

TAMPEREEN YLIOPISTO

Uutta aikaa selittämässä

Ylen retoriikka yleisönosastovastineiden digitaalisissa kysymyksissä

Journalistiikan pro gradu -tutkielma

Elina Venttola

Huhtikuu 2018

Sisällysluettelo

1. Johdanto	2
1.1. Tutkimusongelma ja tutkimuskysymys	5
2. Yleisradio ja digitaaliset yleisöt	6
2.1. 'Yleisradio' digitaalisena aikana	10
2.2. Radion digitalisoituminen – haavetta vai todellisuutta?	11
2.3. Tutun perinteisestä uuteen maailmaan: digitaalinen televisio	13
2.4. Kolmas kanava: Ylen palvelut verkossa ja mobiilissa	15
3. Sanomalehtivastineet ja julkisen keskustelun kenttä	17
4. Yle ja yleisö: kansalaisia vai kuluttajia?	24
5. Uusi retoriikka ja yleisön vakuuttaminen	29
5.1. Argumentoinnin lähtökohdat	30
5.2. Argumentoinnin tekniikat	33
5.3. Sidostekniikat	33
5.4. Erottamiseen pyrkivät argumentit ja esitysjärjestys	42
6. Argumentoinnin keinot Ylen vastineissa	43
6.1. Lähtöoletukset Suomalaisten kesellä -strategiassa	45
6.2. Kommentointimahdollisuudet Ylen verkkosivuilla	47
6.3. Digitaidot, digitaalinen eriarvoisuus ja sisältöjen siirtyminen verkkoon	52
6.4. Ylen asema digitaalisilla mediamarkkinoilla	60
7. Pohdintaa analyysin tuloksista	66
7.1. Ylen yleisökäsitys	68
8. Johtopäätökset	70
Lähteet	74
Liite 1. Aineisto	80

TAMPEREEN YLIOPISTO

Viestintätieteiden tiedekunta

VENTTOLA, ELINA: Uutta aikaa selittämässä. Ylen retoriikka yleisönosastovastineiden digitaalisissa kysymyksissä.

Pro gradu -tutkielma, 81 s, 1 liite.

Journalistiikka ja mediatutkimus.

Huhtikuu 2018

Tutkielma tarkastelee Yleisradion ja sen yleisön suhdetta digitaaliseen mediaan liittyvissä kysymyksissä. Tutkimuksen menetelmänä on käytetty Chaïm Perelmanin ja Lucie Olbrechts-Tytecan kehittämää uuden retoriikan teoriaa. Argumentaatioanalyysin aineistona on 10 suomenkielistä Yle vastaa -kirjoitusta ja 3 ruotsinkielistä Yle svarar -kirjoitusta. Yle vastaa -kirjoitukset ovat vastineita, joilla Yle reagoi mielipidekirjoituksiin sanomalehdissä ja jotka julkaistaan myös Ylen omilla verkkosivuilla. Ajalta 30.11.2015–24.10.2017 kerätyn aineiston tukena on eritelty saman aikavälin Ylen strategiaa *Suomalaisten keskellä*. Tutkimus kysyi, millaisia digitaaliseen Yleen liittyviä asioita yleisö nostaa sanomalehtien mielipidepalstoilla ja millaisella retoriikalla Yle vastaa kirjoituksiin digitaalisista palveluista ja tuotteista.

Digitaalisia aiheita käsitteli pääaiheenaan noin viidesosa yleisönosastokirjoituksista, joihin Ylen edustajat kirjoittivat vastineet. Kirjoitukset käsittelivät kolmea teemaa: Ylen verkkosivujen kommentointitoimintoja, sisältöjen siirtymistä verkkoon ja digitaalista tasa-arvoa sekä sitä, häiritseekö Ylen läsnäolo digitaalisilla alustoilla kaupallisen median kilpailua.

Tutkimuksen keskeisin tulos on se, että Ylen edustajat vetoavat vastineissaan tyypillisimmin auktoriteetteihin, kuten tutkimuksiin, lakiin tai sopimuksiin. Sen lisäksi vastineissa käytetään tarkkoja ja näennäisiä numerofaktoja, joilla pyritään vertailemaan asioiden painoarvoa. Jos Yle oli joutunut tekemään yleisölle epämieluisia valintoja, argumentissa vedottiin asioiden välisiin tarkeyseroihin ja uhrauksiin tärkeämmän tavoitteen saavuttamiseksi. Auktoriteettiin ja numerofaktaan nojaavan argumentaation keinot loivat mielikuvan puolueettomuudesta ja objektiivisuudesta. Ylen linja oli paikoin enemmänkin tiedottava kuin keskusteleva.

Vastineiden argumentaatiolle oli yhteistä samojen argumenttien ja sanamuotojen toistuminen. Tutkimus herätti kysymyksen siitä, täyttääkö sanomalehtien mielipidepalstoilla käyty keskustelu habermasilaisen julkisen keskustelun edellytystä yhteiskunnallisesta vaikuttavuudesta.

1. Johdanto

Uutislähetysten aihe päättyy yhä useammin toteamukseen: ”Lisää aiheesta voit lukea nettisivuiltamme.” Myös Ylen uutislähetysiin on ilmestynyt kommenttiraita, jossa kehoitetaan seuraamaan uutisia puhelimelta ja lataamaan Yle Uutisvahti. Uutiset siirtyvät verkkoon ja mobiiliin, ja uudet sukupolvet vauhdittavat median digitalisoitumista. Vuonna 2016 internetiä käytti 88 prosenttia 16–89-vuotiaista suomalaisista¹.

Tässä kohtaa kotonani kuuluu yleensä tuhaudus. Olen 50-luvun vanhempien lapsi, eivätkä vanhempani käytä paljontaan digitaalisen ajan palveluita. Isäni on opetellut käyttämään tietokonetta, mutta uutisisällön laajentaminen verkkoon tekee asioista hänelle hankalampia. Äitini on kieltäytynyt käyttämästä tietokonetta lainkaan. Kumpikaan vanhemmistani ei käytä älypuhelinia.

Yleisradio on vanhempien ikäpolven läpäisevä media, jonka tavoitavuusluvut ovat yli 60-vuotiaiden keskuudessa suurimmat, jopa yli 95 prosenttia². Tyytymättömyys uutisisältöjen siirtymisestä verkkoon on kuitenkin herännyt esiin sekä kotona että sanomalehtien yleisönosastokirjoituksissa. Huoli vanhempien ikäryhmien mahdollisuuksista ja halusta käyttää digitaalisia palveluita on vain yksi monista kysymyksistä, joita nopea digitaalinen kehitys herättää.

Tämä pro gradu -tutkimus perustuu kahteen kiinnostuksen kohteeseen: tutkimukseen yleisöjen käyttäytymisestä ja ilmiöön, jota kutsutaan ’digitalisaatioksi’. Millaisiin digitaalisen median aiheisiin yleisö ottaa suoraan kantaa, ja miten media, tässä tapauksessa Yleisradio, vastaa kannanottoihin? Näihin kysymyksiin pyrin vastaamaan tutkimalla Yleisradion Yle vastaa -kirjoituksia.

Yle vastaa -kirjoitukset ovat Ylen edustajien kirjoittamia vastineita sanomalehtien yleisönosastokirjoituksiin. Vastineet kootaan myös Ylen omille verkkosivuille.³ Sekä mielipidekirjoitukset että vastineet on alun perin julkaistu suomalaisissa, suomen- tai ruotsinkielisissä lehdissä. Ne ovat yleensä olleet joko toimituksen mielipideosastoilla tai yleisönosastoilla, ja joissakin tapauksissa Yle vastaa myös lehtien muihin artikkeleihin. Ylen vastineet on lähetetty kyseiseen mediaan, jos mediassa on julkaistu Yleä käsittelevä kirjoitus. Yle vastaa -kirjoitus on siis yhtiön tapa kommentoida ja vastata kirjoituksiin, jotka on osoitettu suoraan Ylelle. Tässä tutkimuksessa käsitellyt vastineet on julkaistu Aamulehdessä, Kalevassa, Karjalaisessa,

¹ http://tilastokeskus.fi/til/sutivi/2017/13/sutivi_2017_13_2017-11-22_tie_001_fi.html (27.2.2018)

² <https://yle.fi/aihe/artikkeli/2017/12/14/yle-tavoittaa-verkkopalveluillaan-ya-useampia-myos-nuorten-tavoitavuus> (27.2.2018)

³ <https://yle.fi/aihe/yleisradio/vastaukset> (27.2.2018) ja <https://svenska.yle.fi/svar> (27.2.2018)

Kauppalehdessä, Keskisuomalaisessa, Kyrkpresseissä, Savon Sanomissa, Turun Sanomissa, Vasabladetissa ja Österbottens Tidningissä.

Tutkimukseni keskittyy siihen, millaista vuorovaikutusta yleisradioyhtiön ja sen yleisöjen välillä on. Toiseksi tutkimus kysyy, millaisin retoriikan keinoin Ylen edustajat pyrkivät perustelemaan Ylen uudet linjaukset, jotka liittyvät digitaalisen median käyttöön.

On ollut ilo huomata, että yleisön tärkeyden tietävät myös Ylen edustajat itse. Vuorovaikutus yleisön kanssa näkyi muun muassa viime vuoden lopulla, kun Yle nimitti yleisöasiamiehen parantamaan keskustelua Ylen ja sen yleisön välillä. Julkaisujohtaja Ismo Silvo kommentoi marraskuussa aloittaneen yleisöasiamiehen nimitystä seuraavasti⁴:

“Yleltä odotetaan avoimuutta ja läpinäkyvyyttä. Tämä odotus on vain voimistunut Ylen tultua verorahoitteiseksi. Myös digitaalisen ajan mediakulttuuri odottaa meiltä avointa dialogia. Jatkuva vuorovaikutus yleisöjen kanssa vahvistaa julkisen palvelun hyväksyttävyyttä ja suorituskykyä.”

Entä miten Silvon mainitsema avoin dialogi näkyy suorassa keskustelussa Ylen edustajien ja yleisön välillä? Hyödynnän tutkimuksessani retoriikan tutkimuksen menetelmää ja testaan, soveltuuko Chaïm Perelmanin uusi retoriikka sanomalehtivastineiden analysoimiseen. Ylen vastineita ei ole alun perin tarkoitettu tyylipuhtaiksi argumentoinnin taidonnäytteiksi, mutta näkemysten perusteleminen yleisölle on arkipäivän argumentointia parhaimmillaan. Aina, kun pyritään perustelemaan näkemys, käytetään retorisia keinoja. Näitä keinoja ovat eritelleet kattavasti Chaïm Perelman ja Lucie Olbrechts-Tyteca, joiden kehittämää teoriaa testaan tämän tutkimuksen menetelmänä.

Myös sana 'digitalisaatio' on jatkuvasti läsnä tutkimuksessa. Väestörekisterikeskuksen Digitaalinen Suomi 2017 -julkaisuhanke määrittelee digitalisaation ”uutena suurena yleiskäyttöisenä teknologiana, joka muuttaa perusteellisesti tavan tehdä työtä ja tuottaa hyödykkeitä”⁵. Liiketalouden ja johtamisen puolella Ruohosen, Mäkipään ja Ingalsuon (2017, 15–18) määritelmän mukainen digitalisaatio kuvaa ”tietoverkkoihin perustuvaan yhteiskuntaan siirtymistä”. Digitalisaatio on siis koko yhteiskunnan läpäisevä muutos, jossa tavat tehdä työtä ja elää muuttuvat vähä vähältä tietoverkkovälitteisiksi. Digitalisaatiolla on tarkoitettu sekä televisio- ja radiolähetysten siirtymistä digitaalisiin verkkoihin että sisältöjen siirtymistä internetiin.

⁴ <https://yle.fi/aihe/artikkeli/2017/09/28/yleisoasiamies-vahvistaa-ylen-suhdetta-yleisoon> (14.1.2018)

⁵ <https://suomidigi.fi/digitalisaatio/digitaalinen-suomi-2017/> (27.2.2018)

Oma kiinnostukseni Yleisradion digitalisoitumiseen heräsi, kun Ylen hallintoneuvosto tilasi Tampereen yliopistolta raportin Yleisradion alueellisten verkkouutisten vaikutuksesta sanomalehtien verkkopalveluiden markkinoihin (Ala-Fossi, Venttola & Reunanen, 2017). Osallistuin raportin tekemiseen tutkimusavustajana. Raportissa esitellään Norjassa, Ruotsissa, Suomessa, Tanskassa ja Isossa-Britanniassa vuosina 2015–2016 julkaistut kansalliset tutkimusraportit, selvitykset ja mietinnöt, joissa on eri viranomaisten toimeksiannosta selvitetty tai pohdittu julkisen palvelun sisältöjen vaikutusta kaupallisten toimijoiden verkkopalveluihin. Sen lisäksi raportissa tarkastellaan suomalaisten halukkuutta maksaa verkkosisällöistä Yleisradion aiemmin tilaamien ja keräämien aineistojen sekä Reuters-instituutin Digital News Report-kyselyaineiston perusteella. Raportin tekemisen aikana oli selvää, että Yleisradiolle digitaaliset palvelut ovat pelikenttä, jonka rajalinjoista kiistellään julkisessa keskustelussa. Millaisia digitaalisia palveluita kansallinen yleisradioyhtiö voi tuottaa ja mitä sen pitää tuottaa? Miten Yle uudistuu ja saa hyväksynnän yleisöiltään tulevaisuudessa?

Kiinnostukseni pro gradu -tutkielmassa kytkeytyy ennen kaikkea yleisöön ja siihen, millaista vuorovaikutusta Yle käy yleisönsä kanssa. Kirjoitin kandidaatintutkielmani yleisen mielipiteen tutkimuksesta (Venttola, 2016), ja vaikka tästä tutkimuksesta oli tarkoitus tulla vähemmän yleisöpainotteinen, se ohjautui ennen pitkää kysymyksiin siitä, miten Yle käsittää yleisönsä digitaalisena aikana. Peilasin aiemmin tekemääni tutkimusta Ylen verkkopalveluista siihen, mikä oli oma kokemukseni verkkoon siirtyvistä palveluista ja niiden käytännöllisyydestä. Minua kiinnosti myös julkiseen keskusteluun liittyvä tutkimus, joka on jo pitkään perustunut habermasilaiselle ideaalille. Kokemukseni oli, että Habermasin (1991) julkisuusteoria ei ideaalina toteutunut parhaalla mahdollisella tavalla, minkä vuoksi päätin ottaa tutkimukseni lähtökohtiin myös Habermasin kritiikkiä.

Kaiken taustalla on ajatus siitä, että Yleisradion toiminnan oikeuttaa sen yleisö, joka maksaa palveluista veroina. Yleisradio on pitkäikäinen instituutio, joka rahoitettiin aiemmin tv-lupamaksuin ja nykyään Yle-verolla. Ylen toimintaa rahoittavat lähes kaikki Suomen kansalaiset, joitakin Yle-verosta vapautettuja poikkeuksia lukuun ottamatta. Yleisradion toiminnan perusta on se, että yhtiön välittämää tietoa ja sen palveluita pidetään yhä luotettavina ja tarpeellisina⁶. Tällainen ajatus ei kuitenkaan ole ikuinen, eikä sitä siksi tulisi pitää selviönä. Siksi yhtiön julkaisupäätösten ja muiden linjausten tulee olla avoimesti perusteltuja. Tutkielmani pyrkii avaamaan yhtä väylää, jonka kautta Yleisradio perustelee päätöksiään suoraan yleisölle: Yle vastaa -kirjoituksia.

⁶ <https://yle.fi/aihe/artikkeli/2017/12/04/suomalaisista-80-prosenttia-luottaa-yleen> (27.2.2018)

Tutkimuksen tavoitteena on kaksi lähtökohtaa: yrittää hahmottaa uudistuvan median ja sen yleisön suhdetta ja sekä testata, kuinka hyvin Olbrechts-Tytecan ja Perelmanin retoristen keinojen jaottelu auttaa mielipidekirjoitusten argumentoinnin erittelyyn. Tiedonintressi on etupäässä praktinen.

1.1. Tutkimusongelma ja tutkimuskysymys

Tutkimusongelman ytimessä on kysymys siitä, miten Yle näkee yleisönsä digitaalisena aikana. Jos yleisö on Yleisradiolle välttämätön osa sen olemassaoloa, miten yleisöön pulmiin suhtaudutaan ja millaisin sanankääntein yleisön kannanottoihin vastataan?

Tutkimuksen aineistona ovat Ylen suomen- ja ruotsinkieliset vastineet, jotka on Ylen verkkosivuilla otsikoitu Yle vastaa tai Yle svarar. Aineisto on koottu 30.11.2015–24.10.2017 julkaistuista vastineista. Kaikista vastineista on eroteltu tarkempaan analyysiin kirjoitukset, joissa pääteemana on digitaalinen media tai sen käyttö. Aineiston mielipidekirjoitusten tulee siis olla kysymyksiä, jotka liittyvät tekniseen murrokseen mediassa.

Tutkimus pyrkii vastaamaan kahteen kysymykseen:

1. Millaisia digitaaliseen Yleen liittyviä asioita yleisö nostaa esiin sanomalehtien yleisönosastoilla?
2. Millaisella retoriikalla Yle puhuu Yle vastaa -kirjoituksissa yleisölleen digitaalisista palveluista ja tuotteista?

Toisen kysymyksen tarkoituksena on pohtia, puhuvatko Ylen edustajat kansalaisista, yleisöistä, kuluttajista vai jostakin muusta. Pyrin erittelemään tarkemmin, millaisia argumentteja Ylen edustajat käyttävät kuvaillessaan ja perustellessaan digitaalisia palveluita. Vastaan toiseen tutkimuskysymykseen Chaïm Perelmanin ja Lucie Olbrechts-Tytecan uutta retoriikkaa hyödyntäen.

2. Yleisradio ja digitaaliset yleisöt

Tässä pro gradu -tutkielmassa pyrin vastaamaan kysymykseen siitä, millaisena yleisö näyttäytyy Yle vastaa -vastineissa. Yleisönosastokirjoituksiin vastaaminen ei kuitenkaan ole yhtiön ainoa pyrkimys olla vuorovaikutuksessa yleisöjensä kanssa, vaan Ylessä on esimerkiksi tehty omaa yleisötutkimusta läpi sen historian. Käyn tässä luvussa läpi Ylen oman yleisötutkimuksen historiaa. Alaluvuissa käsitelen lyhyesti Ylen kanavien digitalisoitumisen lähivuosikymmeninä.

Yleisradio perustettiin 9. syyskuuta 1926. Se on yli 90-vuotisen historiansa aikana ollut melko vakaa instituutio, joka on teettänyt laajasti omaa tutkimusta. Yksi erityistä painoarvoa saanut ala Ylen omassa tutkimuksessa on ollut tutkimus yleisöistä. Yleisradion oma yleisötutkimus alkoi vuonna 1965 ja päättyi erillisessä tutkimusinstituutissa vuonna 2005. Tämän jälkeen yleisötutkimus on jatkunut asiakkuustutkimuksena, jossa analyysin tekeminen on yhden suuren yksikön sijaan jaettu neljään pienempään yksikköön. Edelleenkin Ylen asiakkuustutkimuksista ja analytiikasta vastaa yksi taho, Älykäs data ja asiakkuus -osasto, mutta yleisödata ja sen tutkimus jalkautettu eri osastojen sisältöjen tekijöiden keskuuteen.⁷

Ylen tutkimuspäällikkönä toiminut Erja Ruohomaa (2011) on kirjoittanut historiallisen analyysin Ylessä toteutetusta yleisötutkimuksesta vuodesta 1965 aina vuoteen 2005 saakka. Hän jakaa Ylen yleisötutkimuksen karkeasti kahteen vaiheeseen: lähettäjälähtöiseen klassiseen kauteen ja yleisökeskeiseen moderniin kauteen. Siinä missä klassiselle kaudelle oli ominaista valistuksellinen yleisradiomonopoli, modernia kautta leimaavat kilpailu, vuorovaikutteisuus yleisöjen kanssa ja yleisösuhteen kaksisuuntaisuus.

Yleisradiolla on laissa määrätty tehtävä tarjota sisältöä kaikille suomalaisille mediankäyttötavasta riippumatta. Ruohomaan mukaan laillinen tehtävä perustee sitä, että yhtiölle on välttämätöntä tunnistaa yleisöjen tarpeet ja odotukset (2011, 77–78). Tätä tarvetta täyttää yleisötutkimus, jota Yleisradiossa on tehty lähes sen koko olemassaolon ajan. Yleisötutkimuksen lähtökohtana on ollut yleisradioyhtiön ja yleisöjen välisen keskustelun tarve, jotta Yleisradio kykenisi täyttämään sille laissa määrätyn tehtävän ja tavoittamaan enemmistön suomalaisesta – ihanteellisesti kaikki suomalaiset. Keskeisellä sijalla siinä, minkälaista yleisötutkimusta tehdään milloinkin, ovat Ruohomaan mukaan olleet vallalla olleet tutkimussuuntaukset, joiden puitteissa yleisötutkimusta on

⁷ Lähteet: Ylen ajankohtais- ja uutistoiminnan analyytikko Jenni Müller ja Älykäs data ja asiakkuus -osaston päällikkö Eija Moisala.

tehty. Ajoittain Yle on nähty myös uusien metodologisten avausten tekijänä yleisötutkimuksessa. (ema. 66–67).

Klassisen yleisökäsityksen alku ajoittuu 1960-luvulle, jota Ruuhomaan mukaan edelsi niin kutsuttu moraalitalouden kausi. Ruuhomaan lainaama moraalitalouden käsite on peräisin sosiologian professorilta Pertti Alasuutarilta (1996, 105–108). Moraalitalouden kautena toimittajat saattoivat selkeästi ottaa kantaa, ja moraaliset periaatteet olivat paljon esillä julkisuudessa.

Moraalitalouden kautta seurasi 1960- ja 1970-luvuilla Ruuhomaan kuvaama lähettäjälähtöinen yleisönäkemyks. Yleisöt miellettiin pääasiassa valistuksen kohteina, ja Yleisradion tehtävä olikin koko kansan palveleminen siten, että kansalaisina nähty yleisö saisi riittävät tiedot oikeuksiensa ja velvollisuuksiensa täyttämiseen. 1960-luku oli yleisradiomonopolin kulta-aikaa, jolloin sen toiminta laajeni. Tällöin Suomessa perustettiin myös Ylen oma tutkimusyksikkö, koska toiminnan haluttiin perustuvan tieteelliseen tutkimukseen. 1960-luvulla vallalla olivat vaikutustutkimus ja amerikkalainen MCR-perinne, jossa viestin painopiste oli lähettäjällä, ja viestillä oli tarkoitus vaikuttaa vastaanottajaan.

1970-luku oli niin kutsutun perillemenotutkimuksen aikaa. Ruuhomaa kuvailee 1970-luvun aikana, jolloin asiantuntijat ja eliitti pyrkivät vaikuttamaan median kautta. 70-luvulla tutkittiin etupäässä sitä, miten viestit menivät perille ja miten ne vaikuttivat yleisöön. Tutkimus ammensi modernista amerikkalaisesta sosiologiasta, ja muun muassa survey-tutkimukset olivat yleisiä. Lisäksi tutkimuksessa käytettiin paljon kvantitatiivisia menetelmiä kuten yleisömittauksia ja tilastoja. Yleisökuvan lähettäjälähtöisyys säilyi, ja kansalaiset miellettiin edelleen valistettavana joukkona. Erityisesti informaation välittäminen ja laatu olivat keskeisellä sijalla, ja viihteen määrää kontrolloitiin. Kansalaisten tiedon tasoa mitattiin tiedontarvetutkimuksilla. (ema. 68–70).

Ylen pitkän tähtäyksen suunnitteluyksiköksi (PTS) nimetty jaosto leimautui kuitenkin 60-luvun lopulla voimakkaasti silloisen toimitusjohtajan Eino S. Revon luomaan Yleisradioon, jota kutsuttiin myös Reporadioksi. Pääjohtajan vaihtuessa yksikön tutkimustoimintakin taantui – tai sen annettiin tarkoituksellisesti taantua (Salokangas & Tommila, 1996, 169). 1980-luvun myötä siirryttiin moderniin kauteen, jonka avasi Yleisradion 60-vuotisjuhla-julkaisu *Kymmenen esseitä elämäntavasta* (Heikkinen, 1986). Muun muassa Heikki Hellman ennusti tuolloin esseiden heijastavan yhden ja yhteisen Yleisradion loppua (viitattu Ruuhomaa, 2011, 71). Aikakautta värittivät yhteiskunnan liberalisoituminen, kilpailun kasvu ja asiakasajattelun kasvu työelämässä. Mediatutkimukseen ilmapiiri vaikutti siten, että ihmiset nähtiin kytkeytyneinä sosiaaliseen ympäristöönsä, ja kvantitatiivisen tutkimuksen rinnalle nousi kvalitatiivinen tutkimus. Esimerkiksi mediaetnografia

hyväksyttiin validina tutkimusmenetelmänä, kun haluttiin tietää ”median rooli arkipäivän organisoitumisessa ja mediasisältöjen merkitysten syntyminen arjen aktiviteeteissa” (ema. 72). Median muutosta kiihdyttivät kaapeli- ja satelliittivastaanottimien tulo koteihin. Myös radio, jonka uskottiin jo jääneen pois nuorten suosioista, nousi uuteen suosioon yksityisten paikallisradioiden aloittaessa toimintansa.

1980-luvun lopulla eurooppalaisten yleisradioyhtiöiden katsotaan ajautuneen kriisiin. Esimerkiksi Kytömäki ja Ruohomaa (1996, 9–10) puhuvat 1980-luvun puolivälistä vaiheena, jolloin Yleisradio joutui perustelemaan olemassaolonsa, mitä sen ei ollut tarvinnut tehdä monopoli aikana. Voimistuneen yleisökilpailun myötä Yleisradion tutkimus ohjautui takaisin kvantitatiivisiin menetelmiin ja yleisön mittaamiseen suurena, yhtenäisenä joukkona (Ruohomaa, 2011, 71–72).

1990-luvulle tultaessa kilpailu yleisöistä jatkoi kasvuaan, mikä kasvatti myös tarvetta uusille mittausvälineille ja yleisön tarkalle seuraamiselle. Yleisradio ja muut eurooppalaiset yleisradioyhtiöt etsivät uutta identiteettiä kaupallisten kanavien joukossa. Yleisön makujen eriytyminen nähtiin ja siihen pyrittiin vastaamaan Yleisradiossakin. Peruspalveluja pyrittiin säilyttämään kaupallisten kanavien rinnalla, ja yleisösuuksia turvattiin monipuolistamalla tarjontaa. Yleisöjen eriytyminen tarjonnan kasvaessa johti Ylen tv-kanavien sisällölliseen eriyttämiseen ja profiloimiseen, ja vuonna 1998 myös Ylen radiokanavavalikoiman laajentamiseen. Kaikkiaan lähetyaika ja ohjelmavalikoima kasvoivat. (Ruohomaa, 2011, 72–73).

Samaan aikaan Ison-Britannian yleisradioyhtiössä BBC:ssä keskusteltiin ohjelmien legitimitetistä ja laadusta, mikä johti muun muassa laatulupauksiin 1990-luvun ensimmäisellä puolikkaalla. Suomessa ”ohjelmia koskevien [laatu]lupausten antamista kuuntelijoille ja katselijoille pidettiin yhtiön johdossakin osittain naiiveina” (ema. 73). Reaktio kuvaa hyvin Ruohomaan epäsuorasti siteeraamaa Jeremy Mitchellin ja Jay G. Blumlerin (1994) työryhmän pohdintaa eurooppalaisten tv-yhtiöiden responsiivisuudesta yleisöilleen: ”[T]odettiin, ettei valtaosa yhtiöistä ole kiinnostunut yleisönsä mielipiteistä, koska katsojakeskeistä tutkimusta ei ollut ja katsojamittaukset koettiin vain institutionaalisiksi tavoiksi ohjata televisiotoimintaa.” (Ruohomaa, 2011, 74).

1990-luvun loppupuolelle tultaessa Ylenkin tutkimus alkoi lopulta pohtia sitä, millainen tutkimus tuo esiin yleisöjen toiveita. Yleisöjä mitattiin kolmella tapaa: yleisömäärien ja yleisön rakennetta kartoittavien jatkuvien mittauksien avulla, laatukäsityksiä konkretisoivilla kvalitatiivisilla ohjelmatestauksilla, esimerkiksi musiikkimakutestauksilla, sekä systemaattisella yleisön laatukäsityksen mittauksilla tyytyväisyystutkimuksin (Kytömäki & Ruohomaa, 1996). Vuodesta 1997 alkaen Ylen tutkimusyksikkö alkoi julkaista yleisökertomusta, jossa kuvattiin yhtiössä tehtyä

yleisötutkimusta. Julkaisuina ilmestyneet yleisökertomukset kuitenkin loppuivat erillisen tutkimusinstituutin myötä, mutta vastaavanlaisia julkaisuja julkaistaan vuosittain muun muassa asiakkuusyhteenvedoissa ja eduskuntakertomuksissa⁸.

1990-puolivälissä alkanut digitaalinen murros jatkui 2000-luvulle. Vuosituhannen alku oli Yleisradiossakin suurten muutosten aikaa. Tv-lähetystoiminta digitalisoitiin, ja Yle alkoi strategioissaan tavoitella roolia digitaalisen muutoksen ja tietoyhteiskunnan veturina. 1990-luvun puolivälistä alkaen yhtiössä alettiin keskittyä enemmän teknologisiin innovaatioihin ja uusmediatutkimuksiin. 2000-luvulla tehdyissä yleisötutkimuksissa kohdattiin kuitenkin myös yllättävää torjuntaa kanavatarjonnan kasvua kohtaan. Syynä olivat katsojat, jotka pelkäsivät, etteivät löydä harvoja mielihjelmiaan kasvaneesta tarjonnasta (Kytömäki & Ruohomaa, 1996). Myös keskustelu julkisen palvelun roolista mediamarkkinoilla rantautui Suomeen. (Ruohomaa, 2011, 74–78).

Aikalaistensa tavoin Ruohomaa uskoo historiallisessa analyysissään, että verkon kehittyminen ”tuo mediankäyttöön vuorovaikutteisuutta ja sitä kautta tutkimukseen uusia ulottuvuuksia” (ema. 78). Verkon käyttömahdollisuuksien laajentuminen tapahtuu hänen mukaansa kolmessa vaiheessa. Ensimmäisessä vaiheessa yleisötutkimuksia voidaan tehdä verkkoympäristöissä, jolloin maantieteellinen kattavuus laajentuu. Toisessa vaiheessa voidaan tutkia verkossa käytyjä keskusteluja mediatarjonnasta tai median roolista ja rahoituksesta. Kolmannessa vaiheessa *asiakkaat* (Ruohomaa, 2011) voivat tuottaa omaa sisältöään medioihin. Kaikki kolme vaihetta ovat näkyneet viimeaikaisessa tutkimuksessa.

Erja Ruohomaan historiallinen katsaus Yleisradion yleisötutkimukseen on kattava kuvaus yhtiön sisällä tehdystä yleisötutkimuksesta. Se kuitenkin on 2010-luvun vaihteelle tyypillinen artikkeli, sillä Ruohomaan omin sanoin ”tutkimuksessa on myös seurattu muiden maiden ja laajemmin kansainvälisen tutkimusyhteistyön tuomia vaikutteita” (ema. 64). 2010-luvulla nähtiin verkon kehittymisen tuovan suuremman yhteyden yleisöjen ja mediayhtiöiden välille, ja näkökulma korostui sekä suomalaisessa että kansainvälisissä tutkimuksissa. Ajan trendisanoja olivat yleisön osallistaminen ja kansalaisjournalismi. Sittenmin mediayhtiöt ovat kenties vähä vähältä luopuneet käsityksestä, että kaikki yleisössä voivat ja tahtovat osallistua uutisten ja ajankohtaissisältöjen tekemiseen. Esille on noussut muun muassa epäluottamus mediaa kohtaan⁹ ja se, ettei osa yleisöstä tahdo osallistua julkiseen keskusteluun lainkaan (Kivinen, 2018). Valtamedialta on alettu perätä

⁸ Lähde: Ylen Älykäs data ja asiakkuus -osaston päällikkö Eija Moisala.

⁹ <https://www.hs.fi/kulttuuri/art-2000005420151.html> (11.1.2018)

luotettavuutta, minkä voi osittain nähdä palauttavan Yleisradion ja yleisön välisen suhteen takaisin laadun ja valistuksen kysymyksiin.

Yleisradio on laissa määrätyn tehtävänsä kanssa myös uuden haasteen edessä. Miten tavoittaa kaikki suomalaiset, kun nuorien ja ikääntyneiden mediankäyttäjien välille on avautunut ammottava kuilu digitaatioissa? Mediankäyttötavat ovat muuttuneet merkittävästi lähivuosisikymmeninä, ja Ruohomaan mukaan ”[u]uden teknologian ja vanhojen muotojen rinnakkaiselo pakottaa usein luomaan sekä uusia käsitteitä että omaksumaan uusia määrittelyitä vanhoille käsitteille”. Ruohomaa toteaa kuitenkin, että pysyvyys on muutosta suurempi voima Ylen yleisötutkimuksessa (2011, 66). Yleisradion tehtävä pakottaa siis yhtiön tasapainottelemaan jatkuvasti pysyvyyden ja muutoksen välimaastossa, jotta se voisi yhä tuottaa kaikille jotakin.

Seuraavissa alaluvuissa käsittelen lyhyesti englanninkielisessä tutkimuksessa olleen keskustelun yleisradioyhtiöstä käsitteenä. Tämän jälkeen käyn läpi Suomen Yleisradion merkittävimmät siirtymät digitaalisiin julkaisumuotoihin.

2.1. 'Yleisradio' digitaalisena aikana

'Yleisradioyhtiö' sanana ei ole suomalaisessa akateemisessa tutkimuksessa kohdannut samanlaista käsitteellistä pohdintaa kuin englanninkielisessä tutkimuksessa. Kuitenkin esimerkiksi Riikka Oosi on pro gradu -tutkielmassaan (2016) todennut, että yleisradioyhtiön rinnalle on otettu termi julkisen palvelun media puolalaista Karol Jakubowiczia (2010) mukailleen. Oosi toteaa, että termillä ”halutaan kiinnittää huomiota median tämänhetkiseen tilanteeseen, jossa verkolla ja sosiaalisella medially on yhä suurempi rooli kansalaisten mediankäytössä” (2016, 11). Hän kuitenkin lisää, ettei tee ”jyrkkää jakoa julkisen palvelun yleisradioyhtiön ja julkisen palvelun median käsitteen välillä”, vaan käyttää termejä toisilleen synonyymeinä.

Englanninkielisessä tutkimuksessa ja mediapolitiikassa kahtiajako *public service broadcasteriin* (PSB) ja *public service mediaan* (PSM) on ollut esillä muun muassa siten, että PSM uutena terminä suhtautuisi julkisen palvelun tehtäviin teknologianeutraalisti (ks. Larsen, 2016, 103)¹⁰. Kuitenkin myös monet englanniksi kirjoittavat tutkijat valitsevat yhä termikseen public service broadcasterin ja perustelevat sitä muun muassa sillä, että monet yleisradioyhtiöt pitävät audiovisuaaliset lähetystavat

¹⁰ Joissakin tapauksissa *julkisen palvelun medially* voidaan myös tarkoittaa mediaa, joka toteuttaa julkisen palvelun tehtäviä, mutta ei ole perinteisesti mielletty kansallinen yleisradioyhtiö. Esimerkiksi Isossa-Britanniassa tällaisia julkisen palvelun medioita ovat ITV ja Channel 5, joilla on kaupallinen omistus, mutta joita velvoitetaan lähettämään julkisen palvelun sisältöä (Ramsey, 2017).

ydintehtävinään (Andersson Schwarz, 2016, 125). Termien päivittämistä on ajanut Oosinkin esiin nostama Karol Jakubowicz (2010, 18, käännetty suomeksi):

”Toimialalla on tarve teknologisesti neutraalille käsitteelle, joka kohtelee lähetystoimintaa ja uusia alustoja tasapuolisesti, molempia siten, että niitä voidaan parhaiten käyttää julkiseen palveluun. Uudet teknologiat tarjoavat yleisradioyhtiöille [PSB] mahdollisuuden suorittaa tehtävänsä paremmin ja palvella yleisöä moninaisemmilla tavoilla kuin aiemmin. Tästä syystä julkisen palvelun lähetystoiminnan [PSB] tulisi muuttua julkisen palvelun mediaksi [PSM].”

Koska tämän tutkimuksen keskiössä on Ylen ja sen yleisön välinen suhde, koen, että Jakubowiczin hahmottelema uusi käsite PSM on perusajatukseltaan hyödyllinen. Ylen yleisösuhde muuttuu uuden median myötä, ja esimerkiksi Suomessa käytetty sana *yleisradio* suuntaa ajatuksen kaikkein perinteisimpään yleisradiotoiminnan muotoon: radioon. Radiossa yleisradioyhtiön yleisösuhde on yksisuuntaista lähetystoimintaa passiivisille massoille. Nykyisin yleisradioyhtiön rooli lienee vuorovaikutteisempi. Siksi alan käsitteellistäminen uudelleen on kysymys, joka voisi olla Suomessakin ajankohtainen seuraavan kymmenen vuoden aikana. Tässä tutkimuksessa käytän kuitenkin Riikka Oosin ja monien muiden tavoin yleisradioyhtiötä ja julkisen palvelun mediaa lähes synonyymeina, joskin ensimmäistä enimmäkseen yleiskäsitteenä ja jälkimmäistä korostamaan yleisradion digitaalisia palveluita.

2.2. Radion digitalisoituminen – haavetta vai todellisuutta?

Raimo Salokankaan ja Päiviö Tommilan kokoama Yleisradion historia (1996) ulottuu 1990-luvun puoliväliin saakka, jolloin digitaalisen muutoksen pioneerina toimi etupäässä nuorten kanavaksi profiloitu Radiomafia. Radiomafia oli myös ensimmäisten joukossa laajentamassa toimintaa verkkoon vuonna 1995¹¹. Sen toiminta loppui vuonna 2003.

Salokangas ja Tommila luonnehtivat radion digitaalista tulevaisuutta radion kanavauudistuksen jälkeen seuraavasti (1996, 388):

”Kanavauudistus lähetysvirtoineen ja uusine yleisösuhteineen muutti hitaasti kääntyvän ison laivan suuntaa kohtalaisen nopeasti, ja karilleajolta välttyttiin. Mutta lähellä näkyvässä tulevaisuudessa edessä on digitaalinen radio, joka räjäyttää vanhan

¹¹ Lähde: Ylen mediastrategioiden päällikkö Jari Lahti.

kanavajärjestelmän perusteellisesti ja samalla edistää yleisön pirstoutumista yhä ahtaampiin karsinoihin.”

Salokangas ja Tommila arvelivat yhden yhtenäisyleisön pirstoutuvan useammiksi osayleisöiksi, ja radiossa vuonna 1990 toteutettu kanavauudistus jo pyrkiin eriyttämään tarjontaa erilaisille yleisöille. Myös Ylen omassa yleisötutkimuksessa (Kytömäki & Ruohomaa, 1999) todetaan, etteivät osayleisöt eivät enää 1990-luvun lopussa olleet uusi asia, vaan radion kanavamuutos osaltaan raivasi tilaa käsitykselle useista yleisöistä yhden yleisön sijaan.

Salokankaan ja Tommilan ennustama digitaalinen radio sai alkusysäyksensä vuonna 1994, kun Yle aloitti radion digitaaliset koelähetykset Espoon yleisradioasemalle rakennetulla koelähettimellä. Suomen ensimmäinen digitaalaradio aloitti toimintansa kuitenkin vasta vuonna 1998, kun Ylen Radio Peili aloitti lähetyksensä 12. lokakuuta. 2000-luvun kynnyksellä, vuonna 1999, myös kaksi muuta digitaalista radiokanavaa, Yle Klassinen ja Radio Aino aloittivat toimintansa.¹² Aino kuitenkin lopetti toimintansa 2000-luvun alussa, jolloin digitaalisen verkon kokeilukin loppui¹³.

Digital Audio Broadcasting (DAB), eli radio digitaalisissa verkoissa, ei siis saanut jalansijaa Suomessa. Radio on ollut digitalisaation pulmakysymys, sillä Euroopassa vain Norja on siirtynyt kokonaan digitaaliseen radioverkkoon (Mervaala, 2017, 55–56). Suomessa Yleisradion kokeilut digitaalisessa lähetyksverkossa kariutuivat, ja kehityksen painopiste on ollut internet-lähetysten kehittämisessä.

Yle testasi DAB-verkkoa yhdessä teknologiajätti Nokian kanssa, mutta Nokia menetti kiinnostuksensa tutkimukseen jo vuonna 1996. DAB-kanavat leimautuivat Ylen omaksi projektiksi, sillä Yle on ainoa niitä kokeillut yhtiö Suomessa. Parhaimmillaan Ylellä oli 12 DAB-kanavaa, mutta kun digitaalinen radio ei koskaan lyönyt itseään läpi yleisöille, Ylen omakin tutkimustoiminta hiipui seitsemän vuoden kokeilujen jälkeen vuonna 2005. Digitaalista radiota tutkinut Erkki Mervaala toteaaakin: ”Siinä missä Suomi oli ensimmäisten maiden joukossa saattamassa valmiiksi television digitalisaation, Ylestä tuli ensimmäinen, joka hylkäsi digitaalisen radion.” (Mervaala, 2017, 27–29, suomennos kirjoittajan).

Hylättyään DAB-verkon Yle keskittyi internetin kehittämiseen ja podcast-äänitiedostoihin (Mervaala, 2017, 29). 2000-luvulla Ylen tv- ja radiokanavat ovat vakiintuneet kuunneltaviksi vuonna 2007 perustettuun Yle Areenaan. Areenan myötä myös radion sisältöjä oli mahdollista kuunnella

¹² <https://yle.fi/aihe/artikkeli/2015/01/11/ylen-vuosikymmenet> (15.12.2017)

¹³ <https://yle.fi/aihe/artikkeli/2009/11/22/radio-aino-1999-2002> (19.3.2018)

milloin tahansa ja missä tahansa. Yle Areenassa julkaistaan kaikkien Ylen radiokanavien ohjelmat¹⁴ sekä lisäksi podcasteiksi tehtyjä ohjelmia¹⁵. Podcastien osalta Ylen ruotsinkielinen palvelu Svenska Yle on ollut aktiivisempi, sillä se julkaisi ensimmäiset podcastinsa verkossa jo vuonna 2005, jo ennen Yle Areenan perustamista.¹⁶

Yksi viimeisimpiä radioon liittyviä muutoksia on se, että vuonna 2014 Radiomedia ja Yle toteuttivat yhteistyöprojektin, jossa syntyi radiot.fi-palvelu, joka toimii internetissä.¹⁷ Palvelun tarkoituksena oli koota yhdelle verkkosivulle useita eri radioasemia, joita on mahdollista kuunnella verkossa.

Palvelussa on mahdollista vaihtaa helposti kanavaa, mikä mahdollistaa on suuremman liikkuvuuden kanavalta toiselle. Odotuksena ei enää ole kanavauskollinen kuuntelija, joka hakeutuu suoraan haluamansa kanavan pariin, vaan kuuntelija, joka kulloisenkin tarjonnan mukaan surffailee kanavalta toiselle.

2.3. Tutun perinteisestä uuteen maailmaan: digitaalinen televisio

Ylen tv-kanavat sopeutuivat 1980- ja 1990-luvuilla uuteen kilpailutilanteeseen. Markkinat avautuivat kaupallisille toimijoille kanavauudistuksen myötä vuonna 1993, kun Ylen kanavilla olleet MTV:n kaupalliset sisällöt saivat oman kanavapaikan. Yksi vuosikymmenen vaihteen avainsanoja oli profilointi, jolla pyrittiin luomaan Ylen kanaville jääneille sisällöille erilaiset kanavaprofiilit. Yle suorittikin mittavan kanavauudistuksen, mutta television kanavien profiloinnin tarkka jako asiakanaan (TV1) ja viihdepainotteisempaan kanavaan (TV2) herätti yleisössä närää. Varsinkin TV1:n kohdalla kanavamutoksen katsottiin epäonnistuneen. (Salokangas & Tommila, 1996, 426–428).

Myös myöhemmin Ylen kanavapaikkojen uudistukset ovat säännönmukaisesti aiheuttaneet harmia ja huolta palveluiden jatkuvuudesta, kuten kävi myös Yle FST:n ja Yle Teeman siirryttyä samalle kanavapaikalle vuonna 2017¹⁸. Yle Teeman ja Yle FST:n siirtyminen samalle kanavapaikalle näkyy tuoreutensa vuoksi myös tämän tutkimuksen aineistossa. Kuitenkin vastapainona kanavien muutoksille ja profilointiyrityksille, Ylen omissa tutkimuksissa on käynyt ilmi myös se, yleisö käsittää ykköskanavan ja kakkoskanavan mielikuviltaan melko samanlaisina (Kytömäki & Ruohomaa, 1999, 40).

¹⁴ <https://areena.yle.fi/radio/ohjelmat/30-279> (15.12.2017)

¹⁵ <https://areena.yle.fi/radio/ohjelmat/30-279> (15.12.2017)

¹⁶ <https://svenska.yle.fi/artikel/2016/04/04/var-gemensamma-vag-yle-genom-artiondena> (16.12.2017)

¹⁷ <http://www.radiot.fi/#!/kanavat> (15.12.2017)

¹⁸ <https://yle.fi/uutiset/3-9504120> ja mm. <https://svenska.yle.fi/artikel/2016/09/30/yle-svarar-kanalen-forsvinner-ingenstans> (11.1.2018)

Kenties suurin muutos Ylen tv-kanavilla oli 2000-luvulla toteutettu terrestriaalisen eli maanpäällisen televisioverkon digitalisointi.¹⁹ Digitalisaatiolla tarkoitetaan sitä, että ”aiemmin jatkuvana signaalina lähetetty informaatio muutetaan numeerisiksi arvoiksi eli binäärikoodiksi” (Teinilä-Šmíd, 2001, 69). Kesällä 1999 Liikenneministeriö antoi luvat kolmelle kanavanipulle, jotka sisälsivät kukin 4–5 digitaalista ohjelmakanavaa (ema. 69). Ensimmäiset digitaaliset tv-lähetykset aloitettiin Suomessa 27. elokuuta 2001, jolloin myös Yle Teema ja Yle FST aloittivat toimintansa. Digitaaliset maanpäälliset tv-verkot laajennettiin kattamaan koko maa kolmessa vaiheessa, jotka tehtiin vuosina 2001, 2004 ja 2005. Digitelevisiosta pyrittiin saamaan kannattava vuoteen 2007 mennessä.

Jo vuonna 2004 Valtioneuvosto päätti, että analogiset tv-lähetykset lopetetaan Suomessa 31.8.2007. Todellisuudessa analogisten tv-kanavien loppu lykkääntyi, ja ne loppuivat vasta 29.2.2008. Suomi oli maailman kolmas maa, joka digitalisoi terrestriaalisen televisioverkkonsa (Keinonen & Klein Shagrir, 2017, 66). 2000-lukua onkin luonnehdittu Ylen historiassa ”siirtymiseksi tutun perinteisestä uuteen maailmaan”²⁰.

Vuonna 2003 televisioyhtiöt, Yle mukaan lukien perustivat verkkopalvelun www.digitv.fi. Myös Ylen Elävä arkisto avattiin vuonna 2006, ja se oli maailman ensimmäinen arkistopalvelu, jossa kaikissa videoissa ja ääninäytteissä oli taustoittava teksti²¹. Elävän arkiston avaaminen oli osa Ylen 80-vuotisjuhlallisuuksia, ja avaaminen tapahtui Ylen perustamispäivänä 9. syyskuuta²². Heti seuraavana vuonna avattiin Yle Areena. Vuonna 2016 Ylen verkkopalvelut tavoittivat 16 prosenttia yli 15-vuotiaista, eli noin 585 000 suomalaista. Verkkovideoopalveluista eniten katsojien määrä kasvoi Yle Areenassa ja MTV3:n katsomossa. Yle Areenassa tehtiin 421 miljoonaa video- tai audiosisältöjen käynnistystä vuoden aikana, mikä tarkoittaa reilusti yli miljoonaa päivässä. (Yleisradio, 2017, 62–63).

Radiokanavien tapaan myös kotimaisista tv-kanavista luotiin verkkosivu, joka mahdollistaa useamman tv-kanavan katsomisen yhdeltä alustalta. Verkkosivu teevee.fi aloitti vuonna 2013, eli samana vuonna, kun Ylen tv-kanavien suoratoistot aloitettiin Yle Areenassa. Yle Areena ja Elävä arkisto äänestettiin vuonna 2011 ensimmäisen kerran Suomen arvostetuimmiksi palveluiksi verkossa²³, ja Yle Areena oli myös vuoden 2017 arvostetuin suomalainen verkkobrändi²⁴.

¹⁹ <https://yle.fi/aihe/artikkeli/2015/01/11/ylen-vuosikymmenet> (16.12.2017)

²⁰ <https://yle.fi/aihe/artikkeli/2015/01/11/ylen-vuosikymmenet> (16.12.2017)

²¹ <https://yle.fi/aihe/artikkeli/2015/01/11/ylen-historia> (16.12.2017)

²² <https://yle.fi/aihe/artikkeli/2016/04/04/yhteinen-taival-ylen-vuosikymmenet> (16.12.2017)

²³ <https://yle.fi/aihe/artikkeli/2015/01/11/ylen-historia> (16.12.2017)

²⁴ <https://yle.fi/aihe/artikkeli/2018/01/10/yle-areena-on-vuoden-2017-arvostetuin-suomalainen-verkkobrändi> (11.1.2017)

2.4. Kolmas kanava: Ylen palvelut verkossa ja mobiilissa

Ylen ensimmäinen verkkosivu²⁵ avattiin vuonna 1995. Vuonna 1995 muun muassa tasavallan presidentin uudenvuoden puhe välitettiin internetissä, ja samana vuonna verkkoon ennätti myös Ylen nuorille tarkoitettu populaarikulttuurin radiokanava Radiomafia²⁶. Heti seuraavana vuonna oli käytössä myös Ylen ensimmäinen vaalikone, jota käytettiin vuoden 1996 eurovaaleissa.²⁷

90-luvun puolivälin jälkeen digitalisaatio on edistynyt niin Ylessä kuin muussakin mediataloissa jättiharppauksin. Muutosta siivitti erityisesti 2000-luvun alku ja televisioverkkojen digitalisaatio, mikä mahdollisti myös tv-lähetysten julkaisun internetissä ja vauhditti muun muassa Yle Areenan kehitystä. Kuten aiemmin on kuvattu, television digitalisoimista seurasivat hyvin nopeasti Elävän arkiston ja Yle Areenan tulo. Ylen perinteiset kanavat radio ja televisio ovat kulkeneet käsi kädessä verkkosisältöjen kehityksen kanssa, ja verkkosisältöjä on pyritty luomaan perinteisten sisältöjen tueksi. Ylen tekstimuotoiset uutiset verkossa on nähty perinteisistä muodoista poikkeavina, mutta nekin voi tavallaan nähdä teksti-tv:n jatkona. Teksti-tv aloitti 24 tunnin uutispäivityksen vuonna 1995, jolloin Yle kokeili myös 'news-on-demandia', eli milloin tahansa saatavilla olevaa uutispalvelua (Yleisradio, 1996, 22). Toimintamekanismi teksti-tv:n on-demand-palvelussa ja nykymuotoisissa verkkouutisissa on melko samanlainen, sillä se perustuu tekstimuotoisen uutissisällön saatavuuteen vuorokauden ympäri.

Kehityskulku mobiilissa puolestaan on tapahtunut viimeisen vuosikymmenen aikana. Yle siirtyi mobiiliin julkaisemalla Yle Areenalle yle-mobi-mobiilisovellutuksen vuonna 2008.²⁸ Yle.mobissa pystyi muun muassa katsomaan uutisia, säätietoja, ohjelmatietoja, teksti-tv:tä. Nämä palvelut olivat normaalisti käytössä Yle Areenan verkkosivuillakin. Uusina palveluina yle.mobista pystyi kuuntelemaan ja katsomaan Podcast Areenaa ja Mobiili Areenaa, joihin ladatut sisällöt olivat kuunneltavissa ”parhaiten sopivana aikana”.²⁹ Yle.mobin palvelut olivat käytettävissä puhelimilla selaimen kautta³⁰.

Mobiilin kehitys kiihtyi kunnolla vasta älypuhelinien yleistyessä, ja Yle kehitti ensimmäisen uutissovelluksensa Yle Uutisvahdin vuonna 2014. Se valittiin heti samana vuonna Suomen parhaaksi julkisen sektorin mobiilipalveluksi.³¹ Uutisvahti-palvelussa pystyy valikoimaan aihealueita ja

²⁵ <http://web.archive.org/web/19961228111503/http://www.yle.fi/> (16.12.2017)

²⁶ Lähde: Ylen mediastrategioiden päällikkö Jari Lahti.

²⁷ <https://yle.fi/aihe/artikkeli/2016/04/04/yhteinen-taival-ylen-vuosikymmenet> (16.12.2017)

²⁸ <https://yle.fi/uutiset/3-5837935> (16.12.2017)

²⁹ <https://yle.fi/aihe/artikkeli/2008/06/05/ylemobi-avautui-vinkkejä-kayttoon> (16.12.2017)

³⁰ http://vintti.yle.fi/ohjelmat.yle.fi/mobiilipalvelut/yle_mobi.html (16.12.2017)

³¹ <https://yle.fi/aihe/artikkeli/2014/11/05/ylen-uutisvahti-palkittiin-paras-mobiilipalvelu-2014-kilpailussa> (11.1.2018)

teemoja, joista on kiinnostunut. Uutisten valikointia käyttäjän mieltymysten mukaan kutsutaan personoinniksi (ks. Ruotsin näkökulmasta Andersson Schwarz, 2016).

Yleisradion siirtyminen verkkoon ja mobiiliin liittyy aiemmin käsiteltyyn yleisötutkimukseen sikäli, että erilaisten päätelaitteiden kautta Ylellä on pääsy erityyppiseen yleisödataan kuin aiempina vuosikymmeninä. Verkon ja mobiilin kautta yleisötutkimukselle avautuu uusi aikakausi uuden datan myötä, ja myös Ylen vuorovaikutus yleisöönsä voi muuttua. Muun muassa Uutisvahti-sovelluksen kautta sovelluksen kehittäjät saavat tietoa siitä, millaisista teemoista sovelluksen käyttäjät ovat kiinnostuneet, mitä artikkeleita he lukevat ja kuinka kauan he viettävät aikaa sovelluksessa. Myös verkkosivujen analytiikka mahdollistaa uudenlaisia mahdollisuuksia yleisötutkimukseen. Uuden datan myötä on mahdollista nähdä, mitä otsikoita klikataan, kuinka kauan uutisten parissa vietetään aikaa ja kuinka moni verkkosivun kävijöistä on säännöllisiä kävijöitä.

Kuten sanottua, Tilastokeskuksen mukaan 88 prosenttia 16–89-vuotiaista suomalaisista käytti internetiä vuonna 2017. Tutkimukseen vastanneet käyttivät internetiä pääasiassa asioiden hoitamiseen, viestintään, median seuraamiseen ja tiedonhakuun. 68 prosenttia 16–89-vuotiaista suomalaisista oli vuonna 2017 käyttänyt internetiä matkapuhelimella kodin ulkopuolella. Mediatyhtiöiden ja erityisesti Ylen kannalta huolestuttavaa on se, että se osa sosiaalista mediaa, joka liittyi verkkouutisten välittömään kommentointiin, blogeihin ja keskustelupalstoihin oli menettänyt suosiotaan aiemmista vuosista. Suomalaisten verkkolehtien tai televisioyhtiöiden uutissivujen lukeminen pysytteli kuitenkin lähempänä 90:tä prosenttia 16–74-vuotiaiden keskuudessa.³² Tiivistetysti siis lukemistottumus on säilynyt, mutta kommentointi syystä tai toisesta vähentynyt.

Ylen Uutisvahti-sovelluksessa on myös mahdollisuus antaa suoraa palautetta lukemastaan jutusta tai sovelluksen toiminnasta. Mahdollisuus antaa palautetta sovelluksen kautta on suora kanava olla vuorovaikutuksessa Yleisradion tekijöiden kanssa, mutta siitä puuttuu yksi sanomalehden yleisönosastokirjoitusten elementti: julkisuus. Seuraavassa luvussa selitän joitakin lähtökohtia siihen, miksi tutkin sanomalehtien mielipide- ja yleisönosastopalstoilla julkaistuja vastineita.

³² https://tilastokeskus.fi/til/sutivi/2017/13/sutivi_2017_13_2017-11-22_tie_001_fi.html (12.12.2017)

3. Sanomalehtivastineet ja julkisen keskustelun kenttä

”Julkisen palvelun ohjelmatoiminnan tulee erityisesti:

- 1) tukea kansanvaltaa ja jokaisen osallistumismahdollisuuksia tarjoamalla monipuolisia tietoja, mielipiteitä ja keskusteluja sekä vuorovaikutusmahdollisuuksia” (Laki Yleisradio Oy:sta 1993/1380 § 7)

Yleisradioyhtiöiden tehtävät ja toiminta säädellään laeissa. Suomen Yleisradion toiminnasta päättää eduskunta, joka säätää lait. Koska Yleisradion toiminta on yhteiskunnallisesti säädeltyä, sen tehtävien täyttämistä kutsutaan julkiseksi palveluksi³³. Pakottavien normien lisäksi yleisradioyhtiöiden toimintaa ohjaavat demokratian ja julkisuuden ideaalit, joihin liittyvää retoriikkaa on tutkinut norjalainen Håkon Larsen (2010; 2016). Ideaalit ovat lakien ohella yleisradioyhtiöiden legitimiteetin perusta, ja niihin vedotaan toistuvasti yhtiöiden retoriikassa. Yksi yleisradioyhtiöiden keskeisistä ideoista on ajatus demokraattisesta julkisuudesta. (Larsen, 2016, 101–104). Myös Laissa Yleisradio Oy:sta on kohta, joka velvoittaa tarjoamaan ”mielipiteitä ja keskusteluja ja vuorovaikutusmahdollisuuksia”. Näihin kuuluvat muun muassa Ylen kommentointimahdollisuudet verkkosivuillaan ja yhtiön osallistuminen julkiseen keskusteluun.

Eeva Mäntymäkeä (2006, 52–55) mukailleen käsitteellistän julkisuuden ja julkisen keskustelun tässä tutkimuksessa kahden erityyppisen demokratiakäsityksen pohjalta. Mäntymäen mukaan käsitys demokratiasta voidaan jakaa deliberatiiviseen ja agonistiseen. Käsitykset eroavat eniten sen suhteen, pitävätkö ne rationaalisen yhteisymmärryksen saavuttamista julkisessa keskustelussa mahdollisena tai edes tavoiteltavana. Kahtiajaon deliberatiiviseen demokratiateoriaan ja agonistisen pluralismin teoriaan on hahmotellut alun perin belgialainen poliittisen teorian professori Chantal Mouffe (2010).

Suomalaisessa journalistiikan ja median tutkimusperinteessä julkinen keskustelu määritellään usein saksalaisen Jürgen Habermasin ja deliberatiivisen demokratiateorian pohjalta. Tässä tutkimuksessa teorian soveltaminen perustuu lisäksi Chantal Mouffen, Nancy Fraserin ja James Bohmanin (Gripsrud, Moe, Molander, & Murdock, 2010, 247–269, 127–148, 237–246; Fraser, 2007, 7–30) esittämiin kritiikkeihin.

Deliberatiivinen demokratia perustuu julkiseen keskusteluun. Ideaalisti länsimaisessa demokratiassa (ks. Mouffe, 2007) julkinen keskustelu ja lakien säätäminen ovat kytköksissä toisiinsa, eli julkisuudessa käyty rationaalinen keskustelu vaikuttaa kansallisvaltiossa säädettäviin lakeihin.

³³ <https://yle.fi/aihe/artikkeli/2015/01/05/mita-julkinen-palvelu-tarkoittaa> (2.3.2018)

Yhteiskunnassa tehtävät päätökset ovat siis seurausta rationaalisesta julkisesta keskustelusta ja siinä syntyneen konsensuksen tuotos. Deliberatiivista demokratiateoriaa ovat kehittäneet Habermasin lisäksi myös muut tutkijat (ks. Rawls, 2010, 205–234). Habermasilainen julkisen keskustelun malli perustuu neljään oletukseen:

1. Avoimuus: Julkisuus on avoin kaikille niille kansalaisille, joille aihe on relevantti.
2. Tasavertaisuus: Keskustelijat ovat keskenään yhdenvertaisia.
3. Rationaalisuus: Keskustelu on rationaalista ja konsensukseen pyrkivää.
4. Vaikuttavuus: Keskustelu käydään julkisuudessa, jossa keskustelulla on mahdollisuus vaikuttaa hallintoon ja lakien säätämiseen.

Habermasin teorian keskeisin käsite on julkisuus (*public sphere*). Julkisuus on deliberatiivisen demokratian mallissa tila, jossa kansalaiset voivat saada tietoja ja pyrkiä ymmärtämään muita yhteiskunnan jäseniä rationaalisen keskustelun avulla. Habermas nimittää mallia 'porvarilliseksi julkisuudeksi' (*bourgeois public sphere*), sillä demokraattinen julkinen keskustelu kehittyi Habermasin mukaan nykyiseen muotoonsa 1700-luvulla kaupallisuuden ja kapitalismin tulon myötä, jolloin porvaristo alkoi ajaa oikeuksiaan julkisesti (Habermas, 1991, 14–26). Rationaalisdemokraattisen julkisen keskustelun syntyyn vaikutti myös lehdistön kehittyminen.

Deliberatiivinen demokratia perustuu kahtiajaolle, jonka mukaan antiikin demokratian tapaan on yhä olemassa erikseen yksi, yhtenäinen julkinen piiri ja sen rinnalla yksityinen piiri (Habermas, 1991, 2). Habermas kehittää näiden väliin vielä näennäisjulkisen mielipiteen. Näennäisjulkisen mielipiteen voidaan esittää pienemmille ryhmille, mutta se voidaan osoittaa myös suurelle joukolle. Näennäisjulkisen mielipiteen erottaa julkisesta mielipiteestä rationaaliskriittisen keskustelun puuttuminen. Yksityisistä ja näennäisjulkisista mielipiteistä jalostuu yleinen mielipide rationaalisdemokraattisen julkisen keskustelun kautta, ja vasta tämä keskustelu on yhteiskunnallisesti vaikuttavaa. (emt. 244–250).

Tämän tutkielman kannalta aiheellinen kysymys on se, onko sanomalehtien mielipidepalstoilla käytävä keskustelu yhteiskunnallisesti merkittävää. Vaikuttaako sanomalehtien palstoilla käyty mielipidekeskustelu aidosti siihen, millaiseen suuntaan Yleisradio kehittyi digitaalisena aikana? Vai onko keskustelu Habermasin määritelmän mukaan näennäisjulkista – julkista, mutta ei yhteiskunnallisesti merkittävää?

Rationaalinen keskustelu tasa-arvoisten kansalaisten välillä johtaa yleisen mielipiteen (*public opinion*) syntyyn, eli Habermasin mukaan ”yleinen mielipide voi varsinaisesti muodostua vain, kun ennako-oletetaan järkeilevä yleisö” (emt. 115, käännetty englannista). Habermasin teoria

vaikuttaakin pohjautuvan melko suppealle eliitille, joka pystyy järkevästi keskustelemaan keskenään julkisuudessa. Teknologisen kehityksen myötä julkinen tila on laajentunut, ja tavallisten kansalaisten mahdollisuudet julkaista mielipiteensä ovat kasvaneet. Kasvaneiden julkaisumahdollisuuksien myötä on kuitenkin yhä vaikeampi erottaa, mikä osa keskustelusta on yhteiskunnallisesti merkittävää julkista keskustelua.

Habermasin julkisuusteoriaa on kritisoitu, ja Eeva Mäntymäki (2006, 48–55) nostaa kritiikeistä esiin muun muassa Tuija Pulkkinen ja Chantal Mouffen näkökulmat. Molemmat kirjoittajat ovat esittäneet vaihtoehdoksi konfliktuaalista demokratiateoriaa, jota voidaan kutsua myös agonistikseksi demokratiateoriaksi. Tällöin julkisessa keskustelussa syntyvä tulos on ”parhaimmillaan kompromissi, jonka perusteet eivät kuitenkaan ole rationaalisia vaan diskursiivisen vallankäytön tuotosta” (Mäntymäki, 2006, 54). Pulkkinen ja Mouffen lisäksi Habermasin rationaalis-demokraattista julkisuuskäsitystä on kritisoinut yhdysvaltalainen sosiaalitieteiden professori Nancy Fraser (2007). Näistä kolmesta keskityn tässä tutkimuksessa eniten Chantal Mouffen ja Nancy Fraserin tulkintoihin, ja lopuksi siirrän julkisen keskustelun teoretisoinnin digitaaliseen aikaan James Bohmanin avulla (2010, 237–246).

Chantal Mouffen keskeinen deliberatiivisen demokratian kritiikki kohdistuu siihen, että Habermasin teorian pohjana on vuorovaikutuksen lähtökohtainen rationaalisuus, joka legitimoii poliittisia päätöksiä. Rationaalisuuden sijaan julkisuuden pitäisi olla kanava kollektiivisen tahdon ilmaisuun, eli Mouffe korostaa julkisen keskustelun sosiaalista ulottuvuutta. Hän kyseenalaistaa konsensukseen pyrkimisen ja esittää lähtökohdaksi sen, että poliittinen keskustelu on lähtökohtaisesti konfliktihakuista. Mouffe kuitenkin painottaa, että vihamielistä vastakkainasettelua luova antagonismi pitäisi muuttaa konfliktin myönteisiä puolia korostavaksi agonismiksi. Käytännössä tämä tarkoittaisi julkisessa keskustelussa eri mieltä olevan ’vihollisten’ muuttamisen ’vastustajiksi’, jolloin eriävät mielipiteet voivat elää rinnan julkisuudessa, eikä niiden välille tarvitse pakottaa konsensusta. Mouffe käsittelee julkista keskustelua nimenomaan keskustelulähtöisesti argumentaation näkökulmista. Hänen mukaansa ”keskustelun lopettaminen on aina henkilökohtainen päätös, eli siitä seurannutta päätöstä ei voi pelkästään esittää menettelytapojen soveltamisena ja oikeuttaa ainoana mahdollisena siirtona, joka voidaan tehdä keskustelutilanteessa”. Tällöin hän kyseenalaistaa habermasilaisen käsityksen ”parhaasta mahdollisesta johtopäätöksestä” eli konsensuksesta keskustelun lopputuloksena. Sen sijaan Mouffe tarjoaa vaihtoehdoksi keskustelun dynamiikkaa, jossa keskustelu syntyy keskustelijoiden päätöksistä jatkaa keskustelua tai päättää keskustelu haluamallaan tavalla. Hän toteaa myös Habermasin ideaalin keskustelutilanteen olevan mahdottomuus. (Mouffe, 2010, 270–274).

Toinen merkittävä piirre Mouffen kritiikissä on se, että Habermas pyrki julkisen keskustelun teoriassaan poistamaan vallankäytön julkisesta keskustelusta, jotta keskustelu olisi mahdollisimman tasavertaista ja valtarakenteista riisuttua. Mouffe sen sijaan esittää vaihtoehtoisessa mallissaan, että vallan ja legitimitetin välillä on aina sidos, ja julkiseen keskusteluun tulisi lähinnä etsiä sellainen valta-asetelma, joka käy yksiin vallitsevien demokraattisten arvojen kanssa. Mouffen pluralistinen demokratiateoria edellyttää tietyn määrän konsensusta julkisessa keskustelussa, mutta ne koskevat lähinnä eettis-poliittisia periaatteita. Muutoin julkisuudessa voivat esiintyä eriävätkin mielipiteet. (ema. 274–278).

Tässä tutkimuksessa käsitteellistän julkisen keskustelun agonistisen pluralismin mallin mukaan. Mouffe käsittää konfliktin enimmäkseen myönteisenä tapana välittää päättäjille erimielisiä käsityksiä poliittisesti tärkeistä aiheista. Päättäjille puhuvat epäsuorasti Yle ja sen yleisöt, jotka neuvottelevat digitalisaatiosta julkisesti. Huomioitavaa on kuitenkin se, että Yleisradion digitaalisista suuntaviivoista päätetään usein pienemmissä työryhmissä, eivätkä muutoksista päättävät tahot välttämättä osallistu sanomalehtien palstoilla käytävään julkiseen keskusteluun. Tutkimus lähtee oletuksesta, että Ylen suuntaviivoista päättävät tahot kuitenkin seuraavat mediaa ja siellä käytyä keskustelua, jolloin yleisön nostamat kysymykset ja Ylen edustajien perustelut voivat nousta päättäjien agendalle. Oletan myös, että mielipidepalstoilla käytävä keskustelu vaikuttaa myös jossain määrin Ylen journalistisiin linjauksiin, jotka päätetään yhtiön sisällä.

Toisena Habermasin teorian kritiikkinä nostan Nancy Fraserin esittämät näkökohdat (Fraser, 2010, 127–148; Fraser, 2007, 7–30). Fraser on tunnettu feministisestä näkökulmastaan Habermasin julkisuuden periaatteisiin. Hän on todennut, että Habermasin malli on luotu ensisijaisesti 1700-luvun porvarilliseen yhteiskuntaan, eikä se siten päde hyvinvointivaltion demokratiaan. Fraser kehittää niin kutsutun *postporvarillisen mallin julkisuudesta* liberaalin julkisuusteorian neljän keskeisen piirteen pohjalta. Piirteet ovat 1) sosiaalinen yhdenvertaisuus poliittisen demokratian ehtona, 2) yksi yhteinen julkisuus vastaan monta julkisuutta, 3) yksityisen rooli julkisessa piirissä sekä 4) kansalaisyhteiskunnan ja valtion tiukka erottelu toisistaan. Näitä neljää ulottuvuutta tarkastelemalla Fraser (2007, 145) päätyy tulokseen, jossa tasa-arvoinen julkinen keskustelu vaatii ensinnäkin sosiaalisen epätasa-arvon poistamista. Toiseksi, Habermasin julkisuuskäsitys vaatii Fraserin mukaan useiden samanaikaisten julkisuuksien hyväksymistä, samoin kuin yksityisen piirin aiheiden hyväksymistä julkisuudessa käsiteltäväksi teemoiksi. Lopuksi Fraser esittää kahtiajaon heikot yleisöt–vahvat yleisöt sisällyttämistä teoriaan.

Heikoilla yleisöillä Fraser tarkoittaa niitä yksilöitä, joiden julkinen keskustelu on pelkästään mielipiteen muokkausta, eikä sisällä päätöksentekoa. Vahvat yleisöt puolestaan ovat yksilöitä, jotka muodostavat mielipiteensä ja samanaikaisesti ovat osallisia laillisessa päätöksenteossa. (Fraser 2007, 13). Kuten aiemmin totesin, merkittävimmät Yleisradion laillisista raameista päättävät tahot eivät välttämättä osallistu julkiseen keskusteluun kansallisten sanomalehtien palstoilla. Yleisradion suuremmista suuntaviivoista vastaavat erilaiset kansalliset ja kansainväliset toimijat, ja näitä päätöksiä koskevat keskustelut käydään usein raporteissa ja selvityksissä. Vastineita kirjoittavat Ylen edustajat edustavat kuitenkin Fraserin vahvoja yleisöjä osittain, sillä heidän osallistumisensa julkiseen keskusteluun saattaa muuttaa Yleisradion sisäisiä päätöksiä. Ylen edustajat eivät osallistu lakien säätämiseen, mutta yksittäisiin yhtiön sisäisiin linjamuutoksiin heillä on vaikutusta. Tällöin julkisessa keskustelussa on mukana eritasoisia vahvoja ja heikkoja yleisöjä, mikä entisestään laajentaa Fraserin käsitystä heikoista ja vahvoista yleisöistä.

Fraserin myöhempi kritiikki (2007, 5–6) on pyrkinyt määrittelemään uudelleen myös julkisuuden piirin rajoja. Julkinen piiri ei hänen mukaansa rajoitu kansallisiin yhteisöihin, vaan julkisen keskustelun teoria pitäisi ulottaa kansallisvaltion rajojen yli. Sivuutan transnationaalisen julkisuuden tässä tutkimuksessa, koska Yleisradion tapauksessa julkinen keskustelu on teeman vuoksi enimmäkseen rajoittunut kansallisvaltion rajojen sisälle. Kielelliset syyt rajoittavat Yleisradiota käsittelevän julkisuuden piirin suomenkieliseen ja ruotsinkieliseen alueeseen. Laajempi keskustelu yleisradioyhtiöiden tulevaisuudesta yleisesti on kuitenkin kansainvälinen kysymys, jossa julkisuuden piiri ulottuu kansallisvaltioiden rajojen yli.

Lopuksi nostan esiin yhden keskustelunavauksen julkisesta keskustelusta digitaalisena aikana. Digitalisaation merkitystä julkiselle keskustelulle on pohtinut professori James Bohman (2010, 247–269), jonka näkemyksien avulla siirrän julkisen keskustelun käsitteen 2000-luvulle. Bohman on kirjoittanut tekstinsä vuonna 2004, eli sekin on 2010-luvun lopussa jo yli kymmenen vuotta vanha. Vaikka tekniikka on kehittynyt kiihtyvällä tahdilla, jotkin Bohmanin mietteet digitaalisesta julkisesta keskustelusta ovat edelleen relevantteja. Bohman suhtautuu skeptisesti teknologian mahdollisuuksiin julkisen keskustelun kehittämisessä, sillä hän käsittelee myös seikkoja, joissa uusi teknologia saattaa estää habermasilaisen rationaalisen julkisen keskustelun syntymistä.

Bohmanin lähtökohta on se, että vuorovaikutus on julkista vain silloin, kun se osoitetaan universaaliyleisölle, eli keskustelun osallistujat eivät tunne vastaanottajiaan, vaan osoittavat sanansa kaikille ja kenelle tahansa. Tämä tukee menetelmääni, joka perustuu Chaïm Perelmanin ja Lucie Olbrechts-Tytecan uudelle retoriikalle ja jossa eräänä piirteenä on myös argumentaation

osoittaminen universaaliyleisölle. Bohman käsittää teknologiasta riippumattoman julkisen keskustelun foorumina, jossa puhujat voivat esittää näkemyksiään tuntemattomille. Keskustelu perustuu oletukseen siitä, että muut ovat velvoitettuja vastaamaan keskustelunaloituksiin omilla mielipiteillään ja näkemyksillään. Demokraattisen julkisuuden tulee tuoda ilmi, että vuorovaikutus on lähtökohdiltaan vapaata ja tasavertaista. Keskustelussa korostuu kunnioitus muita osallistuja kohtaan ja se, että muut keskustelun osallistujat arvioivat julkisuudessa esitettyjä väitteitä. Internet mahdollistaa monilta monille käytävät keskustelut, mutta samanaikaisesti Bohman nostaa esiin myös habermasilaista yhdenvertaisuutta estäviä seikkoja digitaalisissa ympäristöissä, kuten digitaalisen osaamisen tai digitaalisten laitteiden käyttömahdollisuuksien erot (*digital divide*). (ema. 2010, 247–269).

Digitaalisessa ympäristössä on Bohmanin mukaan potentiaalia julkisen keskustelun mahdollistajana, sillä se madaltaa julkiseen keskusteluun osallistumisen hintaa ja kynnyistä, mutta sen kehittymättömyys muodostaa kahdenlaisia haasteita yleisöille. Ensimmäinen haaste on se, että yleisön tulisi kyseenalaistaa viestinnän asiantuntijoiden valinnat, erityisesti agendan luomisen ja kehystämisen osalta. Kun yleisöllä on mahdollisuus hankkia tietoa itse, viestinnän asiantuntijoiden omat agendat ja kehykset tulevat näkyvimmiksi. Toiseksi, yleisön pitää haastaa oma medialukutaitonsa, sillä yleisön ja median välillä ei internetissä aina ole informaation välittäjää, joka olisi jo kerran kyseenalaistanut tiedon luotettavuuden. Bohmanin näkemys 2000-luvun alussa oli se, että internetin hallinnasta puuttuivat keinot institutionalisoida julkista keskustelua, koska välistä puuttuivat journalistit ja muut tiedonvälittäjät ja -arvottajat, jotka säätelevät ja suojelivat poliittista julkista keskustelua tiedotusvälineissä (ema. 258–259). Tällöin kuka tahansa voi löytää mitä tahansa tietoa, mutta joutuu myös arvioimaan sen itse.

Internetin kohdalla Bohman käyttää mieluummin termiä ’julkinen tila’ (*public space*) kuin ’julkisuus’ tai ’julkinen piiri’ (*public sphere*). Hän tekee niin siksi, että internetin julkisuus on vähemmän järjestäytynyttä, eikä sitä ole säädelty yhtä tiukasti eettisillä normistoilla kuin perinteisiä tiedotusvälineitä. Bohmanin mukaan ”internet ei sinänsä hankkiudu eroon välittäjistä, vaan se ennemminkin toimii julkisena tilana, jossa *demokraattiset* välittäjät ovat menettäneet vaikutusvaltansa” (ema. 259, käännetty englannista, kurssiivi alkuperäinen).

Sanomalehtien mielipidekirjoitukset edustavat julkista keskustelua, joka uskoo tiedon välittäjien auktoriteetteihin. Lehtien yleisönosastoilla on ammattilaisia, jotka valitsevat ja editoivat julkaistavat yleisönosastot. Heillä on myös velvollisuus julkaista saamansa asialliset vastineet mielipiteisiin. Mielipidepalstojen keskustelusta kuitenkin puuttuvat ne, jotka eivät usko välittäjien rooliin, vaan

etsivät muita väyliä saada äänensä kuuluville. Julkisen keskustelun uudet mahdollisuudet internetissä kaipaavat tulevaisuudessa toisenlaista tutkimusta, sillä tutkimani mielipidekirjoitukset ja vastineet edustavat vain yhtä osaa julkisesta keskustelusta.

4. Yle ja yleisö: kansalaisia vai kuluttajia?

Tässä tutkimuksessa käytän kattokäsitettä 'yleisö' kuvaamaan yleisesti erityyppisiä mediaesitysten yleisöjä. Akateemisessa tutkimuksessa on kuitenkin puhuttu myös muista tavoista käsittää yleisöä, mistä nostan tässä luvussa esille muutaman esimerkin.

Yleisöstä käydyn keskustelun laajuutta kuvaa se, että Yleisradion rakentumista populaareissa diskursseissa tutkinut Eeva Mäntymäki pohjustaa yleisösuhteen muutosta lähes 30 sivun verran. Hän keskittyy teoreettisessa pohdinnassaan kansalaisen ja kuluttajan vastakkainasetteluun (Mäntymäki, 2006, 38–64). Termit 'kansalainen' ja 'kuluttaja' mielletään toisilleen vastakkaisiksi. Kahtiajako perustuu käsitteiden konnotaatioihin, jotka rakentuvat vastakkainasettelulle kollektiivinen–yksilöllinen, passiivinen–aktiivinen, yhteiskunnallinen–viihteellinen. Käsitteet ovat keskenään jännitteisiä, vaikka niitä on yritetty sovittaa myös yhteen hybridimuodoiksi. Esimerkiksi Isossa-Britanniassa on keskusteltu muun muassa maan hallituksen ja media- ja viestintäelin Ofcomin käyttämästä *citizen-consumer*-käsitteestä (Livingstone, Lunt, & Miller, 2007).

Sonia Livingstone, Peter Lunt ja Laura Miller (2007) tarkastelivat yleisön käsitteellistämistä poliittisissa papereissa ja erityisesti brittiläisen viestinnän lainsäätäjän Ofcomin teksteissä. He totesivat, että vähä vähältä lainsäätäjän papereissa näkyi uusi diskurssi, joka korvasi termit 'kansalainen' (*citizen*), 'kuluttaja' (*consumer*) ja 'yleisö' (*public*) yhdellä sanalla: kuluttaja. Tutkimuksessa mediasääntelyn kuluttajakäsitykseen on suhtauduttu enimmäkseen kriittisesti. Kuten kirjoittajat toteavat, on ”kenties ongelmallista, että tähän saakka julkinen keskustelu 'kansalaisen' käsitteestä on pysynyt mielenkiintoisesti poissa siitä huolimatta, että kansalaisuudesta ja viestinnästä on huomattavasti akateemista kirjallisuutta”. (Livingstone, Lunt, & Miller, 2007, 631–633, suomennettu englannista).

Yleisön käsittäminen kuluttajina yhdistetään usein median kaupallistumiseen, minkä puolestaan nähdään edistävän demokraattisten ideaalien rapautumista (Mäntymäki, 2006, 60). Kuten edellä mainitussa Livingstonen ja muiden tarkastelemassa brittiläisessä mediamaisemassa, myös Suomessa voisi olla paikallaan miettiä, millaisilla termeillä yleisöstä puhutaan. Mäntymäki tarkentaa yleisön käsitystä Ylessä kuitenkin sillä, että Yleisradio ei ole kaupallinen toimija, sillä se on yhä yksi harvoista yleisradioyhtiöistä, joilla ei ole kaupallista rahoitusta (Iosifidis, 2010, 12). Tällöin ”[s]anottaessa, että myös Yleisradio palvelee tätä nykyä yleisöjään enemmän kuluttajina kuin kansalaisina, tarkoitetaan siis *kanavien ja ohjelmien tyylillistä ja sisällöllisiä muutoksia, jotka*

liittyvät niiden välittömään kulutettavuuteen tuotteina sinänsä” (Mäntymäki, 2006, 62, kurssiivi alkuperäinen).

Kuluttajuus rinnastetaan monissa suomalaisissa tutkimuksissa myös asiakkuuteen; yleisö on ryhmä asiakkaita, joka kuluttaa median tarjoamia palveluita. Esimerkiksi Yleisradion entinen tutkimuspäällikkö Erja Ruohomaa (2011) käyttää artikkelissaan sanaa ’asiakas’, kun hän puhuu Ylen yleisötutkimuksesta. Myös nykyisestä Ylen yleisötutkimuksesta käytetään nimeä asiakkuustutkimus³⁴. Koska Ylen historiassa yleisön tutkimus on kautta historian ollut aina tavalla tai toisella läsnä, myös yhtiön sisällä on pohdittu yhtiön ja yleisön välistä suhdetta ja sitä, miten tätä suhdetta pitäisi nimittää. Erja Ruohomaa toteaa kuitenkin, että ”vuoteen 2006 tultaessa yhtenäinen yleisötutkimuksen kausi oli Yleisradiossa ohi [--] Uusi tutkimus suuntautui asiakaslähtöisen ohjelmatoiminnan kehittämiseen ja ajan tasalla pysymiseen mediankäytön muutoksessa”. Ruohomaa näkee myös, että asiakaslähtöisyys käsitteenä ei ohita yleisölähtöisyyden käsitettä, vaan ne toimivat rinnakkain. Tällöin suomalaiset ovat yleisradiolle yhtä lailla yleisöjä, asiakkaita kuin kansalaisiakin, myös samanaikaisesti silloin, kun samoja sisältöjä tarjotaan eri välineissä. (Ruohomaa, 2011, 76).

Samanaikaisista rooleista puhuvat myös yhdysvaltalaiset James Webster ja Patricia Phalen jäsenyyksessään yleisöstä passiivisena uhrina, rationaalisena kuluttajana ja mainostajille kaupattavana tuotteena (1994, 33, suomennettu englannista):

”Vaikka on mahdollista tiivistää kolme hyvin erilaista yleisön mallia viestintäpolitiikan historiassa, ei silti voida päätellä, että ne jotka vetoavat tiettyyn malliin hyväksyvät sen sellaisenaan, tai että he edistäisivät mallia johdonmukaisesti jatkossakin [--] monet prosessin osallisista ottavat käyttöönsä minkä tahansa mallin, joka sopii heidän senhetkisiin tarpeisiinsa. Voidaan esimerkiksi löytää lähettäjiä, jotka käyttävät vapaiden markkinoiden mallia vastustaakseen mitä tahansa hallinnollista sääntelyä. Kuitenkin he ovat yhtä taitavia vetoamaan [haitta]vaikutuksiin perustellakseen suojelua tuhoisalta kilpailulta, joka voi lopulta tehdä yleisöstä uhreja.”

Mäntymäki tulkitsee, että Websterin ja Phalenin mukaan viestintäpoliittisen keskustelun käsitykset yleisöstä ovat yleensä epämääräisiä ja julkilausumattomia. Kuitenkin nämä tarkemmin erittelemättömät, yleisluontoiset argumentit sisältävät ”vahvoja esioletuksia kuluttajuuden ja yleisöjen luonteesta” (Mäntymäki, 2006, 63). Kun yleisökäsitystä ei tarkemmin määritellä, voidaan helposti olla samaa mieltä siitä, että ’yleisöllä’ tarkoitetaan samaa yleisöä. Kuitenkin termin

³⁴ Lähde: Ylen Älykäs data ja asiakkuus -osaston päällikkö Eija Moisala.

määrittely saattaa toisinaan paljastaa sen, kuinka erilaisista lähtökohdista argumentteja esitetään. Myös Chaïm Perelmanin ja Lucie Olbrechts-Tytecan uusi retoriikka käsitteiden määrittelemättömyyttä retorisenä keinona, mihin palaan myöhemmissä luvuissa.

Hieman aiemmista poikkeavan tulkinnan yleisösuhteen kehityksestä esittää norjalainen Trine Syvertsen (2004), joka kuvaa artikkelissaan kahden sijasta neljää erilaista yleisösuhdetta ja pohtii niitä julkisen palvelun television kannalta. Vaikka artikkeli on kirjoitettu yli kymmenen vuotta sitten, sen käsitystä television yleisösuhteesta voi edelleen soveltaa 2010-luvulle. Artikkeliki käsittelee pelkästään broadcasting- eli lähetystoimintaa, mutta osin siinä on huomioitu myös digitaalisen median eri muotoja.

Artikkelissa Syvertsen erottelee kansalaisen, yleisön ja kuluttajan toisistaan ja lopuksi kehittää neljänneksi yleisötyypiksi vuorovaikutteista pelaajan käsitettä (taulukko 1). Syvertsen on esittänyt neljä yleisötyyppiä vaiheina, jotka seuraavat toisiaan kronologisessa järjestyksessä ja osittain päällekkäisinä (2004, 363). Edellä ollut lainaus Websteriltä ja Phalenilta (1994, 33) kuitenkin vastustaa käsitystä siitä, että erilaiset käsitteellistykset seuraisivat toisiaan aikajärjestyksessä. Syvertsenin artikkelista on mahdollista tulkita rivien välistä se, että esimerkiksi yleisön käsittäminen kansalaisina on jäämässä hiljalleen taakse ja korvautumassa suuremmilla ja interaktiivisemmilla yleisösuhteilla. Tämä käy ilmi esimerkiksi siten, miten Syvertsen kuvaa yleisöä kansalaisina: ”[I]hmisten palveleminen kansalaisina ei liity vain poliittisen demokratian klassisiin ideaaleihin, vaan myös perinteiseen julkiseen lähetystoimintaan” (Syvertsen, 2004, 367, käännetty suomeksi). Näin hän tulee liittäneeksi kansalaisuuden käsitteen perinteiseen lähetystoimintaan, eli menneeseen aikaan. Webster ja Phalen esittävät kuitenkin, etteivät eri käsitteet sulje toisiaan pois, vaan ne voidaan käsittää rinnakkaisina. Sama kritiikki koskee yleensä myös kansalaisen ja kuluttajan välistä teoretisointia, jossa kuluttajuus käsitetään kansalaisuuden jatkumoksi, joka johtaa hiljalleen mediajulkisuuden rappioon.

Syvertsenin hahmottelema neljäs kategoria kuitenkin tuo esiin näkökulmia, jotka lisäävät uusia ulottuvuuksia nykyaikaisiin yleisöihin. Yleisradioyhtiöt ovat Syvertsenin mukaan kohdanneet yleisön pelaajina, vaikka pelaajakäsitys onkin otettu vastaan varovasti (2004, 374). Hän arvelee, että yleisradioyhtiöt olivat vastahakoisia kohtaamaan osallistavia formaatteja siksi, että ne käsitettiin vuosituhaten vaihteessa populistisiksi, kaupallisiksi ja heikkolaatuisiksi (ema. 372). Uusia viestimiä kehitetään kuitenkin jatkuvasti, ja uusia teknologioita annetaan yhä enemmän yleisölle testattaviksi. Toisinaan yleisö pystyy osallistumaan mediajulkisuuden tuottamiseen. Etenkin personointiin keskittyvät palvelut kuten Yle Uutisvahti voidaan tietyllä tapaa nähdä yleisösuhteeltaan

pelaajamaisiksi, vaikka niissä ei varsinaisia pelillisiä ominaisuuksia olekaan. Käyttäjän valitsemat avainsanat ja niiden perusteella tapahtuva uutisten personointi kuitenkin edistävät interaktiivista yleisösuhdetta Ylen ja yleisöjen välillä, ja edelleen auttavat Yleisradiota sovelluksen kehittämisessä.

Käsite	Julkisuustila	Yleisösuhte	Tarkoitus	Aika
Kansalainen (<i>citizen</i>)	Yhteiskunta Media on osa yhteiskuntaa, ja se tarjoaa mahdollisuuksia toimia demokraattisessa yhteiskunnassa.	Epäsuora Palvelee yleisöä demokraattisen yhteiskunnan jäsenenä.	Yhteiskunnallinen osallistuminen Ohjata kansalaisia tv-ruudun ulkopuoliseen elämään ja osallistumaan yhteiskuntaan median ulkopuolella.	Yleisradio-monopolin aikana, kun kentällä ei ollut varteenotettavia kaupallisia kilpailijoita.
Yleisö (<i>audience</i>)	Esitys Yleisöjä kiinnostava mediasisältö on itseisarvo.	Epäsuora Palvelee yleisöä tarjoamalla viihdyttävää ja kiinnostavaa sisältöä.	Suuri yleisö Pitää yleisö vastaanottimen ääressä, sillä yleisömäärät ovat kauppatavaraa mainostajille.	Kaupallisen kilpailun aikana ennen internetin läpimurtoa, kun yleisömääriä voitiin mitata vain lukuina.
Kuluttaja (<i>consumer</i>)	Kauppa Kuluttaja valitsee haluamansa mediatuotteet kuin menisi asioimaan fyysiseen kauppaan.	Suora Palvelee yleisöä ostajina, jotka ovat kiinnostuneita ostamaan tuotteita ja palveluita.	Ostopäätös Tavoitteena kohdata kuluttaja niin, että löydetään tuotteet, joita mahdollisimman moni kuluttaja käyttää.	Uuden tekniikan myötä, kun mahdollisuus seurata kuluttajan mieltymyksiä tuli mahdolliseksi.
Pelaaja (<i>player</i>)	Juhla Pelaaja osallistuu juhlaan näyttääkseen parhaita puoliaan (show off) ja päästäkseen osalliseksi juhlien tarjoiluista, eli osallistavan mediaesityksen palkinnoista.	Interaktiivinen Palvelee yleisöä joukkona neuvokkaita ja leikkisiä yksilöitä, jotka ovat kiinnostuneita osallistumaan media-aktiviteetteihin. Pirstaloitunut ja yksilökeskeinen yleisö.	Osallistaminen ja sitouttaminen Saada yksilö osallistumaan mediaesitykseen. Yksilöiden mieltymysten tunnistaminen. Saada yleisö pysymään mediaesityksen parissa osallistamalla.	Kokeellinen kategoria, jonka voidaan nähdä yleistyneen 1990-luvulta alkaen.

Taulukko 1. Tv-yleisöjen tyypittely yleisösuhteen mukaan (Syvertsen, 2004).

Yleisenä johtopäätöksenä yleisösuhdetta käsittelevästä keskustelusta voitaneen todeta se, että julkisen palvelun media elää ristiriitaisen ja kehittyvän yleisökäsityksen aikaa. Ristiriitaisuus yleisökäsityksissä ei ole sekään uusi ilmiö, mutta mediakentän monipuolistuessa monet eri median käyttämisen tavat ja erilaiset yleisön tyypit tahtovat korostua. Edellä mainitut yleisön tyypittelyt eivät kuitenkaan sulje täysin toisiaan pois, vaan ne voidaan nähdä ajoittain rinnakkaisina. Websterin ja Phaleninn (1994, 33) tapaan ne voidaan nähdä myös vuorottelevina käsityksinä. Kansalainen-kuluttaja-vastakkainasettelun voi käsitteellistää yleisön kaksinaisroolina, ja tämän kaksinaisroolin lisäksi voidaan nimetä yleisölle myös muita rooleja. Näihin kuuluvat esimerkiksi yleisön mieltäminen pelaajiksi Syvertsenin (2004) tapaan.

5. Uusi retoriikka ja yleisön vakuuttaminen

Retoriikan tutkimus menetelmänä juontaa juurensa aristoteelaiseen antiikin filosofiaan ja logiikkaan. Aristoteles jakoi päättelyn kahteen eri osaan: analyttiseen ja dialektiseen. Analytiikka on puhtaan muodollista ja pyrkii yksiselitteisesti osoittamaan, onko esitetty väite totta vai ei. Se pohjautuu usein formaalikieliin, joissa luonnollisen kielen sanojen monitulkintaisuus pyritään poistamaan muuttamalla luonnollinen kieli kirjaimiksi ja konjunktioiksi (esimerkiksi lauselogiikassa ”Jos A, niin B” on $A \rightarrow B$). Dialektisissa päätelmissä puolestaan haetaan yleistä hyväksyttävyyttä väitteille, jotka ovat kiistanalaisia.

Tässä tutkielmassa käytetty retoriikan osa-alue on puolalaissyntyisen Chaïm Perelmanin dialektinen ’uudeksi retoriikaksi’ nimetty menetelmä, joka tutkii argumentaation vakuuttavuutta suhteessa yleisöön. Perelmanin kanssa uuden retoriikan teoriaa kehitti myös belgialainen Lucie Olbrechts-Tyteca, joka kirjoitti yhteistyössä pääteoksen *The New Rhetoric* (2013). Koska ajatus uudesta retoriikasta oli alun perin Chaïm Perelmanin, siihen viitataan usein Perelmanin työnä, vaikka Olbrechts-Tyteca työskenteli 11 vuotta Perelmanin kanssa menetelmän parissa. Myöhemmin kriitikot (esim. Frank & Bolduc, 2010) ovat pyrkineet nostamaan esiin myös Olbrechts-Tytecan panosta uuden retoriikan kehittämisessä.

Vaikka uusi retoriikka pohjautuu osittain logiikalle, se ei tutki lausutun totuudellisuutta, vaan mukaan esityksen vaikuttavuus perustuu siihen, miten hyvin esiintyjä vakuuttaa yleisönsä esittämistään mielipiteistä ja arvioista. Argumentaation ydin on yleisö, jolle väite perustellaan, ja argumentaation vakuuttavuus arvioidaan suhteessa yleisöön. (Perelman, 2007, 7–9)

1950-luvulla vaikuttaneiden Perelmanin ja Olbrechts-Tytecan uusi retoriikka edustaa argumentaatioanalyysiä, joka suuntaa huomionsa esityksen yksityiskohtiin (Palonen & Summa, 1996, 10–11). Argumentaatiossa pyritään hankkimaan ja vahvistamaan yleisön hyväksyntä tai kannatus esitetyille väitteille (Perelman, 2007, 16), ja siksi yleisö on olennainen argumentaation vaikuttavuuden arvioinnissa. Perelman luokittelee yleisöksi ”kaikki ne, joihin puhuja haluaa argumentaatiolla vaikuttaa” (2007, 21).

Tässä tutkimuksessa viitataan sekä uuden retoriikan pääteokseen *The New Rhetoric* (Olbrechts-Tyteca & Perelman, 2013) että Perelmanin yksin julkaisemaan teokseen *Retoriikan valtakunta* (2007). Lisäksi tuen tulkintaa Hilikka Summan (1996) ja Riikka Kuusiston (1996) sovellutuksilla. Hilikka Summa erottelee kokoomateoksessa *Pelkkää retoriikkaa* (1996, 69) vakuuttamisen keinot kahteen osaan, jotka hän nimeää argumentoinnin lähtökohdiksi ja argumentoinnin tekniikoiksi. Olbrechts-

Tytecan ja Perelmanin uusi retoriikka lähtee yhteisistä argumentaation lähtökohdista eli esisopimuksista, ja jatkaa kahdentyyppisillä argumentaation tekniikoilla, joita ovat assosiatiiiviset tekniikat ja dissosiatiiiviset tekniikat. Argumenttien tyyppejä on havainnollistettu kuvassa 1, ja selitän seuraavaksi lyhyesti, mitä kukin tekniikka tarkoittaa.



Kuva 1. Argumentin keinot Chaïm Perelmanin ja Lucie Olbrechts-Tytecan uuden retoriikan mukaan.

5.1. Argumentoinnin lähtökohdat

Argumentoinnin lähtökohdista eli pmissistä puhutaan silloin, kun on kyse puhujan yleisön kohdistamista odotuksista. Argumentoinnin alussa puhuja tai kirjoittaja päättää niin sanotut yhteisymmärryksen aiheet, eli argumentit, joita pidetään luultavimmin totena tai jotka todennäköisimmin sopivat valitun yleisön arvomaailmaan. Yhteisymmärryksen aiheita kutsutaan esisopimuksiksi. Argumentti pohjautuu argumentoijan ja yleisön jaetuille totuuskäsityksille ja arvoille, ja ”alusta loppuun argumentaation analyysille on tärkeää se, minkä yleisön oletetaan hyväksyvän”. (Olbrechts-Tyteca & Perelman, 2013, 65–66, suomennettu)

Olbrechts-Tyteca ja Perelman (emt. 30) jakavat yleisön kolmeen eri tyyppiin, joista ensimmäistä kirjoittajat kutsuvat universaaliyleisöksi. Universaaliyleisö voi olla koko ihmiskunta tai minimissään

kaikki normaalit³⁵ aikuiset henkilöt. Toista argumentoinnin kohderyhmää he kutsuvat erityisyleisöksi tai vaihtoehtoisesti keskustelukumppaniksi, sillä se on rajattu ja puhujan tuntema. Kolmas argumentoinnin yleisö on puhuja itse, kun puhuja yrittää perustella näkemyksensä itselleen.

Näiden yleisöluokkien avulla Perelman ja Olbrechts-Tyteca määrittelevät argumentaation kaksi tyyppiä: *suostuttelun* ja *vakuuttamisen*. Suostuttelu on argumentointia, johon pyritään erityisyleisöille suunnatuissa esityksissä, ja vakuuttamista puolestaan käytetään universaaliyleisöön vedottaessa. Suostutteluun kirjoittajat liittävät toiminnan ja vakuuttamiseen puolestaan älykkyyden. Suostuttelulla pyritään siis saamaan yleisössä aikaan halu toimia puhujan toivomalla tavalla, kun taas vakuuttamisessa riittää, että yleisö hyväksyy puhujan väitteet. Perelman ja Olbrechts-Tyteca pitävät kuitenkin jakoa suostuttelun ja vakuuttamisen välillä epätarkkana ja toteavat, että myös käytännössä jako on tarkkaan määrittelemätön. (emt. 26–31).

Erityisyleisö ja universaaliyleisö asettavat puhujalle erilaiset lähtökohdat, sillä parhaimmillaan puhuja tuntee erityisyleisön totuuskäsitykset ja arvomaailman, mutta haastavimmillaan puhujan pitää vedota suureen joukkoon eri lähtökohdista tulevia kuulijoita. Erityisyleisön esimerkkinä toimii argumentointi perheenjäsenelle, jonka arvomaailman ja totuuskäsityksen puhuja tuntee hyvin. Universaaliyleisön esimerkki puolestaan voisi olla vaikkapa presidentinvaalit, joissa kampanjoivan presidentin tulee vedota koko kansaan ja löytää riittävän paljon universaaliyleisön yhteisiä arvoja. Kuten totesin kolmannessa luvussa, julkinen keskustelu määritellään keskusteluksi, jossa viestin vastaanottajana voi olla kuka tahansa (ks. Bohman, 2010, 247–269).

Hilka Summa (1996, 69) kritisoi universaaliyleisön käsitettä kuitenkin ongelmallisena, koska jos universaaliyleisön hyväksyntä määrittää argumentin rationaalisuuden, sitä pidetään kunkin aikakauden ’korkeimpana mahdollisena järkenä’ ja samalla viitataan yleisön yhteiseen historiaan rationaalisena kehityksenä. Perelman ei kuitenkaan väitä näin missään kohtaa, mistä Summa päättelee, että ”[u]niversaaliyleisö on siis eräänlainen kehäpäätelmä: rationaalisia ovat ne arvot, jotka pystytään perustelemaan niin, että universaaliyleisö ne hyväksyy – mutta sitä, minkä universaaliyleisö milloinkin hyväksyy, ei voida päätellä muusta kuin siitä, mikä kulloinkin on hyväksyttyä.”

Yksi Perelmanin retorisen analyysin käytännön soveltajia on Riikka Kuusisto (1996, 275–276), jonka mukaan Perelman ja hänen kanssaan uuden retoriikan teoriaa kehittänyt Lucie Olbrechts-

³⁵ Normaalilla tarkoitan tässä kaikkia aikuisia henkilöitä, jotka pystyvät järkevästi arvioimaan esitettyä argumenttia.

Tyteca korostavat, että koostumukseltaan ja arvomaailmoiltaan yhtenäisempään yleisöön on helpompi vedota kuin hajanaiseen, eri lähtökohdista tulevaan yleisöön.

Yhteiset julkilausumattomat lähtökohdat, esisopimukset, ovat se asioiden joukko, joilla Perelman ja Olbrechts-Tyteca viittaavat argumentoinnin niin sanottuun kiistattomaan vyöhykkeeseen.

Argumentoinnin lähtökohtana on se, että puhuja voi rajata joukon väitteitä, jotka yleisö, tai ainakin sen enemmistö, hyväksyy kiistatta. Kiistattomien väitteiden taustalla on oletus, että yleisö hyväksyy ennakoita tietyt asiat, ja puhujan tehtäväksi jää arvioida, mikä on kyseisen yleisön esisopimuksen alue. Esisopimukset voivat olla kahdenlaisia; joko ne koskevat puhujan eli retorin ja yleisön välistä yhteistä käsitystä todellisuudesta tai sitten ne koskevat toivottua asian tilaa, jonka molemmat hyväksyvät:

”Todellisuutta koskevat esisopimukset liittyvät asioihin, jotka ovat tietyille yleisölle itsestäänselvästi tosia tai vähintäänkin äärimmäisen todennäköisiä. Ne ovat lauseita, joita yleisö pitää ilman muuta ”faktoina” tai ”totuuksina” tai ”normaalina”. Toivottavaa asioiden tilaa koskevat esisopimukset taas perustuvat yleisön tärkeinä tai tavoittelemisen arvoisina pitämiin arvoihin, arvohierarkioihin ja *lokuksiin*. Retorin on usein tärkeämpää tuntea yleisön arvohierarkiat kuin löytää yksittäisiä yleisölle tärkeitä arvoja [--] *Lokukset* ovat sellaisia argumentin varsinaisesta sisällöstä riippumattomia arviointiperusteita, jotka yleisö entuudestaan tunnistaa ja hyväksyy.” (Kuusisto, 1996, 277–278)

Yleisöä voi yhtenäistää esimerkiksi tietyn ammattiryhmän tai vakaumuksen edustaminen, kuten esimerkiksi journalistinen ammattietiikka tai protestanttinen kristillinen arvopohja. Jos taas kyseessä on laaja universaaliyleisö, argumentin lähtökohdat heijastavat usein kohteena olevan yhteiskunnan yleisiä hyväksytyksi koettuja arvoja. (emt. 275) Tärkeää osaa universaaliyleisön määrittelyssä näyttelee myös puhujan ja oletetun yleisön kulttuuripiiri.

Argumentin pohjustaminen yleisesti hyväksytyille arvoille johtaa kuitenkin usein tilanteeseen, jossa samoja sanoja ja ilmaisuja voi käyttää lähes kaikkien väitteiden perusteluun. Summa (1996, 70) kuvaa asetelmaa siten, että ”[a]rvopäätelmät näyttävät Perelmanin [--] mukaan saavuttavan universaalien yleisön hyväksynnän yleensä vain hyvin yleisessä muodossa, sisällöltään täsmentymättömänä ja hyvin korkealla abstraktiolla ilmaistuna. [--] Riittävän korkealle abstraktiotasolle nostettuina ja epätarkasti ilmaistuina yleiset arvot [--] kuten hyvinvointi, oikeudenmukaisuus tai tehokkuus saavat faktaluonteen.” Perelman (2007, 34) itse toteaa, että

universaalien arvojen täsmentäminen tiettyyn tilanteeseen tai konkreettiseen toimintaan johtaa erimielisyyteen ja erityisryhmien vastakkainasetteluun.

Vaikka argumentin vakuuttavuus jäisi puutteelliseksi, Perelman toteaa, että ”puhuja on kuitenkin onnistunut silloin, kun hän saa kuulijansa kiinnittämään huomiota tapahtumiin, jotka he muuten olisivat sivuuttaneet. Meillä on taipumus pitää tärkeänä sitä, mikä on läsnäolevaa ja etualalla tietoisuudessamme.” (emt. 44) Näin ollen heikosti argumentoitu väitekin muistuttaa kuulijalle asian olemassaolosta.

5.2. Argumentoinnin tekniikat

Kun puhuja on saanut määriteltyä argumentaation lähtökohtana olevat esisopimukset, hänen tehtävänsä on rakentaa yhteisten esisopimusten pohjalle katkeamaton argumentaation ketju. Klassisen käsityksen mukaan argumentaatiossa pyritään siirtämään premisseille eli lähtöoletuksille osoitettu hyväksyntä koskemaan johtopäätöksiä. Joskus uskottavasti premisseistä johtopäätökseen pääseminen vaatii useampia portaita, minkä vuoksi vaikuttavalla retorilla on käytössään useita erilaisia argumentointitapoja. Summan (1996, 69) mukaan vaikuttavuus ei muodostu argumentin loogisesta rakenteesta, vaan siitä, kuinka uskottavia puhujan esittämät syy-seuraussuhteet, tavoitekeinokytkenät, esimerkit, rinnastukset, metaforat ja vastakkainasettelut ovat. Tässä tutkielmassa pyrin kuitenkin etupäässä erittelemään Yle vastaa -kirjoituksesta argumentaation tekniikoita, enkä niinkään arvioimaan argumentaation vaikuttavuutta.

Summa (1996, 69) jakaa uuden retoriikan argumentaatiokeinot kvasiloogisiin argumentteihin, todellisuuden rakenteeseen tukeutuviin argumentteihin, todellisuuden rakennetta määrittäviin argumentteihin sekä vastakkainasetteluihin ja erotteluihin. Riikka Kuusisto (1996, 280–287) nimittää kvasiloogisia, todellisuuden rakenteeseen tukeutuvia ja todellisuuden rakennetta muokkaavia tekniikoita assosiatiivisiksi tekniikoiksi. Vastakkainasetteluita ja erotteluita hän puolestaan nimittää dissosiatiivisiksi tekniikoiksi. Uutta retoriikkaa pro gradu -tutkimuksessaan hyödyntänyt Aino Miikkulainen (2009, 56–57) suomentaa käsitteet sidos- ja erottelumuotoisiksi argumentaatiotekniikoiksi. Koska pidän käännöksiä kuvaavina, kuljetan niitä tekstissä rinnakkaisina termeinä.

5.3. Sidostekniikat

Assosiatiivisuus eli liitännäisyys tarkoittaa Perelmanin ja Olbrechts-Tytecan uudessa retoriikassa sitä, että assosiatiivisella argumentoinnilla yhdistetään asioita toisiinsa. Sidostekniikkojen alalajeja

ovat kvasiloogiset argumentit, todellisuuden rakenteeseen perustuvat argumentit ja todellisuuden rakennetta muokkaavat argumentit.

Ensimmäiseksi käsittelen kvasiloogiset argumentit, jotka Perelman erittelee *Retoriikan valtakunnassa* (2007, 63–92) viiden tyyppin avulla:

Kvasiloogiset argumentit tiivistettynä	
<i>1. Ristiriita ja yhteensopimattomuus</i>	Argumentti, joka pakottaa valitsemaan väitteistä toisen, jos väitteet ovat keskenään ristiriidassa tai muutoin yhteensopimattomia.
<i>2. Samuus, määritelmät ja analyysi</i>	Argumentaation keinot, joilla on tarkoituksena rinnastaa asiat toisiinsa samanlaisina tai määritellä käsitteet uudelleen puhujan eduksi. Tautologia tarkoittaa sitä, että kaksi asiaa ovat keskenään samoja missä tahansa tilanteessa.
<i>3. Vastavuoroisuus ja oikeudenmukaisuus</i>	Kaksi asiaa tai tilannetta rinnastetaan keskenään vaihdettaviksi, jolloin niitä tulee kohdella samalla tavalla. Oikeudenmukaisuusperiaatteen rikkominen käsitetään syrjinnäksi.
<i>4. Transitivisuus, sisältyminen ja jakaminen</i>	Argumentin tyyppi, jolla kahdesta tai useammasta todeksi oletetusta lauseesta johdetaan looginen johtopäätös. Toimivassa argumentissa ketjupäätelmän osat johtavat toisiinsa luonnollisesti (asia A → asia B → asia C, eli A → C)
<i>5. Vertailu (mitat, painot ja todennäköisyys)</i>	Argumentti, joka perustuu oletukseen, että asiat ovat mitattavissa, vaikka todellisia mittoja ei esitetä. Asioita vertaillaan koon, painon ja tärkeyden perusteella, ja vähempiarvoisia asioita voidaan tarvittaessa uhrata painavampien ja tärkeämpien asioiden vuoksi.

Ristiriita ja yhteensopimattomuus johtavat järjettömyyteen, mutta luonnollisessa kielessä ilmaukset enintään oletetaan yksiselitteiseksi. Perelmanin mukaan ”emme oleta keskustelukumppanin esittävän ilmeisiä järjettömyyksiä” (emt., 63). Siksi ’järjettömyydestä’ puhumisen sijaan on tarkoituksenmukaisempaa puhua argumentaatiossa yhteensopivuuden puutteena. Perelman nostaa esimerkiksi opettajan, joka käskee tottelemaan vanhempia ja samalla opastaa, ettei saa valehdella. Kumpikaan väite ”lapsen kuuluu totella vanhempiaan” ja ”valehtelu on moraalisesti väärin” ei ole järjetön, mutta kysymys kuuluukin: entä jos äiti tai isä käskee valehtelemaan?

Ilmeinen ristiriita pakottaa valitsemaan säännöistä toisen. Joskus ristiriitaisetkin argumentit voi saada näyttämään yhteensopivilta, esimerkiksi toteamalla, että äidit ja isät eivät käske lapsiaan valehtelemaan – ja toisinaan myös keskenään yhteensopivat argumentit voidaan osoittaa yhteen sopimattomiksi muun muassa seuraavasti:

”Maakuntateatterin yleisö ryhtyi kerran laulamaan Marseljeesia. Tällöin näyttämölle nousi poliisimies, joka ilmoitti että kaikki mitä ei ole mainittu ohjelmassa, on tilaisuudessa kiellettyä. ”Entä te”, muuan katsojista keskeytti silloin, ”onko teidät mainittu ohjelmassa?” (Perelman, 2007, 67)

Vastakkaisen väitteen ajaminen ristiriitaan saattaa vastapuhujan naurunalaiseksi. Samoin ristiriitojen välttäminen omassa puheessa parantaa väitteiden vaikuttavuutta yleisön silmissä (emt. 64).

Ristiriidan lisäksi voidaan argumentoida kahden asian samastamisella. Formaalikielessä kahden asian samuudesta kiistelemine on mahdotonta, koska samuus on selviö. Luonnollisen kielen monitulkintaisuuden vuoksi asioiden määrittäminen samanlaisiksi perustuu argumentaatioon, jossa kaksi asiaa pyritään samastamaan joko kokonaan tai osittain. Samastaminen voidaan tehdä joko määrittelemällä asiat uudelleen tai analysoimalla niiden samankaltaisuuksia. Tavoitteena on saada määriteltävä termi ja määrittelevä ilmaus näyttämään keskenään vaihdettavilta – ellei nimenomaan korosteta, että termi ja ilmaus ovat vain toistensa likiarvot. (Perelman, 2007, 70)

Termit, joiden määritelmä ohjaa päättelyä, toimivat jo itsessään argumentaationa, jos ne valitaan oikein. Sanat perustuvat totunnaisiin merkityksiin ja mielikuviin, joilla on vaikutusta argumentaatioon. Perelman kuvaa asiaa niin, että ”analyysi on aina ohjaavaa, koska siinä tietyt ilmaukset pyritään saamaan vaihdettaviksi johdattamalla yleisöä omaksumaan puhujan ajatukset ja sysäämään syrjään analysoitavien lausumien muita mahdollisia tulkintoja” (emt. 73).

Samuuden, määritelmien ja analyysin tarkoitus kvasiloogisessa argumentoinnissa on tehdä käsitteistä itsestään selviä puhujan eduksi. Samankaltaisuuksin, määrittelyin ja edustavalla tavalla analysoitavina puhujan väite saa parhaimmillaan aseman luonnollisena jatkumona. Vaara piilee kuitenkin siinä, että kiistaton määritelmä on tautologia, eli tosi kaikissa tilanteissa. Perelmanin mukaan ”jos analyysi ei kerran opeta mitään uutta, se on pelkkä tautologia ja siten kiinnostamaton” (emt. 74). Argumentaation vaikuttavuus perustuu osittain myös puhujan argumentaatiotaitoon, eli asioiden esittämiseen uusista ja yllättävistä kulmista. Jos puhuja esittää väitteensä yllätyksettömästi itsestäänselvyyksillä, sillä ei ole toivottua vaikutusta vakuutettavaan yleisöön.

Tautologia voi kuitenkin olla myös näennäinen, mikä käy ilmi esimerkiksi ilmauksesta ”pojat ovat poikia”. Lause kuulostaa itsestäänselvyydellä, mutta sen takana on lausumattomia oletuksia siitä, millainen on sallittavaa käytöstä pojille. Tällöin palataan argumentaation esisopimuksiin: mitä yleisö ajattelee poikien roolista kulttuurissaan? Siinä missä ilmaus on aiempina vuosikymmeninä ehkä ollutkin tautologia, sukupuoliroolit kyseenalaistavassa nyky-yhteiskunnassa siitä saisi hyvän pohjan väittelylle, jossa fraasin uudelleen määrittäminen ja itsestäänselvyyksien kyseenalaistaminen olisivat keskeisessä roolissa.

Vastavuoroisuuteen ja oikeudenmukaisuuteen perustuva argumentti muistuttaa samastusta sikäli, että siinäkin kaksi asiaa tai tilannetta rinnastetaan keskenään vaihdettaviksi, ja niitä tulisi kohdella symmetrisesti. Samastaminen voi olla sekä täydellistä että osittaista, eli asiat voidaan nähdä toistensa kanssa vain osittain samanlaisina, jolloin niihin eivät päde kaikki samat periaatteet.

Oikeudenmukaisuusperiaate astuu voimaan, kun tilanteista puhutaan vastavuoroisina. On oikeudenmukaista käsitellä samaistettavia tilanteita samalla tavalla, koska eri tavalla käyttäytyminen olisi syrjintää. (emt. 75–76).

Perelmanin mukaan oikeudenmukaisuudesta puhutaan silloin, kun ”samaan oleelliseen luokkaan kuuluvia olentoja tulee kohdella samalla tavalla” (emt., 76). Inertian periaatteeksi kutsutaan sitä, että samanlaisissa tilanteissa on mielekästä toimia samoin, ellei aiempaa toimintaa ole ollut syytä katua. Jos esimerkiksi henkilö toimii eri tavalla kahdessa toisiinsa rinnastettavassa tilanteessa, häntä pidetään epäoikeudenmukaisena. Vastavuoroisuuteen perustuvan argumentoinnin tehtävänä on osoittaa ristiriitoja vasta-argumenttien oikeudenmukaisuudessa tai vaihtoehtoisesti luoda asetelmia, jotka samastavat puhujan omat rinnastukset niin, että hänen vaatimansa oikeudenmukainen kohtelu näyttää loogiselta. Myös oikeuskäytännössä ennakkotapausten noudattaminen perustuu oikeudenmukaisuusperiaatteeseen. Jos ennakkotapauksen jälkeen ilmenee samastettava tilanne, siinä on noudatettava ennakkotapauksen esimerkkiä, ellei ole painavaa perustelua toimia toisin.

Vertailujen lisäksi kvasiloogisia argumentteja ovat sisällyttämis- ja seuraantosuhteet, joita sanotaan myös **transitiiviseksi** argumenteiksi. Transitiivinen argumentti on loogisen argumentin tyyppi, jossa kahdesta tai useammasta, todeksi oletetusta lauseesta johdetaan päättelemällä looginen johtopäätös. Jos asia asiasta A johtuu asia B ja B:stä johtuu asia C, silloin transitiivisessa suhteessa jos A:sta seuraa myös C. (Perelman, 2007, 81).

Muodollisessa päättelyssä ketjupäätelmän osat johtavat toisiinsa kiistatta, mutta luonnollisen kielen monimerkityksisyyden takia ne eivät aina ole transitiivisia. Esimerkiksi transitiivinen lause ”Ystäväni ystävät ovat minunkin ystäviäni.” voidaan kyseenalaistaa esimerkiksi sen perusteella, millaiset ihmiset määritellään ystäviksi (emt. 81). Siirtymä ei tässä kohtaa ole aina pätevä.

Kuitenkin sisällyttämisessä Perelmanin mukaan ”[o]sien sisältyminen kokonaisuuteen mahdollistaa väitteen, jossa kokonaisuus on jokaista osaansa suurempi”, mikä puolestaan mahdollistaa väitteet ”kokonaisuus on osia arvokkaampi”, ”mikä ei ole sallittua kokonaisuudelle, ei ole sallittua ollenkaan” ja ”joka kykenee paljoon, kykenee vähäänkin” (emt. 81). Kun osa sisältyy kokonaisuuteen, siitä voidaan kokonaisuuden perusteella tehdä transitiivisuuteen perustuvia päätelmiä.

Jakamiseen perustuvaa argumentaatiota voidaan todistamisen lisäksi käyttää vahvistamaan tiettyjen *argumenttien läsnäoloa* ja häivyttää muita käytettävissä olevia argumentteja. Perelman ja Olbrechts-Tyteca (2013, 116–117) kuvaavat läsnäolon vaikutusta osuvasti tarinalla, jossa kuningas näkee härän, joka on matkalla uhrattavaksi. Kuningas säälii härkää ja määrää lampaan teurastettavaksi härän sijaan. Kuningas kuitenkin myöntää, että hän vaihtoi härän lampaaseen siksi, että näki härän, muttei lammasta. Läsnäoloon perustuva argumentti perustuu tunteeseen, jossa kaksi asiaa asetetaan vertailtavaksi, mutta ”se, missä silmä viiptyy, se joka on parhaiten tai useimmin nähty, on sillä hetkellä ja siinä tilanteessa yliarvostettu” (2013, 116–117, suomennettu).

Yksi jakamiseen perustuvan argumentaation alalajeista on myös *dilemma*, jossa arvioidaan kahta mahdollisuutta, joiden kummankin todetaan johtavan ei-toivottuihin seuraamuksiin. Useimmiten tilanteen esittäminen dilemmana tähtää vastaväittäjän pahan tahdon osoittamiseen ja oman väitteen esittämiseen pienempänä pahana. (Perelman, 2007, 84).

Viimeisenä kvasiloogisen argumentoinnin muotona on **vertailu**, joka on kvasiloogista päättelyä silloin, kun se ei johda todelliseen punnitsemiseen ja mittaamiseen. Vertailuun perustuva argumentaatio nojaa kvasiloogisissa argumenteissa sanattomaan oletukseen siitä, että asiat ovat mitattavissa ja tarvittaessa niiden arvo voidaan tarkistaa. Siinä missä todellinen punnitseminen ja mittaaminen ovat neutraaleja, kvasilooginen argumentaatio on harkittua kahden asian liittämistä

samaan luokkaan ja niiden esittämistä enemmän tai vähemmän samankaltaisina. (Perelman, 2007, 86–87)

Vertailukohdan valitseminen argumentaatiossa on usein tietoista, sillä vertailukohdan valinta näyttää vertailtavan valitussa valossa. Perelmanin (2007, 87–88) mukaan vertailu toimii siten, että ”[k]ahden toisilleen etäisen termin lähentäminen ylentää alemmaa mutta vastaavasti jossain määrin alentaa ylempää.” Jos esimerkiksi kirjallisuuden Nobel-palkinnon saajaa verrataan koululaisen kirjoittamaan esseeseen, se ylentää koululaisen esseen arvoa, mutta alentaa Nobel-palkinnon saaneita tekstejä. Tehokkaimpia argumentteja ovat Perelmanin mukaan ainutkertaiset asiat, jotka rinnastuvat vain itseensä. Vertaus voi myös perustua uhraukseen, eli siihen kuinka arvostettavia asioita on argumenttinsa puolesta valmis uhraamaan jonkin toisen näkökannan puolesta, tai harkittuihin todennäköisyyksiin siitä, kuinka argumentin osatekijöiden vaihtelu vaikuttaa argumentin lopputulokseen.

Kvasiloogiset argumentit eivät kuitenkaan Perelmanin mukaan riitä yksinään vakuuttamaan kuulijaa (emt. 92). Kvasiloogisten argumenttien tehtävänä on väittää argumentille arvo niiden järjellisen pätevyyden perusteella, minkä vuoksi niitä kutsutaankin *kvasiloogisiksi* argumenteiksi. Niiden tueksi Perelman esittelee todellisuuden rakenteeseen perustuvat argumentit, joiden tarkoitus on perustaa väite jo olemassa olevalle totuuden rakenteelle; ei siihen, miten todellisuutta kuvataan, vaan siihen, mitkä väitteet ympäröivästä totuudesta esitetään ja millä tavoin.

Todellisuuden rakenteeseen perustuvat argumentit tiivistettynä	
<i>1. Peräkkäisyysiteet</i>	Argumentti suhteuttaa toisiinsa saman tason ilmiöitä. Syitä arvioidaan seurausten perusteella ja keinoja päämäärän perusteella.
<i>2. Rinnakkaisuussiteet</i>	Rinnakkaisuussiteet yhdistävät eri tasojen asioita. Yksi esitetään toisen ilmentymäksi, esimerkiksi teko on tekijänsä ilmentymä. Vertailulla pyritään lähentämään tasoja toisiinsa. Itsensä vertaaminen korkeampiarvoiseen henkilöön nostaa omaa arvoa, kun taas alempiarvoiseen henkilöön vertaaminen toimii varoittavana esimerkkinä.
<i>3. Symbolinen side, kaksoishierarkiat ja järjestyserot</i>	Symboli ja kohde yhdistetään toisiinsa tai asiat järjestetään hierarkkisessa järjestyksessä

Riikka Kuusiston (1996, 267–291) tulkinan mukaan todellisuuden rakenteeseen perustuvat argumentit luovat luonnollisen kaltaisia yhteyksiä todellisuuden ja argumentin välille. Useimmissa todellisuuteen perustuvissa argumenteissa vedotaan peräkkäisyysiteisiin, kuten syy-seuraussuhteeseen, tai rinnakkuussiteisiin, kuten henkilön ja hänen tekojensa suhteeseen. Kausaalisuhteesta voidaan johtaa myös side henkilön ja hänen tekojensa välille: ”[t]ällaisessa argumentoinnissa ihmisen ”luonnetta” pidetään vakiona ja hänen tekojaan suorina osoituksina siitä” (Kuusisto 1996, 282).

Peräkkäisyysiteissä suhteutetaan toisiinsa saman tason ilmiöitä. Syy-seuraussuhteen perustana on korrelaatioiden, luonnonlakien tai sen periaatteen hyväksyminen, jonka mukaan samat syyt johtavat usein samoihin seurauksiin. Tosiseikkaa arvioidaan sen seurausten perusteella. Näin toimii esimerkiksi rikoslaki, jossa rikoksen syytä ja seurauksia arvioidaan suhteessa toisiinsa. (Perelman, 2007, 93–94).

Syy-seuraussuhteiden lisäksi peräkkäisyysiteitä ovat keino-päämääräsuhde, jolla arvioidaan muun muassa erilaisia ratkaisuja. Tapahtumia ja niiden seurauksia arvioidaan sen perusteella, millaisin keinoin päämäärään on päästy ja millainen paino on päämäärällä. Osoitus keino-päämääräsuhteesta on suomalainen sanonta, jonka mukaan tarkoitus pyhittää keinot.

Rinnakkaisuussiteet puolestaan yhdistävät eri tasojen asioita, joista yksi esitetään toisen ilmentymäksi (Perelman, 2007, 102). Esimerkki tästä on henkilön ja hänen tekojensa suhde, sillä useimmiten ihmisen mielletään rakentuvan jatkuvasti tekojensa kautta. Jatkuvuus aiheuttaa sen, että henkilöä pidetään vastuullisena teoistaan. Oleellista henkilön ja tekojen välisessä suhteessa on tekojen taakse kätkeytyvä tarkoituksenmukaisuus, joka määrää henkilön merkitystä ja tekojen painoa.

Henkilön ja hänen tekojensa suhdetta voidaan käsitteellistää myös niin, että argumentoinnissa voidaan jäljitellä huomattavana pidettyjä henkilöitä. Auktoriteettiin vetoava argumentointi pyrkii samaistamaan puhujan valittuun auktoriteettiin. Auktoriteettina voidaan vedota esimerkiksi yleiseen mielipiteeseen, tutkijoihin tai muihin asiantuntijoihin. Auktoriteetit ovat joko absoluuttisia, pätevyyden perusteella valittuja, perinteisiin sopivia, menneisyydeltään sopivia tai universaaleja. Joissakin argumenteissa puhuja pyrkii erottautumaan varoittavista esimerkeistä ja kumoamaan henkilön ja tekojen suhteen luomista. Argumenttia, jossa hyökätään henkilöä kohtaan, pidetään usein kuitenkin huonotapaisena argumentointina. (emt. 102–114)

Auktoriteettiin perustuva argumentti voi myös perustua ihmisryhmän saamaan hyväksyntään (Olbrechts-Tyteca & Perelman, 2013, 307). Argumentin taustalla voivat olla tutkijat, lainsäätäjät,

poliitikot tai joku muu vaikutusvaltaisena nähty ryhmä, jolloin argumentti pyritään liittämään korkeampaan auktoriteettiin.

Symboliset siteet ovat myös rinnakkaisuussiteitä, joissa liitetään toisiinsa symboli ja sen kohde. Niitä luonnehtii osallisuussuhde, mikä tarkoittaa, että symbolit ja niiden kohteet voivat kuulua useampaan kokonaisuuteen. (emt. 114). Symbolinen side perustuu siihen, että abstraktiin ideaan on vaikea liittää tunteita, joten symboli on usein väistämättä edellytys asian käsittämiseksi. Symboli on Perelmanin (2007, 115) esimerkin mukaan usein myös edellytys uskonnollisen tai isänmaallisen kiihkon nostattamiselle. Esimerkiksi Ylen kotimainen sisältö voidaan nähdä suomalaisuuden symbolina.

Myös **kaksioishierarkiat** perustuvat usein rinnakkaissiteisiin, ja erityisesti henkilön ja tekojen suhteisiin. Tällaisissa tapauksissa ihmiset tai asiat järjestetään hierarkkiseen järjestykseen ominaisuuksiensa perusteella, ja hierarkiassa korkeammalla olevien hyveitä pyritään rinnastamaan hierarkiassa alempana olevien käytökseen. Esimerkiksi moraal säännöt ovat hyvä esimerkki kaksoishierarkiasta. ”Käyttäytyisit kuin aikuinen” voi olla lause, joka on osoitettu lapselle tai nuorelle, joka on hierarkiassa aikuista alempana – mutta jota silti vaaditaan omaksumaan ylemmän hierarkian hyveitä. Kaksoishierarkia edellyttää kuitenkin yksimielisyyttä hierarkiasta, jolle se perustuu. (emt. 117)

Järjestyserot ja aste-erot puolestaan pyrkivät määrällisen eron tekemiseen laadulliseksi. Tällöin argumentti liitetään johonkin tärkeämpään käsitteeseen sen arvon nostamiseksi, tai väitettä vähätellään vähempiarvoisella käsitteellä. Perelman havainnollistaa järjestyseroja siten, että esimerkiksi toisen maailmansodan jälkeen Eurooppaan maksetun Marshall-avun supistaminen olisi tehnyt siitä ”pelkkää sosiaaliapua” (emt., 118).

Kolmanneksi käsittelen todellisuuden rakennetta muokkaavat argumentit, jotka käyttävät keinoinaan yksittäistapauksia, havainnollistuksia ja malleja tai hyödyntävät analogista päättelyä (Kuusisto, 1996, 284; Olbrechts-Tyteca & Perelman, 2013, 350–371). Lisäksi todellisuuden rakennetta muokkaavan argumentin keinoja ovat analogia ja metafora (Olbrechts-Tyteca & Perelman, 2013, 371–410).

Todellisuuden rakennetta muokkaavat argumentit tiivistettynä	
1. <i>Yksittäistapaus esimerkkinä</i>	Selittää yksittäistapauksen avulla sääntöä tai rakennetta, jolle argumentti perustuu.
2. <i>Havainnollistaminen</i>	Vahvistaa jo hyväksyttyä sääntöä havainnollistavan esimerkin avulla.
3. <i>Malli ja vastamalli</i>	Viitataan ihailtuun tai auktoriteettiseen tahoon. Malli peilaa sitä, mikä on soveliaista ja hyväksyttävää. Vastamalli toimii päinvastaisesti.
4. <i>Analogia ja metafora</i>	Jos A:n suhde B:hen todetaan samaksi kuin C:n suhde D:hen, kyse on analogiasta eli asioiden suhteen todistamisesta. Metafora tiivistää päättelyketjua kielellisesti.

Esimerkkien tarkoitus on erityistapauksesta käsin selittää sääntöä tai rakennetta, jolle argumentti perustuu. Oleellista on se, että valittu esimerkki on kiistaton, ja se voidaan yleistää uudeksi säännöksi tai rakenteeksi. **Havainnollistus** puolestaan palvelee argumentin läsnäoloa samaan tapaan kuin transitiivisuus, sisältyminen ja jakaminen kvasiloogisissa argumenteissa. Pohjalla on jo hyväksytty sääntö, jota havainnollistus vahvistaa. **Malleissa** voidaan todellisuutta rakentavien argumenttien tapaan vedota ihailtuun tai auktoriteettiseen tahoon. Valittu malli peilaa sitä, mikä on soveliaista ja mikä ei, ja argumentti voi pyrkiä hyväksyntään jäljittelemällä mallia. Jäljittely ja popularisointi kuitenkin vähentävät mallin tehoa. Mallin vastakohta on erottautuminen epäsoveliaasta käytöksestä, joka henkilöidään vastamalliin.

Analogiassa kyse on asioiden suhteesta toisiinsa. Analogia pyrkii perustelemaan asioiden suhteen toisiinsa, ja analogian perusteella todistamisesta voi luopua, jos väitteen saa empiirisesti todistettua (Olbrechts-Tyteca & Perelman, 2013, 130). Jos A:n suhde B:hen todetaan samaksi kuin C:n suhde D:hen, kyse on analogiasta. Kaikissa analogioissa korostetaan tiettyjä suhteita ja jätetään samalla muita varjoon. **Metafora** puolestaan tiivistää päättelyketjua. Metaforinen sulautuminen voidaan ilmaista esimerkiksi adjektiivilla (”loistava paljastus”), verbillä (”vastaväittäjä iski takaisin”), possessiivipronominilla (”meidän Waterloomme”) tai genetiiviattribuutilla (”elämän ilta”). (emt. 137). Huomaamattomia rinnastuksia ovat myös ”A on B”-muotoiset metaforat, joissa kahden erillisen asian olemus sulautuu, varsinkin jos kyseessä on vakiintunut termi.

5.4. Erottamiseen pyrkivät argumentit ja esitysjärjestys

Kahden asian erottamiseen pyrkivät argumentit eli dissosiativiset argumentit perustuvat Kuusistoa (1996, 286) mukaillen niin kutsuttujen filosofisten parien erottamiselle. Miikkulainen (2009) nimittää argumentoinnin tyyppiä *erottelumuoitoiksi tekniikoiksi*. Jos ulkomuoto ei vastaa syvempää olemusta, näennäinen todellisuutta, satunnainen sääntöä, teoria käytäntöä ja niin edelleen, voidaan puhua erottamiseen pyrkivästä argumentaatiosta. Tällöin pyritään osoittamaan parin toinen osa näennäiseksi tai virheelliseksi. Dissosiativisen argumentoinnin ongelma on yleensä se, että edellä mainitun kaltaiset vastaparit ovat yleensä vakiintuneita ja niitä on vaikea erottaa toisistaan.

Edellä mainittujen keinojen lisäksi Perelman (2007, 155) toteaa, että myös argumenttien määrä ja paino vaikuttavat esitetyn argumentin vakuuttavuuteen. Todistuksen arvo on riippumaton sen pituudesta, mutta argumentaatioissa ajatellaan ensimmäiseksi yleisöä ja yleisön käytettävissä olevaa aikaa. Tällöin argumentteja pitää asettaa tärkeysjärjestykseen, karsia ja esittää tehokkaimmassa mahdollisessa järjestyksessä. Myös asioiden arvottaminen eri esitysjärjestyksiin pohjautuu puhujan käsitykselle yleisöstä. Erityisesti kirjoitetussa argumentaatioissa ja varsinkin sanomalehtien mielipidesivuilla teksti on rajoitettu merkkimäärin, mikä pakottaa argumenttien valitsemiseen.

Perelman (emt. 116) esittelee kolme erilaista järjestystä:

1. *Kasvavan voiman järjestys* aloittaa heikoista argumenteista ja päättää vahvoihin argumentteihin. Se voi karkottaa yleisöä, tahrata imagoa ja vähentää arvostusta ja huomiota. Lopettaminen vahvoihin argumentteihin jättää kuitenkin päteväen vaikutelman.
2. *Vähenevän voiman järjestys* aloittaa vahvoista argumenteista ja lopettaa heikkoihin. Se voi jättää yleisölle päällimmäiseksi epäedullisen vaikutelman, vaikka aloittaakin vahvasti.
3. *Nestorilainen järjestys* asettaa vahvimmat argumentit alkuun ja loppuun ja heikommat keskelle. Vastanotto on tässä järjestyksessä olennainen; argumenttien järjestyksen tehokkuus riippuu muun muassa muiden esittäjien esityksistä.

Edellä esitetyt argumentaation keinot ovat tässä tutkimuksessa hyödyllisimmät työkalut Yle vastaa -kirjoitusten analyysin kannalta. Olbrechts-Tyteca ja Perelman ovat kuitenkin eritelleet argumentaation keinoja vielä tarkemmin, eikä pro gradu -tutkielman laajuudessa ole mahdollista mennä menetelmän yksityiskohtiin.

6. Argumentoinnin keinot Ylen vastineissa

Yle vastaa -kirjoitukset julkaistaan sanomalehdissä vastineina Yleisradiota käsitteleviin kirjoituksiin, minkä lisäksi ne julkaistaan myös Ylen omilla verkkosivuilla. Niiden tarkoituksena on reagoida Ylestä kirjoitettuihin mielipiteisiin ja antaa Ylen näkökulma yleisön nostamiin kysymyksiin. Vastineet vastaavat yleisimmin yleisönosastokirjoituksiin ja toimituksen mielipidekirjoituksiin, kuten pääkirjoituksiin ja kolumneihin.

Tutkimuksen aineisto koostuu yhdestä teemasta, Ylen digitalisoitumisesta 2010-luvun lopulla, ja sen ympärille keskittyneestä Yleisradion ja sen yleisön välisestä keskustelusta sanomalehtien mielipidesivuilla. Olen valinnut tutkittavakseni kaikki aikavälin 30.11.2015–24.10.2017 Yle vastaa ja Yle svarar -kirjoitukset, joista rajannut tutkittavaksi vastineet, jotka käsittelevät pääteemanaan digitaalisia alustoja tai digitaalisia toimintatapoja. Aineiston aikaväli on rajattu Ylen hallituksen laatiman strategiakauden ajaksi. Strategiavastuu siirtyi Ylen hallintoneuvostolle 24.10.2017. Aineiston aikarajaus perustuu siihen, että määrittelen argumenttien esisopimuksia Ylen strategian perusteella.

Ensisijaisesti tutkin Ylen edustajien kirjoittamia vastineita ja joissain tapauksissa erittelen myös alkuperäistä sanomalehdessä tai verkossa julkaistua yleisönosastokirjoitusta. Ylen vastineet vastasivat kirjoituksiin Aamulehdessä, Etelä-Suomen Sanomissa, Kainuun Sanomissa, Kalevassa, Karjalaisessa, Kauppalehdessä, Keski-suomalaisessa, Savon Sanomissa, Turun Sanomissa, Kyrkpressenissä, Vasabladetissa ja Österbottens Tidningissä.

En onnistunut saamaan luettavakseni ruotsinkielisiä sanomalehtiä, joten joudun ruotsinkielisten Ylen vastineiden kohdalla turvautumaan Ylen edustajien tarjoamiin tiivistelmiin tekstien aiheista, lukuun ottamatta Vasabladetissa julkaistua pääkirjoitusta (1.3.2017), joka oli kokonaisuudessaan Yle vastaa -sivulla.

Tutkimuksen aikavälillä Yle julkaisi yhteensä 93 vastinetta, joista 74 oli suomenkielisestä Ylestä ja 19 ruotsinkielisestä Svenska Ylestä. Näistä artikkeleista 40 suomenkielistä ja 12 ruotsinkielistä mainitsi jollain tapaa Ylen digitaalisen median kanavat. Yli puolet, eli noin 50–60 prosenttia kirjoituksista siis sivusi jollain tapaa sisältöjen siirtymistä verkkoon tai mobiiliin tai mainitsi jonkin Ylen digitaalisen palvelun. Näistä kirjoituksista kuitenkin vain murto-osa käsitteli digitalisaation kysymyksiä pääaiheinaan: suomenkielisessä Ylessä 13 yleisönosastokirjoitusta, eli noin 18 prosenttia kirjoituksista, käsitteli pääaiheinaan palveluita digitaalisissa tietoverkoissa, kun taas ruotsinkielisistä

digitaalisia aiheita käsitteli 4 kirjoitusta, mikä oli noin 21 prosenttia. Yhteensä digitaalisia palveluita käsiteltiin pääteemana noin viidesosassa yleisönosastokirjoituksista ja vastineista.

Rajasin edelleen näistä 17 kirjoituksesta pois kaksi vastinetta, jotka olivat yksi ja sama kannanotto sosiaalisessa mediassa levinneeseen päivitykseen kuolleista kissoista. Vastine julkaistiin sekä ruotsiksi että suomeksi, ja Ylen edustus kommentoi asiaan ottamatta siihen selvemmin kantaa. Koin, etteivät nämä kirjoitukset olleet argumentteja, vaan niissä tiedotettiin yleisölle vain Ylen sosiaalisen median toimintaohjeet. Jätin pois myös kirjoitukset, joissa keskusteltiin tekniikasta ottamatta siihen kantaa. Tässä yhteydessä pois jäivät kirjoitus, jossa selitettiin termi 'shoutbox' (Etelä-Suomen Sanomat 26.2.2016) ja kirjoitus, jossa kirjoittaja oli harmitellut laitteiden toimimattomuutta (Kainuun Sanomat 19.7.2017).

Argumentaatioanalyysiin jäi 10 suomenkielistä vastinetta ja 3 ruotsinkielistä vastinetta. Erittelin vastineita Chaïm Perelmanin ja Lucie Olbrechts-Tytecan uuden retoriikan avulla. Koska samat aiheet toistui vastineissa usein, olen jakanut aiheet kolmeen kategoriaan:

1. Kommentointimahdollisuudet Ylen verkkosivuilla (4)
2. Digitaidot, digitaalinen eriarvoisuus ja sisältöjen siirtyminen verkkoon (6)
3. Ylen asema digitaalisilla mediamarkkinoilla (3)

Kysymykset digitaidoista ja digitaalisesta epätasa-arvosta liittyivät voimakkaasti huoleen siitä, että yhä useampi Ylen palvelu siirtyy verkkoon. Myös käsittelystä pois rajatussa aineistossa mainittiin usein huoli palvelujen siirtymisestä verkkoon, mutta koska se ei ollut monessa kirjoituksissa pääaiheena, jätin osan kirjoituksista analyysistä pois. Esimerkiksi Aamulehden kirjoitukseen vastannut ”Yle palvelee vanhempaa ikäpolvea ja hyvin” (15.5.2017) oli yksi rajatapauksista, joka oli jäädä käsiteltyjen vastineiden ulkopuolelle. Vaikka yleisönosaston kirjoittajan selkeänä taustaoletuksena oli se, että Yle vähentää tai huonontaa palvelujaan perinteisillä kanavilla ja siirtää niitä yhä enemmän verkkoon, kirjoituksen pääajatuksena tuntui olevan kysymys siitä, mitä vanhukset saavat nyky-Yleltä. Se, kuinka tiiviisti tämä ongelma on liitettävissä Ylen digitalisoitumiseen, on kiinni tulkinnasta. Petri Jauhaisen kirjoittama vastine päättyi kuitenkin siihen, kuinka ”[k]irjoittajan huoli ihmisten digitaidoista on ymmärrettävä ja laajempi yhteiskunnallinen kysymys”, joten sisällytin kirjoituksen analyysissä käsiteltyihin artikkeleihin.

Toinen esimerkki tällaisesta rajatapauksesta oli ”Tuemme toimittajiamme heihin kohdistuvissa häirintätapauksissa” (10.10.2017), jossa Yle otti kantaa toimittaja Sanna Ukkolan kokemaan häirintään Twitterissä. Tässä artikkelissa kyse oli kuitenkin enemmän häirinnästä kuin sosiaalisen median käytännöistä, minkä vuoksi jätin sen tarkemman analyysin ulkopuolelle. Kirjoituksen

pohjana ei myöskään ollut yleisön argumenttia, johon Yle olisi vastannut, joten Ylen vastine ei tähdännyt yleisönsä vakuuttamiseen.

Varsinaisen aineiston lisäksi perustan osan päätelmistä Ylen hallituksen laatimaan strategiaan. Strategia merkitsee yhtiön nykytilan tarkastelua ja sen pohjalta tehtyjä pitkän aikavälin suunnitelmia, eli se on omalla tavallaan yrityksen toiminnan punainen lanka. Strategia tehdään yleensä 3–5 vuoden välein. Strategian kautta työntekijöille välittyvät ne arvot, joita heidän edustamansa työpaikka edustaa. Ideaalitulanteessa yhtiön strategia on kaiken toiminnan lähtökohta.

6.1. Lähtöoletukset Suomalaisten keskellä -strategiassa

Ylen yleisö on universaaliyleisö, jollaisen sekä Chaim Perelman ja Lucie Olbrechts-Tyteca (2013, 30) että James Bohman (2010, 252) hahmottelevat. Laajaa universaaliyleisöä on kuitenkin mahdollista rajata kielialueen mukaan pienempiin osiin, kuten suomalaiseen ja ruotsalaiseen kulttuuripiiriin. Myös Yleisradion strategiasta *Suomalaisten keskellä*³⁶ voidaan tehdä joitakin johtopäätöksiä Ylen edustajia ohjaavasta yleisökäsityksestä. Strategiassa mainitaan ”suomalainen yhteiskunta ja kulttuuri”, joten Ylen vastineet pohjautunevat oletukselle, että vastineen lukija on suomalainen ihminen, jolle suomalaisen yhteiskunnan historiallinen, sosiaalinen ja kulttuurinen tausta ovat tuttuja. Koska tutkimukseen on otettu kirjoituksia sekä suomenkielisestä Ylestä että ruotsinkielisestä Ylestä, oletuksena on, että vastaanottajat ovat sekä äidinkielenään suomea puhuvasta että suomenruotsalaisesta kulttuuripiiristä. Strategiassa ei kuitenkaan määritellä tarkemmin, missä Ylen yleisö asuu, joten se oletettavasti kattaa myös ulkosuomalaiset, jotka lukevat uutisia suomeksi tai ruotsiksi.

Strategia listaa Ylen arvoiksi luotettavuuden, riippumattomuuden ja ihmisten arvostamisen. Näitä arvoja voi pitää perelmanilaisittain universaaliarvoina, jotka jokainen Ylen ja yleisön edustaja ymmärtää ja hyväksyy. Arvoja eritellään tarkemmin strategiassa muun muassa siten, että riippumattomuus tarkoittaa poliittista ja kaupallista riippumattomuutta. Tavoite riippumattomuudesta kytkeytyy myös ammatillisuuteen; yhtiö, joka tuottaa journalistisia sisältöjä sitoutuu myös journalismin eettisiin lähtökohtiin (ks. Journalistin ohjeet³⁷). Strategiassa mainitaan myös universaaliarvot yhdenvertaisuus, yhteenkuuluvuus ja kulttuurien keskinäinen vuorovaikutus sekä

³⁶ <https://yle.fi/aihe/artikkeli/2015/12/01/yle-2020-suomalaisten-keskella> (11.1.2018)

³⁷ <https://journalistiliitto.fi/fi/pelisaannot/journalistin-ohjeet/> (16.1.2018)

tasa-arvo. Tasa-arvolla tarkoitetaan tarkemmin sitä, että ”Yle on jokaisen saatavilla asuinpaikasta ja varallisuudesta riippumatta”³⁸.

Lisäksi strategian pohjalla ovat ajatukset viestinnän keskeisestä roolista demokraattisten arvojen ylläpitäjänä, mikä käy ilmi esimerkiksi sanavalinnasta ”Yle lujittaa demokratiaa”. Strategian sananvalinnoissa korostuu kulttuurisen moninaisuuden pitäminen tavoiteltavana esimerkiksi siten, että vähemmistöt huomioidaan. Edellä mainitut ovat myös Ylen laissa määriteltyjä tehtäviä³⁹, sillä ”[j]ulkisen palvelun ohjelmatoiminnan tulee erityisesti [--] tukea suomalaisen kulttuuriperinnön vaalimista, suvaitsevaisuutta, yhdenvertaisuutta, tasa-arvoa ja kulttuurista moninaisuutta” (Laki Yleisradio Oy:sta 3:7).

Yhtiön toimintatavoissa hyveiksi nostetaan tehokkuus ja kyky uusiutua. Yhtiön hyveiksi mainitaan myös sujuvuus ja vastuullisuus. Läpi strategian kulkee johtavana ajatuksena myös ajatus *yhteisyydestä*, mikä tietyllä tapaa kertoo siitä, että Yle mielletään, pirstaloituvista yleisöistä huolimatta, yhtenäiskulttuurin vaalijana. Samaan aikaan strategian kerronnassa polveilee kuitenkin myös ajatus siitä, että jokainen saa sitä palvelua, mitä haluaa, ”siltoin, kun itse haluaa”. Siteeraan viimeisen osan suoraan strategiasta siksi, että ”siltoin, kun itse haluaa” on osoittautunut Ylen tutkimuksessa ja strategiassa kaikki teemat läpäiseväksi fraasiksi ja toistuu myös aineistossa. Myös Ylen yleisötutkimuksessa on käytetty samansuuntaista ilmaisua jo 90-luvulla (Kytömäki & Ruohomaa, 1999).

Ylen strategian kehittämistavoitteissa nostetaan esille yleisradiokeskustelun tyypillinen universaalikäsite *laatu*, joka on käsitteellisessä epämääräisyydessään sellainen, jonka kuka tahansa voi omista lähtökohdistaan hyväksyä. Perelmanilaisittain kyse on Summan (1996, 70) mukaan siitä, että ”[r]iittävän korkealle abstraktiotasolle nostettuina ja epätarkasti ilmaistuina yleiset arvot – kuten hyvinvointi, oikeudenmukaisuus tai tehokkuus – saavat faktaluonteen”. Laatu lienee siis abstrakti lähtöoletus, josta kaikki ovat samaa mieltä niin kauan, kunnes sen käytännöllinen merkitys tarkennetaan.

’Laatu’ on tunnussana, jolla yleisradioyhtiöiden toiminnalle on haettu legitimizeettiä niin yhtiöiden omissa dokumenteissa kuin akateemisessa tutkimuksessakin. Yksi esimerkki laatupeheesta on norjalaisen Håkon Larsenin tutkimus (2010), jossa hän on haastatellut sekä ruotsalaisen yleisradioyhtiön SVT:n ja norjalaisen yleisradioyhtiön NRK:n toimitusjohtajia. NRK:n edustaja erittelee laadun käsitettä siten, että yleisradioyhtiöt ylläpitävät laatua tarjoamalla sisältöä kansallisista

³⁸ <https://yle.fi/aihe/artikkeli/2015/12/01/yle-2020-suomalaisten-keskella> (17.3.2018)

³⁹ <https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1993/19931380> (11.1.2018)

lähtökohdista ja kotimaisella kielellä ”kaikilla alustoilla tulevaisuudessa” (ema. 271, suomennettu). Tällöin laadun kriteerinä on oman kielen ja kulttuurisen identiteetin säilyttämisen tärkeys. SVT:n toimitusjohtaja puolestaan käyttää erottelutekniikoita sanomalla, että SVT on globaalissa kilpailuympäristössä ainutlaatuinen tekijä, joka erottuu sisällöltään muista. Yksi Perelmanin luettelemista argumentoinnin keinoista erottuu tässäkin puheessa siinä, että yleisradioyhtiöiden edustajat pyrkivät kuvaamaan yleisradion *uniikkina* ja *ainutkertaisena*. Esimerkiksi SVT:n edustajat kuvaavat olevansa ainoita, jotka tuottavat globaalien toimijoiden kanssa kilpailevaa kulttuuria televisioon. Niinpä monimuotoisuutta tukevassa arvomaailmassa ainutkertaisen palvelun poistaminen vahingoittaisi myös mediamarkkinoiden kokonaisuutta.

Arvoihin perustuvat argumentit ovat Chaim Perelmanin ja Lucie Olbrechts-Tytecan uuden retoriikan yksi osa, jonka kirjoittajat jakavat kahteen kategoriaan: argumentointiin abstrakteilla ja konkreettisilla arvoilla (2013, 77–79). Abstraktit argumentit perustuvat tarkemmin määrittelemättömiin arvoihin, kuten oikeudenmukaisuus ja suvaitsevaisuus. Konkreettisissa argumenteissa puolestaan voidaan vedota konkreettisiin, helposti hahmotettaviin asioihin, kuten isänmaahan ja kirkkoon. Argumentaatiossa tarvitaan molempia, mutta puhujien mieltymykset abstraktien ja konkreettisten perusteluiden välillä vaihtelevat (Perelman, 2007, 36):

”Konkreettisiin arvoihin perustuva päättely näyttää olevan luonteenomaista konservatiivisille yhteisöille, kun taas abstraktit arvot sopivat paremmin yhteiskunnallisen kritiikin lähtökohdiksi.”

Ylen strategiassa on sekä konkreettisia arvoja (suomalaisuus, kotimaa) että abstrakteja arvoja (ihmisten arvostaminen, suvaitsevaisuus, laatu, tehokkuus). Varsinkin strategiapuheessa valtaosa arvoista on abstrakteja – ehkä siksi, että strategia on tulevaisuutta suunnitteleva asiakirja, ja abstraktit arvot soveltuvat Perelmanin ja Olbrechts-Tytecan mukaan parhaiten uusien näkökulmien luomiseen ja uusien asioiden argumentointiin (2013, 77–80). Konkreettiset argumentit puolestaan ovat useimmiten vanhoja arvoja ja asenteita säilyttäviä. Ylen asema yhteiskunnassa on ollut samanaikaisesti sekä säilyttävä että uudistava, minkä ylläpitämiseen vaaditaan sekä abstrakteja että konkreettisiä argumentteja. Tämä näkyy hyvin myös itse aineistosta, jota käsitelen seuraavaksi.

6.2. Kommentointimahdollisuudet Ylen verkkosivuilla

Enemmistö ruotsinkielisistä vastineista koski kommentointia Ylen verkkosivuilla. Kommentointia käsittelevä aineiston vastineista neljä, ja kolme niistä oli Svenska Ylen vastineita. Kaikki käsitellyt

ruotsinkieliset vastineet siis käsittelivät kommentointia verkkosivuilla, ja vain yksi suomenkielinen vastine käsitteli kommentointimahdollisuuksia Ylen verkkosivuilla.

Suomenkielisillä Ylen verkkosivuilla kommentointi ei pääsääntöisesti kuulu uutisiin.

Ruotsinkielisessä Ylessä sen sijaan kommentointitoiminto on lähes kaikkien uutisten lopussa, ja myös Yle svarar -vastineita on mahdollisuus kommentoida Svenska Ylen sivuilla. Svenska.yle.fi-sivulla kommentointimahdollisuutta on käytetty kaikissa kolmessa vastineessa, sillä kaikissa kirjoituksissa oli 2–3 kommenttia jatkamassa keskustelua. Kommentointipolitiikan ero suomen- ja ruotsinkielisen Ylen välillä vaikutti siihen, mistä näkökulmista mielipidekirjoitusten kirjoittajat osoittivat palautetta Ylelle. Ruotsinkielisissä kirjoituksissa aiheena oli kommenttien moderointi ja kommentojien mahdollisuus nimettömyyteen, kun taas suomenkielisessä mielipidekirjoituksessa kysyttiin, miksi kommentointi puuttuu lähes kokonaan Ylen verkkosivuilta.

Kommentoinnin eroihin on kiinnittänyt huomiota myös Markku Vasara, joka kirjoitti yleisönosastokirjoituksen Aamulehteen (30.1.2017, kuva 2). Suomenkieliseen yleisönosastokirjoitukseen kirjoitettu vastine ”Kommentointi tarkoituksella Ylen uutisissa” (3.2.2017) on Ylen Utis- ja ajankohtaistoiminnan silloisen johtajan Atte Jääskeläisen kirjoittama. Hän selittää, miksi kommentointimahdollisuus on avattu vain pieneen osaan Ylen uutisia.

Ylen vastaus Vasaralle on, että kommentointi on käytössä vain silloin, kun sillä pyritään rikastamaan sisältöjä tai kommenttien perusteella halutaan tehdä verkkojuttuja. ”Kommentoinnilla on siis aina tarkoitus”, kirjoittaa Jääskeläinen. Ero Svenska Yleen on selitetty sillä, että toimitukset päättävät palveluistaan itsenäisesti ja että linjauksella halutaan varmistaa kommentoinnin säilyminen asiallisena. Kirjoituksen lopussa kerrataan Ylen kommentointisäännöt, joissa kirjoittaja on vastuussa kirjoituksistaan, eikä asiattomia kirjoituksia julkaista.

Ylen edustus argumentoi yleisölleen, että kommentoinnin sulkeminen yleisöltä on perusteltua, ellei kommentointitoiminnolla ole jotakin tiettyä toimituksellista tarkoitusta. Kirjoituksessa mainittu

Miksi Yle eriarvoistaa kansalaisia?

● Miksi Yle ei salli suomenkielisellä puolella keskustella uutisista verkossa? Esimerkiksi viime viikolla liikennekaari sekä aiemmin keskussairaaloiden päivystysoikeudet ovat olleet näkyvästi esillä uutisoinnissa. Svenska Ylessä on asioiden tiimoilta käyty erittäin värikästä keskustelua, suomenkielisellä puolella keskustelu ei ollut sallittu. Sama rajaus ruotsinkielisen ja suomenkielisen Yle:n välillä on jatkuvaa.

Kysyn Yle:ltä, miksi suomenkielisellä puolella keskustelu ja kommentointi ei ole mahdollista? Eikö tämä ole epätasa-arvoista suomenkielisiä Yle-veroa maksavia kansalaisia kohtaan?

Jos pelko on keskustelun laadusta ja vihapuheesta, voisi Yle vaatia keskustelijan rekisteröitymään ensin esimerkiksi pankkitunnuksilla.

MARKKU VASARA
Tampere

Kuva 2. Aamulehti 30.1.2017

tarkoituksenmukaisuus on kuitenkin liitetty siihen, että kommentoinnilla on aina *sisällön luomiseen* liittyvä tarkoitus, eikä kommentoinnilla ole itseisarvoa esimerkiksi julkisen keskustelun mahdollistajana. Kyseessä on siis keino-päämäärä-argumentti, jossa ei nähdä keskustelun mahdollistamista kommenteilla niin tärkeäksi päämääräksi, että kommentoinnin moderointi kannattaisi. Vaihtoehtoisesti tämä näkemys voidaan nähdä uhrauksen näkökulmasta: koska resursseja moderointiin ei ole, kommentointi on päätetty sallia vain jutuissa, joissa kommentointi tuo lisäarvoa. Jääskeläinen mainitsee, että tässä Yle Uutisten ja Svenska Ylen kommentointilinja eroaa, mutta hän ei tarkemmin perustele, miksi toimituksissa on päädytty erilaisiin ratkaisuihin. Jääskeläinen ei ota kantaa esimerkiksi siihen, tuleeko suomenkieliselle Ylen verkkosivulle enemmän ongelmakommentteja kuin Svenska Yleen.

Jääskeläinen perustaa argumentaationsa Ylen jo päätettyyn toimintapolitiikkaan, eli Perelmanin määrittelemään auktoriteettiin. Vaikka ylin päätösvalta on eduskunnan nimittämällä Ylen hallintoneuvostolla, Ylen journalistisista linjauksista päättää Ylen toimitus itse. Tällöin Jääskeläinen viittaa auktoriteettina osittain myös itseensä.

Perelman ja Olbrechts-Tyteca (2013, 305) toteavat, että auktoriteettiin perustuva argumentti on retorisen perustelun keino, jota vastaan on kaikkein painokkaimmin hyökätty vasta-argumenteissa. Auktoriteettiin perustuvan argumentin teho riippuu nimittäin auktoriteetin arvovallasta, ja vasta-argumentit koettelevat juuri auktoriteetin arvovaltaa. Auktoriteettiin perustuvaa argumentointia on myös laajimmin käytetty väärin (emt. 306) ja enemmän kuin aiheellisesti Perelman ja Olbrechts-Tyteca kysyvät, missä määrin tietyn piirin sisällä valittu auktoriteetti on auktoriteetti myös ulkopuolisille. Ylen kommentointipolitiikasta päättävät tahot ovat auktoriteetteja Ylen sisällä, mutta osaako yleisö nimetä kommentoinnista päättävät tahot ja myöntää näiden auktoriteetin? (emt. 308–309). Tietääkö yleisö, millaisilla perusteilla päätökset on tehty, jos he eivät luota auktoriteettiin itseensä? Jääskeläinen ei esitä muita argumentteja Ylen kommentointipolitiikan tueksi ja esittelee lopuksi kommentoinnin käytäntöjä, vaikka yleisönosastokirjoituksen kirjoittaja kirjoitti kommentoinnin puuttumisesta.

Ruotsinkielisten vastineiden osalta yleisön kritiikki kohdistuu kommentoinnin nimettömyyteen eli anonymiteettiin (14.3.2017, 29.9.2017) ja kommenttien moderointiin (1.2.2016). Kysymys moderoinnista liittyy Kyrkpressenissä julkaistuun kirjoitukseen siitä, ettei eräs yleisön edustaja

saanut kommenttejaan läpi Svenska.yle.fi:n verkkopalveluun ja totesi lehden haastattelussa, että Svenska Yle ”poistaa kaikki kommentit, joista he eivät pidä”⁴⁰.

Ohjelmapäällikkö Mattias Erkkilä vastaa yleisönosastokirjoituksen kirjoittaneelle Kristian Nymanille, että kommentointi on koko yleisölle suunnattu palvelu, eli se on myös niille sivuston käyttäjille, jotka pelkästään lukevat sivua. Erkkilän argumentin voidaan nähdä viittaavan epäsuorasti siihen, että Kristian Nymanin sävy olisi muille käyttäjille vahingollista tai epämieluisaa luettavaa. Myös Svenska Ylen vastineessa vedotaan kommentointipolitiikkaan auktoriteettina, mutta Erkkilä erittelee kommentointipolitiikkaa tarkemmin kirjoituksessaan kuin Jääskeläinen. Erkkilä viittaa myös pidempään kommentointiohjeeseen, joka löytyy Svenska.yle.fi:n sivulta ja jonka yleisönosastokirjoituksen kirjoittaja voi käydä lukemassa. Kommentointipolitiikka säilyy koko kirjoituksen taustalla pääargumenttina.

Tämän jälkeen Erkkilä siirtyy dissosiatiivisiin argumentointitekniikoihin ja toteaa vastaukseksi Nymanin väitteeseen, ettei Svenska Yle moderoi mielipiteitä, vaan kirjoituksia kommentointipolitiikan perusteella. Näin hän tekee eron siihen, että moderoinnissa poistettaisiin vain tietyt mielipiteet. Hän perustaa osan argumentistaan numerofaktaan: Svenska Yle saa 300–400 kommenttia päivässä ja kolmasosa niistä poistetaan moderoinnin yhteydessä – mikä Erikklän mukaan voi johtaa kirjoittajan tunteeseen siitä, että moderoinnissa poistetaan kaikki kirjoitukset, joista ei Ylessä pidetä. Numerofaktaan vetoaminen antaa sekä tarkkaa tietoa että vaikutelman argumentin puolueettomuudesta.

Lopuksi Erkkilä päättää todellisuuden rakenteeseen perustuviin argumentteihin, tarkemmin ottaen ihmisten ominaisuuksiin. Hän sanoo, että moderaattorit ovat ihmisiä ja ihmiset ovat erilaisia, mikä on tunnettu, universaalisti hyväksytty fakta, joten myös heidän rimansa moderoida kommentteja voi olla toisia korkeammalla. Erkkilä myös lupaa, että tilanne paranee, kun robotit tulevat avuksi moderoinnissa, mikä on mielenkiintoinen tapa kertoa tekniikan hyödyntämisestä Ylessä ja sen tarjoamista mahdollisuuksista tulevaisuudessa.

Kommentointiteeman lopuksi käsittelen kaksi viimeistä Svenska Ylen vastinetta nimettömästä kommentointimahdollisuudesta. Svenska Yle sai tarkasteluaikana kaksi kritiikkiä nimettömästä kommentointimahdollisuudesta Svenska.yle.fi:n verkkosivuilla. Molempiin kirjoituksiin julkaistiin Ylen vastine (14.3.2017, 29.9.2017).

⁴⁰ <https://svenska.yle.fi/artikel/2016/02/01/yle-svarar-om-kommentarspolicyn-pa-svenska-yle> (23.3.2018)

Keskustelun avaa Vasabladetin yleisönosastokirjoitus, jossa oli todettu, että varsinkaan verorahoin rahoitetulla yhtiöllä ei ole syytä kosiskella lukijoita nimettömällä kommentointimahdollisuudella. Svenska.yle.fi:n ohjelmapäällikkö Mattias Erkkilä vastasi tähänkin kirjoitukseen (14.3.2017) otsikolla ”Bra med pålitliga och kvalitativa medier”.

Erkkilä perustelee nimetöntä kommentointimahdollisuutta siten, että se mahdollistaa niidenkin osallistumisen, jotka eivät halua paljastaa identiteettiään. Joissakin tapauksissa nimetön kommentointi siis lisää mahdollisuutta julkiseen keskusteluun. Erkkilä käyttää joitakin samoja vetoamuksia Ylen kommentointipolitiikkaan kuin aiemmin käsitellyssä vastineessa – kommentointipolitiikka ja moderointi varmistavat keskustelun laadun. Tällä kertaa hän vahvistaa argumenttiaan todellisuutta luovalla argumentaatiolla, tarkemmin vastaesimerkillä. Hän toteaa, että Facebookin käyttö osoittaa, etteivät kaikki osaa kommentoida asiallisesti edes omalla nimellään. Näin ollen Vasabladetissa esitetty mielipide siitä, kuinka oman nimen käyttäminen johtaisi automaattisesti laadukkaampaan keskusteluun, on Erkkilän mielestä perätön, eikä siten Erkkilän argumentaatiossa sovi yhteen todellisuuden kanssa. Erkkilä myös muistuttaa, että Facebook-profiilin voi luoda millä tahansa nimellä.

Erilaisten argumentaatiokeinojen avulla samaan johtopäätökseen päätyminen lisää Perelmanin (2007, 159) mukaan argumentin tehoa. Erkkilän vastineissa on kuitenkin huomattavissa myös jonkin verran samankaltaisuutta. Osa tekstistä on sanasta sanaan sama kuin aiemmassa vastineessa, mikä pienentää argumenttien uutuutta ja yllättävyyttä ja Perelmanin mukaan vähentää argumentin tehoa.

Omaperäinen argumentti painaa enemmän kuin jo käytetty. Tässä on kuitenkin huomioitava myös se, että useimmiten yleisö ei lue useita Ylen vastineita, vaan niitä lukee monta peräkkäin vain gradua kirjoittava tutkija tai aiheeseen erityisen vihkiytynyt lukija. Gradututkimusta tekevä opiskelija on siis kriittisempi yleisö kuin satunnainen sanomalehden lukija, mutta huomioitavaa on myös se, että suomenruotsalaisia on maassa 290 000 henkilöä. Ruotsinkielinen kieliryhmä oli vuonna 2016 pieni verrattuna suomenkieliseen⁴¹, ja myös ruotsinkielisiä kotimaisia mediasisältöjä oli tarjolla vähemmän. On siis mahdollista, että Svenska Ylen kommentointipolitiikasta kiinnostunut suomenruotsalainen lukija lukee molemmat Svenska Ylen vastineet.

Viimeinen kommentointipolitiikkaa käsittelevä kirjoitus on ”Anonymet i debatten har ett värde” (29.9.2017), johon vastaa Svenska Ylen laatukontrollin ja yleisökeskustelun päällikkö Jonas Jungar. Vastine vastaa Kenneth Myntin kritiikkiin, joka on esitetty Pohjanmaalla ilmestyvän Österbottens Tidningin pääkirjoituksessa. Kirjoituksessaan Myntti arvostelee HSS Median leikkauksia

⁴¹ https://www.tilastokeskus.fi/til/vaerak/2016/01/vaerak_2016_01_2017-09-22_tie_001_fi.html (16.1.2018)

käsittelevän uutisen kommentointia Ylen sivuilla. Kommentointi oli hänen mukaansa asiatonta ja sitä olisi pitänyt moderoida. Vastauksessaan Jungar myöntää, että osa HSS Median leikkauksia koskevan uutisoinnin kommentoinnista olisi pitänyt moderoinnissa poistaa, ja kyseiset kommentit poistettiin jälkikäteen.

Myös Jungar vetoaa Erkkilän tavoin ihmisten ominaisuuksiin, eli siihen, että moderoinnissa eri ihmisten raja poistaa kommentteja voi olla toisia matalammalla. Hän muistuttaa argumentissaan ammattikunnan yhteisistä lähtöoletuksista, joihin kuuluvat oikean ja tasapuolisen tiedon välittäminen – ja että erityisesti verorahoin rahoitettu Yle vastuullinen täyttämään mainittuja tehtäviä. Myntin argumentti kritisoi nimetöntä kommentointia kuten edellinenkin yleisönosastokirjoitus, mihin Jungar muistuttaa, että nimettömällä kommentoinnilla on arvonsa. Tämän väitteen hän argumentoi syy-seuraussuhteen avulla: nimetön kommentointimahdollisuus voi tuoda esiin sellaisia näkemyksiä ja näkökulmia, joita omalla nimellä kommentointi ei välttämättä toisi esiin. Tällöin nimettömän kommentoinnin oletettu seuraus on se, että useampaa ääntä kuullaan julkisessa keskustelussa.

6.3. Digitaidot, digitaalinen eriarvoisuus ja sisältöjen siirtyminen verkkoon

Digitaalisesta eriarvoistumisesta, digitaitojen puutteesta ja sisältöjen siirtymisestä verkkoon huolta kantava kirjoituksia oli tässä aineistossa kuusi kappaletta. Kaikki kirjoitukset koskivat suomenkielisen Ylen palveluita, ja vastineissa vastattiin yleisönosastokirjoitusten huoleen siitä, että digitaalinen kehitys johtaa eriarvoistumiseen. Huoli verkkoon siirtyvästä sisällöstä oli aineiston yleisin digitaalisuuteen liittyvä kysymys.

Ensimmäisessä kirjoituksessa sanomalehti Kalevan (2.11.2016) lukija Helge Murtovaara kirjoittaa Ylen tv-uudistuksesta ja toteaa, ettei netti tavoita kaikkia katsojia (kuva 3).

Vastineessaan Ylen viestintäjohtaja Reija Hyvärinen aloittaa argumenttinsa numerofaktalla. Hän toteaa, että perinteinen televisio tavoittaa nuorista enää puolet ja jo kolmessa neljästä kotitaloudessa on käytössä älypuhelin. Taulutietokone on käytössä joka toisessa. Sanavalinnasta 'taulutietokone' on huomattavissa se, että Hyvärinen ottaa huomioon puhuvansa vanhemmalle yleisölle. Muutoin yleisenä sanavalintana saattaisi olla tabletti tai tablettitietokone.

Nuorista ja vanhoista puhuminen ja heidän vertaamisensa erillisinä katsojaryhminä puolestaan kertoo useissa yleisönosastokirjoituksissa arvohierarkioista (Olbrechts-Tyteca & Perelman, 2013, 80–83). Monissa kirjoituksissa, kuten myös yllä olevassa yleisönosastokirjoituksessa, yleisön edustaja perää verkkopalveluita käyttämättömille enemmän tunnustusta. Kirjoittajan

Julkinen sana: Netti ei tavoita kaikkia katsojia

Maailmalla palkintoja niittänyt ja mainettaan kulttuurikanavana kasvattanut Yle Teema ja Yle Fem jakavat jatkossa saman kanavapaikan televisiossa.

Asia varmistui tiistaina, kun Ylen hallintoneuvosto päätti Ylen tv-kanavaudistuksesta ja Yle Areenan kehittämisestä.

Teeman huolestuneille ystäville on Ylestä vakuutettu, että Teema säilyy jatkossakin. Sieltä on ihan oikein muistutettu Teeman olevan kulttuuritelevisiopalvelu.

Vakuuttelujen mukaan kulttuurikanavan lupaus ei yhdistymisessä muutu mihinkään. No tottakai se muuttuu, koska samaa ohjelma-aikaa jakaa nyt toinenkin merkittävä kanava.

Yle vakuuttaa Teeman ohjelmiston tulevan säilymään jotakuinkin nykyisen suuruisena ja ensilähetysten määrä säilyy entisellään.

Jatkossa Ylen suomenruotsalaisia ohjelmasisältöjä kehitetään sekä perinteiseen televisioon että Areenaan. Teeman ohjelmia, erityisesti dokumentteja katsotaan

paljon Areenasta.

Kun palvelua siirretään koko ajan entistä enemmän verkkoon, unohdetaan kuitenkin se, etteivät kaikki ole netissä. Osa ei edes tiedä mitä se verkko tarkoittaa. Miten heidän palvelunsa paranee?

”Kun palvelua siirretään koko ajan entistä enemmän verkkoon, unohdetaan kuitenkin se, etteivät kaikki ole netissä.”

Hyvin usein uutisissa todetaan jostakin mielenkiintoisesta uutisaiheesta vain otsikko ja kerrotaan sitten, että tarkemmin asiaan voi tutustua Ylen verkkosivuilla.

Miten sinne verkkosivuille mennään, jos tietokonetta ei kotona ole ja vaikka olisikin, sitä ei pysty käyttämään.

Kaikkilla ei ole nettiä eikä tarkoitus sellaisia vempeloita koskaan hankkiakaan. Palvelua hekin kuitenkin tarvitsevat.
HELGE MURTOVAARA



Ylen hallintoneuvosto yhdistää tv-kanavaudistuksessaan Teema- ja Fem-kanavat samalle kanavapaikalle. Kanavien sisällöt löytyvät entistä paremmin verkosta, mutta pääsevätkö kaikki verkkoon hakemaan palvelua?

Kuva 3. Kaleva 31.10.2016

taustaoletuksena lienee se, että Yle on sijoittanut nuoret arvohierarkiassa korkeammalle, mistä syntyy kiista hierarkian järjestyksestä. Ylen vastine argumentoi, että verkkoa käyttävät nuoret ovat vanhempien kanssa samalla viivalla, ja heidänkin tulee saada palvelua siellä, mistä heidät tavoittaa. Murtovaaran yleisönosastokirjoituksessa ja Hyvärinen vastineessa hierarkiakiistan sanankäänteet ovat vielä melko lieviä, joten palaan aiheeseen uudelleen muiden vastineiden kautta.

Seuraavaksi Hyvärinen vie vastineensa yleiselle tasolle ja keskittyy puhumaan mediayhtiöiden yhteisistä haasteista – se, miten tämä vastaa mielipidekirjoituksen kirjoittajan Helge Murtovaaran huoleen, on siirretty koko yhteiskunnan yhteiseksi haasteeksi. Tällöin Hyvärinen liittää aiheen osaksi suurempaa kokonaisuutta. Perelmanin ja Olbrechts-Tytecan mukaan kokonaisuus mielletään yleensä arvokkaammaksi kuin yksittäinen esimerkki (2013, 231). Samalla Hyvärinen muistuttaa Ylen roolista, jonka tehtävä on palvella kaikkia suomalaisia. Tähän hän ottaa tueksi tarpeen uudistua verkossa, koska verkon kautta voidaan ”innostaa ja ohjata verkon käyttöön niitä suomalaisia, joille se ei ole osa arkea.” Näin Hyvärinen perustelee verkkopalveluiden olevan myös osa digitasa-arvon edistämistä liittämällä sen toiseen suurempaan kokonaisuuteen. Tällaiset argumentit perustuvat oletukseen siitä, että se mikä on totta kokonaisuudelle, on totta myös yksittäistapaukselle. Jos yksi

suomalainen innostuu verkon käytöstä Ylen verkkopalvelujen kautta, esimerkki voidaan yleistää koskemaan koko yleisöjä yhteisesti, jolloin Yle edistää digitaalisia taitoja ja sitä kautta myös digitasa-arvoa.

Hyvärinen jatkaa argumenttiaan toteamalla, että kaikkia palveluja ei ole mahdollista jatkaa nykymuotoisena rahan puutteen vuoksi, jos aikoo samalla kehittää uusia palveluita. Argumentti hyödyntää uhraamista (emt. 248). Tällaisessa argumentissa verrataan kahta tai useampaa asiaa, ja puhuja on valmis uhraamaan jonkin asian saavuttaakseen tietyn tuloksen. Kun puhuja vertaa kahta asiaa toisiinsa, hän kertoo ottaneensa myös muut näkökulmat huomioon ja osoittaa harkintaa siinä, kumman näistä hän loppupeleissä valitsee. Hyvärisen vertailu kohdistuu perinteisen median nykymuotoisten sisältöjen ja verkkokäyttäjille suunnattujen lisäpalvelujen välille. Koska rahaa on vain rajallinen määrä, jälkimmäinen voittaa tärkeydessä, joten Hyvärinen uhraa argumentissaan nykymuotoiset palvelut. Tätä argumenttia tukevat myös aiemmin vastineessa esitetyt tilastoluvut siitä, kuinka suosituiksi uudet laitteet ovat tulleet ja kuinka moni niitä käyttää. Lopuksi Hyvärinen kertoo, mitä perinteisiä palveluita uudistumisen jälkeen jää jäljelle.

Hyvärinen kuitenkin lähes sivuuttaa yhden kirjoittajan alkuperäisistä huolista: Yle Teeman ja Yle Femmin kanavaliitoksen. Tähän kysymykseen Hyvärinen ottaa kantaa aivan viimeisessä kappaleessa. Kanavauudistusta perustellessaan Hyvärinen hyödyntää epämääräiseksi jäävää käsitettä *keskeisyydestä*, sillä hän toteaa, että kaikki keskeiset nykyiset ohjelmat sopivat yhdelle kanavalle hyvin – määrittämättä kuitenkaan sitä, mitkä ohjelmat ovat keskeisiä. Koska heikko argumentti on sijoitettu vastineen loppuun, se jättää argumentista kauttaaltaan heikomman vaikutelman kuin silloin, jos teksti päättyisi vahvaan argumenttiin (Perelman, 2007, 116).

Digitasa-arvoteman seuraava mielipide Eeva-Liisa Paloheimon yleisönosastokirjoitus Aamulehdessä 11.11.2016 (kuva 4). Kirjoitukseen on vastannut television ja Yle Areenan julkaisupäällikkö Petri Jauhiainen (15.11.2016) otsikolla ”Arkistojen aarteet mahdollistuvat Yle Areenasta”. Hän esittää argumenttinsa pääsääntöisesti viidessä vaiheessa. Ensimmäinen on se, että arkistodraaman julkaisemisesta on sopimus, joka mahdollistaa julkaisemisen verkossa, mutta ei televisiossa. Tällöin kyseessä on auktoriteettiin, eli tarkemmin sanoen sopimukseen vetoaminen. Toiseksi Jauhiainen toteaa, että ”[t]uhansia tunteja arkisto-ohjelmia on järkevää julkaista nimenomaan verkossa”, sillä ruutu-aika perinteisessä mediassa on rajallinen. Tämän argumentin taustalle voidaan ajatella joko syy-seuraussuhde, jossa syy on television rajallinen tila ja seuraus sisällön julkaisu verkossa, tai vaihtoehtoisesti argumenttia voidaan ajatella välttämättömyyden

Ylen Areena-sopimus syrjivä

Marraskuun alkupuolella on lyöty rumpua siitä, että vanhoja kotimaisia draamasarjoja päästään ensi vuoden alusta katselemaan. Uutinen herättää suurta tyydytystä vanhojen sarjojen ystävissä.

KUINKA ollakaan, kaikki tämä aarteisto onkin nähtävillä vain Areenassa, ei tavanomaisilla kanavilla. Pidetään itsestään selvänä, että kaikella kansalla olisi pääsy katsomaan näitä sarjoja. Näin ei kuitenkaan ole.

Pääsy edellyttää ilmeisesti television maksullisten palveluiden käyttöä tai jotakin lisälaitetta esi-

merkiksi tietokonetta. Kaikilla ei näihin ole mahdollisuutta. Monet jäävät haikailemaan sarjojen perään.

Kehutaan, että kaikki tämä useille vuosille kohdentuva tarjonta maksaa vain 2 miljoonaa euroa. Mistä ne rahat hankitaan? Maksajia ovat kansalaiset, katsojat, joilta kerätään vuosittain lankeava niin sanottu Yle-vero. Se peritään niiltäkin, joilla ei televisiota edes ole.

VEROSTA vapaita ovat alaikäiset sekä ne, joiden tulot jäävät alle rajaksi asetetun määrän. Pitäisikö nyt sitten kieltää vanhojen sarjo-

jen katselu, jos siihen olisikin sopiva laitteisto, niiltä, joilta veroa ei kerätä? Toki niin sanotulla Yle-verolla on laajempikin funktio.

KYLLÄ se niin on, että ainoa järkevä ratkaisu olisi saattaa vanhat sarjat osaksi Ylen ohjelmatarjontaa siten, että kuka hyvänsä voisi vanhaa kotimaista draamaa seurata. Ei tunnu hyvältä tämäkään syrjintä.

On kyllä jouduttu jo nielemään pitkään viitteet siitä, miten asiaan kuin asiaan saa lisätietoa Areenasta. Kaikki eivät saa.

TM ALB. **EEVA LIISA PALOHEIMO**
Tampere

Kuva 4. Aamulehti 11.11.2016

liittämisenä argumenttiin; koska tv-aikaan ei saatu mahtumaan arkisto-ohjelmaa, ne oli pakko sijoittaa verkkoon, jotta ne olisivat jossakin saatavilla. Tällöin kyse on myös tietyllä tapaa uhraamisesta, sillä pelkän perinteisen television katsojat joutuvat jäämään ilman arkistodraamaa, kun verrataan osan draaman julkaisemista televisiossa kaiken draaman julkaisemiseen verkossa – kaikki sisältö on kuitenkin määrällisesti enemmän kuin osa. Kolmantena argumenttinaan Jauhiainen vetoaa nuoriin erityisenä ryhmänä, josta vain puolet katsoo enää perinteistä televisiota. Hän nostaa kotimaisen sisällön itseisarvoksi ja toteaa, että ”kotimaisten sisältöjen tarjoaminen myös heille on tärkeää”. Tämän väitteen pohjalla kulkee vahva taustaoletus siitä, että sekä yleisö että Ylen edustus jakavat saman ajatuksen nuorten kasvatuksesta kotimaisiin arvoihin, mikä puolestaan vaatii laadukasta kotimaista draamaa siellä, missä se on nuorille saatavilla. Kirjoituksensa lopuksi Jauhiainen vetoaa lakiin: ”Sekä Ylen hallintoneuvoston että eduskunnan oikeusasiamiehen aiempien kannanottojen mukaan on Yle-lain mukaista kehittää myös Areenan palveluita.” Lakiin vetoaminen on valtion ylimpiin auktoriteetteihin vetoamista, minkä lisäksi Jauhiainen nostaa esiin ilmeisen ristiriidan Paloheimon argumentin ja julkisen palvelun periaatteiden välillä. Hän toteaa, että ”[k]irjoittajan ajatus rajata palvelu joiltakin väestöryhmiltä on vastoin julkisen palvelun periaatteita”. Tällöin hän asettaa vastakkain Ylestä laissa määrätyt periaatteet ja kirjoittajan mielipiteen, jolloin Ylen edustajan argumentti saa automaattisesti enemmän painoa kuin kirjoittajan. Tässäkin kyse on kiistasta hierarkioiden välillä. Paloheimo arvottaa vanhemmat sukupolvet ylemmäs hierarkiassa, sillä he maksavat veroa ja rahoittavat Yleisradion toimintaa, toisin kuin esimerkiksi alaikäiset. Hierarkiat ovat yleensä argumentin taustalla olevia esisopimuksia, mutta joskus hierarkia nousee kiistan

aiheeksi, jolloin puhutaan kaksoishierarkian paljastavasta argumentista (Olbrechts-Tyteca & Perelman, 2013, 337). Paloheimo sanoo, että nuoret eivät maksa verkkopalveluistaan Yle-veroa, eli verkkopalveluita ei tulisi tehdä heille nykyistä enempää. Hän ei kuitenkaan huomioi sitä, että moni eläkeläinen ei myöskään maksa Yle-veroa. Näin hän tulee arvottaneeksi vanhemmat ihmiset korkeammalle. Hän kuljettaa myös rinnakkain yhteensopimattomia argumentteja ”arkistodraaman katsominen kaikille” ja ”sisällöt pois niiltä, jotka eivät maksa veroja”.

Jauhiaisen argumentti hyödyntää tämän tutkimuksen vastaineista monipuolisimmin Perelmanin ja Olbrechts-Tytecan luokittelemia argumentointikeinoja. Se perustaa pääväitteensä sopimukseen, lakiin, yleisön ja Ylen jakamiin yhteisiin arvoihin, kumoaa joitakin kirjoittajan määrittelyitä ja lopuksi vielä opastaa, kuinka Yle Areenan käyttö onnistuu myös television kautta.

Myös seuraava vastine (24.4.2017) on julkaisupäällikkö Petri Jauhiaisen kirjoittama, ja se on kirjoitettu vastaukseksi Turun Sanomissa (21.4.2017, kuva 5) julkaistuun kirjoitukseen. Siinä kirjoittaja Juhani Kairasmaa perää oikeudenmukaisuutta Yleltä, joka ei hänen mukaansa kohtele veroja maksavaa yleisöään tasapuolisesti. Kirjoittajan argumentin pohjana on uuden retoriikan käsitys vastavuoroisuudesta ja oikeudenmukaisuudesta – samanarvoisia ovat kaikki, jotka maksavat veroja valtiolle.

Turun Sanomiin kirjoittamassaan vastineessa Jauhainen perustelee Ylen kannan pitkälti samantyyppisillä argumenteilla kuin edellisessä yleisönosastokirjoituksessa. Kaiken pohjana on Ylen ja tekijöiden välinen sopimus, joka oikeuttaa sisältöjen julkaisemiseen ainoastaan verkossa.



Kuva 5. Turun Sanomat 21.4.2017

Sopimuksen eli auktoriteettiin vetoamisen pohjalta ponnistava argumentti saa jatkoa uhraukseen perustuvasta näkökannasta, jossa mainitaan, että esimerkiksi Metsolat-sarjan näyttäminen perinteisillä kanavilla tulisi niin kalliiksi, ettei se olisi taloudellisesti mahdollista. Jos sarja halutaan näyttää, rahan rajallisuuden vuoksi on siis uhrattava television ruutuaikaa ja näytettävä sisällöt verkossa. Tältä osin Jauhiaisen argumentointi muistuttaa Reija Hyvärisen aiempaa argumentaation tapaa. Erityisen värikäs tapa argumentoida sisältöjen tarjoamista Yle Areenassa on Jauhiaisen toteamus siitä, että jos ohjelmia ei näytetä verkossa, ”monien toivomat ohjelmat jäisivät kokonaan arkiston kätköihin, sopimusta voi siis pitää kulttuuritekona.” Tässä kohtaa argumenttiaan Jauhiainen turvautuu siis rinnastuksen keinoon, ja rinnastaa vanhojen ohjelmien julkaisun Yle Areenassa kulttuuritekoon. Argumentaation seuraavassa vaiheessa Jauhiainen tukee väitteitään faktatiedolla siitä, miten paljon perinteisillä kanavilla lähetetään vielä ohjelmaa. Näin hän pyrkii lieventämään kirjoittajan huolta siitä, että tarjonta perinteisillä kanavilla uhkaa loppua. Sen tueksi, ettei tarjonta lopu perinteisen median käyttäjiltäkään, Jauhiainen toistaa vielä samat ohjeet Yle Areenan käytöstä älytelevisiolla, jollaisia ovat useimmat nykytelevisiot. Aivan tekstinsä lopuksi Jauhiainen asettaa nuoremmat ja vanhemmat Ylen katsojat samalle viivalle siten, että hän toteaa Areenan katsojalukujen kasvaneen sekä nuorissa että vanhemmissakin ikäryhmissä.

Kolmas sisältöjen verkkoon siirtymisestä huolestunut kirjoittaja on sanomalehti Karjalaisen kolumnisti Pekka Puustinen (28.4.2017, kuva 6). Tällä kertaa vastineen kirjoittaa Ylen julkaisujohtaja Ismo Silvo otsikolla ”Yle on paljon muutakin kuin tv-ohjelmansa”.

Silvon argumentti lähtee numerofaktoista ja siitä, kuinka monta tuntia Yle yhä tuottaa perinteisten kanavien, eli radion ja television, ohjelmia. Tämän jälkeen argumentti siirtyy Ylen tehtäviin ja siihen, että Ylen tehtävä on palvella kaikkia suomalaisia, eivätkä siihen riitä enää perinteiset mediat. Silvo käyttää vastineessaan samoja tilastotietoja kuin Reija Hyvärinen ja Petri Jauhiainen, ja lähes samoilla sanoilla kuin Hyvärinen. Hän myös mainitsee Yle Areenan katselun olevan mahdollista myös nykyisillä televisioilla, jotka ovat älytelevisioita, kuten aiemmin myös Petri Jauhiainen vastineissaan kirjoitti. Puustisen kirjoitus ja Silvon vastine ovat hyvä esimerkki siitä, kuinka universaalia arvoa ’yhdenvertaisuus’ voi käyttää eri tavoilla: Silvolle se on perinteisten palvelujen tarjoamista yhdenvertaisesti kaikille ikäluokille, Puustiselle yhdenvertaisuus on sitä, että”[k]un

Kolumni

Mitäpä sanoo perustuslaki kanavasotkusta?

Se mahtoi olla helmikuuta, kun maksukanavan ihminen soitti ja sanoi huushollimme kortinlukijan menevän toukokuussa vanhaksi, kun Yle/Digita muuttaa antennilouksien lähetystajuuutta.

Ratkaisuksi hän ehdotti uutta kortinlukijaa muutaman euron lisähintaan kuukaudessa.

Sepä uusi kortinlukija näytti pelkkää pimeyttä. Ope- raattorin asiakaspalvelu tiesi, että ei niin monta vuotta vanhan televisiomme olevan soveltumaton uuteen lähe- tystajajuuteen.

Mutta tähänkin löytyi ratkaisu; uusi televisio tai digibo- xi, jota operaattorilla oli tarjolla ”edullisesti”.

Vähän asiaa kummastelin asioidessani kodinkone- liikkeessä. Sen myyjä ihmetteli myös ohjetta. Hänen mukaansa riittää, että ostan heiltä lisäkapineen televisi- oon, semmoisen ulkonäöltä sammakkoa muistuttavan.

Ja sen lisäksi pitää tietenkin hakea ohjelmat, ja varsin- kin maksukanavat älypuhelinin kautta, ja johan pelittää. Lisämaksua vastaan, tietenkin.

Tv-tarjontaa on nykyisin enemmän kuin äkkinäinen ymmärtää. Kanavapaketit ovat epäloogista sekasotkua, jossa pitäisi ostaa valtava määrä mitäantelemätöntä soo- paa nähdäkseen vaikka hiihdon maailmacupit.

Yle vastaa tilanteeseen viemällä yhä enemmän ohjel- miaan verkkoon ”kaikkien saataville”. Periaatteessa toki ilmaiseksi, ensimmäiseen, kai? En tiedä, kun en elä netissä.

Mutta ilmaisuuskin edellyttää erilaisten vimpaimien hankintaa.

” Vuosituhan- nen alun digiboxihölmöily oli vuosisadan huijaus.

Älypuhelimet tai muut laitteet sen enempiä kuin nettiyhteydetkään eivät ole ilmaisia. Kaikil- la ei kerta kaikkiaan ole niihin varaa. Nettiosaa- mistaan voi aina lisätä, mutta mitäs teet, jos eläke ei riitä!

Lisäksi on lupa edellyttää, että myös julkisen palvelun yhtiö informoisi ajoissa muutoksista, ja ettei kenenkään tarvitse ostaa muutoksen vuoksi mitään uutta. Vuosituhannen alun digiboxihölmöily oli vuosisadan huijaus, josta olisi pitänyt nostaa rikoskantheet!

Yle-veroa perittiin viime vuonna 0,68 prosenttia sen perusteena olevasta tulosta niiltä, joilla veron alaraja ylittyi.

Kun kaikki osallistuvat rahoitukseen periaatteessa tasa- puolisesti, niin eikö palvelunkin pitä olla tasapuolista? Perustuslakikin taitaa sanoa jotakin kansalaisten yhden- vertaisesta kohtelusta.

Se tarkoittaa sitäkin, ettei kenenkään tarvitse maksaa palvelusta tai tuotteesta, jota ei tarvitse eikä käytä.

Mitä enemmän Yle vie tarjontaansa verkkoon, sitä suuremmaksi kasvaa epäsuhta bittivaruu- dessa ja meidän antennielämässä elävien välillä.

Kun tilaamme kaupallisen kanavapa- ketin, maksamme vain siitä, emme naa- purioperaattorin kanavista. Yle-veron kautta pakkomaksamme paljosta sellaisesta, jota emme voi käyttää ostamatta avuksi sitä ja tätä.

Oikeudenmukainen Yle- maksu perustuisi käytettyyn tv- aikaan. Se myös takaisi jokaiselle mielitystensä ja tarpeensa mukaisen valinnan- vapauden.

Pekka Puustinen



kaikki osallistuvat rahoitukseen periaatteessa tasapuolisesti, niin eikö palvelunkin pitäisi olla tasapuolista?” Viitatessaan yhdenvertaiseen palveluun Puustinen viittaa kokemukseensa siitä, että sisältöjen siirtäminen verkkoon syrjii niitä, jotka eivät voi verkkoa käyttää. Silvo puolestaan puoltaa mediasta riippumatonta yhdenvertaisuutta.

Tässä yhteydessä Silvo, ehkä hiukan tarpeettomasti, selittää Puustiselle, kuinka verkossa yleisön palvelu paranee ja arkistojen helmiä on katsottavissa verkossa – Puustinen kun ei itse käytä verkkoa. Tällainen tarpeettomalta näyttävä huomio kuitenkin viestii siitä, että Silvo kirjoittaa muillekin kuin kolumnistille itselleen; taustalla on Silvon ajatus kokonaisesta Ylen katsojien yleisöstä, johon saattaa sisältyä myös verkon käyttäjiä tai sitä harkitsevia lukijoita. Silvo nimeää piiloyleisönsä seuraavassa kappaleessa: ”Ylen tarjonta verkossa voi myös innostaa ja ohjata verkon käyttöön niitä suomalaisia, joille se ei ole osa arkea. Tämä on yksi tapa, jolla Yle voi edistää tasa-arvoa.”

Fraasi on tuttu, sillä täsmälleen samoin sanoin kirjoitti myös viestintäjohtaja Reija Hyvärinen (2.11.2016). Silvo siis käyttää sanasta sanaan Reija Hyvärisen kirjoittamaa vastinetta.

Julkaisupäällikkö Petri Jauhiainen vastaa myös kahteen viimeiseen tämän kategorian verkkosisältöjä koskevaan yleisönosastokirjoitukseen. Toinen niistä (15.5.2017) on vastine Aamulehdessä (9.5.2017) julkaistulle kirjoitukselle, jossa kirjoittaja kysyy, mitä vanhukset saavat Yle-verolla. Jauhiainen erittelee vastauksessaan sen, mitä Ylen palveluja on tarjolla, verkkoa ja mobiilipalveluita myöten. Tällöin hän tulee

implisiittisesti huomauttaneeksi kirjoittajalle, että myös osa vanhuksista osaa käyttää Ylen verkkopalveluita.

Argumentaation seuraavassa vaiheessa Jauhiainen toteaa, että tutkimuksen mukaan Yle tavoittaa lähes kaikki yli 60-vuotiaat suomalaiset, ja tutkimuksen mukaan suuri osa vanhemmasta sukupolvesta on tyytyväisiä Ylen toimintaan. Hän siis viittaa tutkimukseen auktoriteettina. Toiseksi hän toteaa myös tutkimukseen pohjautuen, että niin vanhat kuin nuoretkin ovat oppineet käyttämään Areenaa, eikä kaikkea verkossa esitettyä sisältöä ole mahdollista esittää perinteisillä kanavilla. Pääpiirteiltään Jauhiaisen argumentointi seuraakin siis samoja linjoja, joita käytetään muissakin tämän teeman vastineissa.

Viimeisessä tämän teeman vastineessa mielipiteensä osoittaa Ylelle ”Joukko pettyneitä vanhuksia”. Turun Sanomissa (19.8.2017, kuva 7) julkaistuun kirjoitukseen vastaa jälleen julkaisupäällikkö Petri Jauhiainen otsikolla ”Yle Areenan sisällöt ovat myös seniorien ulottuvilla”. Koska kirjoittajat ja aiheet ovat samoja, niissä on paljon yhteneväisyyksiä toistensa kanssa. Tähän kirjoitukseen Jauhiainen on vastannut saman tiedon siitä, että arkisto-ohjelmien julkaisu on mahdollista ainoastaan

sopimuksella, jonka mukaan niitä julkaistaan Yle Areenassa. Jauhiainen viittaa myös tutkimuksiin auktoriteettina ja toteaa, että verkon käyttö kasvaa kaikissa ikäryhmissä. Näin hän tulee rinnastaneeksi kaikki ikäryhmät ja sen, että verkko on yhä tarpeellisempi niin nuorille kuin vanhemmillekin. Lopuksi Jauhiainen esittelee aiemman vastineensa kanssa samoin sanoin tuntimäärät siitä, paljonko televisio- ja radio-ohjelmaa yhä lähetetään.

Omaperäistä tässä nimenomaisessa kirjoituksessa on se, että Jauhiainen toteaa joukolle pettyneitä vanhuksia, että Yleltä jopa odotetaan lisääntyvästi sisältöjen julkaisua verkossa. Sen sijaan sitä, kuka tällaista odottaa, ei sanota, mutta syy

Tasapuolista tarjontaa Ylen ohjelmiin

Yle Areenan ohjelmistos-
sa esitetään sekä tulee
esitettäväksi uusintoina
kotimaisia ohjelmasarjo-
ja, kuten Heikki ja Kaija, Koti-
katu, Metsolat, Tammelat se-
kä muita hyviä nimenomaan
meitä vanhuksia kiinnostavia
sarjoja.

Olemme todella harmis-
samme, ettemme pysty Yle Aree-
nan ohjelmia katsomaan, koska
useilta meiltä puuttuu uuden
teknologian vempheet. Meillä
on vanha televisio, ja tietoko-
ne puuttuu, emmekä omista
älykännykkää. On moninaisia
syytä, ettemme pysty olemaan
mukana muutosten pyörteissä.
Myös taloudellinen tilanteem-
me on usein vaikuttamassa uu-
siin hankintoihin.

Meitä on näin ollen suuri
määrä, jotka jäämme ulkopuo-
lille Yle Areenan ohjelmatar-
jonnasta. Ärsyttäviltä tuntuvat
ainokset Yle Areenan ohjel-

mista ja entisten uutisank-
kureitten Arvi Lindin ja Eeva
Polttilan selvitykset, miten
on mahdollista ja helppoa Yle
Areenan katselu.

Myös Ylen uutisissa tuodaan
usein asioista hyvin niukkas-
naisesti tietoa ja kehoitetaan
katsomaan jatkoa Ylen netti-
sivuilta tai Yle Areenasta.

Tuntuu, että se on meidän
iäkkäiden katsojien todellista
syryntää, kun tiedotetta-
van asian sisältö jää suurelta
osin hämärän peittoon. Näin
ei tulisi uutisoinnin kohdalla
tapahtua, koska kysymys on
nimenomaan julkisin varoin ra-
hoitetusta televisiotarjonnasta.

Näin Suomen juhluvuonna
odotamme Yleltä ohjelmien
tasapuolista tarjontaa ja myös
asenteiden muutosta meitä
vanhuksia kohtaan.

Joukko pettyneitä vanhuksia

Kuva 7. Turun Sanomat 19.8.2017

selittyy muun muassa mediankäyttötapojen muutoksella.

6.4. Ylen asema digitaalisilla mediamarkkinoilla

Ylen asemaa digitaalisilla mediamarkkinoilla käsittelee kolme vastinetta. Ensimmäinen niistä on Aleksi Hernesniemen Kauppalehdessä julkaisema kritiikki Ylen verorahoitteisuudesta vapailla digitaalisen median markkinoilla (10.5.2016, kuva 8).

Kirjoitukseen vastaa Ylen viestintäjohtaja Reija Hyvärinen (16.5.2016). Hyvärinen toteaa, että kirjoitukseen ”voisi lisätä, että vieläkin enemmän tarjolla on ”mukatietoa”, jopa valheita, kansainvälistä viihdettä ja kaupallisia formaattiohjelmia.” Hyvärinen siis esittää saman argumentin vasta-argumenttina yhteensopimattomuuden avulla (Olbrechts-Tyteca & Perelman, 2013, 195–205). Tällaisen argumentin tavoite on esittää väitteet toisilleen vastakkaisina, ja loppupeleissä Hernesniemen ja Hyvärisen argumentit pelkistyvät kysymykseen määrästä ja laadusta. Hernesniemi esittää, että määrä on tae siitä, että media tarjoaa sen, mitä yleisö haluaa; Hyvärinen puolestaan kyseenalaistaa sen, pystyvätkö vapaat markkinat tuottamaan tarvittavan laadukasta sisältöä. Argumentoinnin keinona voidaan nähdä myös jakaminen, jossa Hyvärinen pyrkii erottamaan luotettavasta mediasta epäluotettavan median ja argumentoimaan Ylen osana luotettavien medioiden joukkoa.

Pääosa Hyvärisen argumentista on huomattavan samanlainen habermasilaisen julkisuuden ideaalin kanssa. Käsitellyistä vastineista tämä kyseinen, ”Yle on suomalaisia varten”, heijastaa eniten aiemmissa luvuissa kuvailtuja teoreettisia suuntauksia. Hyvärinen kirjoittaa argumenttiinsa siitä, kuinka julkisen palvelun tehtävänä on taata kaikille suomalaisille yhtäläinen mahdollisuus sananvapauteen. Yhtäläinen sananvapaus tarkoittaa hänen mukaansa sitä, että jokaiselle suomalaiselle tarjotaan mahdollisuus ”yhteiseen julkiseen tilaan”, jossa he voivat tuntea olevansa osa ”julkista yhteisöä”. Hyvärisen mukaan yhden yhtenäisen julkisen tilan tarjoaminen on Ylelle tulevaisuudessa kova haaste, koska kansainvälinen mediaympäristö pirstoo yleisöt.

Näin Hyvärinen tulee puhuneeksi samaan tapaan kuin norjalainen Håkon Larsen (2010, 268) vertaillen NRK:n ja SVT:n tapoja perustella legitimitettiin. Larsen toteaa (suomennettu):

”Yleisradioyhtiöiden puolustajat pohjaavat argumenttinsa habermasilaiseen tai moderniin lähestymistapaan, jolloin kyse on rationaalisesta argumentaatiosta universalistisessa ja yhtenäisessä julkisuudessa. Se on periaatteellisesti avoin ja mahdollistaa kaikkien kansalaisten osallistumisen sekä muodostaa oikeutuksen liberaalille edustukselliselle demokratialle.”



Tuesday, 10. May 2016

Yleisradion asemasta keskusteltava

SECTION: DEBATTI; s. 20

LENGTH: 379 words

Lukijalta. Yleisradion asemaa on käsitelty julkisuudessa jokseenkin vähän, vaikka Yleisradion asemaan saattaa olla tulossa suuriakin muutoksia lähiaikoina. Yleisradiota koskevat mielipide-erot ovat perustuneet muun muassa siihen, että yh-

tiön verorahoilla turvattu asema aiheuttaa markkinoiden vääristymistä. Yle-veron nettotuotto vuodelle 2015 oli 461,8 miljoonaa euroa (Yleisradion tilinpäätös 2015).

Listattujen mediayhtiöiden kannattavuus on nykyisin todella kovilla (KL 10.3.). Esimerkiksi Keski-suomalaisen toimitusjohtaja Vesa-Pekka Kangaskorpi on todennut: "Poikkeuksellinen kilpailuetu vain korostuu, koska Ylen rahoitus on turvattu laskevilla markkinoilla. Kaupallinen media taistelee jopa eloonjäämisestä." Toisin sanoen: miksi kansalaiset tilaisivat maksullisia digilehtiä tai printtituotteita, jos samat sisällöt saa luettua "ilmaiseksi" Yleisradion kautta?

Liikenne- ja viestintäministeri Anne Bernerin (kesk) asettaman kotimaisia mediamarkkinoita arvioivan työryhmän raportissa todetaan, että "digitalisaation ja talouskehityksen seurauksena myös Yleis-

radion asema markkinaehtoisesti toimivien yritysten kilpailijana on monin osin muodostunut vääristyneeksi ja lisännyt markkina-ahdinkoa". On hyvä, että taloudelliset ongelmat tiedostetaan avoimesti. Mutta seuraako siitä tarpeellisia toimenpiteitä?

Maan hallituksella on kunnianhimoinen tavoite parantaa Suomen työllisyysastetta ja kilpailukykyä. Monet eri väestöryhmät joutuvat tinkimään eduistaan. On aiheellista kysyä, millä perusteella Yleisradio voisi jäädä näiden kansallisten säästötalkoiden ulkopuolelle.

Yleisradiolle on muun muassa esitetty riippumattomien tuotantojen kiintiötä. Tämä on kuitenkin laastarointia, joka ei edelleenkään puutu itse ongelmaan, Yle-veroon, joka syö keskiluokan ostovoimaa jämähtäneessä taloustilanteessa.

Maaailma muuttuu voimakkaasti digitalisaation myötä. Toisin kuin esimerkiksi 1960-luvulla, nykyisin internet, televisio ja radio tarjoavat miltei rajattomasti kulttuuria ja tiedettä. On siksi aivan perusteltua pohtia, onko Yleisradion verorahoitus enää tätä päivää. Onko verotus aina ensisijainen ratkaisu kaikkeen?

Suomalaiset osaavat kuluttaa mediapalveluita varmasti myös itsenäisesti ilman valtion väliintuloa - kuten osaavat myös monella muullakin toimialalla.

LOAD-DATE: May 10, 2016

Hyvärinen käyttää siis samaa argumentaatiota yleisradiosta yhtenäisyleisön ylläpitäjänä. Tämän lisäksi hän puhuu Ylen yleisöstä *kansalaisina* (ks. luku 3), joille julkinen palvelu on demokratian kannalta tärkeää. Yleisradion demokraattisten tehtävien kautta Hyvärinen pääsee takaisin rahoitukseen, ja käyttää viimeisenä argumenttinaan peräkkäisyysiteitä, tarkemmin sanottuna keino-päämääräerottelua. Hän päättää varsinaisen argumenttinsa virkkeeseen: ”Jotta Yle voi palvella koko yhteiskuntaa ja kaikkia kansalaisia tasavertaisesti, pitää julkisen rahoituspohjan olla kattava. Yle-vero on siksi reilu ja perusteltu tapa rahoittaa toiminta.” Näin Hyvärinen asettaa päämäärän keinojen edelle ja toteaa, että verotus on päämäärän saavuttamiseksi hyväksyttävä keino rahoittaa Ylen toimintaa.

Toinen Ylen asemaa mediamarkkinoilla kritisoanut yleisönosastokirjoitus julkaistiin Keski-suomalaisessa (24.9.2016, kuva 9). Kirjoituksessa pohdittiin, oliko Yle huijannut Satosen työryhmää ja päättäjiä jättämällä täyttämättä lupauksensa siitä, että se luopuisi alueellisista uutisetuistuksistaan. Keski-suomalaisen toimitusjohtajan Vesa-Pekka Kangaskorven kannanottojen mukaan ”Ylen verkkouutispalvelujen alueellisuuteen ja paikallisuuteen pohjautuva personointi rapauttaa alueellisen ja paikallisen lehdistön asemaa”⁴².



Kuva 9. Keski-suomalainen 24.9.2016

Julkisen palvelun median tehtävästä on käyty vilkasta keskustelua muun muassa kaupallisten toimijoiden, lainsäätäjien ja julkisen palvelun yhtiöiden välillä sekä Suomessa että Euroopassa (ks. Suomen näkökulmasta Hellman, 2010, 43–65). Pääpiirteiltään keskustelussa on ollut kyse Yleisradion tehtävän laajuudesta ja varsinkin Suomessa Yleisradion reviiristä ja siitä, että kaupalliset toimijat kokevat verovaroin rahoitetun Ylen talleavan omalle markkina-alueelleen. Erityisesti Ylen tekstimuotoiset uutispalvelut ovat astuneet kaupallisten toimijoiden varpaille⁴³. Media-alan ja graafisen teollisuuden yritysten etujärjestön Medialiiton lausunnoissa ovat toistuneet hyvin

⁴² <https://www.marmai.fi/uutiset/medialiitto-pettyi-ylen-hallintoneuvoston-ennakkoarviointiin-odotamme-jatkossa-vastuullisempaa-otetta-6653547> (14.1.2018)

⁴³ <http://www.suomenlehdisto.fi/lehti-nimelta-yle/> (16.11.2017)

samanlaiset äänenpainot, esimerkiksi lausunnossa Yleisradion tuoreimmasta strategiasta, jonka Ylen hallintoneuvosto julkaisi syyskuussa 2017⁴⁴:

”Medialiiton käsityksen mukaan valtioneuvoston sallimaan julkiseen palveluun ei kuulu tekstimuotoinen, yleisradio-ohjelmistoihin liittymätön verkko- ja mobiilijournalismi. Yle tuottaa kuitenkin erittäin runsaasti tällaisia sisältöjä yle.fi- ja svenska.yle.fi -palveluissa sekä Uutisvahti-mobiilisovelluksessa.”

Kyseessä on laajempi keskustelu, joka on ollut käynnissä pitkään myös monissa muissa Euroopan maissa, esimerkiksi Ruotsissa ja Isossa-Britanniassa. Suomessa keskustelu on johtanut muun muassa Ylen toimitettujen alueuutisetusivujen sulkemiseen. Mediakilpailun koventuessa kaupalliset mediayhtiöt ovat kyseenalaistaneet yleisradioyhtiöiden roolia mediamarkkinoilla (mm. Andersen, 2015; Barwise & Picard, 2014; KPMG, 2015). Kaupallisen median aktiivinen kritiikki on myös kirvoittanut keskustelua yleisradion tehtävästä digitaalisen median kentillä, ja Suomessa kaupallinen sektori on erityisesti vastustanut Ylen tekstimuotoisia uutisia verkossa. Viime vuosina keskustelua on käyty muun muassa Ylen maakunnallisten alue-etusivujen poistamisesta (Ala-Fossi, Venttola & Reunanen, 2017).

Keskisuomalaisen kirjoitukseen vastasi Ylen silloinen vastaava päätoimittaja Atte Jääskeläinen. Ensimmäiseksi hän kumoaa Keskisuomalaisen esittämän väitteen siitä, ettei Yle olisi toteuttanut lupastaan sulkea toimitettuja alue-etusivuja verkossa. Jääskeläinen esittää perustelulleen tarkan päivämäärän, jolloin muutos on tehty. Hän toteaa myös, että ratkaisu on jo kerrottu parlamentaariselle työryhmälle, ja se on hyväksytty. Näin Jääskeläinen vetoaa auktoriteettiin, jota Keskisuomalainen väittää Ylen juksanneen. Jääskeläinen kirjoittaa, että alueuutisetusivujen lakkauttaminen erottaa Ylen kaupallisten medioiden vastaavista etusivuista, ja siten eriyttää Ylen ja sanomalehtien rooleja. Kyseessä on syy-seuraussuhteen liittäminen alue-etusivujen muutokseen. Jääskeläisen voidaan nähdä argumentoivan, että toimitettu uutisetusivu on kaupallisen maakuntamedian ominaisuus, josta luopumalla Yle poistuu kilpailusta kaupallisen sanomalehtimedial median kanssa. Taustaksi hän kertoo vielä, miten Ylen uudet ominaisuudet toimivat ja toteaa, että tämä kaikki oli parlamentaarisen työryhmän tiedossa ennen muutosta.

Jääskeläisen sanavalinnoista on luettavissa se, että hän osoittaa sanansa laajemmalle yleisölle kuin Keskisuomalaiselle. Hän toteaa muun muassa ”kuten Keskisuomalainen virheellisesti väittää”, mikä viestii siitä, että Ylen edustus todistaa Keskisuomalaisen esittäneen virheellisiä tietoja muillekin kuin

⁴⁴ http://www.medialiitto.fi/files/4315/170920_Medialiitto_Ylen_strategia.pdf (16.11.2017)

Keskisuomalaiselle itselleen. Kyseessä lienee Ylen yleisö, eli suomalaiset, joita Jääskeläinen kirjoituksessaan puhuttelee enimmäkseen *käyttäjinä* teknisissä yhteyksissä ja kerran myös *kansalaisina*. Hän toteaa, että käyttäjiltä on tullut paljon kriittistä palautetta toimitettujen alue-etusivujen sulkemisesta, mikä viestii argumentoinnista uhrauksen kautta. Näin Ylen edustus toteaa, että toimitetuista alue-etusivuista luovuttiin, vaikka yleisö piti niistä, jotta kaupallisten toimijoiden vaatimukset täytyisivät.

Viimeinen saman aiheen vastine on ”Ylen heikentäminen ei ole suomalaisten etu” (7.7.2017), joka vastaa Savon Sanomien (26.6.2017, kuva 10) pääkirjoitukseen. Vastaajana on Ylen strategiajohtaja Gunilla Ohls.

Ohlsin argumentti lähtee samasta tilastoon perustuvasta tiedosta, jota ovat käyttäneet myös verkkoon siirtyvien sisältöjen

puolestapuhujat: siitä, että ihmiset käyttävät mediaa eri tavalla kuin ennen, ja siksi Ylen on seurattava suomalaisia verkkoon. Vaikka varsinaisia lukuja ei esitetä, Ohls perustaa argumenttinsa periaatteessa mitattavissa oleviin faktoihin, eli perelmanilaisittain kvasiloogiseen argumenttiin.

Seuraavassa vaiheessa Ohls käyttää rinnastusta Ylen ja iltapäivälehtien välillä. Hän nimeää Ylen ja iltapäivälehtien verkkosivujen olevan ilmaisia palveluita, mutta silti ”ylivoimaisesti suurimmat kävijämäärät verkossa on iltapäivälehdillä, jotka tarjoavat uutisensa ilmaiseksi”.

Rinnastamalla Ylen verkossa

erittäin suosittuihin iltapäivälehtiin Ohls saa Ylen haitallisen vaikutuksen mediamarkkinaan näyttämään pieneltä. Hän mainitsee myös globaalit suuryritykset ja sosiaalisen median palvelut.



Kuva 10. Savon Sanomat 26.6.2017

Argumenttinsa kolmannessa vaiheessa Ohls käyttää samaa lähdettä kuin Savon Sanomien pääkirjoitus. Näin hän myöntää Savon Sanomien lähtökohdat siitä, että Reuters-instituutin käyttämä tutkimus⁴⁵ on luotettava lähde ja oman alansa auktoriteetti. Ohls kuitenkin toteaa, että kyseinen raportti kertoo myös siitä, että ”Yleä seuraava maksaa todennäköisemmin toisen välineen uutisista kuin se, joka ei seuraa Ylen uutisia”. Tällä argumentilla Ohls pyrkii kumoamaan sen, että Ylen seuraaminen vähentäisi kaupallisen median markkinaosuuksia – samoista lähtöoletuksista kuin millä Savon Sanomat argumentoi vastakkaista väitettään. Hän viittaa auktoriteettina myös Tampereen yliopiston selvitykseen⁴⁶, jonka mukaan julkisen palvelun verkkouutisten seuraaminen näyttäisi lisäävän myös muista verkkouutisista maksamista. Argumentti perustuu siis myös uuden retoriikan todennäköisyyksiin (Olbrechts-Tyteca & Perelman, 2013, 255–260), joita on voimistettu tutkimuksen tuomalla auktoriteetilla.

Lopuksi Gunilla Ohls vetoaa Lakiin Yleisradio Oy:stä. Hän toteaa, että ”Ylen tehtävä määritellään yhteiskunnan ja kansalaisten tarpeista käsin – ei suhteessa kaupallisten toimijoiden markkinaan”. Tässä hän käyttää erottautumista kaupallisista toimijoista ja sanoo argumenttinsa pitkälti samoin sanoin kuin Reija Hyvärinen (16.5.2016) aiemmassa vastineessaan. Ohls käyttää argumentoinnin keinona myös termin uudelleen määrittelyä, eli hän pyrkii määrittämään Ylen tehtävän omista lähtökohdistaan, jotta se tukisi Ylen edustuksen argumentaatiota. Ohls päättää vastineensa tilastotietoon siitä, että Yle tavoittaa päivittäin kolme neljästä suomalaisesta, ja se koetaan tärkeäksi yhteiskunnassa.

Ohlsin argumentti vuorottelee mittaamiseen perustuvan faktan ja kvasiloogisen määrällä argumentoinnin sekä auktoriteetteihin vetoamisen välillä. Hän viittaa tutkimuksiin, lakeihin ja faktaan. Ohlsin tapa argumentoida voidaan nähdä pyrkimyksenä objektiivisuuteen: hän viittaa tilastoihin ja todennäköisyyksiin, jotka Perelmanin ja Olbrechts-Tytecan mukaan luovat puolueettoman vaikutelman lähteestä riippumatta (2013, 260) ja tutkimuksiin, jotka on toteuttanut jokin ulkopuolinen taho. Tällainen argumentointi tuntuu olevan yleistä Ylen vastineissa, jotka käyttävät usein pääargumentointikeinonaan kvasiloogisia keinoja, erityisesti auktoriteettia.

⁴⁵ <http://tampub.uta.fi/handle/10024/101610> (14.1.2018)

⁴⁶ <http://tampub.uta.fi/handle/10024/101280> (14.1.2018)

7. Pohdintaa analyysin tuloksista

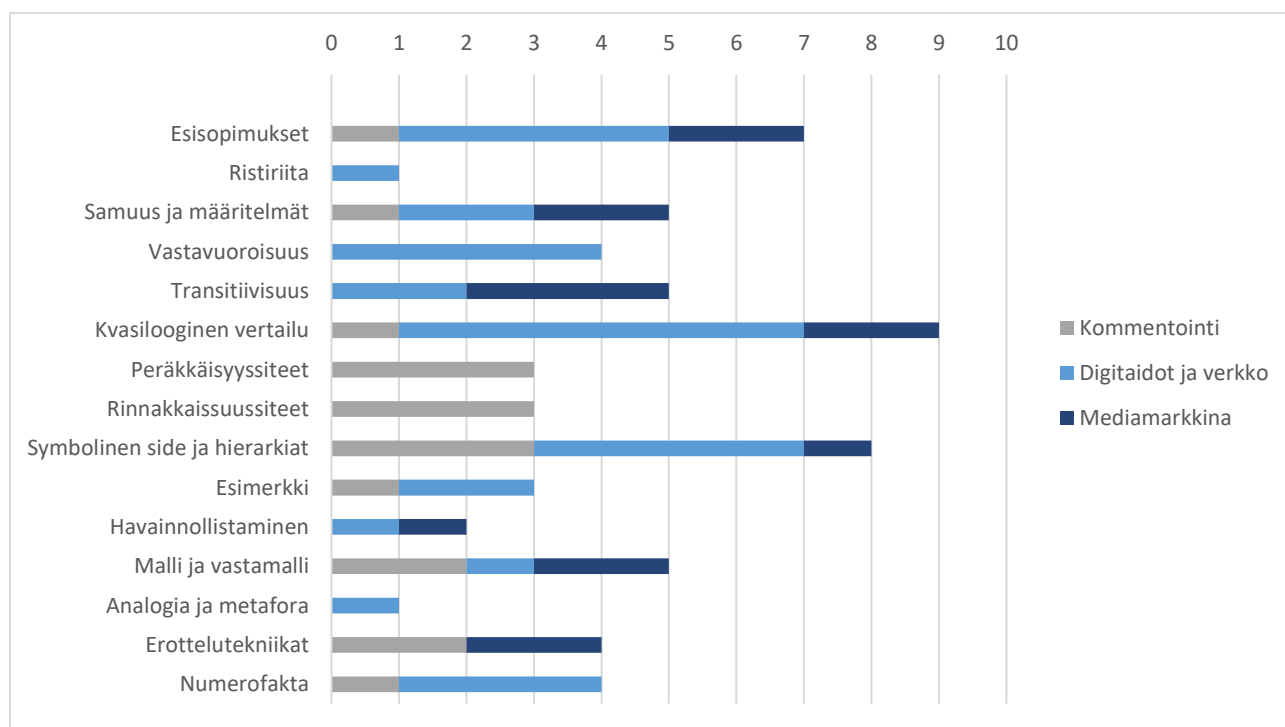
Digitaaliset mediat ovat säännöllisesti esillä Ylen vastauksissa yleisöille, mutta etupäässä digitaalisiin aiheisiin liittyviä kysymyksiä ja mielipiteitä esitetään Ylelle verrattain vähän, sillä vain noin viidesosa vastineista käsitteli niitä. Kirjoituksissa käsitellyt aiheet jakautuivat karkeasti kolmeen kategoriaan: Ylen verkkosivujen kommentointipolitiikkaan liittyviin kysymyksiin, digitaitoihin ja huoleen sisältöjen siirtymisestä verkkoon sekä kysymyksiin Ylen asemasta digitaalisen median markkinoilla. Näistä kolmesta kaksi ensimmäistä liittyvät etupäässä yksittäisten ihmisten median käyttöön, kun taas kolmas laajempaan taloudelliseen viitekehykseen.

Habermasin (1991) jaottelun mukaan melko suuri osa argumentaatioanalyysissä käsittelemistäni kysymyksistä liittyi yksityiseen piiriin ja siihen, miten ihmiset käyttivät mediaa kotonaan. Osa kuitenkin liittyi laajempaan yhteiskunnalliseen kehykseen digitaalisesta tasa-arvosta ja mediamarkkinoiden tasapuolisuudesta. Myös kommentointia käsittelevät mielipidekirjoitukset liittyvät laajemmin mahdollisuuksiin saada julkisesti äänensä kuuluville. Huolet liittyivät sekä julkisen että yksityisen piiriin, mikä tukee Fraserin toivomaa mallia, jossa julkisuudessa yksityisen piirin aiheet ovat yhtä hyväksyttäviä kuin julkisen piirin aiheet (2007, 145). Sanomalehtien yleisönosastoissa käsiteltiin niin termien merkityksiä kuin ikääntyneiden mahdollisuuksia käyttää Yle Arenaa.

Pohdittavaksi kuitenkin jää se, ovatko sanomalehdissä esitetyt mielipiteet ja Ylen niihin osoittamat vastineet yhteiskunnallisesti merkittäviä vai eivät. Mielipidekirjoitukset ja niiden vastineet toistivat samoja fraaseja, eikä niiden välillä ollut merkkejä siitä, että keskustelu olisi todellisuudessa edennyt kohti ratkaisuja. Ylen vastaukset yleisöille olivat reaktiivisia ja keskittyivät kumoamaan virheellisiä käsityksiä ja puolustamaan Ylen linjavalintoja, jotka esitettiin usein ylimpänä auktoriteettina. Mielipiteiden ja vastineiden toistuvuus ja samankaltaisuus riisuiivat julkiselta keskustelulta jatkuvuuden, joka on usein keskustelun tyypillinen piirre. Aihe ei tuntunut etenevän, ja sen käsittely lopetettiin sanomalehtivastineissa usein Ylen vastineeseen. Tässä mielessä julkinen keskustelu ei välttämättä johtanut mihinkään, koska sanomalehtien käytännöt rajoittavat jatkuvan keskustelun usein yhteen mielipidekirjoitukseen ja sille osoitettuun vastineeseen. Jos jatkuvuuden puuttuminen johtaa siihen, että mielipiteet saadaan julkisuuteen, mutta niistä ei synny yhteiskunnallisesti merkittävää keskustelua, puhutaan julkisuuden sijaan näennäisjulkisuudesta (Habermas, 1991, 244–250).

Keskeisin tutkimuskysymyksenäni siitä, miten Yle vastaa yleisöilleen digitaalisiin kysymyksiin, tuotti kiinnostavia tuloksia. Näkyvin tulos vastineiden retorisessa tarkastelussa oli se, että Ylen edustajat olivat taipuvaisia vetoamaan auktoriteetteihin – tutkijoihin, hallintoelimiin, sopimuksiin ja lakiin. Monesti auktoriteetit esitettiin niin kaikkivoipina, että Ylen linja näytti enemmän tiedottavalta kuin keskustelevalta. Monessa Ylen kirjoituksessa ei myöskään pyritty erittelemään auktoriteetteina pidetyn päätöksen perusteita. Ylen vastineet pysyivät argumentaatiotavoiltaan melko samankaltaisina vastattavasta tekstistä riippumatta, joskin myös monet mielipidetekstit muistuttivat argumentaatiotavoiltaan toisiaan.

Ylen vastineissa edellä esitettyjä kolmea teemaa oli pyritty perustelemaan uuden retoriikan jaottelua mukaillen seuraavasti (Olbrechts-Tyteca & Perelman, 2013):



Kaavio 1. Argumenttityyppien suuntaa antava jaottelu Ylen vastineissa 30.11.2015–24.10.2017.

Suuntaa antavan jaottelun mukaan selkeästi yleisimmät argumentoinnin keinot Ylen vastineissa olivat kvasiloogiseen vertailuun eli asioiden mitattavuuteen vetoaminen sekä hierarkioiden käyttö. Yleisin yksittäinen argumentaatiokeino oli vetoaminen auktoriteettiin, mikä näkyi kommentointipolitiikkana, lakeina, tutkimuksina ja sopimuksina. Monessa kohtaa viitattiin myös tarkkoihin tilastoihin, minkä lisäksi kaavioon erilliseksi kohdaksi. Myös argumentaation esisopimuksia alleviivattiin joissain teksteissä erikseen, minkä olen merkinnyt kaavioon erillisenä kohtana. Tällöin argumentissa vedottiin muun muassa kotimaisuuteen ja Ylen tehtäviin, mikä oli yleinen tapa perustella Ylen linjavalintoja.

Ylen vastineiden kirjoittajat ovat eri asemissa työskenteleviä yksilöitä, jotka luonnollisesti kirjoittavat eri tavalla ja myös omien mieltymystensä mukaan argumentoivat eri keinoilla. Myös vastineen kirjoittamiseen käytettävä aika saattaa vaihdella kirjoittajan mukaan. Selvää oli kuitenkin se, että vastineiden kirjoittajat osittain plagioivat toisiaan. Vastauksissa oli monia samoja tapoja ilmaista sama argumentti, ja monessa kohtaa se oli ilmaistu jopa täysin samoin sanoin kuin toisen kirjoittajan vastineessa. Voi olla, että aiempien kirjoitusten hyödyntäminen sanatarkasti viittaa varovaisiin kannanottoihin ja ristiriitaisuuksien välttämiseen ja siihen, että kannanottojen taustalla on yhteinen linja. Luultavimmin kyse on Ylen tiedotuskäytännöistä. Toistuvuus poisti kuitenkin vastineista keskustelun jatkuvuuden, sillä uusi vastine lähti aina uudelleen samasta lähtöpisteestä kuin edellinen.

Vaikka auktoriteetit ja kvasiloogiset mittaamiseen perustuvat argumentit olivat Ylen vastineissa selkeästi suosituimpia, kenties puolueettoman vaikutelmansa vuoksi, vastineissa käytettiin kirjoittajasta riippuen myös laaja repertuaari muita argumentaation keinoja. Jos Ylessä oli jouduttu tekemään yleisölle epämieluisia valintoja, sitä perusteltiin usein uhraukseen perustuvalla argumentilla, joka toi esille sen, ettei kyseistä päätöstä tehty harkitsematta sen mahdollisia haittavaikutuksia.

Perelmanilainen argumentaatioanalyysi soveltui mielipidekirjoitusten ja vastineiden käsittelyyn melko hyvin, joskin argumenttien sijoittaminen selkeisiin ja yksiselitteisiin kategorioihin oli haastavaa. Jotkin argumentit, esimerkiksi auktoriteettiin vetoaminen, sopivat myös useampaan kategoriaan. Jonkinlaiseksi ongelmaksi muodostui myös se, etteivät digitaalisuuteen liittyvät aiheet aina herättäneet voimakkaita tunteita, eivätkä ne olleet näkyvästi esillä muualla mediassa. Retoriikan tutkimus sopisi todennäköisesti paremmin keskusteluun, joka on mielipiteiltään värittyneempää ja polarisoituneempaa ja jossa molemmat puolet yrittävät näkyvämmiin vakuuttaa toisiaan. Digitaalinen kehitys aiheena ei siis välttämättä ollut uuden retoriikan analyysille hedelmällisin.

7.1. Ylen yleisökäsitys

Näiden kirjoitusten perusteella on vaikeaa, ellei mahdotonta tehdä erottelua siitä, miten Yleisradio käsittää yleisönsä. Yleisökäsitykset näyttävät vaihtelevan paljon myös sen mukaan, kuka kirjoittaa vastineen ja mistä näkökulmasta. Esimerkiksi Atte Jääskeläisen vastineessa (Yle vastaa 24.9.2016) toistuu *käyttäjä* neljä kertaa, *yleisö* kerran ja *kansalainen* kerran. Muita suosittuja puhuttelumuotoja ovat kansalaisten lisäksi *suomalaiset*, jolloin Yle lähestyy yleisöään sen kansallisen taustan kautta.

Yleisradiopuheessa puhutaan melko usein kansalaisuudesta ja siitä, kuinka julkisen palvelun median pitää tarjota kansalaisille mahdollisuuksia osallistua julkiseen keskusteluun. Kansalaisuus liitetään usein yhteiskunnallisiin aiheisiin ja Ylen yhteiskunnalliseen tehtävään. Kansalaisuuden rinnalla kulkee kuitenkin joko kuluttajan tai käyttäjän yleisökäsite, sillä varsinkin uudempien palvelujen yhteydessä korostuvat uudet tavat käsittää yleisö.

Edellä käydyn aineiston perusteella ei voi sanoa, että kansalaisen aika olisi jollain tapaa ohi. Monet Ylen edustajat viittaavat yleisöihinsä nimenomaan kansalaisina tai suomalaisina, jolloin he tulevat linkittäneeksi yleisökäsityksensä yhteiskuntaan. 'Kansalainen' on yhteiskunnan yksikkö, ja 'suomalainen' puolestaan on Suomeksi nimetyn kansalaisyhteiskunnan yksikkö. Fraserin (2007) kritiikki transnationaalista julkisuudesta ei tässä aineistossa päde, sillä keskustelua Yleisradiosta leimaa yhä voimakas side kansalliseen identiteettiin. Monesti kansallisen identiteetin ylläpitoa käytetään myös perusteluna yleisradioyhtiöiden legitimitetille. Tällaisen kytkennän yleisradioyhtiön ja kansallisen kulttuurin ylläpitämisen välille tekee muun muassa Larsen (2010), jonka tutkimustulokset kertovat etenkin Norjan NRK:n pyrkivän nimenomaan kansallisen kulttuurin ylläpitämisen.

Kuluttajasuhteesta yleisöön voidaan puhua silloin, kun Yle vertaa omia palveluitaan Netflixiin ja muihin kaupallisiin toimijoihin. Kuluttajuudesta ei ollut mainintaa aineistossa, mutta vastaava esimerkki löytyy eräiltä vastineiden kirjoittajista: Ylen strategiajohtajalta Gunilla Ohlsilta, joka kirjoittaa *Digimuutos.fi*-kirjaan (2017).

”Ihmiset ovat tottuneet käyttämään Netflixia, joten samoja ominaisuuksia odotetaan myös Yleltä. [-] Olemme pyrkineet panostamaan paljon asiakkaiden huomioimiseen ja myös meidän omaan ajattelutapaamme. Olemme harjoitelleet asiakaslähtöistä ajattelutapaa reilut kymmenen vuotta, jonka aikana olemme aktiivisesti pyrkineet olemaan oikeasti asiakaslähtöinen. Tänä päivänä asiakkuusajattelu lävistää meidän kaiken tekemisen.”⁴⁷

Asiakkaista puhuminen linkittää Ylen yleisösuhteen kaupalliseen toimijuuteen ja yleisön käsittämiseen kuluttajina. Mainittu esimerkki näkyy kuitenkin tämän tutkimuksen aineistossa hyvin vähän, sillä asiakkaasta Ylen vastineissa ei puhuta. Sen sijaan Ylen sisällä yleisötutkimus on muuttunut nimellisesti asiakkuuden tutkimukseksi (ks. luku 2). Yle saattaa siis puhua yleisöistään asiakkaina jollekin muulle taholle, muttei puhuttele yleisöä itseään asiakkaina.

⁴⁷ <http://www.digimuutos.fi/gunilla-ohls-kettera-digitaalinen-uudistuja/> (13.11.2017)

Ylen muuttuva yleisökäsitys vaatisi kuitenkin lisää tutkimusta, mihin tämän pro gradu -tutkielman tila ja aika eivät riitä. Esimerkiksi Livingstonen ja muiden (2007) suorittama tutkimus Yleisradion ja lainsäätäjien yleisödiskursseista voisi soveltua hyvin myös Suomeen.

8. Johtopäätökset

Tutkimuksen tavoitteena oli vastata kahteen tutkimuskysymykseen, jotka esiteltiin johdannossa:

1. Millaisia digitaaliseen Yleen liittyviä asioita yleisö nostaa esiin sanomalehtien yleisönosastoilla?
2. Millaisella retoriikalla Yle puhuu Yle vastaa -kirjoituksissa yleisölleen digitaalisista palveluista ja tuotteista?

Vastauksena ensimmäiseen kysymykseen yleisö esitti Ylelle näkemyksiään verkkosivujen kommentointitoiminnoista, sisältöjen siirtymisestä verkkoon ja digitaalisesta (epä)tasa-arvosta sekä kysymyksen siitä, missä määrin Yle häiritsee kaupallisen median digitaalisia markkinoita.

Argumentaatioanalyysin perusteella vastaus toiseen kysymykseen on se, että Ylen edustajat olivat taipuvaisia viittaamaan objektiivisina pidettyihin argumentaation keinoihin. Vastineissa yleisimpiä argumentteja olivat auktoriteetteihin, kuten sopimukseen, lakeihin ja ennalta päätettyihin linjavetoihin vetoaminen, sekä näennäiseen tai varsinaiseen numerofaktaan vetoaminen. Vastineissa käytettiin myös usein asioiden painoarvojen vertailua ja viittausta siihen, että joitakin ratkaisuja voitiin uhrata tärkeämpien asioiden saavuttamiseksi.

Oma kokemukseni sanomalehtien digitalisaatiopuheesta on se, ettei se juurikaan kohtaa vanhempaa ikäluokkaa. Digitaaliset palvelut mielletään hankaliksi ja se, miten uusia palveluita tuodaan esiin, aiheuttaa vanhemmissa ikäluokissa närää. Yle on pyrkinyt myös opettamaan digitaitoja muun muassa Digitreenit-palvelun kautta⁴⁸, mutta monessa kohtaa halu oppia on merkittävin syy digitaitojen puuttumiseen. Kuten digitaalista epätasa-arvoa tutkinut Annika Bergström (2017, 89, suomennettu) toteaa: ”Hyväksyntä ei koskaan ole yksiselitteistä, riippumatta siitä, kuinka välttämättömänä tekniikkaa pidetään.” Yksi tämän tutkimuksen merkittävimmistä kysymyksistä on se, onko yleisönosastokirjoitusten vastauksilla todellisuudessa sellainen vaikutus, että Ylen kannattaa uhrata aikaa samankaltaisten vastausten laatimiseen. Onnistuuko Yle vakuuttamaan vastineilla

⁴⁸ <https://yle.fi/aihe/oppiminen/digitreenit> (27.2.2018)

mielipidetekstin kirjoittajan, ja ulottuuko vakuuttavuus laajemmalle universaaliyleisölle, joka lukee vastineen?

Toinen tutkimuksen herättämä kysymys oli se, onko Ylen rooli vanhemman sukupolven uskollisena palvelijana jarru sen digitalisoitumiselle. Vanhempi sukupolvi toivoi sisältöjä perinteisissä medioissa, kun taas Yle vetosi nuorempiin yleisöihin puolustaessaan sisältöjä verkossa. Nuorten digitaalisten kanavien puolustajien ääni ei kuitenkaan välittynyt sanomalehtien palstoilla käydyistä keskustelusta.

Svenska Ylen sivuilla kommentointi on yhä anonyymiä, suomenkielisestä Ylestä puuttuu edelleen kommentointitoiminto ja sekä Yle Uutisten että Svenska Ylen sisällöt siirtyvät vääjäämättömästi verkkoon. Mediamarkkinakeskustelun seurauksena alueelliset uutiset sivut suljettiin, mutta sen voi nähdä johtuneen ennemminkin taustalla olleista poliittisista aloitteista ja kaupallisten tekijöiden lobbauksesta kuin yleisönosastokirjoituksista. Tutkimuksen aikana on noussut kysymys siitä, onko sanomalehtien mielipidepalstojen vastineilla todellista yhteiskunnallista merkitystä ja ovatko ne

tulevaisuudessa tehokas keino julkisen keskustelun herättämiseen. Monissa tutkimuksissa 'julkinen keskustelu' hahmottuu nimenomaan sanomalehtikirjoitusten ja yleisönosastopalstan kautta (esim. Mäntymäki, 2006; Rahkonen, 2006; Vehkalahti, 2017). Sanomalehti on julkinen kanava, jossa voi saada mielipiteensä kuuluville, mutta ovatko sanomalehtien mielipiteet ja niiden vastineet yhteiskunnallisesti merkittävää keskustelua? Monesti sekä kirjoitus että vastine aloittivat saman aiheen keskustelun aina uudelleen ja samoista aiheista kuin monet edelliset kirjoitukset, eikä keskustelun vaatimaa jatkuvuutta synny. Poikkeus tästä oli Svenska Ylen vastineisiin liitetty kommentointitoiminto, jossa

Ylen ohjelmat ja Yle Areena

Yhä useammissa Ylen televisiölähetyksissä viitataan internetkanavaan Yle Areena. Esimerkiksi jonkin henkilön haastattelu tai jokin ohjelma on kokonaisuudessaan siellä ja varsinaisessa televisiölähetyksessä siitä vain pieni osa.

Jopa tv-uutisetkin syylisyyvät tähän: uutisissa kerrotaan asia vain lyhyesti - usein vain otsikonomaisesti - ja kehoitetaan katsomaan koko asia Yle Areenassa.

Suurimmalla osalla suomalaisista ei ole televisiota, joka tavalla tai toisella on liitetty internetiin.

Jos ohjelmat pitää katsoa pieneltä tietokoneruudulta - saati tablettitietokoneelta tai älypuhelimesta - on se suoranaista kidutusta. Onhan aivan eri asia katsoa ne 40-60 tuuman ruudulta kuin pieneltä yhdeksän- tai jopa vain nelituumaiselta.

Lisäksi usana Yle jopa mainostaa usein, että "koko sarja on ennakkoon nähtävissä Yle Areenassa".

Jokainen suomalainen veronmaksaja maksaa Yleisra-

diomaksun veronsa yhteydessä. Sen vuoksi jokaisella on myös oikeus nähdä kaikki Ylen televisiölähetykset televisiostaan ja kuulla radiolähetykset radiostaan.

Mihin Yle tällä ohjelmien pätkimisellä ja katsojien syrjimisellä ja eriarvoistamisella pyrkii?

Yrittääkö se näin edistää internetin käyttöä ja siihen tarvittavien laitteiden, kuten uusien internettelevioiden hankintaa? Siis myyntiä!

Siltä se vaikuttaa, eikä se sovi ei-kaupalliselle, veronmaksajien rahoittamalle yhtiölle.

Kaikki televisiölähetykset televisioon ja radiolähetykset radioon.

Jos niitä ei ehdi nähdä tai kuulla reaaliaikaisina, voi ne sitten katsoa tai kuunnella Yle Areenasta, jos haluaa ja siihen on mahdollisuus.

Yle Areenan ajatuksena on alunperin oli tuoda lisää arvoa Ylen lähetysille - ei korvata niitä!

SEPPÖ KUUSINEN
Lapväärsti

LYHYESTI

Yle Areena on yksi Ylen julkaisukanavista

Seppo Kuusinen kirjoitti (Ilkka II.3.) Ylen tavasta viitata kokonaisten ohjelmien tai haastattelujen löytävään Yle Areenasta. Kirjoittajan mukaan kaikki Ylen ohjelmat tulisi ensin lähettää televisiossa ja radiossa, jonka jälkeen ne voisi julkaista Areenaan.

Perinteinen radio ja televisio ovat monelle yhä tärkeitä, mutta niin ovat myös palvelut verkossa. Valtaosa Areenan ohjelmista lähetetään myös radiossa tai televisiossa. Moni suomalainen haluaa kuitenkin nykyisin ahmia koko draamasarjan kerralla tai palata katsomaan suosikkiartistinsa konsertin yhä uudelleen. Areena tarjoaa tähän mahdollisuuden.

Yle Areena antaa vapauden katsella ja kuunnella ohjelmia lähes missä ja milloin vain, juuri silloin kun se itselle sopii. Palvelun käyttö kasvaa nopeasti kaikissa ikäryhmissä. Samalla haluamme edelleen palvella suomalaisia mahdollisimman hyvin myös televisiossa ja radiossa.

Yksinomaan tv- ja radiokanavien kautta Yle voisi julkaista vain murto-osan koko siitä tarjonnasta, joka löytyy Areenan karttuvasta palvelusta. Julkisen palvelun sisältöjen ja palveluiden tulee löytyä sieltä, missä ihmiset haluavat niitä käyttäen.

PETRI JUHAINEN
julkaisupäällikkö, TV ja Areena, Yle

Kuva 11. Ilkassa julkaistu yleisönosastokirjoitus (11.3.2018) ja Ylen vastine (15.3.2018).

keskustelua aiheesta jatkettiin verkossa. Argumentaatioanalyysissäni toistuvuus oli kuitenkin erottuva piirre kaikkien kolmen teeman kohdalla. Tutkimuksen jo päätyttyäkin avasin maakuntalehti Ilkan vain löytääkseni saman argumentin verkkosisällöistä ja tutuilla sanankäänteillä laaditun Petri Jauhiaisen vastineen (kuva 11).

Jatkossa tutkimusta saisi laajennettua haastattelututkimuksella, jossa selvitettäisiin, mitä medioita päättäjät seuraavat, vaikuttavatko ne heidän päätöksiinsä ja miten he näkevät yleisönosastojen roolin julkisen keskustelun osana. Ylipäätään sanomalehtien yleisönosastojen merkitys yhteiskunnallisen keskustelun osana on kysymys, joka vaatisi lisää tutkimusta. Yleisönosastoja tutkitaan habermasilaisena julkisen keskustelun paikkana, mutta niiden niin sanottu 'keskustelu' saattaa jäädä näennäisjulkiseksi.

Kaikesta huolimatta Yle vastaa tunnollisesti kaikkiin yleisönosastokirjoituksiin. Tässä tutkimuksessa käsiteltyjen mielipidekirjoitusten lisäksi Yle saa runsaasti palautetta myös muuta kautta. Ylen tilastojen mukaan vuonna 2016 Yle sai 140 000 sähköpostiviestiä, puhelua tai kirjettä. Keskimäärin yhteydenottoja tuli päivässä yli 380. Svenska Ylessä puolestaan tuli reilut 4500 ruotsinkielistä palautetta. Teknistä palautetta, enimmäkseen Yle Arenasta, tuli 8000 kappaleen verran ja Yle Tunnukseen liittyvää teknistä palautetta tuli 7000 yhteydenoton verran. Valtaosa Ylen saamista palautteista koski ohjelmia ja Yle Arenaa. Nämä palautteet menevät kuitenkin Ylelle suoraan, joten ne eivät sinällään toteuta tutkielman kannalta olennaista julkista keskustelua.⁴⁹ Palautteet on kuitenkin syytä huomioida siksi, että Yle on tekemisissä yleisöjensä kanssa muutoinkin kuin julkisen keskustelun kautta, ja Ylelle suoraan osoitetut palautteetkin vaikuttavat yksittäisiin sisältö- ja linjavalintoihin.

Yleisradio on aikojen saatossa tunnustanut yleisönsä merkityksen pitkällä yleisötutkimuksen perinteellä. Yleisötutkimuksen erillinen yksikkö lopetettiin vuonna 2005, ja sen jälkeen yhtiö on etsinyt uusia tapoja kuulla yleisöjään heille merkityksellisissä aiheissa. Tähän tehtävään Yle nimitti vuoden 2017 syksyllä yleisöasiamieheksi Sami Koiviston, jonka tehtävä on ”Ylen toiminnan läpinäkyvyyden lisäämisessä ja yhtiön ja yleisön välisen dialogin vahvistamisessa.”⁵⁰ Sittemmin titteli vaihtui yleisövuorovaikutuksen päälliköksi – yleisön lähettämien ehdotusten perusteella.⁵¹

⁴⁹ <https://yle.fi/aihe/artikkeli/2017/09/27/mielipiteesi-on-tarkea-anna-palautetta-ylelle> (14.1.2018)

⁵⁰ <https://yle.fi/aihe/artikkeli/2017/09/28/yleisoasiamies-vahvistaa-ylen-suhdetta-yleisoon> (14.1.2018)

⁵¹ <https://yle.fi/aihe/artikkeli/2017/11/01/sami-koivisto-mihin-vuorovaikutuspaallikka-tarvitaan> (18.3.2018)

Koiviston mukaan Ylen saama palaute on vuosi vuodelta lisääntynyt uusien palautteenantomahdollisuuksien myötä, mutta siitä huolimatta kaikki palaute luetaan, ja varsinkin usein toistuviin palautteisiin ja kysymyksiin vastataan⁵²:

”Palautteisiin reagoidaan toimituksissa huomattavasti enemmän kuin palautteita koskevasta, yhä suhteellisen vähäisestä julkisesta keskustelusta voisi päätellä. Teidän sanoillanne, hyvät Ylen lukijat, katsojat ja kuuntelijat, on siis enemmän merkitystä kuin ehkä arvaattekään.”

Yhteenvedoksi voitaneenkin siis sanoa, että Ylen ja yleisön suhdetta pidetään yllä, mutta julkinen keskustelu Ylen siirtymisestä digitaaliseen aikaan on vielä vähäistä, eikä paras areena sen toteuttamiseen ei välttämättä ole enää sanomalehtien palstoilla.

⁵² <https://yle.fi/aihe/artikkeli/2018/02/22/sami-koivisto-palautteellasi-voi-olla-enemman-merkitysta-kuin-arvaatkaan> (18.3.2018)

Lähteet

- Alasuutari, Pertti (1996). *Toinen tasavalta: Suomi 1946-1994*. Tampere: Vastapaino.
- Andersson Schwarz, Jonas (2016). Public Service Broadcasting and Data-Driven Personalization. *Television & New Media*, 17(2), 124–141.
- Barwise, Patrick & Picard, Robert (2014). *What If There Were No BBC Television? The Net Impact on UK Viewers*. Oxford: The Reuters Institute for Study of Journalism (RISJ).
- Bergström, Annika (2017). Digital Equality and the Uptake of Digital Applications among Seniors of Different Age. *Nordicom Review* 38(1), 79–91.
- Bohman, James (2010). Expanding Dialogue: The Internet, Public Sphere, and Transnational Democracy. Teoksessa Jostein Gripsrud, Hallvard Moe, Anders Molander & Graham Murdock (toim.) *The Idea of the Public Sphere*. Plymouth: Lexington Books, 259–282. Julkaistu alun perin vuonna 2004.
- Frank, David & Bolduc, Michelle (2010). Lucie Olbrechts-Tyteca's New Rhetoric. *Quarterly Journal of Speech*, 96(2), 141-163.
- Fraser, Nancy (2007). Transnationalizing the Public Sphere: On the Legitimacy and Efficacy of Public Opinion in a Post-Westphalian World. *Theory, Culture & Society*, 24(4), 7–30.
- Fraser, Nancy (2010). Rethinking the Public Sphere: A Contribution to the Critique of Actually Existing Democracy. Teoksessa Jostein Gripsrud, Hallvard Moe, Anders Molander & Graham Murdock (toim.) *The Idea of the Public Sphere*. Plymouth: Lexington Books, 109–143. Julkaistu alun perin vuonna 1990.
- Gripsrud, Jostein; Moe, Hallvard; Molander, Anders & Murdock, Graham (toim.) (2010). *The Idea of the Public Sphere*. Plymouth: Lexington Books, 282–291.
- Habermas, Jürgen (1991). *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*. Cambridge (MA): MIT Press.
- Habermas, Jürgen (2010). The Public Sphere: An Encyclopaedia Article. Teoksessa Jostein Gripsrud, Hallvard Moe, Anders Molander & Graham Murdock (toim.) *The Idea of the Public Sphere*. Plymouth: Lexington Books, 131–137. Julkaistu alun perin vuonna 1964.

- Heikkinen, Kalle (toim.). (1986). *Kymmenen esseetä elämäntavasta*. Helsinki: Yleisradio.
- Hellman, Heikki (2010). Täysi vai täydentävä palvelu? Teoksessa Airi Leppänen, Eeva Mäntymäki ja Timo-Erkki Heino (toim.) *Yleisradio median murroksessa*. Tampere: Vastapaino & Radio- ja Televisiotoimittajien Liitto, 2010, 43–65.
- Iosifidis, Petros (toim.). (2010). *Reinventing public service communication: European broadcasters and beyond*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Jakubowitz, Karol (2010). From PSB to PSM: A New Promise for Public Service Provision in the Information Society. Teoksessa Beata Klimkiewicz (toim.) *Media Freedom and Pluralism: Media Policy Challenges in the Enlarged Europe*. Budapest: Central European University Press, 93–228.
- Keinonen, Heidi & Klein-Shagrir, Oranit (2017). From Public Service Broadcasting to Soci(et)al TV. *Nordicom Review*, 38(1), 65–79.
- Kuusisto, Riikka (1996). Sodan retoriikasta. Persianlahden ja Bosnian konfliktit läntisten suurvaltajohtajien lausunnoissa. Teoksessa Kari Palonen & Hilikka Summa (toim.) *Pelkkää retoriikkaa: Tutkimuksen ja politiikan retoriikat*. Tampere: Vastapaino, 267–291.
- Juha Kytömäki & Erja Ruohomaa (1996). Yle, yleisöt ja yleisötutkimus. Teoksessa Johanna Jääsaari (toim.) *Radio- ja TV-tutkimuksen vuosikirja 1996*. Yleisradio 1996.
- Kytömäki, Juha & Ruohomaa, Erja (1999). *Yle yleisöjen palveluksessa: yhteenveto vuoden 1998 yleisötutkimuksista*. Helsinki: Yleisradio.
- Larsen, Håkon (2010). Legitimation strategies of public service broadcasters: the divergent rhetoric in Norway and Sweden. *Media, Culture & Society*, 32(2), 267-283.
- Larsen, Håkon (2016). *Performing legitimacy: studies in high culture and the public sphere*. Switzerland: Springer International Publishing AG.
- Livingstone, Sonia, Lunt, Peter, & Miller, Laura (2007). Citizens and consumers: discursive debates during and after the Communications Act 2003. *Media, Culture & Society*, 29(4), 613–638.
- Mitchell, Jeremy & Blumler, Jay (1994). *Television and the viewer interest: explorations in the responsiveness of European broadcasters*. London: Libbey.

- Mouffe, Chantal (2010). Deliberative Democracy or Agonistic Pluralism? Teoksessa Jostein Gripsrud, Hallvard Moe, Anders Molander & Graham Murdock (toim.) *The Idea of the Public Sphere*. Plymouth: Lexington Books, 282–291. Julkaistu alun perin vuonna 1999.
- Olbrechts-Tyteca, Lucie & Perelman, Chaïm (2013). *The New Rhetoric: A Treatise on Argumentation*. Kääntäneet John Wilkinson & Purcell Weaver. Notre Dame: University of Notre Dame Press. Ranskankielinen alkuteos 1969.
- Palonen, Kari & Summa, Hilikka (toim.) (1996). Johdanto: Retorinen käänne? Teoksessa *Pelkkää retoriikkaa: tutkimuksen ja politiikan retoriikat*. Tampere: Vastapaino. 7–19.
- Perelman, Chaïm (2007). *Retoriikan valtakunta*. Suomentanut Leevi Lehto. Tampere: Vastapaino. Ranskankielinen alkuteos 1977.
- Phalen, Patricia & Webster, James (1994). Victim, Consumer of Commodity? Audience Models in Public Communication Policy. Teoksessa James Ettema & D. Charles Whitney (toim.) *Audiencemaking: How the Media Create the Audience*, 19–37. Thousand Oaks, California: Sage Publications.
- Ramsey, Phil (2017). Commercial Public Service Broadcasting in the United Kingdom: Public Service Television, Regulation, and the Market. *Television & New Media*, 18(7), 639–654.
- Rawls, John (2010). The Idea of Public Reason Revisited. Teoksessa Jostein Gripsrud, Hallvard Moe, Anders Molander & Graham Murdock (toim.) *The Idea of the Public Sphere*. Plymouth: Lexington Books. Plymouth: Lexington Books, 219–247. Julkaistu alun perin vuonna 1977.
- Ruohomaa, Erja (2011). Yleisradion yleisötutkimuksen vaiheet, sen kontekstit ja käännekohtat. *Media & Viestintä*, 34, 66–83.
<https://journal.fi/mediaviestinta/article/view/62896/24438>. Haettu 23.11.2017.
- Ruohonen, Mikko; Mäkipää, Marko & Ingalsuo, Timo (2017). *Ketterä digitalisaatio: Strateginen ketteruus verkostoissa ja ICT:n älykäs hyväksikäyttö*. Tampere: University of Tampere; Tampereen yliopisto.
- Salokangas, Raimo & Tommila, Päiviö (1996). Yleisradion historia. 2. osa, 1949–1996. Helsinki: YLE.

Summa, Hilikka (1996). Kolme näkökulmaa uuteen retoriikkaan. Burke, Perelman, Toulmin ja retoriikan kunnianpalautus. Teoksessa Kari Palonen & Hilikka Summa (toim.) *Pelkkää retoriikkaa*. Tampere: Vastapaino, 51–83.

Syvertsen, Trine (2004). Citizens, Audiences, Customers and Players: A Conceptual Discussion of the Relationship Between Broadcasters and Their Publics. *European Journal of Cultural Studies*, 7(3), 363–380.

Teinilä-Šmíd, Inari (2001). Digi-tv:n lyhyt oppimäärä. Teoksessa Elina Noppiari, & Katja Valaskivi (toim.) *Journalismikritiikin vuosikirja 1/2001*. Vammala: Vammalan kirjapaino Oy, 69–73.

Väitöskirjat

Mäntymäki, Eeva (2006). *Hyvinvointivaltio eetterissä: Yleisradion rakentuminen populaarien diskurssien kentillä*. Tampere: Tampereen yliopisto. Haettu <http://tampub.uta.fi/handle/10024/67624> (23.3.2018).

Rahkonen, Juho (2006). *Journalismi taistelukenttänä. Suomen Nato-jäsenyydestä käyty julkinen keskustelu 2003–2004*. Tampere: Tampereen yliopisto. Haettu <http://tampub.uta.fi/handle/10024/67631> (23.3.2018).

Vehkalahti, Pertti (2017). *Pohjoisen ydinmylly: Julkinen keskustelu Fennovoiman ydinvoimalasta 2007–2013*. Tampere: Tampereen yliopisto. Haettu <http://tampub.uta.fi/handle/10024/102238> (23.3.2018).

Raportit ja selvitykset

Ala-Fossi, Marko; Venttola, Elina & Reunanen, Esa (2017). *Yleisradion alueellisten verkkouutisten vaikutus sanomalehtien verkkopalveluiden markkinoihin: Raportti Yleisradion hallintoneuvostolle*. Tampere: Tampereen yliopisto.

Andersen, Lotte (2015). *Offentlige allmennkringkasteres påvirkning på kommersielle medieselskaper - hva sier forskningen?* Oslo: Kulturdepartementet. Haettu <https://www.regjeringen.no/contentassets/98dcafb6544e4161b32b5c2e8b978d20/nn-no/sved/offentligeallmennkring.pdf> (23.3.2018).

Heikkinen, Veli-Pekka (2001). *Selvitys julkisen palvelun yleisradiotoiminnan rahoituksesta*. Helsinki: Liikenne- ja viestintäministeriö.

KPMG (2015). *An Economic Review of the Extent to which the BBC Crowds out Private Sector Activity*. BBC Trust. Haettu <https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/uk/pdf/2017/02/bbccrowdingwebaccess.pdf> (23.3.2018).

Ylen vuosikertomukset

Yleisradio (1996). *Yleisradion vuosikirja 1995*. Ekholmin kirjapaino Oy. Haettu <https://drive.google.com/file/d/0B99iwmeg19YFMj15ZlhIYkVUUUE/view> (23.3.2018).

Yleisradio (2017). *Yleisradion hallintoneuvoston kertomus eduskunnalle yhtiön toiminnasta vuonna 2016*. Kopia Niini. Haettu <https://drive.google.com/file/d/0B-v6fV6ewetZU0xsUW1hOWhydzg/view> (23.3.2018).

Pro gradut

Oosi, Riikka (2016). *Suuri ja mahtava Yleisradio? Yleisradion rooli julkisessa keskustelussa sen rahoituksesta ja tehtävistä 2012–2015*. Pro gradu -tutkielma. Journalistiikan ja viestinnän tutkinto-ohjelma. Tampere: Tampereen yliopisto.

Mervaala, Erkki (2017). *New forms of radio in Europe and in Finland*. Pro gradu -tutkielma. Journalistiikan ja viestinnän tutkinto-ohjelma. Tampere: Tampereen yliopisto.

Miikkulainen, Aino (2009). *Kulttuuriuutinen ja kuviteltu katsoja. Sisäisyleisöt ja uutismaistuminen Yleisradion Kulttuuriuutisissa*. Pro gradu -tutkielma. Tiedotusopin tutkinto-ohjelma. Tampere: Tampereen yliopisto.

Julkaisemattomat pro gradut

Kivinen, Stina (2018). *Lurkkaajat keskellämme. Haastattelututkimus julkiseen keskusteluun osallistumattomuudesta*. Julkaisematon pro gradu -tutkielma. Journalistiikan ja viestinnän tutkinto-ohjelma. Tampere: Tampereen yliopisto.

Muut lähteet

Laki Yleisradio Oy:stä. Annettu Helsingissä 22.12.1993/1380. Haettavissa <https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1993/19931380>.

Venttola, Elina (2016). *Vaikene, olet vähemmistössä. Elisabeth Noelle-Neumannin hiljaisuuden spiraali – teoria yleisestä mielipiteestä yhteiskuntaa koossa pitävänä voimana*. Kandidaatintutkielma. Journalistiikan ja viestinnän tutkinto-ohjelma. Tampere: Tampereen yliopisto.

Sähköpostihaastattelut

Ylen mediastrategioiden päällikkö Jari Lahti.

Ylen Älykäs data ja asiakkuus -osaston päällikkö Eija Moisala.

Ylen ajankohtais- ja uutistoiminnan analyytikko Jenni Müller.

Liite 1. Aineisto

1.2.2016	Om kommentarspolicyn på Svenska Yle https://svenska.yle.fi/artikel/2016/02/01/yle-svarar-om-kommentarspolicyn-pa-svenska-yle
16.5.2016	Yle on suomalaisia varten https://yle.fi/aihe/artikkeli/2016/05/16/yle-vastaa-yle-suomalaisia-varten
24.9.2016	Yle teki kuten lupasi https://yle.fi/aihe/artikkeli/2016/09/24/yle-vastaa-yle-teki-kuten-lupasi
2.11.2016	Verkko tavoittaa yhä suuremman osan suomalaisista https://yle.fi/aihe/artikkeli/2016/11/02/yle-vastaa-verkko-tavoittaa-ya-suuremman-osan-suomalaisista
15.11.2016	Arkistojen aarteet mahdollistuvat Yle Areenasta https://yle.fi/aihe/artikkeli/2016/11/15/yle-vastaa-arkistojen-aarteet-mahdollistuvat-yle-areenasta
3.2.2017	Kommentointi tarkoituksella Ylen uutisissa https://yle.fi/aihe/artikkeli/2017/02/03/yle-vastaa-kommentointi-tarkoituksella-ylen-uutisissa
14.3.2017	Bra med pålitliga och kvalitativa medier https://svenska.yle.fi/artikel/2017/03/14/insandare-bra-med-palitliga-och-kvalitativa-medier
24.4.2017	Arkistojen aarteiden julkaisu on mahdollista Yle Areenassa https://yle.fi/aihe/artikkeli/2017/04/24/yle-vastaa-arkistojen-aarteiden-julkaisu-mahdollista-yle-areenassa
4.5.2017	Yle on paljon muutakin kuin tv-ohjelmansa https://yle.fi/aihe/artikkeli/2017/05/04/yle-vastaa-yle-paljon-muutakin-kuin-tv-ohjelmansa
15.5.2017	Yle palvelee vanhempaa ikäpolvea ja hyvin https://yle.fi/aihe/artikkeli/2017/05/15/yle-vastaa-yle-palvelee-vanhempaa-ikapolvea-ja-hyvin
7.7.2017	Ylen heikentäminen ei ole suomalaisten etu https://yle.fi/aihe/artikkeli/2017/07/07/yle-vastaa-ylen-heikentaminen-ei-ole-suomalaisten-etu

23.8.2017	Yle Areenan sisällöt ovat myös seniorien ulottuvilla https://yle.fi/aihe/artikkeli/2017/08/23/yle-vastaa-yle-areenan-sisallot-ovat-myo-seniorien-ulottuvilla
29.9.2017	Anonymet i debatten har ett värde https://svenska.yle.fi/artikel/2017/09/29/yle-svarar-anonymitet-i-debatten-har-ett-varde

Kaikki artikkelit on haettu ja tallennettu 18.10.2017.