

Valta-symposium
 Karjalan teologinen seura
 12.-13.2.2018
 Joensuu
 Reetta Meriläinen

Reetta Meriläinen: *Neljäs valtiomahti. Vallankäyttö toimittajan työssä*

Tiivistelmä:

Median valta on yhteiskunnallista agendavaltaa. Media vaikuttaa siihen, mistä yhteiskunnassa keskustellaan ja mikä jää piiloon. Agendan asettajalla on suuri vastuu tärkeysjärjestyksistä. Onko uutisen kiinnostavuus tärkeämpi julkaisukriteeri kuin yhteiskunnallinen merkittävyys?

Median jakolinjat somekaudella ovat toiset kuin aikana ennen somea. Nyt median kuluttaja saa valittavakseen faktoja tai vaihtoehtoja totuutta, järkeä tai tunnetta, vastuuta tai vihafliirttiä? Kaikki tuo maanisella vauhdilla, impulssien ohjailussa.

Demokratian ja median suhde on symbioottinen. Toimiva demokratia tarvitsee vapaata mediaa, mutta onko medialle siirtynyt pikkuhiljaa lisää tuomiovaltaa julkisuuden määrän lisääntyessä ja laadun vaihdellessa?

Neljäs valtiomahti – vallankäyttö toimittajan työssä

Runko

Vähän käsitteistä. Vielä tsaarin aikana valtiomahti oli yhtä kuin painettu lehti, Paasikiven aikaan neljännellä valtiomahdilla tarkoitettiin lehdistöä ja radiota. Kekkonen aikaan neljäs valtiomahti tarkoitti lehdistöä, radiota ja televisiota. Nyt, Sauli Niinistön valtakaudella, neljäs valtiomahti tarkoittaa kaikkia edellisiä tiedotusvälineitä plus verkkojulkaisuja, verkkokomentointia, blogeja, videoblogeja, Facebookia, Twitteriä, Instagramia, Snapchatia vain joitakin mainitakseni.

Onko nykyinen media kirjavuudessaan enää valtiomahti vai onko siitä tullut mahti, joka vaikuttaa ennen kaikkea ihmisten mieliin, säätelee kansalaisten mielialoja tai pilaa tunnelmaa? Mihin minkäkin tiedotusvälineen mahti eli valta perustuu? Vastausvaihtoehtoja on: 1. Valta perustuu tietoon, totuudenmukaisuuteen tai 2. kykyyn herättää tunteita tai 3. kykyyn herättää pelkoa tai 4. kykyyn muodostaa yhteisöjä. Koska median toimintafääri on julkisuus, pitäisikö ryhtyä puhumaan julkisuudesta neljäntenä valtiomahtina?

Agendan asettaja

Median valta perustuu pitkälti siihen, että media asettaa julkisuuden agendan, määrää julkisuuteen nostettavat aiheet (kuva1), vaikuttaa siihen, mistä ja miten keskustellaan.

Media vaikuttaa myös siihen, mistä ei puhuta, mikä jää piiloon. Maailman tapahtumat, politiikan syklit ja vuodenkierto vaikuttavat aiheisiin, mutta säännöllisesti pitäisi katsastaa, mitkä aihepiirit unohtuvat, mistä ei keskustella. Pitkään sellainen aihe on ollut sekä globaali että suomalainen köyhyys ja siitä juontuva epätasa-arvo.

Julkisuuden maantieteessä on suuria valkoisia alueita ja ne tahtovat olla alueita, jotka ovat YK:n kehittyneisyystilastojen häntäpäässä (2.). Rutiköyhät ja alikehittyneet maat pääsevät julkisuuteen luonnonkatastrofien tai veristen sotien avulla, jos sittenkään. Tai niistä aletaan keskustella julkisuudessa, jos ihmiset alkavat siirtyä niistä maista sankoin joukoin häiritsemään meidän vauraiden rauhaa, tulla ottamaan osaa meidän hyvinvoinnistamme.

Perinteiset instituutiot politiikan ja talouden ulkopuolelta pääsevät myös aika valikoidusti eli harvoin julkisuuteen, etenkin valtakunnalliseen julkisuuteen. Instituutioita koskee uutistoiminnan vanha lausahdus: Good news is no news.

Tämä pätee myös kirkkoon. Tarvitaan vaalit, rötöksiä tai uutta jaksoa ikuisuuskeskusteluun homoparien vihkimisestä tai naispappeudesta. Instituutioiden ruohonjuuritaso jää pitkälti raportoimatta. Koska olet viimeksi lukenut jutun tai katsellut ohjelmaa esimerkiksi Ilmatieteenlaitoksen havaintoasemien työstä? Kirkon piirissä seurakunnat saavat elää ja toimia rauhassa medialta ja se on hyväkin. Samalla jää kuitenkin kertomatta se arkinen toiminnan taso, jossa kirkko ja ihmiset kohtaavat. Edellä sanottu koskee nimenomaan valtakunnallista mediaa, paikallinen media saattaa piipahtaa seuraamassa instituutioiden arkipäivääkin.

Kansalaisten oikeudet valtakoneistoja vastaan

Perinteisen median yksi tärkeimpiä tehtäviä on pitää kansalaisten puolia. Se tarkoittaa epäkohtien paljastamista, vääryyksien tuomista julkisuuteen, vallanpitäjien toiminnan valvomista. Median toimintaa ohjaa tiedon intressi eli kansalaisten oikeus tietää itseään koskevista asioista. Ja ettei totuus unohtuisi, kaupallisella medialla on tiedon intressin lisäksi hoidettavanaan myös omistajien intressit. Tiedonvälitys on myös liiketoimintaa, poikkeuksena verovaroin rahoitettu Yleisradio.

Media vie viestiä kahteen suuntaan: päättäjiltä kansalaisille, kansalaisilta päättäjille. Median täytyy osata kuunnella ja kuulla kansalaisten, erilaisten kansalaisten ääntä. Keiden ääni kuuluu, keiden ei? Yhteiskunnassa täytyy

kuunnella myös vastarannankiiskien ääntä, huonosti perusteltuja argumentteja, ”vääriä” mielipiteitä ja rosoisesti muotoiltuja näkemyksiä. Sananvapaus on yksi demokratian kestävimmistä rakennusaineista. Ja silti: silläkin on rajansa, viimeistään rikoslaissa.

Yhteiskunnallisen keskustelun synnyttäjällä on suuri vastuu sisältöjen tärkeysjärjestyksistä. Onko uutisen kiinnostavuus tärkeämpi julkaisukriteeri kuin yhteiskunnallinen merkittävyys? Miten perustellaan se, että presidentin bostoninterrieri saa enemmän palstatilaa kuin valtaoikeuksien käyttö? Olen ollut havaitsevinani, että media joskus hurskastelee vedotessaan kansalaisten oikeuteen tietää. Etenkin tirkistelevissä viihdeuutisissa. Tiedetäänkö oikeasti, mitä kansalaiset haluavat tietää?

Some-aika

1990-luvun lopulla alkanut median digitalisointi on mullistanut mediamaiseman sekä ihmisten ja median suhteen. Kansalaisten suora pääsy tietoihin helpottui, suora kontakti päättäjiin helpottui ja kuka tahansa saattoi ryhtyä julkaisemaan itse blogia tai osallistua verkkokeskusteluihin. Kuka tahansa voi olla julkaisija. Etenkin he, jotka harvoin saivat julki mielipiteitään esiin perinteisessä mediassa, riemuitsivat. ”Toimitusten ylipappien eli toimittajien valta on ohi, nyt jokainen voi olla julkaisija.”

Yksi myönteinen seuraus oli, että vallan vahtikoirat saivat kimppuunsa omat vahtikoirat, jotka valppaasti vaanivat perinteisen media virheitä ja uutisoinnin oletettua puolueellisuutta. Hyvä niin, sillä mikään instituutio ei saa olla kriittisen arvioinnin ylä- tai ulkopuolella.

Vapaus siis koitti, mutta jokainen nettikeskusteluja tai sosiaalista mediaa seurannut, on huomannut, että vapaus ei ole ongelmaton.

Perinteisen median toimittajien työtä säätelevät lait ja ammattikunnan oma eettinen ohjeisto, Journalistin ohjeet (3.kuva). Normit kieltävät julkaisemasta tarkistamatonta tai väärää tietoa, ne kieltävät rasistisen tai syrjivän puheen, herjaamisen ja kunnianloukkaukset. Nimen julkaisemisesta uutisissa on tarkat ohjeet. Jos aikoo itse julkaista jotain tai jos joutuu median haastateltavaksi, kannattaa tutustua ohjeisiin, vaikkei olisikaan journalisti.

Pahimmillaan julkisuuden jokamiehen oikeus on tuonut elämäämme kaunaa, vihaa, ilkeyttä, uhkailua ja pelkoja. Somen kielenkäyttö on pahimmillaan raakaa. Sanomisen vapaus onkin alkanut viedä ilmasta happea ja rajoittaa yhteistä olemista, vapautta. Näin on käynyt, jos esimerkiksi maahanmuuton tai rasismien tutkijat eivät uskalla enää avata suutaan julkisuudessa. Tai jos

naisten tasa-arvosta kirjoittanut naistoimittaja joutuu vaihtamaan jatkuvasti puhelinnumeroaan tai osoitettaan.

Piispa Irja Askolan sähköposteja lukiessa mieli muuttui matalaksi. Tällaista tapahtuu maailman parhaimmin koulutetussa maassa, näinkö puhuvat maailman parhaiten koulutetut ihmiset - ja vieläpä kristitytkin ihmiset! Tosin nimimerkkien ja tekaistujen nimien suojista kirjoittaneista ei voi sanoa, kuuluivatko mihinkään kirkkokuntaan. Jokainen vihapuheen syövereissä käväissyt tunnistaa olon tekstiryöppyjen jälkeen, se sama kuin jos suihkussa niskaan valuisi puhtaan veden sijasta sitä itseään.

Sosiaalisen median nopeasti leviävät uutiset haastavat perinteisen median toimituksia. Positiivisessa tapauksessa some tuottaa pätevää tietoa todella nopeasti, ja on merkittävä uutislähde. Mutta: Koskaan kun ei tiedä, mikä kaikki on totta. Yhdysvaltojen presidentinvaalit osoittivat someuutisten nurjan puolen (4. ja 5. kuva). Valeuutisten suosio ohitti totuudenmukaisten suosion, kun valeuutisia oli toistettu tarpeeksi kauan. Valheita tehtailivat venäläisten ja amerikkalaisten trollitehtaiden lisäksi esimerkiksi makedonialaiset teinit. Ajattelemisen aiheita antoi, etteivät teinit mieltäneet tekevänsä mitään väärää. Tehtailu toi rahaa, ja rahalla saattoi ostaa älypuhelimia tai juoda kahvilassa lattea.

USA:n vaaliviestinnässä esiin nousi varsin hämmentävä asia: osaa äänestäjistä ei häirinnyt se, että valheet todistettiin valheiksi. Tärkeää oli, että epätosi väittämä vetosi tunteisiin, vastasi omia toiveita, intohimoja sekä vahvasti oman, saman mielisen yhteisön lujuuutta. Tai uskonvarmuutta. Tunne korvasi tiedon. Reteät puheet asiantuntijuuden.

Some-julkisuus on ansa, varoittaakin Leedsin yliopiston sosiologian professori emeritus Zygmunt Bauman El Pais -lehden haastattelussa.

”Useimmat ihmiset eivät käytä sosiaalista mediaa avartaakseen horisonttiaan, vaan lukitakseen itsensä mukavuusalueelle”, Bauman sanoo

Brexitin ja Yhdysvaltain presidentin vaalien jälkeen on yleistynyt puhe totuudenjälkeisestä ajasta. Post truth -aikakausi ei liene koko totuus, mutta havahduttaa kyllä. Perinteisen median edustajaa viiltää syvältä näkymä, jossa sosiaalinen media hallitsee julkisuutta ja perinteinen korjailee, paikkailee ja yrittää pitää kiinni lakipykälästä ja itsesääntelynormeista kuten journalistin eettisistä ohjeista. Faktojen tarkistus on synnyttänyt uudenlaista journalismia, mutta onko siitä liiketoiminnaksi, jää nähtäväksi. (6. kuva, Pieter Brueghel vanh. taulun Kuoleman voitto (kopio))

Myös paavi Franciscus on havahtunut valeuutisten vaaroihin. Hän vertasi hiljattain (tammikuu 2018) valeuutisia Raamatun kertomukseen saatanasta, joka käärmeeksi naamioituneena houkutteli Eevan syömään paratiisin kielletystä puusta. Paavin mukaan saatana syötti Eevaa väärällä tiedolla väittämällä, että hedelmän syöminen tekisi hänestä kaikkitietävän.

Paavin mukaan ammattijournalistien pitää vältellä ”kiihtymyksen ruokkimista” ja jymyuutisten metsästämistä Journalistien tulisi ”keskittyä vähemmän viime hetken uutisiin ja sen sijaan tutkia konfliktien taustoja”.

Journalismin tulisi paavin mukaan myös esitellä vaihtoehtoja nykyisen kaltaiselle ”äänekkäälle riitelylle ja verbaaliselle väkivallalle”.

Kritiikki sosiaalisen median suurimpia, miljardeja kerääviä yrityksiä Facebookia ja Googlea kohtaan on kasvanut niin Euroopassa kuin Yhdysvalloissakin. Niiden halutaan ottavan vastuuta sisällöistä, joita niiden palveluissa julkaistaan.

Nyt, tekoälyn ja esineiden internetin aikakaudella, on vilkastunut myös keskustelu siitä, kuinka paljon nettiyritysten algoritmit ohjailevat valintojamme, sosiaalista elämäämme ja mieliämme. Jo nyt näillä yrityksillä on pelottavan paljon tietoa meistä.

Nettifirmojen kovimpiin kritikoihin kuuluva toimittaja **Franklin Foer** kutsuu tuoreessa kirjassaan *World Without Mind* yhtiöitä ”mielen monopoleiksi”.

Foer on huolissaan siitä, että yhtiöt rapauttavat demokratian. Sen lisäksi hän kysyy, millaiseen kehykseen palvelut maailman sullovat: nopeaan, visuaaliseen ja jatkuvien keskeytysten muottiin vai Foerin ihannoimaan rauhalliseen, kirjallisen keskustelun muotoon.

”Dataa keräämällä yhtiöt ovat piirtäneet mielistämme kuvan, jolla ne ohjaavat joukkoja (ja yhä useammin yksilöitä) edistääkseen omia taloudellisia etujaan”, Foer kirjoittaa.

Uhkakuvat on hyvä tiedostaa, mutta niihin ei liene hyvä upota. On hyvä palata myöskin alkusyihin, joista tiedotusvälineet ovat historian saatossa syntyneet. Jos puhutaan yhteiskunnallisesta mediasta, uutismediasta, synnyn taustalla on ollut halu vaikuttaa yhteisiin asioihin – ja mieliin. Media on seurannut vahtikoirana viranomaisia, se on ollut pitämässä kansalaisten puolia ja valvomassa omassa roolissaan yhteiskunnan rakentumista ja toimintaa.

Tiedolla, demokratialla, avoimuudella ja medialla on keskinäinen suhde. Media tarvitsee tietoa, avoimuutta, päätöksenteosta pystyäkseen kertomaan ja suomentamaan päätöksiä kansalaisille. Toimiva demokratia tarvitsee kriitikkonsa ja kyseenalaistajansa. Medialle sananvapaus tarkoittaa myös suurta vastuuta. Julkisuuden määrän lisääntyessä ja laadun vaihdellessa median täytyisi olla erityisen tarkkana, kuinka se valtaansa käyttää. Tuomiovalta on oikeuslaitoksella ja saa pysyä siellä.

Ennenkin on uhkailtu julkisuudella, siinä ei ole mitään uutta. Mutta nyt uhkailija saattaa itse toteuttaa uhkauksensa ja kohu on valmis! Julkisuus on oikukas sfääri. Sitä halutaan, mutta sitä on vaikea hallita. On epätervettä kehitystä, jos alun perin hyvästä tai neutraalista asiasta tulee uhkailun väline ja kohukärsimyksistä rangastuksia lieventävä seikka.

Neljäs valtiomahti on edelleen olemassa, mutta monimutkaisempana kuin Kekkonen aikaan. Ajoittaista synkkyyttä hälventääkseni olen vakuuttanut itselleni, että medialla, vastuullisella medialla on edelleen tärkeä tehtävä päätöksentekijöiden ja kansalaisten välisessä tiedonkulussa. Median tulisi edelleen penkomalla, suomentamalla ja selittämällä tarjota ihmisille eväät jokapäiväisten ratkaisujen tekemiseen.

Median tehtävä ei ole sekoittaa tai fabuloida asioita, muunnella faktoja vaan tuoda tiedolla järjestystä kaaokseen (7. ja 8. kuva). Yrittää selvittää, mistä oikein on kysymys missäkin mutkikkaassa asiassa. Se ei tarkoita, että vältellään vaikeita tai pahoja asioita, vaan yritetään löytää syitä, selitystä niiden taustalta. Antaa ihmisille eväitä oman elämän päätöksentekoon.

Nettifirmojen kovimpiin kriitikoihin kuuluva toimittaja **Franklin Foer** kutsuu tuoreessa kirjassaan *World Without Mind* yhtiöitä ”mielen monopoleiksi”.

Foer on huolissaan siitä, että yhtiöt rapauttavat demokratian. Sen lisäksi hän kysyy, millaiseen kehykseen palvelut maailman sullovat: nopeaan, visuaaliseen ja jatkuvien keskeytysten muottiin vai Foerin ihannoimaan rauhalliseen, kirjallisen keskustelun muotoon.

”Dataa keräämällä yhtiöt ovat piirtäneet mielistämme kuvan, jolla ne ohjaavat

joukkoja (ja yhä useammin yksilöitä) edistääkseen omia taloudellisia etujaan”, Foer kirjoittaa.