansuuntaisia tavoitteita. Kysymys on monitasoisesta ja -tahoisesta toiminnasta, jossa tulevaisuudessa tarvitaan vähemmän keskitettyjä kansallisia instituutioita ja enemmän koordinoitua valtakunnallisen, alueellisen ja paikallisen tason toimijoiden kesken.

Julkisen palvelun kriteerit

Mikä julkista palvelua median alueella erottaa sitten muusta, muille periaatteille perustuvasta toiminnasta? Nähdäksemme tärkeimmät julkisen palvelun kriteerit ovat riippumattomuus taloudellisesta ja poliittisesta vallankäytöstä sekä avoin ja julkinen demokraattinen valvonta (ks. myös EN 2004). Taloudellisten ja poliittisten sidosten puuttuminen mahdollistaa julkisen palvelun toiminnan sosiaalisen ja kulttuurisen tasarvon edistämiseksi sekä moniarvoisen yhteisöllisyyden toteuttamiseksi.

Riippumattomuuden toteuttaminen käytännössä on vaikeata, mutta sen varaan rakentuu kansalaisten luottamus julkista palvelua kohtaan. Ratkaisevaa on, miten päätösvaltaa käyttävät henkilöt ja elimet valitaan, millaisin valtuuksin he voivat toimia, ja miten avointa ja julkista on heidän toimintansa valvonta. Jos päätösvaltaa käyttävät pelkäävät poliitikot, ei riippumattomuus ole turvattu. Päättäjien on nautittava yleistä, yli puolue- ja muiden rajojen ulottuvaa arvostusta ja mainetta puolueettomina asiantuntijoina. Jos päättävien elinten valtuudet on rajattu koskemaan vain toimeenpanoa koskevia asioita – esimerkiksi päättämään mediakulttuurin tukimuodoista ja niiden jaoista ennalta lukkoon lyötyjen kriteereiden pohjalta – jää luottamus niiden riippumattomuutta kohtaan vähäiseksi. Jos elinten kokoonpano ja asioiden käsittelytapa pidetään salassa, usko niiden tasapuolisuuteen hiipuu.

Tällainen julkisen palvelun määrittely sulkee ulkopuolelleen yksityisen yritystoiminnan, sen sisällöstä riippumatta. Mikäli päätöksenteko ei tapahdu riippumattoman ja demokraattisesti asetetun elimen toimesta, ei kyseessä ole julkinen palvelu. Tältä kannalta katsottuna esimerkiksi nykyisen suomalaisen sanomalehdistön toimintaa ei voida pitää julkisena palveluna, koska sitä ohjaavat ensisijaisesti taloudelliset intressit.

Kun päätöksenteon riippumattomuus kyetään turvaamaan, kysymys julkisen palvelun rahoituksesta muodostuu tekniseksi. Suurin osa laajasti käsitetyistä julkisista viestintä- ja kulttuuripalveluista rahoitetaan tällä hetkellä valtion ja kuntien budjettivaroista. Osa palveluista on maksullisia, kuten televisiomaksu ja jotkut kirjastopalvelut. Nykyiset rahoitusmuodot eivät ole ikuisesti annettuja. Julkisten viestintä- ja kulttuuripalvelujen rahoitus pohjaa ja rahoitusmuotoja voidaan hyvin laajentaa (esimerkiksi sponsoriintiin, maksullisiin palveluihin), jos samalla kyetään takaamaan julkisen palvelun muidenkin kriteerien toteutuminen.

Julkisen palvelun media

Julkisen palvelun medially tarkoitetaan median sisältöjä ja sisältöpalveluja, jotka palvelevat monipuolisesti kaikkia kansalaisia ja kansalaisryhmiä. Julkisen palvelun periaatetta on tarkasteltava mediajärjestelmän kokonaisuuden näkökulmasta. Julkisen palvelun tehtävänä on tarjota kaikille kansalaisille tasavertaisesti asuinpaikasta riippumatta kohtuullista korvausta vastaan helposti saatavilla ja käytettävissä olevat täyden palvelun mediasisällöt ja palvelut. Tähän määritelmään sisältyvät seuraavat periaatteet:

- Julkisen palvelun mediallyä tarkoitetaan sellaisia media-alan toimijoita, joille on asetettu lainsäädännöllisesti julkisen palvelun tehtäviä (esimerkiksi televisio-, radio- tai verkkotoiminnan alueilla). Myös muut mediat (esimerkiksi sanoma- ja aikakauslehdistö) voivat toteuttaa julkisen palvelun tehtäviä, kun ne välittävät julkisen palvelun sisältöjä tai palveluja. Päätoisvallan sisällöistä ja palveluista on tällöin kuitenkin oltava ulkopuolisilla, riippumattomilla julkisen palvelun elimillä.
- Julkisen palvelun median tehtävänä on tarjota kohtuuhintaisesti (esimerkiksi televisionmaksua vastaan) samat mediasisällöt kaikille kansalaisille, riippumatta siitä missä päin maata he asuvat.
- Julkisen palvelun median on tarjottava niin sanottava täysi palvelu helposti vastaanotettavassa muodossa, mikä käytännössä ilmenee esimerkiksi eri ohjelmatyyppien ja monipuolisen sisällön tuottamisena yhden kanavan kautta.
- Julkisen palvelun median tehtävänä on myös täydentää aukkoja, joita kaupallisen median tarjonta jättää esimerkiksi erilaisille vähemmistöille suunnattujen sisältöjen ja kaupallisesti vähemmän kannattavien sisältötyyppien suhteen.

Jotta julkinen palvelu toteutuisi nykyistä paremmin, kaikille koko väestölle suunnatuille televisio- ja radiokanaville tulisi asettaa toimiluvan ehdoksi julkisen palvelun minimivelvoitteet. Niiden tulisi perustua kansalaisten viestinnällisiin oikeuksiin ja edellyttää muun muassa eri ohjelmatyyppien riittävää monipuolisuutta, eri väestöryhmien viestinnällisten erityistarpeiden huomioon ottoa sekä itsetuotettujen uutis- ja asiaohjelmien määräosuutta ohjelmistossa. Nykyisiä kaupallisten tv-kanavien toimilupaehtoja pitäisi tässä suhteessa täsmentää. Niiden tulisi myös sisältää velvollisuus tarjota tilaa eri kansalaisryhmien suoralle pääsyle mediaan ”public access”-periaatteen mukaisesti (esim. <http://www.answers.com/topic/public-access-television>). Toimiluvassa asetettujen sisällöllisten ehtojen toteutumista tulisi seurata säännöllisesti ja niistä poikkeamisen pitäisi olla sanktioitua. Julkisen palvelun median luonteesta johtuen arviointikriteerit ja -menetelmät poikkeavat periaatteellisesti kaupallisen median vastaavista, jotka tähtäävät ensisijaisesti taloudelliseen menestykseen. Tälläkin hetkellä kaupallisten tv-kanavien on raportoitava toimilupaehtojensa täyttämistä liikenneministeriölle puolivuositain, mutta on epäselvää, arvioidaanko ehtojen täyttymistä millään tavalla.

Julkisen palvelun toteuttaminen laajakaistaympäristössä

Laajakaistaverkosta ja sen kautta saatavissa olevista mediapalveluista on tullut suurelle osalle suomalaisista osa jokapäiväistä median käyttöä. Useat viestinnällisten oikeuksien kannalta tärkeät mediasisällöt ovat saatavissa ilman ylimääräisiä kustannuksia tehokkaasti vain laajakaistaisen internetyhteyden välityksellä. Kuitenkin laajakaistayhteyksien laajemman omaksumisen tiellä on monia esteitä (ks. LVM B16/2003; LVM 17/2005). Kansalaisten kannalta suurimmat esteet koskevat edelleen laajakaistayhteyden vaivatonta ja kohtuuhintaista saatavuutta sekä tarpeiden mukaisten sisältöjen puutetta. Ongelmia on myös käyttöön liittyvässä osaamisessa ja tiedossa. Lisäksi kansalaiset ovat edelleen eriarvoisessa asemassa asuinkunnastaan riippuen, koska haja-asutusalueilla asuville ei ole edelleenkään tarjolla samanlaisia laajakaistamahdollisuuksia kuin suurten taajamien asukkaille. Tulisi pohtia, voitaisiinko verkkopalveluja tarjoaville yhtiöille asettaa velvoite tarjota jokaiselle toimialueensa kotitaloudelle kohtuuhintainen, ketään syrjimätön pääsy laajakaistaverkkoon asuinpaikasta riippumatta.

Jotta laajakaistaverkon avaamat mahdollisuudet kansalaisten viestinnällisten oikeuksien toteuttamiseksi voidaan hyödyntää täysimittaisesti, tulisi harkita valtakunnallisen julkisen palvelun verkkopalveluelimen perustamista. Sen tehtävänä olisi turvata laajakaistaverkon sisällöllinen monipuolisuus ja valvoa, että kansalaisten tasavertaisuus verkkoon pääsyssä toteutuu. Tämä voidaan toteuttaa esimerkiksi perustamalla julkisoikeudellinen yhteisö, jonka osakkaina ovat tärkeimmät mediatalat ja julkisviranomaiset (kuten YLE, muut televisio- ja radioyhtiöt, sanoma- ja aikakauslehtien julkaisijat, teleyhtiöt).

Mielipidepluralismin toteutumisen edistäminen

Viimeisten parin vuosikymmenen aikana uusi viestintäteknologia on mullistanut yhteiskunnallisen keskustelun mahdollisuuksia ja luonut uusia, aiemmin tuntemattomia foorumeita. Paikallisradioiden ja internetin monipuolistamaa kenttää täydentää digitalisoituvaa televisiotoimintaa. Nykyiset mielipidepluralismia edistämään luodut julkisen tuen järjestelmät (parlamentaarinen lehdistötuki, harkinnanvarainen lehdistötuki, kulttuurilehtien tuki) eivät vastaa enää nykyisen tilanteen vaatimuksia, vaan ne ovat tähän tehtävään liian kapea-alaisia ja riittämättömiä. (Ks. LVM 2005; OPM 2005a.)

Kriittisen ja moniarvoisen julkisen keskustelun edistämiseksi tulisi nykyistä lehdistön julkisen tuen järjestelmää uudistaa ja laajentaa radikaalisti, ja sen piiriin pitäisi saada kaikki mediamuodot ja kanavat, kuten radio- ja televisiotoiminta, verkkojulkaisut

ym. Ehdotamme, että harkittaisiin yhteiskunnallista keskustelua edistävän julkisen palvelun rahaston perustamista. Rahaston tehtävänä on tukea kriittistä ja moniarvoista vuoropuhelua sekä lehdistössä että sähköisessä ja verkkoviestinnässä. Rahoitusta myönnetään sekä paikallisiin ja alueellisiin hankkeisiin (esim. paikalliset radio- tai televisiokanavat tai paikallislehdet) että valtakunnallisiin ja kansainvälisiin hankkeisiin usean vuoden ajaksi. Sitä voidaan hakea sekä tarpeelliseen infrastruktuuriin (laitteiston hankkiminen) että toiminnallisiin kuluihin (palkat, tuotanto- ja jakelukulut). Tuen kohteena on myös tiedon levittäminen yhteiskunnallista keskustelua edistävästä medioista. Rahoituksen perustan muodostaa uudelleen kanavoitava valtion lehdistötuki (kulttuurilehtien tuki ja harkinnanvarainen lehdistötuki oli yhteensä noin 14,5 milj. euroa v. 2004; luvusta puuttuu parlamentaarinen lehdistötuki).

Korkealaatuisen sisältötuotannon edistäminen

Nykyinen media-alan sisältötuotannon tukijärjestelmä on epäselvä ja julkisen palvelun periaatteen kannalta hankala. Esimerkiksi elokuvataiteen tukea myönnetään vuosittain julkisista varoista noin 14 milj. euroa. Tästä summasta suurin osa kanavoituu tuotanto- ja jakeluyhtiöille (noin 9 milj. euroa), ja vain pieni osa suoraan itse tekijöille palkintoina ja apurahoina (noin 3,5 milj. euroa). Edellä viitattiin myös pienten riippumattomien av-alan tuotantoyhtiöiden haavoittuvuuteen, kun televisioala keskittyy. Sisältötuotannon tuki on perinteisesti painottunut taide- ja kulttuurisisältöjen tuottamiseen. Puutteena on, että esimerkiksi korkeatasoisen tutkivan journalismin edistämiseksi ei ole erityistä tukijärjestelmää. Lähinnä siitä ovat vastanneet Kopioston valokopioinnin tekijänoikeuskorvauksista maksetut työskentelyapurahat, joita esim. lehdistöalan tekijäjärjestö on saanut vuosittain jaettavakseen noin 480 000 euroa.

Korkealaatuisen kansallisen ja kansainvälisen median sisältötuotannon edistämiseksi tulisi perustaa erityinen julkisen palvelun rahasto, jonka tehtävänä on tukea ja rahoittaa ulkopuolisista paineista riippumatonta korkeatasoista ohjelmatuotantoa. Tukea suunnattaisiin sekä taiteellisesti ja kulttuurisesti merkittäviin sisältöhankkeisiin (televisio-ohjelmat, sarjat, elokuvat) että kriittisen tutkivan journalismin hankkeisiin (dokumentit, ohjelma- ja juttusarjat, kirjat). On tärkeää huolehtia tuen riittävydestä sekä siitä että se mahdollistaa pitkäaikaiset, useamman vuoden kestävät tuotantoprosessit. Tuen myöntämisestä vastaisi media-alan riippumattomista ammattilaisista koostuva toimikunta yksinomaan ammatillisin laatuksineen. Rahoitus perustuisi sekä uudelleen järjestettävään audiovisuaalisen kulttuurin julkiseen tukeen (2000-luvun alussa yhteensä noin 14–15 milj. euroa vuodessa), tekijänoikeuskorvauksiin (noin 8 milj. euroa) että

mediataloilta kerättävään sisältötuotantomaksuun, jonka muodosta sovitaan erikseen (esim. rahaston jäsenmaksu).

Kielellisten ja kulttuuristen vähemmistöjen viestinnällisten oikeuksien tukeminen

Monet selvitykset ovat osoittaneet, että Suomessa asuvien kielellisten ja kulttuuristen vähemmistöjen asemat suhteessa viestinnällisten oikeuksien toteutumiseen poikkeavat suuresti toisistaan. Monien uusien ja pienilukuisten vähemmistöjen omat viestinnälliset valmiudet toimia ja osallistua suomalaisessa yhteiskunnassa ovat heikot. Vähemmistöt esitetään mediassa useimmiten valtaväestön näkökulmasta ja niiden oma ääni jää puuttumaan. Mediapalvelujen saatavuutta rajoittavat kielelliset ja kulttuuriset esteet. (Ks. esim. Raittila 2002; Suihkonen 2003) Ongelmat näkyvät myös muun muassa ehdotuksessa uudeksi ulkomaalaislaiksi (Työryhmän ehdotus 15.6.2005), jonka lähtökohdat perustuvat korostetusti työvoimapolitiisiin tavoitteisiin. Vaikka luonnoksessa korostetaan monikulttuurisuutta lähtökohtana ja siinä painotetaan maahanmuuttajaryhmien oman kulttuurin tukemista, siitä puuttuvat maahanmuuttajaryhmien oikeudet omaan ja omakieliseen mediaan. Sama puute vaivaa myös maahanmuuttajien viestinnälliset tarpeet muuten huomioon ottavassa ETNO:n kotoutumista käsittelevässä raportissa (ETNO 2005; ks. myös TM 267/2005).

Suomessa tarvitaan pikaisesti peruskartoitus ja toimenpideohjelma eri vähemmistöjen viestinnällisistä tarpeista ja odotuksista. Lähtökohtana tulisi ensinnäkin olla, että kaikilla kielellisillä ja kulttuurisilla vähemmistöillä on oikeus omakieliseen mediaan, joka yhdistää sen jäseniä ja ylläpitää vähemmistön kulttuurista yhteenkuuluvuutta (tarvittaessa julkinen tuki niin median perustamiseksi kuin ylläpitämiseksi). Toiseksi, kaikkien vähemmistöjen jäsenille tulisi turvattu mahdollisuus viestinnällisten oikeuksien kannalta välttämättömän suomen kielen taidon omaksumiseen (systemaattinen ja katkeamaton perus- ja jatko-opetus). Kolmanneksi, vähemmistöjen viestinnälliset oikeudet pitäisi ottaa nykyistä paremmin huomioon Suomen julkisen palvelun medioiden sisältötarjonnassa.

Mediakasvatus ja media-alan koulutus

Viestinnällisten oikeuksien toteutuminen edellyttää, että kansalaisilla on riittävä kyky käyttää ja tulkita mediaa. Mediakasvatuksen tutkijat ja asiantuntijat puhuvat kriittisestä medialukutaidosta tai mediatajusta (ks. OM 2005:5; Sihvonen 2004). Siihen sisältyy taito valita oikea media kulloiseenkin käyttötarkoitukseen, samaten valmius arvioida

mediasisältöjen ja -palvelujen laatua omien tarpeiden ja odotusten kannalta. Vaikka mediakasvatuksesta on puhuttu pitkään, sen kehittäminen on jäänyt useimmiten vain kasvatusalan aktivistien ja opettajien harteille (OM 2005:5; ks. myös OPM 2004:10).

Kriittisen medialukutaidon omaksuminen on tärkeä osa yleisiä kansalaisvalmiuksia. Mediakasvatuksen tarve ja tärkeys on tunnustettu opetus- ja kasvatusaloilla pitkään, mutta sen koordinointi on edelleen hajanaista. Julkisen palvelun periaatteiden näkökulmasta on ongelmallista, että aktiivisimpien mediakasvatuksen tarjoajiin kuuluvat sanomalehtien kustantajat (ks. esim. Sanomalehtien Liitto 2005). Koska medianlukutaito liittyy nykyään yleisiin elämänhallinnan taitoihin, sitä ei pidä lokeroida vain yhdeksi koulujen oppiaineeksi, vaan sen tulee sisältyä läpäisevänä kaikkeen kasvatukseen ja kaikkien tasojen koulutukseen.

Media-alan ammatillisessa ja jatkokoulutuksessa on korostettava media-alan ammattilaisten yleistä yhteiskunnallista ja kulttuurista herkkyyttä ja yleisöjen kuulemisen tärkeyttä. Tämä sisältää niin ymmärryksen yleisöjen eri rooleista kuin käsityksen mediarakenteista, mediataloudesta ja -politiikasta sekä siitä, miten eri tekijät vaikuttavat mediatuotannon ehtoihin.

Oikeusministeriön ”Mediakasvatuksen kehittämistarpeet” -projektissa tehdyt ehdotukset lainsäädännön kehittämiseksi tarjoavat mielestämme hyvän pohjan jatkopohdinnalle: *”Lailla tulee taata jokaiselle kansalaiselle oikeus mediataitoihin ja niiden edistämiseen. Lakimuutokset ovat tarpeet erityisesti kansalaisoikeuksien, kouluopetuksen ja opettajankoulutuksen kohdalla”* (OM 2005:5, 16)

Media-asiamies median etiikkaa valvomaan

Mediakonvergenssin ja sisältöjen hybridisaation myötä median etiikkaa koskevat kysymykset ovat muodostuneet entistä monimutkaisemmiksi. Kaupallisen uutiskilpailun kiristyminen, mikä on johtanut muun muassa yksityisyyden suojan heikentymiseen, on herättänyt runsaasti eettistä pohdiskelua. Perinteinen raja mainonnan ja journalistisen sisällön välillä on myös hämärtynyt muun muassa lisääntyvän tuotesijoittelun ja muun piilomainonnan yleistyessä. Internetin eettiseen valvontaan liittyy monia ongelmia, erityisesti lasten ja alaikäisten suojelemisen näkökulmasta (ks. esim. OPM 2004:10). Perinteisesti median eettisessä sääntelyssä on korostettu media-alan toimijoiden itse-sääntelyä, jota ovat toteuttaneet muun muassa Julkisen Sanan Neuvosto ja Mainonnan eettinen toimikunta sekä valtakunnalliset televisioyhtiöt keskenään. Uudessa tilantees-

sa perinteiset keinot eivät kuitenkaan enää riitä. Yhä useammat aikaisemmin itsesääntelyyn piiriin kuuluneet kiistat ovat alkaneet päätyä oikeuteen.

Kansalaisten viestinnällisten oikeuksien kannalta nykyinen järjestelmä on sekava. Tarvittaisiin elin, joka olisi toimivaltainen koko mediakentän (niin television, radion ja internetin kuin painoviestinnänkin) ja kaikkien mediasisältöjen ja -palvelujen (journalismi, viihde, mainonta) suhteen. Koska yhteisenä intressinä on eettisten kiistojen ratkaiseminen oikeusistuinten ulkopuolella, edellyttää tämä kaikkien media-alan osapuolten uudenlaista sitoutumista itsesääntelyyn. Nähdäksemme Julkisen Sanan Neuvoston aiempien puheenjohtajien Olli Mäenpään ja Jacob Södermanin ehdotus mediasiamiehen perustamisesta vastaa tähän tarpeeseen hyvin (ks. Vuortama 2004; Suomen Lehdistö 9/2007).

* * *

Reformin tarpeellisuus on mielestämme ilmeinen, mutta sen toteuttamisen tavoista ja muodoista toivomme vilkasta keskustelua. Ohjelmamme mukaisesti toivomme, että myös erimielisyydet ja keskeneräisetkin ajatukset tuodaan tällä kertaa julkiseen keskusteluun.

- Voivatko kansalaisten viestinnälliset oikeudet ylipäänsä olla mediareformin perustana? Miten nämä oikeudet tulisi määritellä?
- Miten kansalaisten mediapoliittiseen päätöksentekoon osallistumista voitaisiin edistää konkreettisesti?
- Voidaanko julkinen palvelu ymmärtää laajemmin? Miten sen toimintaa voitaisiin arvioida? Millaisia toimintakriteereitä ja konkreettisia toimintaohjeita voitaisiin muodostaa julkiselle palvelulle viestinnällisten oikeuksien perusteella?
- Mistä puhutaan kun puhutaan laadusta? Tarvitaanko jonkinlaisia yhteisiä suuntaviivoja, joiden puitteissa sisältöjen ja palvelujen hyvyydestä ja huonoudesta voidaan keskustella? Kenen tai keiden tehtävänä on keskustelun virittäminen?

Kirjallisuus

Aikakauslehtien liitto (2005): Printtimedia voimissaan: lehtien levikkikehitys positiivista. Levikintarkastuksen lehdistötiedote 7.4.2005. (<http://www.aikakaus.fi/index.asp?page=/pages/index.asp%3Fcategory=etusivu%26mediakortti=1>; luettu 28.8.2005).

Alafossi, Marko (2005) *Radiotoiminta Suomessa: lyhyt oppimäärä*. (http://www2.edu.fi/medianmaailma/kehitys/radiotoiminta_suomessa.html; luettu 21.8.2005)

Alho, Arja (2004) *Silent Democracy, Noisy Media*. Akateeminen väitöskirja. Helsingin yliopisto. <http://ethesis.helsinki.fi/julkaisut/val/sosio/vk/alho/silentde.pdf>.

Aslama, Minna & Ullamaija Kivikuru (2002) Lamajulkisuuden raamit: suomalainen mediamaisema 2000-luvulla. Teoksessa Kivikuru (toim.) *Laman julkisivut. Media, kansa ja eliitit 1990-luvun talouskriisissä*. Helsinki: Palmenia-kustannus, 25–45.

Aslama, Minna, Hellman, Heikki & Sauri, Tuomo (2005). Kilpailun ja toimilupapolitiikan vaikutukset tv-ohjelmiston monipuolisuuteen 1993–2002. Liiketaloudellinen aikakauskirja 3/2005.

Aslama, Minna & Jaana Wallenius (2005) *Suomalainen tv-tarjonta 2004*. Liikenne- ja viestintäministeriön julkaisuja 47/2005, Helsinki.

Aslama, Minna & Trine Syvertsen (tulossa) *Marginalization or Re-Monopolization? Public Service Broadcasting in the New Media Era*. Teoksessa de Bens et al. (toim.) *Media Between Culture and Commerce*. Brighton: IntellectBooks.

Aslama, Minna (2003) Digikansalainen kadoksissa? Katsojien roolit digitelevisiosta käydyssä keskustelussa. Teoksessa Malmelin (toim.) *Välittämisen tiede*, 246–262.

Aslama, Minna (2004a) *Jääkö asia viihteen jalkoihin? Tarkastelussa television journalistiset ohjelmatyypit syksyllä 2003*. Yleisötutkimus, tutkimuksia 7/2004. Helsinki: Yleisradio Oy.

Aslama, Minna (2004b) *Minkälaisen televisio- ja radio-ohjelmiston haluamme vuonna 2010? Yhteenveto keskustelusta www.otakantaa.fi –sivustolla 13.10.–15.11.2004*. Julkaisematon raportti Liikenne- ja viestintäministeriölle.

Aslama, Minna (tulossa) *Slogans of Change. Finnish Television 1993–2004* (julkaisematon käsikirjoitus).

- Bagdikian, Ben (1997) *The media monopoly*. Boston: Beacon Press.
- Barker, Martin & Julian Petley (toim.) (2001) *Ill Effects: The Media / Violence Debate*. London: Routledge.
- Betz, Marcel (tulossa) Public Service Broadcasting in Europe: Distinctiveness, Remit and Programme Content Obligations. Teoksessa de Bens et al. (toim.) *Media Between Culture and Commerce*. Brighton: IntellectBooks.
- Borg, Sami (2005) *Kansalaisuus Suomessa. Kansalaisvaikuttaminen Pohjoismaissa ja European Social Survey 2002*. Oikeusministeriön julkaisu 2005:3.
- Burgelman, Jean-Claude (1999) The Future of the Welfare State and Its Challenges for Communication Policy. Teoksessa Calabrese & Burgelman (toim.) *Communication, Citizenship, and Social Policy*. Lanham (Maryland): Rowman & Littlefield.
- Chalaby, Jean K. (ed.) (2005) *Transnational Television Worldwide. Towards a New Media Order*. London & New York: I.B. Tauris.
- Corner, John and Dick Pels (toim.) (2003) *Media and the Restyling of Politics. Consumerism, Celebrity and Cynicism*. London, Thousand Oaks & New Delhi: Sage.
- Costera Meijer, Irene (2001) The Public Quality of Popular Journalism: developing a normative framework, *Journalism Studies* 2(2), 189–205.
- Croteau, David & William Hoynes (2001) *The Business of Media: Corporate Media and the Public Interest*. Thousand Oaks: Pine Forge Press.
- Curran, James & Jean Seaton (1997) *Power Without Responsibility: The Press and Broadcasting in Britain*. London: Routledge.
- Curran, James & Michael Gurevitch (2000) *Mass Media and Society*. London: Arnold.
- Curran, James (2000) Rethinking Media and Democracy. Teoksessa Curran & Gurevitch (toim.) *Mass Media and Society*, 120–154.
- Dahlgren, Peter (2000) Media, Citizenship and Civic Culture. Teoksessa Curran & Gurevitch (toim.) *Mass Media and Society*, 310–328.
- DeBens, Els & Hedvig de Smaele (2001) The Inflow of American Television Fiction on European Broadcasting Channels Revisited, *European Journal of Communication* 16(1), 51–76.
- EBU (2002) Media with a purpose. *Public Service Broadcasting in the digital era*. The Report of the Digital Strategy Group of the European Broadcasting Union.

- EN 2004: Recommendation 1641(2004) Public Service Broadcasting. (<http://assembly.coe.int/Documents/AdoptedText/ta04/EREC1641.htm>; luettu 26.8.2005)
- ETNO 2005: Kala kuivalla maalla. Kotoutuminen maahanmuuttajien näkökulmasta. Etnisten suhteiden neuvottelukunta. Työhallinnon julkaisu 344, Työministeriö 2005.
- EVA 2005: Torvi, Kai & Pentti Kiljunen: Onnellisuuden vaikea yhtälö. EVA:n kansallinen arvo- ja asennetutkimus 2005. Elinkeinoelämän valtuuskunta: Helsinki.
- Haaramo Juha (2002) Ensimmäisen televisiosukupolven mediaelämää. *Yksi päivä mediaa -kirjoitushankkeen satoa, seminaarialustukset*. Yleisötutkimus. Helsinki: Yleisradio Oy.
- Harjuhahto-Madetoja, Katrina (2003) Tasa-arvoa laajakaistalla. *Tekniikka ja Talous* 11.12.2003. (http://tekniikkatalous.talentum.com/doc.ot?d_id=104397; luettu 28.8.2005)
- Heinonen, Ari (1995) Vahtikoiran omatunto. *Journalismin itsesääntely ja toimittajat*. Tampereen yliopiston tiedotusopin laitoksen julkaisuja, sarja A 84/1995.
- Hellman, Heikki (2001) Diversity – An End in Itself? Developing a Multi-Measure Methodology of Television Program Variety Studies, *European Journal of Communication* 16(2), 181–208.
- Helsingin Sanomat 6.9.2005: “Yle vähentää väkeä jopa 400:lla”. Talous B1.
- Herkman, Juha (2005) *Kaupallisen television ja iltapäivälehtien avoliitto. Median markkinoituminen ja televisoituminen 1990-luvun Suomessa*. Tampere: Vastapaino.
- Hesmondhalgh, David (2000) Alternative media, alternative texts? Rethinking democratisation in the cultural industries. Teoksessa Curran (ed.) *Media Organisations in Society*. London: Arnolds.
- Hujanen, Taisto (2002) *The Power of Schedule: Programme Management in the Transformation of Finnish Public Service Television*. Tampere: Tampere University Press.
- Hujanen, Taisto (2004) Implications for Public Service Broadcasters. Teoksessa Brown & Pickard (toim.) *Digital Television in Europe*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 57–84.
- Hutchinson, David (1999) *Media Policy: An Introduction*. Oxford: Blackwell.
- Hynninen, Asko (1999) *Periaatteessa julkista. Julkisuusperiaatteen käytäntö EU-Suomen päätöksenteossa ja journalismissa*. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.
- Iosifidis, Petros, Jeanette Steemers & Mark Wheeler (2005) *European Television Industries*. London: British Film Institute.

- Ellis, John (2000) Seeing Things. *Television in the age of uncertainty*. London: IB Tauris.
- Jakubowicz, Karol (tulossa) Looking into the Future. Teoksessa de Bens et al. (toim.) *Media Between Culture and Commerce*. Brighton: IntellectBooks.
- Jokinen, Kimmo & Kimmo Saaristo (2002) *Suomalainen yhteiskunta*. Helsinki: WSOY
- Jones, Jeffrey (2005) *Entertaining Politics*. Oxford. Rowman & Littlefield.
- Joukkoviestimet (2004) *Joukkoviestimet 2004 = Finnish Mass Media 2004*. Helsinki: Tilastokeskus 2005.
- Journalistin ohjeet (2005) (<https://www.journalistiliitto.fi/Resource.phx/sivut/sivut-journalistiliitto/pelisaannot/journalistinohjeet/uudet.htx>; luettu 28.8.2005)
- Jyrkiäinen, Jyrki (1994) *Sanomalehdistön keskittyminen. Joukkoviestinnän ja erityisesti sanomalehdistön keskittymisilmiö, sen kulku ja seuraukset jälkiteollisissa yhteiskunnissa 1980-luvun lopulla*. Acta Universitatit Tamperensis ser. A vol. 409. Akateeminen väitöskirja. Tiedotusopin laitos. Tampere: Tampereen yliopisto.
- Jyrkiäinen, Jyrki (1998) Mediakeskittymisen sääntelykeinot. Teoksessa *Joukkoviestimet: Finnish Mass Media*. Helsinki: Tilastokeskus, 59–78.
- Jääsaari, Johanna, Juha Kytömäki & Erja Ruohomaa (2005) *Yleisökertomus 04*. Helsinki: Yleisradio Oy.
- Jääsaari, Johanna (2004). *YLE yleisön ehdoilla? Yleisötutkimus, tutkimuksia 5/2004*. Helsinki: Yleisradio Oy.
- Karppinen, Kari (2005) Mediadiversiteetti ja mittaamisen politiikka, *Tiedotustutkimus* 2/2005, 28–43.
- Keane, John (1991) *The Media and Democracy*. Cambridge: Polity Press
- Kivikuru, Ullamaija (toim.) (1996) *Kansa euromyllyssä. Journalismi, kampanjat ja kansalaisten mediamaiset Suomen EU-jäsenyyssprosessissa*. Helsinki: Yliopistopaino.
- Koivunen, Anu & Mikko Lehtonen (2005) “Joskus on kiva olla vähemmän aikuinen” – kulttuurisen määrittelyvallan siirtymät ja julkisen puhuttelun areenat. *Tiedotustutkimus* 2/2005, 4–27.
- Korkiakoski, Jaana, Liisa Lehmusto, Eeva Luhtakallio, Hannu Nieminen & Marja Vehviläinen (2005) *Kuuleeko kunta kansalaista? Paikallinen julkisuus ja kunnallinen demokratia Imatralla*. Viestinnän tutkimuskeskus CRC ja sisäasiainministeriön kuntaosasto. Sisäasiainministeriön julkaisu 30/2005.

Koski, Maija (2002) Kun poliitikot pudotettiin jalustalta – kansalaisnäkökulma politiikkaan vuosituhannen vaihteen Suomessa. Teoksessa Ullamaija Kivikuru (toim.) *Laman julkisivut. Media, kansa ja eliitit 1990-luvun talouskriisissä*. Helsinki: Palmenia-kustannus.

Kurikka, Päivi (2002) Kahden kerroksen kännykkäkansaa. Nuorten tietotekniikan käyttö ja asenteet tietoyhteiskuntaa kohtaan Nuorten Suomi 2001 -tutkimuksessa. Sitra: Helsinki

Kytömäki Juha (2002) Miten media-aamu valkenee? Havaintoja eläkeläisten mediakäytöstä. *Yksi päivä mediaa -kirjoitushankkeen satoa, seminaarialustukset*. Yleisötutkimus. Helsinki: Yleisradio Oy.

Kytömäki, Juha & Erja Ruohomaa (2002). *Yleisökertomus 2001. YLE:n monimediainen yleisösuhte*. Helsinki: Yleisradio Oy.

Lichtenberg, Judith (toim.) (1990) *Democracy and the Mass Media*. Cambridge: C.U.P.

Lichtenberg, Judith (2000) In Defence of Objectivity Revisited. Teoksessa Curran & Gurevitch (toim.) *Mass Media and Society*, 238–254.

LVM 30/2003: Televisiotoiminta Suomessa 2010. Esiselvitys. Liikenne- ja viestintäministeriön julkaisuja 30/2003.

LVM 48/2003: Internetin käyttö tietoyhteiskunnan reuna-alueilla. Liikenne- ja viestintäministeriön julkaisuja 48/2003.

LVM 50/2003: Kansallinen laajakaistastrategia. Ehdotus. Liikenne- ja viestintäministeriön julkaisuja 20/2003.

LVM 52/2003: Kohti Digi-aikaa. Televisiotoiminta ja Yleisradio Suomessa 2010 -työryhmän väliraportti. Liikenne- ja viestintäministeriön julkaisuja 52/2003.

LVM B16/2003: Laajakaistatutkimusten yhteenvetoraportti. Liikenne- ja viestintäministeriön mietintöjä ja muistioita B 16/2003.

LVM 14/2004: Viestintälainsäädännön uudistamisen vaikutusten arviointi 2003. Liikenne- ja viestintäministeriön julkaisuja 14/2004.

LVM 23/2004: Paukku, Eero: Yleisradio, julkinen palvelu ja sananvapaus. Liikenne- ja viestintäministeriön julkaisuja 23/2004

LVM 37/2004: Laajakaistapalvelut käyttäjän näkökulmasta 2004. Vuonna 2002 toteutetun tutkimuksen päivitys. Liikenne- ja viestintäministeriön julkaisuja 37/2004.

LVM 59/2004: Julkisen palvelun televisio- ja radiotoiminta 2010. Liikenne- ja

viestintäministeriön julkaisuja 59/2004.

LVM 71/2004: Kansallinen laajakaistastrategia. Väliraportti. Liikenne- ja viestintäministeriön julkaisuja 71/2004.

LVM 6/2005: Kotitalouksien telepalvelujen alueellinen saatavuus 2004. Liikenne- ja viestintäministeriön julkaisuja 6/2005.

LVM 17/2005: Haglund, Henry & Arno Wirzenius: Viestintäpalvelujen yleistymisen esteet. Liikenne- ja viestintäministeriön julkaisuja 17/2005.

LVM 33/2005: Äyväri, Heikki & Markku Kääriäinen: Valokaapeli kotiin. Liikenne- ja viestintäministeriön julkaisuja 33/2005.

LVM 2005: Lehdistötukilautakunta. Liikenne- ja viestintäministeriö. (<http://www.mintc.fi/scripts/cgiip.exe/WService%253Dlvm/cm/pub/showdoc.p?docid=2076&menuid=162>, luettu 26.8.2005).

Malmelin, Nando (toim.) (2003) *Välittämisen tiede. Viestinnän näkökulmia yhteiskuntaan, kulttuuriin ja kansalaisuuteen*. Viestinnän julkaisuja 8. Viestinnän laitos. Helsinki: Helsingin yliopisto.

Manning, Paul (2001) *News and News Sources: A critical introduction*. London: Sage.

McChesney, Robert & Edward Herman (1997) *The Global Media: The New Missionaries of Corporate Capitalism*. London and Washington: Cassell.

McKee, Alan (2005) *The Public Sphere. An Introduction*. Cambridge: Cambridge University Press.

McLachlan, Shelley & Peter Golding (2000) *Tabloidization in the British Press: A Quantitative Investigation into Changes in British Newspapers, 1952–1997*. Teoksessa Sparks & Tulloch (toim.) *Tabloid Tales. Global debates over media standards*. Lanham, Boulder, New York & Oxford: Rowman & Littlefield Publishers, 75–89.

McNair, Brian (2003) *News and Journalism in the UK*. London: Routledge.

McQuail, Denis (1994) *Mass Communication Theory: An Introduction*. London: Sage.

Meyer, Thomas (2002) *Media Democracy: How the Media Colonize Politics*. Polity Press: Cambridge

Miller, Toby (2001) Cultural Citizenship. *Television & New Media* 2(3), 183–186.

Moring, Tom (1989) *Political Elite Action: Strategy and Outcomes*. Commentationes

Scientiarum Socialium 41. Helsinki: Suomen Tiedeseura.

Murdock, Graham (2002) Review Article: Debating Digital Divides, *European Journal of Communication* 17(3), 385–390.

Murdock, Graham (2004) Past the Posts: Rethinking Change, Retrieving Critique, *European Journal of Communication* 19(1), 19-18.

Mörä, Tuomo (1996) Maiseman rakentaminen. Media-agendan synty EU-journalismissa. Teoksessa Kivikuru (toim.) *Kansa euromyllyssä*, 211–242.

Mörä, Tuomo (1999) *EU-journalismin anatomia. Mediasisältöjä muokanneet tekijät ennen kansanäänestystä 1994*. Viestinnän laitos, Sarja 1A/2/1999. Helsingin yliopisto: Helsinki.

Napoli, Philip M. (1999) Deconstructing the Diversity Principle, *Journal of Communication* 49(4), 7–34.

National Research Council (2000) *The Digital Dilemma: Intellectual Property in the Information Age*. Computer Science and Telecommunications Board, National Research Council. Washington D.C.: National Academy Press.

Nieminen, Hannu & Mervi Pantti (2004) Media markkinoilla. *Johdatus joukkoviestintään ja sen tutkimukseen*. Helsinki: Loki.

Nordenstreng, Kaarle (1996) Katsomosta areenalle. Kansalaisen paluu sananvapauden haltijaksi. Teoksessa Nordenstreng (toim.) *Sananvapaus*. Helsinki: WSOY.

Nordenstreng, Kaarle (1998) Hutchins Goes Global. *Communication Law & Policy* 3(3), 419–438.

Nordenstreng, Kaarle & Osmo A. Wiio (toim.) (2001) *Suomen mediamaisema*. Helsinki: WSOY.

Normo, Elina (1998) Sanomalehdistön tukeminen Pohjoismaissa. Teoksessa *Joukkoviestimet: Finnish Mass Media 1998*. Kulttuuri ja viestintä 1998:1. Helsinki: Tilastokeskus.

Nurmela, Juha & Timo Sirkiä (2004) *Muistio tietoyhteiskuntaohjelmalle suomalaisten tieto- ja viestintätekniikan käytöstä ja siihen suhtautumisesta marraskuussa 2004*. Helsinki: Tilastokeskus

Nurmi, Seija (2005) *The Impact of the Internet on Traditional Media Behavior – An Analysis of Evidence from Finland*. Ph.D.-thesis. London: University of Westminster. (Julkaisematon)

- Näränen, Pertti (2003) European Regulation of Digital Television. The opportunity lost and found? Teoksessa Lowe & Hujanen (toim.) *Broadcasting & Convergence: New articulations of the public service remit*. Gothenburg: Nordicom, 57–68.
- OPM 2004:10: Mediäväkivalta. Lapset ja media. Luonnos toimintaohjelmaksi 2005–2007. Kulttuuri-, liikunta- ja nuorisopolitiikan osasto. Opetusministeriön monisteita 2004:10.
- OPM 2005a: Avustukset kulttuurilehtien tukemiseen ja jakeluun. Opetusministeriö. (<http://www.minedu.fi/opm/avustukset/kulttuurilehdet.html>; luettu 26.8.2005).
- OM 2005:5: Kotilainen, Sirkku & Sara Sintonen (toim.): *Mediakasvatus 2005. Kansalliset kehittämistarpeet*. Oikeusministeriön julkaisuja 2005:5.
- OTK A2/2005: Aasian luonnonkatastrofi 26.12.2004. Tutkintaselostus A 2/2005 Y. Onnettomuustutkintakeskus. (<http://www.vnk.fi/tiedostot/pdf/fi/95059.pdf>; luettu 21.8.2005)
- OPM 2004:5: Kirjastopalvelut kaikilla mausteilla. Palvelutuotannon tila, tarpeet ja tulevaisuuden linjauksia. Opetusministeriön julkaisuja 2004:5. (<http://www.minedu.fi/julkaisut/kulttuuri/2004/opm5/kirjastopalvelut.pdf>; luettu 20.8.2005).
- Paukku, Eero (2004) Sananvapaus ja yleisradion julkisen palvelun velvoite. Teoksessa *Kenestä saa kertoa? Viestintäoikeuden vuosikirja 2004*. Kansainvälisen talousoikeuden instituutti. Helsingin yliopiston oikeustieteellisen tiedekunnan julkaisut. Helsingin yliopisto: Helsinki, 29–69.
- Puhakka, Sirpa (1998) Erkon viestintäkonserni tukeutuu kansalliseen. *Ydin* 3/1998. (<http://www.kaapeli.fi/sanoma-open/toimitetut/ydinkolumni.htm>; luettu 2.9.2005)
- Raboy, Mark, Serge Proulx & Peter Dahlgren (2003) The Dilemma of Social Demand: Shaping Media Policy in New Civic Contexts, *Gazette* 65(4-5), 323–329.
- Raittila, Pentti (toim.)(2002) *Etnisyys ja rasismi journalismissa*. Journalismin tutkimusyksikkö, Tampereen yliopisto: Tampere, sekä Suomen Journalistiliitto: Helsinki.
- Reunanen, Esa (2003) Budjettijournalismi julkisena keskusteluna. Tekstianalyttisiä näkökulmia suomalaiseen ja ruotsalaiseen budjettikirjoitteluun. Akateeminen väitöskirja. Tampereen yliopiston tiedotusopin laitos, Mediatutkimuksia 2003. (<http://acta.uta.fi>; luettu 19.4.2005)
- Roos, Jonna (2004) *Moninaisuus YLEn ohjelmatarjonnassa. Maahanmuuttajia koskevat Yleisradion tv-ohjelmistot vuonna 2003*. Yleisötutkimus, tutkimuksia 6/2004. Helsinki: Yleisradio Oy.
- Ruostetsaari, Ilkka (1992) *Vallan ytimessä. Tutkimus suomalaisesta valtaeliitistä*.

Helsinki: Gaudeamus.

Ruostetsaari, Ilkka (2003) *Valta muutoksessa*. Helsinki: WSOY.

Sanomalehtien Liitto (2005): Sanomalehti opetuksessa. (http://www.sanomalehdet.fi/index.php?sisalto_id=48&paaotsikko_id=5&valittu_id=5&kieli=; luettu 27.8.2005)

Siebert, Fred S., Theodore Petersen & Wilbur Schramm (1956/1963) *Four Theories of the Press: The Authoritarian, Libertarian, Social Responsibility and Society Communist Concepts of What the Press Should Be and Do*. Urbana: University of Illinois Press.

Sihvonen, Jukka (2004) *Mediatajun paluu – pistokkeen päässä*. Like: Juva 2004.

Siisiäinen, Martti (1990) *Suomalainen protesti ja yhdistykset*. Tutkijaliitto: Helsinki.

Simonen, Elina (2002) ”Nuoret ovat jatkossa myös Kotilieden haaste”. Elina Simosen haastattelu. Jarmo Boberg, Kirjatyö 7.11.2002. (<http://www.viestintaliitto.fi/kirjatyo/2002/13/muut/haastattelu.html>; luettu 28.8.2005)

Snell, Susanna, Lahelma, Anna & Toppinen, Pilvi (2003) *Parempia ohjelmia. TV-ohjelmatestien satoa 2001–2003*. Yleisradio: Helsinki.

Sparks, Colin (2000) Introduction. The Panic Over Tabloid News. Teoksessa Sparks & Tulloch (toim.). *Tabloid Tales: Global Debates over Media Standards*. Lanham, Boulder, New York & Oxford: Rowman & Littlefield, 1–40.

Sparks, Colin & John Tulloch (toim.) (2000) *Tabloid Tales: Global Debates over Media Standards*. Lanham, Boulder, New York & Oxford: Rowman & Littlefield.

Stevenson, Nick (ed.) (2001) *Culture and Citizenship*. London: Sage.

Street, John (2001) *Mass Media, Politics and Democracy*. Basingstoke: Palgrave.

Suihkonen, Minna (2003) ”Kukaan ei halua elää semmoista elämää, jossa omaa ääntä ei kuulu”. *Haastattelututkimus etnisten vähemmistöjen omasta mediasta ja vähemmistötaustaisten toimittajien pääsystä valtamediaan*. Journalismin tutkimusyksikkö, Tampereen yliopisto: Tampere.

Sunstein, Cass (2002) Republic.com. Sähköinen julkaisu. Princeton University Press. (<http://www.pupress.princeton.edu/titles/7014.html>; luettu 28.8.2005)

Syvertsen, Trine (2004) Citizens, audiences, customers and players, *European Journal of Cultural Studies* 7(3) 363–380.

Suomen Lehdistö 9/2007: Asko Hynninen: JSN:n uusi puheenjohtaja Jacob Söderman: Tuomion vaikutus sananvapauteen pitäisi aina arvioida. (www.sanomalehdet.fi/suomenlehdisto/0309/030903.shtml; luettu 27.8.2005)

Tarkiainen, Johanna, Pauliina Aarva, Hannu Nieminen & Kirsi Leinonen (2005)

Terveys, viestintä ja kansalaiset. Tutkimus kansalaisten ja vaikuttajien näkemyksistä. Viestinnän tutkimuskeskus CRC, Helsingin yliopisto & Terveyden edistämisen keskus.

TM 267/2005: Uusikylä, Petri, Anniina Tuominen, Anna-Kaisa Mäkinen & Niklas Reuter: Maahanmuuttajien kotoutumiskoulutuksen arviointi. Työpoliittinen tutkimus 267. Työministeriö 2005.

TM 344/2005: Kala kuivalla maalla. Kotoutuminen maahanmuuttajan näkökulmasta. Työhallinnon julkaisu 344. Etnisten suhteiden neuvottelukunta, Työministeriö 2005.

Toivanen, Erkki (2002) Erkki Toivanen: Julkista palvelua tyhmenetään. (www.proyleiso.org/taustamateriaali/taustoiva; luettu 26.8.2005)

Turow, Joseph (1997) *Breaking up America: Advertisers and the new media world.* Chicago: University of Chicago Press.

Työryhmän ehdotus 15.6.2005: Työryhmän ehdotus hallituksen maahanmuuttopoliittiseksi ohjelmaksi. (http://www.mol.fi/mol/fi/99_pdf/fi/06_tyoministerio/06_julkaisut/10_muut/maahanmuuttopol_ohjelma2005.pdf; luettu 27.8.2005)

Vaihtoehtoinen vaikuttava tietotoimisto (VAI) Tiedotusvälineet ja objektiivisuuden harha. (<http://www.vaikuttava.net/esittely.php>; luettu 2.9.2005).

Valtiovarainministeriö (2005) Hallinnon yhteiset periaatteet kansalaisen kuulemiseen. (<http://www.vm.fi/vm/liston/page.lsp?r=92873&l=fi&menu=2631>) (<http://www.vm.fi/tiedostot/pdf/fi/92846.pdf>; luettu 23.4.2005)

Vehviläinen, Pekka (2005) Journalistin ohjeiden käyttörajoitus tepsii? Journalisti 18.2.2005. Verkkoarkisto. (<http://www.journalistilehti.fi/arkisto/42005/lyhy/Muut184280.htm>; luettu 28.8.2005)

Wiio, Osmo A.(2000) Televisio ja väkivalta. Teoksessa Levo-Henriksson & Ampuja (toim.) *Media ja me.* Viestinnän julkaisuja 1. Viestinnän laitos. Helsinki: Helsingin yliopisto, 193–206.

Wilska, Terhi-Anna (2005) Nuorilla ei vaaraa syrjäytyä tietoverkoista. *Tiedosta* 18.3.2005. Tietoyhteiskunnan kehittämiskeskus ry. (http://www.tieke.fi/tiedosta-lehti/?ARTICLE_NUM=13642; luettu 28.8.2005)

VNK 3/2005: VISA – valtionhallinnon viestinnän seuranta- ja arviointijärjestelmä. Valtionhallinnon viestintä 2007 –hanke. Osa I. (<http://www.vnk.fi/tiedostot/pdf/fi/93148.pdf>; luettu 28.8.2005)

VNK 4/2005: VISA – valtionhallinnon viestinnän seuranta- ja arviointijärjestelmä. Valtionhallinnon viestintä 2007 -hanke. Osa II: Tutkimusraportit. (<http://www.vnk.fi/tiedostot/pdf/fi/93150.pdf>; luettu 28.8.2005)

VNK 7/2005: Tiedonkulku ja viestintä Aasian hyökyaaltokatastrofissa.

Valtioneuvoston kanslian julkaisusarja 7/2005.(<http://www.vnk.fi/tiedostot/pdf/fi/95059.pdf>; luettu 21.8.2005)

Vuortama, Timo (2004) Mikä on media-asiamies? *Journalisti* 2/2004. (<http://www.journalistilehti.fi/journalisti/arkisto/22004/ala/alakz2x0.htm>; luettu 27.8.2005)

Ylönen, Olli (2002) *Paikallisradioita Suomeen!* Tiedotusopin laitoksen julkaisuja C 36/2002. Tampereen yliopisto: Tampere

Young, Iris Marion (1993) Justice and Communicative Democracy. Teoksessa Roger S. Gottlieb (toim.) *Radical Philosophy: Tradition, Counter-Tradition, Politics*. Philadelphia: Temple University Press, 23–42.

Young, Iris Marion (1996) Communication and the Other: Beyond Deliberative Democracy. Teoksessa Seyla Benhabib (toim.) *Democracy and Difference: Contesting the Boundaries of the Political*. Princeton: Princeton University Press, 120–135.

Sarjan aiemmat julkaisut vuonna 2005

1. Nordiska initiativ för aktivt medborgarskap utgående från principen om livslångt lärande
2. Kansallinen ohjelma väkivallan vähentämiseksi
3. Kansalaisena Suomessa. Kansalaisvaikuttaminen Pohjoismaissa ja European Social Survey 2002
4. Think tankit ja poliittiset säätiöt Euroopassa. Esityksiä suomalaisista toteuttamismalleista
5. Mediakasvatus 2005. Kansalliset kehittämistarpeet
10. Toimenkuva katoamassa vai ”valoa ikkunassa”? Paikallisen poliittisen järjestötoiminnan tila Suomessa

ISSN 1458-6444
ISBN 952-466-297-3



9

789524662970

TILAUKSET
Edita Prima Oy
Asiakaspalvelu
vaihde 020 450 011
faksi 020 450 2470
asiakaspalvelu.prima@edita.fi



Oikeusministeriö
Justitieministeriet
PL 25
00023 VALTIONEUVOSTO
puh. (09) 160 03
www.om.fi