

TAMPEREEN YLIOPISTO

Mari Uusivirta

MUOTISANAN ARVOITUS

Läpinäkyvyys journalismissa ja sen tutkimuksessa

Tiedotusopin pro gradu -tutkielma

Joulukuu 2013

TAMPEREEN YLIOPISTO

Viestinnän, median ja teatterin yksikkö

UUSIVIRTA, MARI: Muotisanan arvoitus. Läpinäkyvyys journalismissa ja sen tutkimuksessa.

Pro gradu -tutkielma, 74 s.

Tiedotusoppi

Joulukuu 2013

Tarkastelen tutkimuksessani journalismin ja sen tutkimuksen 2000-luvun ensimmäisellä vuosikymmenellä huumannutta muotisanaa: läpinäkyvyyttä. Läpinäkyvyyttä on kutsuttu niin journalismin pelastajaksi, uudeksi objektiivisuudeksi kuin kansalaisten voimaannuttajaksi. Harva kuitenkaan pysähtyy pohtimaan, mitä termi 'läpinäkyvyys' itse asiassa tarkoittaa, mikä olisi paras tapa paljastaa journalismin teon vaiheet ihmisille, mitä tuosta paljastamisesta seuraa tai kuinka läpinäkyvyydelle asetetut tavoitteet vastaavat seurauksia.

Tutkimusotteeni on teoreettis-käsitteellinen ja etsinnällinen. Käyn aluksi läpi läpinäkyvyyden saamia merkityksiä journalismin tutkimuksessa laajan lähdekirjallisuuden avulla. Käsittelen läpi erilaisia läpinäkyvyyden määritelmiä ja tarkastelen, millaisilla kriteereillä läpinäkyvyyttä aiemmassa tutkimuksessa on arvioitu. Pohdin, millaiseen kehykseen läpinäkyvyys liitetään, millaisia ristiriitoja termin eri käsityksiin liittyy ja millaisia ongelmia läpinäkyvyyden kytkemisessä journalismiin nähdään.

Tavoitteenani on lisäksi valottaa, miksi journalismin koetaan tarvitsevan läpinäkyvyyttä juuri nyt. Tärkeimpänä läpinäkyvyyden tehtävänä nähdään yleensä uudenlaisen, avoimen suhteen rakentaminen yleisön kanssa. Tarkastelen tehtyjen tutkimusten ja teorialähteiden perusteella, mitä merkitystä läpinäkyvyydellä katsotaan olevan journalismin ja ihmisten suhteelle.

Tutkimukseni mukaan läpinäkyvyyden termi on ongelmallinen, eikä ollenkaan niin säihkyvän uusi kuin usein annetaan ymmärtää. Se kuva todellisuudesta, jonka journalistit muodostavat työn tekemisen ja esittämisen rituaalien kautta, on kyseenalaistettu aiemminkin. Objektiivisuuden kritiikki 1970–1990-luvuilla käsitteli samoja teemoja kuin läpinäkyvyyden vaatimus nyt. Tuolloin läpinäkyvyysvaikutelman käsitteellä kritisoitiin sitä, kuinka journalismi tuottaa omaa näkemystään maailmasta, mutta esittää kuvauksen olevan objektiivisen tarkkailun tulos. Aiempaa ja nykyistä läpinäkyvyyskeskustelua yhdistää ajatus siitä, että ainoastaan tekemällä objektiivisuuden keinoista näkyviä voi journalismi tarjota kansalaisille mahdollisuuden suhteuttaa tulkintojaan vaihtoehtoihin näkökulmiin ja edesauttaa heidän aktiivista rooliaan yhteiskunnassa.

Nykytutkimuksessa otetaan vain harvoin huomioon kriittistä merkitystä, jonka läpinäkyvyys saa aiemmassa journalismin tutkimuksessa tai muita vastaavia ajatuksia. Sen lisäksi, että läpinäkyvyyden juuret oman tieteenalan sisällä jäävät selvittämättä, liian vähän huomiota tunnutaan kiinnittävän termin nykyisen merkityksen taustoihin. Myös tässä tutkimuksessa jää epäselväksi, mitä läpinäkyvyys pitää sisällään ja kuinka se on päätynyt journalismin ja sen tutkimuksen termistöön.

Asiasanat: läpinäkyvyys, objektiivisuus, vastuullisuus, avoin journalismi, journalismin murros

Sisällysluettelo

1 Johdanto.....	1
1.1 Journalismin käännekohta.....	4
1.2 Tutkimuksen tyyppi ja aiempi tutkimus.....	6
1.3 Tutkimusongelma ja -kysymykset.....	8
1.4 Tutkimuksen rakenne.....	10
2 Journalismin objektiivisuus ja aiempi läpinäkyvyyskeskustelu.....	12
2.1 Objektiivisuus journalismin strategisena rituaalina.....	13
2.2 Aiempi läpinäkyvyys ja muut kriitikot.....	16
2.3 Kritiikkiä 2000-luvulla.....	18
2.4 Journalismin arvojen täytyy muuttua – taas kerran.....	22
3 Uuden läpinäkyvyyden taustat.....	25
3.1 Muotisana syntyy journalismin ulkopuolella.....	25
3.2 Läpinäkyvyyden tie nykyjournalismiin ja sen tutkimukseen.....	27
3.3 Läpinäkyvyyden eettisistä juurista.....	29
3.4 Läpinäkyvyys avoimen journalismin osana.....	31
4 Läpinäkyvyyden moninaiset määrittelyt.....	33
4.1 Vastakkainasetteluja läpinäkyvyyden sisällä.....	35
4.2 Median vastuullisuus ja läpinäkyvyys.....	37
4.3 Läpinäkyvyyden tekniikat.....	39
4.3.1 Tekniikoiden määrä ei ole vakio	40
4.3.2 Tekniikoiden käytöstä.....	45
5 Läpinäkyvyys journalismin ja yleisön suhteessa.....	47
5.1 Luottamuksen ja arvon lisääjä.....	48
5.2 Apuri erottautumisessa.....	50
5.3 Kunnioituksen ja demokratian lähettiläs.....	54
6 Läpinäkyvyyden ongelmia.....	56
6.1 Läpinäkyvyys rajoittaa vapautta.....	57
6.2 Keskustelua vilpillisyyden ja läpinäkyvyyden suhteesta.....	59
7 Pohdintaa ja päätelmiä.....	61
7.1 Pohjustusta jatkotutkimukseen.....	64
7.2 Kuka voi tehdä läpinäkyvyydestä toimivaa?.....	67
Lähteet.....	69

1 Johdanto

”Lehteen on saatava muutakin kuin kuvia ja tekstejä. Inquirer on tehtävä yhtä tärkeäksi New Yorkille kuin tuon lampun kaasu.”

”Mitä aiot tehdä, Charlie?”

”Periaatejulistuksen. Älä hymyile. Olen jo kirjoittanut sen tähän.”

”Älä tee lupauksia, joita et halua pitää.” (Ote elokuvasta Citizen Kane, 1941)

Charles Foster Kane tiesi, että lehden periaatteilla ei ole merkitystä, jos lukijat eivät tiedä niitä. Elokuvamaailman tunnetuin mediamoguli lupasi Inquirerin lukijoille, että nämä saavat totuuden nopeasti, yksinkertaisesti ja viihdyttävästi, eikä ”minkään erityisintressin anneta vaikuttaa totuuteen”. Lupaus ei ole kaukana nykyistenkään joukkotiedotusvälineiden tavoitteista; siinä yhdistyvät journalismin kulmakivet luotettavuus, objektiivisuus ja paikkansapitävyys (esim. Hayes ym. 2007, 263).

Noihin kulmakiviin nojaa myös suomalainen joukkoviestintäala vuonna 2013, mutta lukijalle asiasta ei hevin kerrota. Helsingin Sanomien internetsivuilla tarjotaan lehden periaatteista tietoa etsivälle linkki jättimäisen Sanoma-konsernin sivuille. Aamulehti kertoo avoimesti vastuistaan ja tavoitteistaan, mutta ei kovin tarkasti siitä, kuinka ne käytännössä saavutetaan. Nämäkin linjaukset on piilotettu monimerkityksisen ”yritystiedot”-linkin taakse¹. Ilta-Sanomat tarjoaa sivuillaan tietoa lähinnä mainostajille, Iltalehti on julkaissut neljän tekstikappaleen ”linjan”². Suomalainen media on kaikesta päätellen tottunut luottamaan tunnettavuuteensa. Journalismi tuhansien järvien maassa nojautuu Journalistin ohjeisiin³, ja ammattietiikka on toimittajien itsensä määrittelemää. Yleinen käsitys näyttää olevan se, että lukijoille pitää riittämän journalistien lupaus noudattaa Journalistin ohjeita.

Kanen julistusta ja Journalistin ohjeita yhdistävät arvot. Objektiivisuus on ollut ammattimaisen journalismin peruspilari ja profession legitimitietin tae jo 1800- ja 1900-lukujen taitteesta (esim. Kunelius 2000; Schudson 2001). Kuten Mark Deuze (2005, 447) tiivistää, objektiivisuus lupaa, että journalistit ovat ”puolueettomia, neutraaleja, objektiivisiä, reiluja ja siksi luotettavia”. Mutta onko lupaus puolueettomuudesta riittänyt lukijoiden luottamuksen voittamiseksi? Jane B. Singer (2007, 68) epäilee vastauksen olevan ei: ”Se on paljon pyydetty – ehkä, kuten vakaasti huonontuva uutismedian maine maailmanlaajuisesti osoittaa, liian paljon”. Lukijoiden keksimät salaliittoteoriat ovat olleet toimittajille tuttuja ikipäivät.

1 <http://www.aamulehti.fi/yritystiedot>

2 <http://www.iltalehti.fi/info/iltalehdesta/>

3 http://www.jsn.fi/journalistin_ohjeet/

Lukijoiden 'omituisiin' käsityksiin journalismista olen törmännyt itsekkin työssäni toimittajana. Kollega saattaa tulla samasta jutusta kutsutuksi kokoomuksen lemmikiksi ja punavihervasemmistolaiseksi. Ihmiset, joista toimituksessa ei ole kuultukaan, soittavat toimitukseen ja syyttävät tarkoitushakuisuudesta juuri heidän yrityksensä tuhoamiseksi. Ensimmäisenä kesätyökesänäni haastattelin traktorinsa entisöinyttä pappaa. Hän soitti toimitukseen ja ehdotti, että tulisin tekemään juttua aiheesta. Haastattelun lopuksi pappi kysyi, paljonko on minulle velkaa jutusta. Hämmästyin. Toimittajana minulle oli itsestäänselvää, että lehdet eivät ota juttujen kohteilta vastaan rahaa. Koin, että esimerkiksi Seiskan vihjepalkkiot ovat eri kastia kuin päivittäinen journalismi, jota itse tein paikallislehdessä.

Kysymys herätti kuitenkin tajuamaan, etteivät lukijat välttämättä näe asiaa samalla tavalla. Kansalaisten luottamus tai epäluottamus journalismiin perustuu pääosin heidän omiin kokemuksiinsa ja viiteryhmän esittämiin mielipiteisiin. Negatiiviset kokemukset määrittävät käsityksiä usein enemmän kuin positiiviset. Jos naapurin pappi luuli, että haastateltavat maksavat paikallislehdelle päästäkseen sen sivuille, millainen käsitys hänellä on esimerkiksi kunnallispolitiikkaa tai paikallisia yrityksiä käsittelevistä uutisista? Ei kummoinenkaan, uskoisin.

2000-luvulla journalistit ovat alkaneet puhua **läpinäkyvyydestä** periaatteena, joka voisi palauttaa kansalaisten ja journalismin välisen luottamuksen. Journalistisella läpinäkyvyydellä ja sen käytännöllä tavataan tarkoittaa sitä, että aiemmin takahuoneissa piilotellut toimintatavat ja toimintaa ohjaavat periaatteet tehdään lukijoille näkyviksi. Näin halutaan osoittaa journalismin olevan luottamuksen ja neljännen valtiomahdon asemansa arvoista. Käytetyt lähteet ja metodit tulee eritellä kyllin tarkasti, jotta katsomossa istuja voi halutessaan itse arvioida jokaisessa jutussa esitetyt tiedot (Kovach & Rosentiel 2001, 82). Tarkoituksena on paljastaa näyttämö jo ennen kuin journalistisen tuotteen kaikki palaset ovat loksahaneet kohdalleen ja näyttää toimittajat asettamassa lavasteita paikoilleen. Läpinäkyvyyden osallistavimpien käsitysten edustajat haluavat ihmiset halutaan mukaan näytöksen valmisteluun ja esittämiseen.

Muotisana läpinäkyvyys on viimeisten parin vuosikymmenen kuluessa läpäissyt koko yhteiskunnan: valtioiden, yritysten ja järjestöjen toiminnan pitää olla läpinäkyvää ja ulkopuolisten tahojen arvioitavissa. Organisaatioiden asiakirjoihin läpinäkyvyys ilmestyi 1990-luvun alussa, ja ensimmäisenä sen nimiin alkoivat vannot kansalaisjärjestöt ja ylikansalliset liitot tai sopijaosapuolet kuten Euroopan Unioni ja GATT-tulli- ja kaupankäyntisopimus (Ball 2009, 295). Pian termistä tulikin yhteiskunnallisessa keskustelussa luottamuksen merkki. 2000-luvun ensimmäisenä vuosikymmenenä termi alkoi pesiä myös journalismin tutkimukseen, mutta

ajatusmalli sinällään ei ollut uusi. Journalismin piilotettuja käytäntöjä on kritisoitu vuosikymmenet, milloin mistäkin syystä (esim. Connell 1982). 1970-luvulla Gaye Tuchman (1972, 661) korosti, että journalismin legitimoinnissa auttavat rutiinit tai käytännöt eivät toimi, elleivät ne ole *näkyviä*. Neljä vuosikymmentä myöhemmin Michael Karlsson (2010, 536) katsoo, että auktoriteettia ylläpitävien käytäntöjen pitää olla standardisoituneita ja ennen kaikkea ihmisten *havaittavissa*.

Alan keskustelussa ja tutkimuksessa läpinäkyvyyttä määritellään mitä moninaisimmin tavoin: yksille se merkitsee toimittajien poliittisten mielipiteiden kertomista, toisille tieteellisen tarkkaa lähteyttä. Usein kuitenkin näyttää siltä, että termi otetaan annettuna, eikä sen rajoja pohdita tarkasti. Kuten Rachel Smolkinin (2006) haastattelu päätoimittaja toteaa, ongelma on se, että läpinäkyvyys on muotisana: ”Mitä läpinäkyvyys oikeastaan tarkoittaa? Jos lukija kirjoittaa minulle kirjeen [...], kirjoitan aina takaisin. Onko se läpinäkyvyyttä? Luulin sen olevan hyvää käytöstä” (ema.).

Läpinäkyvyyden merkityksen ja rajojen pohtiminen on tärkeää juuri nyt, kun periaate tekee tuloaan puheiden lisäksi myös toimitusten arkipäivään. Suomessakin käydään paraikaa keskustelua siitä, kuinka paljon journalismin tekijöiden pitäisi toiminnastaan paljastaa ulkopuolisille. Täkäläiset tiedotusvälineet eivät tosin vielä tunnu täysin tietävän kuinka suhtautuisivat läpinäkyvyyteen. Uusia toimintatapoja kokeillaan ja välillä läpinäkyvyyden vaatimukseen joudutaan reagoimaan täydestä vauhdista. Kehitystä vauhdittaa ympärivuorokautinen uutiskilpailu, joka repäisee ennen takahuoneissa hoidetut jutunteon vaiheet nähtäville. Yhtäkkiä yleisön jäsenet näkevät keskeneräisen tuotoksen editointiprosessin omin silmin. Havainnollinen esimerkki tästä on viimeisyksyinen tapaus, kun tiedotusvälineet uutisoivat isoin otsikoin miehen yrittäneen puukottaa pääministeri Jyrki Kataista. Uutinen paljastui virheelliseksi tunnin kuluessa, ja toimitukset korjasivat juttunsa. Osa läpinäkyvästi, osa ilman selityksiä. Joidenkin lehtien toimittajat avasivat prosessia myös sosiaalisessa mediassa.⁴ (ks. myös Karlsson 2008.)

Tavoitteenani on tässä tutkimuksessa kartoittaa erilaisten näkemysten kautta mitä läpinäkyvydellä tarkoitetaan journalismissa ja sen tutkimuksessa. Pengottavaa riittää myös termin juurissa ja sen suosion taustalla olevissa syissä: ketkä haluavat pudottaa esiripun toimitusten arjen edestä ja miksi? Toinen tavoitteeni onkin pohtia syitä sille, miksi journalismin läpinäkyvyys on pinnalla juuri nyt.

4 Muun muassa Helsingin Sanomat uutisoi 22.10.2013 kello 17:24, että tunnistamaton mies olisi yrittänyt puukottaa pääministeriä. Kun selvisi, että tieto ei pidä paikkaansa, HS muutti juttunsa otsikkoa ja kärkeä uusien tietojen mukaan. Jutun loppuun lisättiin seuraava huomautus: ”22.10.2012 18:29: Otsikkoa muutettu silminnäkijöiden kertomusten perusteella. Ensimmäisten tietojen mukaan mies olisi yrittänyt puukottaa pääministeriä. Myöhemmin täsmentyi, että mies oli ottanut teräaseen esiin ja turvamiehet olivat taltuttaneet hänet.” Juttu on nähtävillä: <http://www.hs.fi/kotimaa/Silminn%C3%A4kij%C3%A4+Kataista+uhannut+toimi+rauhallisesti/a1305609021253>

Tutkimukseni on käsitteellis-teoreettinen, eli pohdin ilmiötä eri suunnilta lukuisiin lähteisiin nojautuen.

1.1 Journalismin käännekohta

Perinteisen journalismin kriisi on levinnyt kaikkialle läntiseen maailmaan: mediatalojen yt-neuvotteluista ilmoitetaan harva se viikko ja iäkkäät lehdet saavat siirtyä historiaan. Robert G. Picardin (2010) mielestä mediarytysten pelastautumisyritykset ovat tuomittuja epäonnistumaan; uusi julkaisualusta ei enää pelasta vanhaa tuotetta. Hänen mukaansa 1900-luvun uutismedioiden bisnesmallia ei ole mahdollista säilyttää 2000-luvulla. Vanha ansaintamalli on tehty massayleisölle, joka on Picardin mukaan ollut aina pelkkä abstraktio. Nykyisin ajatus massayleisöstä ei tavoita edes abstraktiona ihmisten elintapoja tai kulutuskäyttäytymistä. Sen lisäksi, että asiakaskunta on peruuttamattomasti muuttunut, ansaintamallin perustaa jäytävät jatkuvasti nousevat tuotanto-, työvoima-, ja jakelukustannukset. (Emt., 29.)

Myös Suomessa tavoitteena tuntuu olevan vanhan mallin säilyttäminen. Journalismista yritetään tehdä kannattavaa leikkaamalla toimitusten kuluja ja irtisanomalla joukoittain ihmisiä. Kun keskitytään tekemään mahdollisimman paljon mahdollisimman halvalla, ihmisten muuttuvat tarpeet jäävät vähemmälle huomiolle.

Paraikaa Suomessa etsitään kuumeisesti keinoja saada internetjulkaisut kannattamaan. Liki jokaisella suomalaisella tiedotusvälineellä on käytössään internetsivut, ja niiden ääreen hakeutuvat yhä useammat. Syyskuun 2013 lopussa esimerkiksi aikakauslehti Image kertoi alkavansa myydä juttujaan yksittäin Readberry-palvelun kautta⁵. Samoihin aikoihin puolisen vuotta maksumuuria kokeillut Keskisuomalainen-konserni ilmoitti yt-neuvotteluista ensin paikallislehdistään ja sitten maakuntalehdissä⁶.

On yhä yleisempää, että yksittäiset tiedotusvälineet käyttävät useita julkaisukanavia. Esimerkiksi liki kaikilla sanomalehdillä on internetsivut, ja yhä useampien internetsivuilla tehdään videouutisia. Lisäksi yhteistoimitukset hämärtävät sekä julkaisujen että välineiden rajoja. Läpinäkyvyyden keinoja on toki mahdollista hyödyntää perinteisen median puolella, esimerkiksi julkaisemalla

5 <http://www.a-lehdet.fi/ajankohtaista/image-lehti-yhteistyohon-readberryn-kanssa> (Viitattu 28.11.2013).

6 Yle uutiset 18.9.2013: ”Savon Sanomat aloittaa yt-neuvottelut – tähtäimessä miljoonasäästöt”. <http://yle.fi/uutiset/savon_sanomat_aloittaa_yt-neuvottelut_tahtaimessa_miljoonasaastot/6835413> (Viitattu 28.11.2013).

Yle uutiset 6.9.2013: ”Keskisuomalainen-konsernin alue- ja paikallislehdet rankalle säästökuurille – pahimmillaan kymmeniä työpaikkoja häviää”. <http://yle.fi/uutiset/keskisuomalainenkonsernin_alue-ja_paikallislehdet_rankalle_saastokuurille_pahimmillaan_kymmenia_tyopaikkoja_haviala/6817700> (Viitattu 28.11.2013).

toimituksen periaatelinjauksia tai toimituksellista päätöksentekoa avaavia kolumneja, mutta vasta rajaton internet mahdollistaa läpinäkyvyyden keinojen laajemman käytön. Mikään suomalainen tiedotusväline ei havaintojeni saatikka tutkimustulosten (Heikkilä 2011; Wirén 2013) perusteella käytä erityisen monipuolisesti läpinäkyvyyden keinoja.

On huomattava, että vaikka sanomalehtien levikkimäärät ovat olleet Suomessa alamäessä jo pitkään, tutkimusten mukaan ihmisten luottamus mediaan on verrattain hyvä (Heikkilä 2011), ja mediakonsernit tekevät hyvää tulosta. Monet uskovat kuitenkin, että tulevaisuus on yhä mustempi, ja kehitys seuraa angloamerikkalaista polkua (Vehkoo 2011). Kriisin jo pidempään jäytämässä maissa mediateollisuuden pelastajaksi on ehdotettu avoimuutta ja läpinäkyvyyttä. Journalismi on historiallisesti katsoen aiemminkin joutunut määrittelemään itsensä teknologian luomien edellytysten mukaan (Conboy 2010). Sulkeutunut journalismi joutuisi internetissä kamppailemaan jo syntyneen avoimen ja läpinäkyvän toimintakulttuurin kanssa (Singer 2007). Esimerkiksi Melanie Sill (2011) katsoo, että journalismin on pakko muuttua avoimempaan suuntaan sopeutuakseen nykymaailmaan: tämänhetkisessä muodossaan journalismi ei tarjoa sellaista arvoa, jota ihmiset kaipaavat. Sillin (2011,1) mukaan avoin journalismi (open journalism) ja siihen kuuluva läpinäkyvyys syleilevät muutoksia ja nojaavat kaksisuuntaiseen kommunikaatioon.

Jos lähdetään siitä, että ammattimaisen journalismin täytyy muuttua perustavanlaatuisesti, myös sen perinteiset normit ja arvot ovat tulilinjalla. Onkin argumentoitu, että objektiivisuus ei ole enää journalismille sopiva normi. Esimerkiksi Oren Soffer (2009) katsoo, että objektiivisuus tappaa kaiken dialogin, koska objektiivisuus on tarkoitettu yksipuoliseen, liki jumalallisen näkökulman jakamiseen. Tässä asetelmassa paikalle kirmaa läpinäkyvyyden johtama muutoksen kulkue. Johanna Vehkoota lainatakseni (2011, 220) ”lehdistön perinteisiin kuuluu salailu ja juttuaiheiden mustasukkainen varjelu. Uusi journalismi on avointa ja läpinäkyvää”. Internet 2.0:n aikakaudella yleisesti merkittävän informaation jakaminen ei ole enää journalististen uutisten yksinoikeus, vaan siitä kilpailevat muun muassa bloggaajat. Blogeissa esimerkiksi alkuperäislähteiden linkittäminen tai julkaistujen juttujen editoiminen kuuluu toimintatapoihin (Singer 2007, 87). Vehkoo (2011, 75) kysyykin: ”Jos kerran voitte helposti kertoa uutisten alkuperästä, miksi ette tee sitä? Kriittiset kuluttajat painuvat muualle, jos eivät saa luotettavaa uutispalvelua”.

Läpinäkyvyys esittäytyy tärkeäksi myös toisesta syystä, kuten tiedotusopin kandidaatin tutkielmassani totesin (Uusivirta 2012). Toimittajien on tehtävä sellaista journalismia, että läpinäkyvyys lisää sen arvoa ihmisille, ei sellaista journalismia, jonka tekotapoja pitää piilotella. Jos pelätään läpinäkyvyyden paljastavan journalismin huonon tolan, salailun sijaan on muutettava

toimintatapoja (Phillips 2010). Angela Phillips (2010) pitää brittiläisen journalismin tämän hetken suurimpana ongelmana sitä, että sanomalehdet kopioivat suurimman osan sisällöstään muualta, eivätkä mainitse alkuperäistä lähdettä. Läpinäkyvyyden myötä lehdiltä katoaisi mahdollisuus teeskennellä, että muualta varastettu materiaali on heidän itse kirjoittamaansa (ema., 380). Toimittajat voisivat kopioinnin ja liittämisen sijaan keskittyä omiin uutisiin ja syvällisempään tiedonvälitykseen. Näin journalismi voisi tuottaa ainutlaatuista arvoa lukijoilleen.

Läpinäkyvyyttä uhkuville juhlapuheille realistiset raamit asettaa mediatuotannon läpikaupallisuus. Uuden periaatteen käyttöönotto ja toteuttaminen vaatii rahaa ja aikaa, eikä se välttämättä ole suurten mediayritysten prioriteettilistalla ainakaan itseisarvona (Heikkilä 2011). Samalla läpinäkyvyyden retoriikka on tiukasti kytköksissä mediatalouteen. Läpinäkyvyydestä halutaan nimenomaan mediayritysten pelastaja; voitaisiinko sen avulla saada lisää asiakkaita ja sitä kautta tuottoa? Onkin mielenkiintoista pohtia, millaiseen ristiriitaan voittoa tavoitteleva läpinäkyvyyspuhe asettuu vastuullisuutta ja eettisyyttä painottavan – ehkä jopa idealistisen – läpinäkyvyyspuheen kanssa. Voivatko ne toimia sulassa sovussa keskenään?

Kaiken kaikkiaan kaupallisen mediateollisuuden tuottama ammattimainen journalismi on – jälleen kerran – käännekohdassa. On valittava, luodaanko journalismille uusi perusta, joka pitää myös silloin, kun kansalaiset vaativat selitystä. Vai jatketaanko puhetta epämääräisestä objektiivisuudesta, jotta, kuten Kanen ystävä Citizen Kane -elokuvassa kammoksuu, ei jouduta lupaamaan lukijoille mitään, mitä ei haluta pitää.

”Nämä lupaukset pidetään”, Kane vastasi epäilijöille.

1.2 Tutkimuksen tyyppi ja aiempi tutkimus

Pro gradu -tutkimukseni on luonteeltaan käsitteellis-teoreettinen. Tärkeimmässä roolissa työssäni on aiemman tutkimuksen läpikäynti ja siihen perustuva pohdinta. Pyrin kuvailemaan läpinäkyvyyden matkaa journalismin ja sen tutkimuksen sanastoon niiltä osin kuin lähdekirjallisuuteni sen mahdollistaa. Koska läpinäkyvyyteen ja avoimeen journalismiin liittyvä terminologia ei ole vakiintunutta, tutkimusotteeni on vahvasti etsinnällinen ja paikoin jopa esseistinen. Joudun tekemään omia linjanvetoja ja yhdistämään eri käsityksiä ilmiöstä ja sen taustoista. Haluan tarkastella läpinäkyvyyttä mahdollisimman monelta kannalta ja runsaan lähdekirjallisuuden avulla. Tutkin aihetta samanlaisesta näkökulmasta jo kandidaatin tutkielmassani (Uusivirta, 2012). Tässä työssä tarkoitukseni on mennä askel pidemmälle ja kartoittaa läpinäkyvyys-termin määritelmiä, ongelmia ja merkitystä syvällisemmin ja laajemmalla lähdeaineistolla.

Läpinäkyvyys on nykyisessä merkityksessään ollut esillä alan tutkimuksessa ja keskustelussa jo ainakin viimeisen vuosikymmenen ajan. Läpinäkyvyyteen liittyvä keskustelu avoimuuden tarpeesta ja objektiivisuuden riittämättömyydestä puolestaan on puhututtanut jo kymmeniä vuosia. Nykyisellään läpinäkyvyys tuntuukin olevan muotisana, jolla ratkotaan journalismin vanhoja ongelmia. Erityisesti siitä puhutaan tieteellisissä julkaisuissa, jotka käsittelevät journalismin roolien ja arvojen muutosta internetin aikana. Toinen merkittävä ryhmä ovat julkaisut, jotka tarkastelevat journalistien ja yleisön suhteen muutosta. Usein läpinäkyvyyttä käsitellään vain pienenä osana jotain suurempaa kokonaisuutta (esim. Picard, 2010). Monet tutkijat viittaavat läpinäkyvyyteen itsestäänselvytenä, jonakin mitä muutoksessa oletetusti tarvitaan. Nämä teokset tai artikkelit eivät pyri määrittelemään läpinäkyvyyttä tai sen toimintatapoja (esim. Deuze 2005).

Läpinäkyvyyden viimeaikainen tutkimus on pääosin teoreettista ja/tai keskittyy tarkastelemaan läpinäkyvyyden tekniikoita uutissivustojen tasolla (Karlsson 2010, 539). Esimerkiksi Karlsson (2008 ja 2011) käsittelee läpinäkyvyyden ja verkkouutisten suhdetta. Läpinäkyvyyttä on toki jonkin verran tarkasteltu myös käytännön tasolla. Esimerkiksi Media Accountability and Transparency in Europe -projektissa (Heikkilä ym. 2012) tutkittiin median vastuullisuuden käytäntöjä internetissä (media accountability practices on the internet) 13 eri maassa. MediaAcTin vastuullisuuskäytäntöjen keskiössä on nimenomaan läpinäkyvyys. Kansallisella tasolla läpinäkyvyyttä on tutkittu esimerkiksi Uudessa-Seelannissa (Rupar 2006) ja Brasiliassa (Maia 2008). Kansalliset rajat ylittävää tutkimusta on tehnyt muun muassa The International Center for Media and The Public Agenda (Möller ym. 2006), joka tutki Yhdysvaltojen, Ison-Britannian ja Lähi-idän 25 suurimman tiedotusvälineen läpinäkyvyyskäytäntöjä. Karlsson (2010) puolestaan selvitti läpinäkyvyyden käyttöä Ison-Britannian, Yhdysvaltojen ja Ruotsin johtavissa uutisvälineissä.

Suomessa läpinäkyvyyden tutkimus on ollut toistaiseksi verrattain vähäistä. MediaAcT-projektin tiimoilta Heikki Heikkilä (2011) tutki suomalaisviestintän vastuullisuuskäytäntöjä. Heikkilän mukaan läpinäkyvyyttä ja dialogia arvostetaan kotimaisella mediakentällä periaatteessa, mutta niiden toteuttaminen ei kuulu yritysten prioriteetteihin. Sini Wirén selvitti pro gradu -työssään (2013), käyttivätkö kymmenen suurta suomalaista verkkouutissivustoa läpinäkyvyyden tekniikoita ja kuinka paljon. Hän tuli siihen tulokseen, että läpinäkyvyyden taso Suomessa on melko heikko.

Omista lähteistäni suurin osa käsittelee läpinäkyvyyttä teoreettisella tasolla ja mahtuu

tieteellisen artikkelin mittaan. Tutkimuksessani korostuvat nimenomaan tutkijoiden ja journalistien ajatukset läpinäkyvyyden merkityksestä. Esimerkiksi Jon Ziomek (2005) käsittelee artikkelissaan Kanadan ja Yhdysvaltojen uutisvälineiden johtajien Aspen Institute Conferencessa esittämiä ajatuksia läpinäkyvyydestä ja sen tarpeellisuudesta. 'Tavallisten' ihmisten mielipiteitä ja kokemuksia läpinäkyvyydestä on tutkittu hyvin vähän. Tätä työtä on tehnyt Harmen Groenhart (2012), joka tarkasteli Hollannissa eri viestinten vastuullisuuskäytäntöjen merkitystä ja toimivuutta käyttäjien näkökulmasta.

Valtaosa käyttämästäni lähteistä on angloamerikkalaisia, mikä osaltaan rajoittaa tutkimusta⁷. Journalismi, objektiivisuus ja läpinäkyvyys nähdään hyvin eri tavalla Suomessa kuin esimerkiksi kahden puolueen Yhdysvalloissa, jossa kahtiajako heijastuu myös mediakenttään (Heikkilä ym. 2012; Rupar 2006). Lähteiden alkuperäiskieli tuo tutkimukseen myös kielellisiä haasteita: joudun käyttämään omia työkäännöksiäni niin lainauksista kuin käsitteistäkin. Pro gradun laajuus on rajattu, joten tutkimuksen ulkopuolelle jää paljon mahdollisesti aihepiiriä käsitteleviä lähteitä. Olen kuitenkin mahdollisuuksien mukaan pyrkinyt ottamaan mukaan keskeiset ja näkökulman kannalta relevantimmat lähteet.

Lähteisiin kuuluu myös vuorovaikutteisuutta, 'uutta mediaa' ja internetjournalismia käsittelevää tutkimusta. Näiden lähteiden avulla pyrin luomaan kuvaa siitä, millaiseen suurempaan asiayhteyteen läpinäkyvyys asettuu. Lisäksi olen valikoinut mukaan joitakin tutkimuksia, jotka käsittelevät objektiivisuutta sekä sen ongelmia. Näiden aihepiirien osalta olen pyrkinyt rajaamaan lähteistöni tiiviisti, eikä tarjoamani käsitys tavoittele kattamaan aihealueita täysin. Tarkoitukseni on valottaa hiukan sitä, miksi läpinäkyvyys on journalismista puhuttaessa nyt kaikkien huulilla.

1.3 Tutkimusongelma ja -kysymykset

Tutkimusongelmani koskee läpinäkyvyyden puheen samanaikaista yleisyyttä ja epämääräisyyttä sekä läpinäkyvyyttä koskevan problematiikan juuria ja ajankohtaisuutta. Lähden tavoittelemaan otetta läpinäkyvyyden ongelmasta seuraavien kahden tutkimuskysymyksen ja niitä täsmentävien alakysymysten avulla. Niihin vastaamalla pyrin osaltani kirkastamaan sumeaa käsitystä läpinäkyvyydestä.

1) Mitä läpinäkyvyys tarkoittaa journalismin tutkimuksessa?

a) Miten läpinäkyvyys on ymmärretty aiemmassa journalismin tutkimuksessa?

⁷ Englanniksi läpinäkyvyys on transparency. Suomenkielisen termin taustat ja merkitys jäävät tässä tutkimuksessa käsittelemättä.

- b) Miten termi määritellään tämänhetkisessä tutkimuksessa?
- 2) Miksi journalismin koetaan tarvitsevan läpinäkyvyyttä juuri nyt ja miten tarvetta perustellaan?
- a) Mikä merkitys läpinäkyvyydellä on journalismin ja kansalaisten suhteessa?
- b) Millaisia esteitä ja ongelmia läpinäkyvyyden tiellä nähdään?

Ensimmäiseen tutkimuskysymykseen lähdän etsimään vastausta historiasta. Jo 1980- ja 1990-luvuilla tutkijat kritisoivat sitä, että journalismin tuottamat tarinat todellisuudesta esittäytyvät uutisina, läpinäkyvinä 'ikkunoina' maailmaan (esim. Connel 1982; Pietilä 1993; Ridell 1998). Tuolloin kriittinen journalismin tutkimus *syytti* journalisteja läpinäkyvyydestä. Nykyisin läpinäkyvyydellä tarkoitetaan journalismin tutkimuksessa liki päinvastaista asiaa, jonka avulla halutaan korostaa luotettavuutta. Tarkastelen ensin läpinäkyvyyden aiempaa merkitystä ja siihen liittyvää tutkimusta, jonka jälkeen siirryn niin sanotun uuden läpinäkyvyyden kimppuun.

Käyn läpi läpinäkyvyyden moninaisia määritelmiä ja sitä, millaisilla kriteereillä läpinäkyvyyttä on 2000-luvun journalismin tutkimuksessa arvioitu. Tarkastelen, millaisiin kehyksiin läpinäkyvyys liitetään, ja millaisia ristiriitoja termin eri käsityksiin liittyy. Esittelen myös aiemmista tutkimuksista ja niihin perustuvista jatkokehittelyistäni kumpuavia konkreettisia keinoja ja tekniikoita, joiden avulla läpinäkyvyyttä jo toteutetaan tai voitaisiin toteuttaa. Yhtenä tavoitteenani on muodostaa jonkinlainen käsitys siitä, mitä läpinäkyvyydestä vielä pitäisi tietää, jotta voitaisiin arvioida, millaista avoimuutta journalismi kaipaa uudistuakseen ja selviytyäkseen.

Myös toiseen tutkimuskysymykseen otan vauhtia journalismin tutkimuksen historiasta. Ensinnäkin pyrin selvittämään yleiseltä kannalta mistä läpinäkyvyyden vaatimus kumpuaa ja mikä on tehnyt siitä ajankohtaisen juuri nyt, 2000-luvun alkupuolella. Ammattimainen journalismi on vuosisadan ajan perustellut tärkeytensä objektiivisuuden avulla, ja nyt läpinäkyvyydestä povataan, tarkastelijasta riippuen, objektiivisuuden vahvistajaa tai jopa sen korvaajaa.

Näyttäisi siltä, että läpinäkyvyyden nouseminen termin nykyisessä merkityksessä journalismin tutkimuksen puheenaiheeksi johtuu ainakin kolmesta syystä: Ensinnäkin digitalisoitunut teknologia mahdollistaa avoimuuden ja lukijoiden osallistumisen aivan uudella tavalla (esim. Meier 2009, 1). Toiseksi läpinäkyvyyden vaatimus näyttää läpäisseen yhteiskunnan kaikki tasot, mikä on luonut myös journalismin tutkimuksessa aiemmin määritellyn tarpeen vahvistumiselle otollisen ilmapiirin. Kolmanneksi läpinäkyvyys-termin mukanaan tuoma käytännöllisyyden taso on käyttökelpoinen

kaivatulle avoimuudelle, joka aiemmin näyttäytyi vain ideologisena pohdintana tai sen sirpaleina.

Läpinäkyvyyden nähdään olevan pohja uuden yleisösuhteen rakentamiselle, avoimuudelle ja sitä kautta luottamuksen ja tulovirtojen paranemiselle. Esittelen ja pohdin eri näkemyksiä siitä, millainen todella on läpinäkyvyyden merkitys journalismin ja kansalaisten suhteelle. Laajemman kehyksen etsimisessä auttaa pohdinta siitä, kuinka läpinäkyvä journalismi kunnioittaa yleisöään (Kovach & Rosentiel 2001, 80-81) ja yleisemmin ihmisarvoa (Plaisance 2007). Läpinäkyvyyden nähdään myös parhaassa tapauksessa edistävän demokratiaa ja niin sanotusti voimistavan kansalaisia (Kovach & Rosentiel 2001). Läpinäkyvyydestä on tullut lisäksi tärkeä väline journalismin auktoriteetin säilyttämiseen ja toiminnan legitimoimiseen. Sen avulla pyritään erottautumaan ja säilyttämään arvovaltainen asema internetin aikakaudella, kun journalistien asemaa haastavat bloggaajat, kansalaisjournalistit ja jopa tavalliset kansalaiset. Lisäksi pyrin myös käsittelemään muita mahdollisia tavoitteita ja motiiveja, jotka saattavat piillä läpinäkyvyyden vaatimuksen taustalla.

Tarkastelen lisäksi sitä, millaisia ongelmia läpinäkyvyyden kytkemisessä journalismiin nähdään. Verrattuna läpinäkyvyyden määrään on kummallista, kuinka vähälukuisia läpinäkyviksi nimetyt työn ja esittämisen tavat Suomessa ovat. Pyrin kokoamaan yhteen havaintoja siitä, mitä esteitä läpinäkyvyyden tiellä nähdään, ja mitä suoranaisia ongelmia sen pelätään tuovan mukanaan.

1.4 Tutkimuksen rakenne

Lähestyn läpinäkyvyyden problematiikkaa siis historiasta käsin ja yritän hahmottaa millaista pulmaa läpinäkyvyyttä kutsutaan ratkaisemaan. Käsittelem luvussa 2 lyhyesti myös objektiivisuuden historiaa ja sen aiempaa kritiikkiä niiltä osin, kuin siinä on yhtymäkohtia nykyiseen läpinäkyvyyden kontekstiin. Erityisesti kiinnitän huomiota 1980- ja 1990-lukujen kriittiseen näkemykseen läpinäkyvyydestä. Tämä keskustelu tuntuu nykytutkimuksen läpinäkyvyyden puheessa unohtuneen täysin.

Luvussa 3 siirryn tarkastelemaan kuinka ja mistä läpinäkyvyyden termi sen nykyisessä merkityksessä rantautui journalismin tutkimukseen. Käsittelem ensin hieman termin taustaa koko yhteiskunnassa, ja esitän että muotiana on hiipinyt journalismin tutkimuksen sanastoon alan ulkopuolelta. Sen jälkeen käyn lyhyesti läpi, millaisiin eettisiin teorioihin tutkijat ovat läpinäkyvyyden journalismissa kytkeneet ja avaam hieman läpinäkyvyyden laajempaa kehyksenä nähdyn avoimen journalismin periaatteita.

Luvussa 4 pureudun lyhyen taustoituksen jälkeen läpinäkyvyyden termin määrittelyyn

nykykeskustelussa ja arvioin siihen liittyviä käsityksiä. Tutkijat sijoittavat läpinäkyvyyden moniin erilaisiin konteksteihin ja antavat sille erilaisia tehtäviä ja merkityksiä. Lisäksi käsittelen sitä, kuinka läpinäkyvyyttä on tiedotusvälineissä jo toteutettu, ja millaisia keinoja olisi mahdollista käyttää. Luvussa 5 siirryn pohtimaan teoreettiselta kannalta mitä merkitystä läpinäkyvyydellä on kansalaisten ja journalismin suhteessa. Luvussa 6 nostan esiin läpinäkyvyyteen liitettyjä ongelmia ja niiden ympärillä käytyä keskustelua. Päätösluvussa haravoin kokoon edeltävien lukujen pohdinnat ja tarkastelen mitä kaikkea läpinäkyvyyden problematiikka avaa tulevien tutkimusten selvitettäväksi.

2 Journalismin objektiivisuus ja aiempi läpinäkyvyyskeskustelu

Sanomalehtimiehet turvautuvat objektiivisuuteen lähes samalla tavoin kuin Välimeren talonpoika kantaa valkosipulinkynsiä kaulallaan pahoja henkiä torjuakseen. (Tuchman 1972, 660.)

Journalismin nykyisessä kriisissä ei ole kyse vain siitä, että voittoa tuottava kone on mennyt rikki (Conboy 2010, 415). Martin Conboyn (ema.) mukaan tilannetta ymmärtääkseen on katsottava taaksepäin, journalismin historiaan ja aiempiin kriiseihin. Tämän pro gradun puitteissa kovin laaja historiallinen katsaus ei ole mielekäs eikä mahdollinenkaan. Läpinäkyvyyden ja objektiivisuuden tiiviin suhteen ymmärtämiseksi on kuitenkin välttämätöntä suunnata katse hetkeksi objektiivisuuteen ja sen saamaan kritiikkiin. Monet tutkijat yhdistävät journalismin tulevaisuuden nimenomaan muuttuviin perusarvoihin (esim. Singer 2010; Soffer 2009), ja läpinäkyvyyden tarvetta perustellaan usein juuri objektiivisuuden tavoitteen saavuttamattomuudella. Karlssonin (2008, 4) mukaan läpinäkyvyyden on selvittävä paradigmaattisesta yhteentörmäyksestä objektiivisuuden kanssa, ennen kuin se voi millään tavalla vaikuttaa journalismin normeihin. David Weinberger (2009) ehätti kollegoidensa edelle ja julisti ensimmäisenä: ”läpinäkyvyys on uusi objektiivisuus”.

Objektiivisuuden on journalismin professionaalistumisen alkuaajoista asti nähty toimivan ammattikäytännön legitimiteetin turvana. Tuon perusarvon avulla on oikeutettu ammattimainen journalismi ja perusteltu sen tärkeys: ihmiset tarvitsevat puolueetonta tietoa yhteiskunnasta, ja objektiivisuuden nimiin vannova toimittajakunta voi sitä tuottaa. Kun internet ja uudet tiedon hankkimisen sekä käytön muodot ovat muokanneet suhtautumista journalismiin, legitimiteetille on alettu tutkimuksessa ja alan keskustelussa hakea pohjaa läpinäkyvyydestä. Molemmilla periaatteilla on pyritty uudistamaan journalismia uusien olosuhteiden vaatimusten mukaisiksi ja säilyttämään ammatin uskottavuus. Siten myös termien historiassa on yhtäläisyyksiä: teknologian, liiketoimintamallin ja ympäristön muutokset ovat vaatineet tiedonvälitykseltä reagointia. Journalismin professio on vaatinut tuekseen kunakin historian hetkenä nykyaikaiselta tuntuvaan periaattetta. (Schudson 2001; Kunelius 2002.)

Siinä missä objektiivisuus auttoi journalisteja ammattikunnan itsemäärityksessä (Schudson 2001), läpinäkyvyyttä pidetään tulevaisuudessa tärkeimpänä keinona erottautua muista media-alan toimijoista. Näin ollen molempien arvojen yksi avainfunktioista on erottautuminen ja oman ammattikunnan yhtenäisyyden sekä tärkeyden korostus.

Vaikka objektiivisuus tuskin on elinkaarensa päässä, sen syntytarina on jo hahmotettavissa. Tämän

kehityksen kuvaaminen auttaa jäsentämään nyt meneillään olevaa prosessia ja tunnistaa yhtäläisyyksiä aiempaan; läpinäkyvyys halutaan nostaa journalististen ihanteiden joukkoon – tai jopa joukon kärkeen. Tässä luvussa tarkastelen ensin lyhyesti objektiivisuuden journalistista historiaa, ja silmään sitten objektiivisuuden normia kohtaan esitettyä kritiikkiä, minkä jälkeen esittelen pohdintoja siitä, onko objektiivisuudella enää 2010-luvulla elintilaa journalismin peruseriaatteena.

2.1 Objektiivisuus journalismin strategisena rituaalina

Mitä objektiivisuus journalistisena periaatteena on ja mistä se on peräisin? Totuudenmukaisuuden vaatimus on yhä kirjattu yksittäisten sanomalehtien tavoitteisiin ja journalistien valtakunnallisiin ammattieettisiin ohjeisiin. Suomalaisten toimittajien Journalistin ohjeissa lukee seuraavaa: ”Journalistin velvollisuus on pyrkiä totuudenmukaiseen tiedonvälitykseen”. Objektiivisuuden perusajatus onkin tämä: on olemassa totuus (Hall 2001, 47), jonka journalisti voi saavuttaa kunhan hän noudattaa tiettyjä toimintatapoja. Huolimatta omista mielipiteistään tai kokemuksistaan journalisti voi asettua puolueettoman tarkkailijan rooliin ja tällä tavoin välittämään lukijalle kuvan totuudesta.

Tutkimuskentällä se, miten objektiivisuuden luonne ja tehtävä journalismissa ymmäretään, näyttäisi riippuvan määrittelijästä. Esimerkiksi Deuzen (2005, 447) mukaan objektiivisuus on luottamusta edeltävä lupaus niin puolueettomuudesta, neutraaliudesta, objektiivisuudesta kuin reilueestakin. Hän tarjoaa objektiivisuuden rinnalle journalismin arvoiksi esimerkiksi autonomian, eettisyyden ja välittömyyden. Karlssonin (2008, 3) mukaan taas objektiivisuudella on kaksi tarkoitusta: pidätellä kritikoita ja oikeuttaa journalistien auktoriteettiä. Niin kauan kuin journalisti noudattaa sääntöjä, hän ei ole vastuussa virheistä tai ongelmista. Kritisoida voi vasta, jos toimittaja ei noudata sääntöjä (ema.).

Objektiivisuudesta tuli journalistinen normi Yhdysvalloissa 1800- ja 1900-lukujen taitteessa. Joidenkin näkemysten mukaan tämä johtui teknologisista ja taloudellisista syistä. Lennätin alkoi juuri yleistyä, ja sen käytön on oletettu suosineen lyhyttä ja faktapitoista tyyliä journalismissa. Samaan aikaan sähköpalvelut vaativat sanomalehdiltä puolueetonta raportointia pystyäkseen palvelemaan monen eri puoluekannan asiakkaita. Sanomalehdet alkoivat myös itsenäisesti löytää tuottoisat puolueiden ulkopuolella odottavat markkinat. Yleispätevyys ja puolueettomuus sallivat saman tuotteen myymisen laajemmalle ihmisjoukolle. (Schudson 2001, 158-160.)

Michael Schudsonin (2001, 158-161) mielestä kuvattu kehitys ei kuitenkaan ole objektiivisuuden

synnyn koko tarina. Hän korostaa, että kaikkien normien, myös objektiivisuuden, artikulointi edellyttää jotakin syytä tai sosiaalista tarvetta (ema., 150-152). Jos teknologian tai markkinoiden kehitys olisi tehnyt objektiivisuudesta välttämättömän käytännön, ei sitä olisi tarvinnut perustella tai sen kummemmin määritellä. Schudsonin mukaan ympäröivän yhteiskunnan muutokset ja journalistisen profession kehitys loivat objektiivisuuden tarkalle määritelmälle edellytykset vasta 1920-luvulla, minkä jälkeen journalistit ottivat normin omakseen. Olennaista Schudsonin mielestä oli kasvava kaupallisuus, sen tuoma vaatimus lojaalisuudesta kansalaisille ja journalistien tarve erottautua omana ammattikuntanaan. Objektiivisuus oli tuohon aikaan ylimalkaan muodikasta ja edistyksellistä; elettiin luonnontieteen kulta-aikaa. Schudsonin mukaan objektiivisuuden normi rantautui Eurooppaan myöhemmin, mutta vanhalla mantereella se ei koskaan synnyttänyt samanlaista kiihkoa kuin syntymaassaan. (Schudson 2001, 150-161.)

Gaye Tuchman (1972, 661) kuvailee objektiivisuuden olevan journalisteille **strateginen rituaali**⁸. Hän tuli tähän tulokseen seurattuaan metropolialueella ilmestyvän päivälehdän toimintaa osallistuvana tarkkailijana 1970-luvulla.⁹ Strategisella rituaalilla Tuchman (1972, 675) tarkoittaa tiettyjä ulkopuolisille näkyviä toimittajien käytäntöjä, joiden avulla he tekevät päivittäisiä päätöksiä, ja joihin he vetoavat. Näitä käytäntöjä noudattamalla he voivat suojautua ammattinsa riskeiltä. Tuchman (1972, 675) kuvaa toimittajien arkea seuraavalla tavalla:

Toimittajaan kohdistuu erilaisia paineita, ja niiden takia hänestä tuntuu, että hänen täytyy kyetä puolustamaan itseään, julistamaan ”Olen objektiivinen ammattilainen”. Hänen täytyy pystyä kehittämään strategioita, jotka sallivat hänen todeta: ”Tämä juttu on objektiivinen, persoonaton, etäinen (detached)”.

Tuchmanin tarkoittamia riskejä ovat esimerkiksi kritiikki ja deadlineen ylittymisen aiheuttamat taloudelliset tappiot, ja tällaisilta riskeiltä suojelevat käytännöt ovat *rituaaleja*. Niissä on itse asiassa kyse rutiineista; rituaalisten menettelytapojen noudattaminen toistuvaa ja pakonomaista. Tuchmanin mukaan objektiivisuuden ritualistiset käytännöt ovat yhtä paljon myös *strategioita*. Terminä strategia viittaa tässä yhteydessä aggressiivisiin puolustautumistaktiikoihin, joilla varaudutaan ennakoituihin hyökkäyksiin tai puolustustaudutaan kritiikiltä. Tuchman esittääkin, että uutisissa virallisina ominaisuuksina esiintyvät asiat, kuten vaikkapa sitaattimerkit, ovat itse asiassa journalistien puolustautumisstrategioita. (Ema., 661, 676.)

Toimittajat eivät voi objektiivisuuden nimissä uppoutua samanlaiseen perustavanlaatuisen itsereflektioon kuin esimerkiksi sosiologit. Siksi heillä täytyy olla käytössään toimiva,

8 Paljon pohditun rituaalin käsitteen syvällisempi käsittely ei kuulu tämän tutkimuksen näkökulmaan. Median rituaaleista ks. esim. Sumiala, Johanna (2010) ja Couldry, Nick (2003).

9 Tuchman (1978).

rutiininomainen sovellutus objektiivisuudesta. Nopeatahtisessa työssä nojataan sovellutuksen käytännöllisiin periaatteisiin tai strategioihin. Tuchmanin määrittelemät objektiivisuuden strategiat ovat helposti tunnistettavissa myös tämän päivän journalismista; ne läpäisevät koko ammattikunnan käytännön työn. (Tuchman 1972, 662.)

Journalistien auktoriteetti perustuu yhä suurelta osin jonkinlaiseen oletettuun ammatilliseen tietoon, salattuun viisauteen. Tuchmanin (1972, 676) mukaan tämä ei riitä uutisten kuluttajille; he eivät kunnioita tätä mystistä ammattitaitoa, ja usein jopa perustavat sille kriittiset hyökkäyksensä. Tällaisissa tapauksissa journalisti voi osoittaa toimineensa puolueettomana tarkkailijana vetoamalla viiteen puolustautumistapaan tai objektiivisuuden rituaalin toteuttamisstrategiaan: siihen, että hän on ensinnäkin tarkistanut esitetyt faktat ja lisäksi 1) esittänyt totuusväitteeseen mahdollisesti liittyvät ristiriidat, 2) esittänyt lisätodisteita ”faktan” tueksi, 3) käyttänyt sitaattimerkkejä osoittaakseen, että toimittaja ei itse ole esittänyt väitettä totuudeksi, 4) esittänyt ”olennaisimmat” (material) faktat ensimmäisinä ja 5) huolellisesti erottanut ”faktat” mielipiteistä käyttämällä tekstistä uutisanalyysin nimikettä. (Tuchman 1972, 676.)

Lisäksi kolme tekijää vaikuttaa toimittajan käsitykseen objektiivisuudesta: muoto, sisältö ja organisaatioiden väliset suhteet. Muodolla Tuchman (1972, 661) viittaa uutismenetelmiä edustaviin määäreisiin, sisällöllä niihin sosiaalisen todellisuuden seikkoihin, jotka toimittaja ottaa annettuina ja organisaatioiden välisillä suhteilla niihin kokemuksiin, joiden nojalla toimittaja voi pitää itsestäänselvinä joitain asioita jonkin organisaation suhteen: esimerkiksi luottaa siihen, että ministeriöstä kerrotaan totuudenmukaista tietoa. Toimittajat pystyvät tekemään työtään tehokkaasti osittain siksi, että joitakin asioita pidetään itsestäänselvinä ja joissakin vedotaan arkijärkeen. Arkijärjellä toimittajat viittaavat useimpien toimittajien totena tai selviöinä pitämiin asioihin. Toimittaja joutuu tekemään myös monenlaisia yleistyksiä, ja oletamaan esimerkiksi, että lähes kaikilla uutislähteillä on oma lehmä ojassa. (Tuchman 1972, 661, 672, 674.)

Tämänhetkisistä läpinäkyvyytutkijoista Karlsson (2010, 536) käyttää samantyyppistä termiä **auktoritatiivinen rituaali**. Hänestä objektiivisuus on jo vuosisadan ajan sekä suojellut journalismia kritiikiltä että rakentanut sen oikeutusta. Journalismin legitimitteetti on perustunut siihen, että se on ainoa totuuteen sitoutunut media-alan toimija. Viittaamalla auktoritatiivisiin rituaaleihin journalismi voi Karlssonin mukaan korostaa legitimitteettiään ja kumota mahdollisen kritiikin. Tällaisten rituaalien muita funktioita ovat epävarmuuden vähentäminen ja yksinkertaisesti työn suorittaminen. Karlsson katsoo, että läpinäkyvyydestä on tulossa yksi journalismin auktoritatiivista rituaaleista. Niiden pitää toimiakseen olla vakiintuneita ja ennen kaikkea ulkopuolisen maailman *havaittavissa*.

Tavallaan läpinäkyvyys vahvistaa myös objektiivisuutta tekemällä objektiivisuuden rituaalit näkyviksi. (Karlsson 2010, 536.) Palaan läpinäkyvyyden rituaalimaisuuteen tai sen puutteeseen tarkemmin alaluvussa 4.3.

2.2 Aiempi läpinäkyvyys ja muut kriitikot

”Samalla hetkellä kun journalistit julistivat objektiivisuuden ihanteekseen, he myös tunnistivat sen rajoitukset”, Schudson (2001, 164) toteaa. Risto Kunelius (2000) määrittelee journalismin ”nelijalkaiseksi olennoksi”. Sille on alan tutkimuksessa hänen mukaansa annettu neljä tehtävää: tiedonvälitys, tarinoiden kertominen, julkisen keskustelun ylläpitäminen ja julkisen toiminnan resurssina toimiminen (ema.). Kuneliuksen (ema.) mukaan kaikki nämä tehtävät käyvät journalismissa jatkuvaa kamppailua elintilastaan. Samalla neljän näkökulman toisistaan erottaminen on kuitenkin ennen muuta analyttinen työkalu, sillä käytännössä tehtävät lomittuvat toisiinsa (ema., 22). Tämä on hyvä pitää mielessä pohdittaessa journalismin erilaisten tehtävien suhteita.

Kuneliuksen (2000) mukaan eri ulottuvuudet ovat syntyneet tarpeesta uudistaa journalismia tai jollain tavalla kritisoida vallitsevien käsitysten yksisilmäisyyttä tai puutteellisuutta. Kunelius (ema.) syventyy aiheeseen yksityiskohtaisesti. Tässä tutkimuksessa viitataan vain muutamiin tämän tutkimuksen näkökulmaan sopiviin kritiikin muotoihin. Objektiivisuuskeskustelussa hän näkee kolme ongelmaa: 1) journalismilla on tapana vältellä keskustelua itsestään ja objektiivisuuden ongelmista, 2) journalismilla on taipumus tulkita objektiivisuuden vaatimukset oman toimintansa legitimaatioksi ja 3) tiedonvälittämisen näkökulma rajoittaa journalismin kritiikkiä (ema., 7-8). Keskustelua ja kehittymistä rajaa aina kulloinkin ”vallitsevana totuunena” pidetty paradigma (ema., 8). Kunelius (ema.) kysyykin, vaikeuttaako ajatus objektiiviseksi oletetusta tiedonvälityksestä journalismin muiden velvollisuuksien toteuttamista?

Tuchman (1972) huomasi aiemmin mainitulla tarkkailujaksollaan useita ongelmia siinä, kuinka objektiivisuuden idea toteutui käytännössä. Vaikka journalisti saisi kerättyä faktat noudattaen objektiivisuuden rituaaleja, viimeistään juttua rakentaessaan hänen oli pakko tehdä subjektiivisia valintoja. Päättyessään mikä fakta nostetaan jutun kärkeen, toimittaja tekee valinnan siitä, mikä jutussa on tärkeää ja kiinnostavaa. Toimittaja voi myös välttää vastuun paikkaansapitämättömän tiedon levittämisestä, jos se jutussa on asetettu haastateltavan suuhun. (Ema 668-670.)

Nykyisessä merkityksessään läpinäkyvyys näyttää ilmestyneen journalismin tutkimukseen 2000-luvun alkuvuosina. Nykyisen termin alle sopivia pohdintoja on kuitenkin esitetty jo aiemmin. Uskon, että lisää vastaavia esimerkkejä olisi löydettävissä järjestelmällisellä etsimisellä.

Esimerkiksi 1980-luvulla Mark R. Levy puhui ”ylenkatsovista uutisista” (disdained news), jotka etäännyttivät toimittajan objektiivisuuden tarjoamasta suojasta (ks. Allen 2008, 327).

Denis McQuail puolestaan määritteli 1990-luvulla ”tarkistettavuuden” (checkability), joka on yksi niin sanotun faktuaalisuuden (factualness) puolista yhdessä informaatioarvon ja luettavuuden kanssa. Faktuaalisuudella McQuail tarkoittaa päätöksiä siitä, mitkä osat jutusta käsitellään faktoina. Tarkistettavuuden avulla mitataan, mitkä jutun faktoista voidaan tarkistaa, mitä tukee nimetty lähde ja mitä todisteet. Mitä enemmän tällä tavalla todistettavia faktoja tekstissä on, sitä faktuaalisempi se on. (McQuail 1992, 205-206.)

Kunelius (2000) katsoo, että journalismin tarinankerrontatehtävä on ennen kaikkea esitystavallisen muodon kritiikkiä (ema., 9). ”Journalismin muuttuminen 'objektiivisemmaksi' ja siihen liittyvä tendenssi vaimentaa journalismin 'tarinoivaa' puolta on aika ajoin johtanut myös vastareaktioihin”, Kunelius (ema.) kuvaa. Yksi tällaisista vastareaktioista oli Yhdysvalloissa viime vuosisadalla virinnyt *new journalism*. Tutkimuksen esittämä kritiikki kohdistuu tällöin siihen, että journalismi kertoo aina tarinoita jostain näkökulmasta, vaikka se yrittäisikin teeskennellä pystyvänsä välittämään kuvaa todellisuudesta ikään kuin sellaisenaan (ema.). Tällainen tutkimus osoittaa Kuneliuksen mielestä, että ”tiedonvälitystematiikan ulkopuolelta käsin syntyy puhuttelevaa ja tärkeää kritiikkiä” (ema., 10).

Yksi merkittävä tarinan kerronnan tekniikoihin keskittynyt kritiikin muoto koskee **todellisuus-** tai **läpinäkyvyysvaikutelman** (reality/transparency effect) tuottamista. Tässä kriittisen journalismin tutkimuksen kaavassa kritisoitiin 1980- ja 1990-luvuilla sitä, että uutiset esittäytyvät läpinäkyvinä 'ikkunoina', jotka avaavat objektiivisen näkymän maailmaan, vaikka tosiasiasa ikkunoista näkyy journalismin tuottama tarina todellisuudesta (esim. Pietilä 1993; Ridell 1998). Ian Connell (1982) kritisoi journalismia nimenomaan tällaisen ikkunamaisen todellisuusvaikutelman luomisesta. Hänen (ema. 45, 50) mukaansa ongelmaksi muodustuu, että toimitukselliset imperatiivit, joiden kautta vaikutelmaa luodaan, niin sanotusti edellyttävät valta-asetelmien toistamista ja sitä kautta tekevät niistä normaaleja.

Läpinäkyvyysvaikutelman luomista on tarkasteltu erityisesti televisiouutisjournalismissa (Pietilä 1993, 97). Tv-uutiset ovat myös Connellin (1982) kohteena tutkimuksessa, jossa hän erottelee visuaalisia ja verbaalisia operaatioita, joiden avulla kerronta näennäisesti saadaan vaikuttamaan neutraalilta ja yhteiskuntasopimuksesta riippumattomilta. Näitä keinoja on esimerkiksi vaikutelma 'paikan päällä' olemisesta (ema.). Tai Seija Ridellin (1998, 86) sanoin kyseessä ovat:

ne diskursiiviset strategiat, joiden avulla journalismin oma osuus maailman esittämisessä tietynlaisena pyritään samaan aikaan kiistämään ja synnyttämään vaikutelma, että uutisjuttujen läpi voi katsoa todellisuuteen.

Veikko Pietilä (1993) puolestaan osoittaa, että samankaltainen dynamiikka toimii myös sanomalehden uutisessa. Aamulehden uutisessa valokuva näyttää niin realistiselta, että lukija tulkitsee sen automaattisesti tiedostamatta käytettyjä merkityksellistämisen keinoja (ema., 99).

Suureksi ongelmaksi nähdään se, millaiseen asemaan läpinäkyvyysvaikutelma asemoi ihmiset. Kuten Kunelius (2000, 10) toteaa, havainnon kriittinen ”potku on ennen kaikkea siinä, että journalismin nähdään konventiollaan kouluttavan ihmisiä tiettyyn rooliin”. Connellin (1982, 36) mukaan journalismin rituaalit kutsuvat kansalaisia aina vain tarkkailijoiksi, ei koskaan osanottajiksi. Tällaisessa uutistodellisuudessa ainoastaan uutisissa näkyvät ”eliittitoimijat” pystyvät vaikuttamaan yhteiskunnallisiin asioihin, ja muiden osaksi jää kokea vaikutukset (Ridell 1998, 89). Kun journalismi pakenee objektiivisuuden taakse ja kiistää oman osuutensa maailman esittämisessä, se pystyttää ylipääsemättömän aidan ihmisten ja itsensä välille; ihmisillä ei ole mitään mahdollisuutta arvioida uutisten tuottamisen perusteita tai esitystapoja (emt.). Samaan aikaan heillä ei myöskään ole mahdollisuutta suhteuttaa journalismin tarjoamia näkökulmia muihin vaihtoehtoihin tulkintoihin todellisuudesta (emt.).

Erityisen mielenkiintoista oman tutkimukseni kannalta on, että kuvatussa 1980- ja 1990-lukujen kritiikissä läpinäkyvyysvaikutelmalla tarkoitettiin juuri niitä näennäisen objektiivisuuden rituaaleja, joita nykypäivänä läpinäkyvyyden termi vaatii näkyväksi (Pietilä, 1993). Vaikka termin merkitysisältö tuntuu kääntyneen kahdessa vuosikymmenessä pääläelleen, läpinäkyvyysvaikutelmasta kirjoittaneet tutkijat ja nykyläpinäkyvyyden hehkuttajat pyörittelevät mielestäni täysin samoja asioita. Esimerkiksi Pietilä pohti vuonna 1993:

onko uutisen välttämättä esittäydyttävä nykyisen tapaan 'ikkunaksi maailmaan' ja siten onko alussa mainitsemani ristiriita objektiivisuusvaatimuksen ja sen käytännön tyydyttämismahdollisuuksien välillä jotain, joka uutisgenressä on valittava jatkuvasti aina uudestaan (ema., 107).

2.3 Kritiikkiä 2000-luvulla

Tämän tutkimuksen rajoissa on vaikeaa sanoa kovinkaan täsmällisesti, milloin läpinäkyvyys termin nykymerkityksessä ilmestyi journalismin tutkimukseen. Jotain voi kuitenkin päätellä tutkimuslähteiden suhtautumisesta termiin. Viimeistään vuonna 2005 muotisana oli jo pesiytynyt alan keskusteluun. Tuolloin julkaistuissa artikkeleissa termi oli jo yleinen, ja sitä käytettiin nykymerkityksessään ilman tarkempaa selitystä. Samana vuonna yhdysvaltalaisen viestinten

merkkihenkilöt keskustelivat Aspen Instituutin konferenssissa aiheesta ”Journalismi, läpinäkyvyys ja yleisön luottamus” (Ziomek 2005).¹⁰

Aikaisin löytämäni määrittely niin sanotusta nykyläpinäkyvyydestä uudemmassa journalismin tutkimuksessa on paljon siteerattu Bill Kovachin ja Tim Rosentielin (2001, 70-83) ajatus läpinäkyvyyden säännöstä (the rule of transparency). Samoihin aikoihin julkaisseet John Pavlik (2001), Jim Hall (2001) ja Thomas E. Ruggiero (2004) eivät vielä teoksissaan käyttäneet termiä läpinäkyvyys kuin muutamissa sivumaininnoissa tai ylimalkaisissa viittauksissa. Kuitenkin he panivat merkille internetaikakauden journalismin vaativan monia uusia toimintatapoja ja piirteitä, jotka edistäisivät avoimuutta. Väitän, että nyt, kymmenisen vuotta myöhemmin, niiden teemojen yhteydessä mainittaisiin poikkeuksetta termi läpinäkyvyys. Esimerkiksi Ruggiero (ema., 97-98) esittää journalistien nimeävän internetin ongelmiksi muun muassa sen, että valtavasta tietomassasta on vaikeaa erottaa luotettavat lähteet, ja että kukaan ei kysy perusteiden perään.

Pavlik (2001) puolestaan korostaa teoksessaan vuorovaikutteisuutta ja lukijoiden roolia journalistisen totuuden löytämiseksi. Hänen mukaansa on mahdotonta, että joku voisi asettaa sivuun omat uskomuksensa ja esittää täysin puolueettoman näkemyksen jostain tapauksesta. Tästä syystä hänen (emt., 25) mielestään parasta mitä voi tehdä, on:

paljastaa lukijoille omat puolueellisuutensa ja tarjota tasapainoinen kuvaus faktoista, olosuhteista ja kontekstista jutun ympäriltä. Älykäs lukija voi sitten tehdä omat johtopäätöksensä todellisuudesta.

Yhä useammat tutkijat ovat Pavlikin (2001, 93) mukaan sitä mieltä, että journalismin peruseriaatteet objektiivisuus, reiluus ja paikkansapitävyys ovat paitsi ongelmallisia myös edistävätkin vastuuttomuutta. Hän (emt.) näkee syyt samoiksi kuin Tuchman 1970-luvulla: toimittaja voi perustella jutun olevan puolueeton, mutta hän ei ole vastuussa siitä, onko juttu totta. Internetjournalismi ja lähteiden paljous ovat muuttaneet tilanteen. ”Ehkä”, Pavlik kirjoittaa, ”yhteisö voi kollektiivisesti kolmiomitata totuuden tavalla, jolla perinteinen journalismi ei voi, koska se nojautuu objektiiviseen ideologiaansa” (emt., 93).

Hallin (2001, 55-56) mukaan ”uuteen mediaan” on sisäänkirjoitettu se, että uutisten yhteydessä linkitetään oman tiedotusvälineen ulkopuolelle, ja jutut lähteitetään tarkasti. Hän (emt.) kirjoittaa, että sekä toimittajien että kansalaisten täytyy tottua ajatukseen ensimmäisestä luonnoksesta, jota muokataan kun tilanne kehittyy. Toimittajien täytyy oppia uusia tapoja kertoa asioita: ”tiedon useat

¹⁰ Vuosittain järjestettävän konferenssin nimi oli tuona vuonna englanniksi Journalism, transparency and public trust. Konferenssissa pohdittiin kuinka ja millaista läpinäkyvyyttä toimitusten pitäisi ryhtyä toteuttamaan.

näkökulmat ja kerrokset asetetaan toisiaan vastaan, jotta voidaan saavuttaa ymmärrys asioista ja niiden konteksteista” (emt., 89).

Objektiivisuuden ongelma alkoi siis 2000-luvulla nousta pinnalle uudesta näkökulmasta, teknologian digitalisoitumisen muokkaaman toimintaympäristön edellytysten herättämänä. Muun muassa Kovach ja Rosentiel (2001, 73-75) olivat äänekkäästi toteamassa, että journalisti – tai kukaan ihminen – ei voi olla objektiivinen. Heidän (emt.) mukaansa täytyy hyväksyä se, että journalisti kertoo aina asiat omasta näkökulmastaan.

Objektiivisuuden nähdään myös vääristävän journalismia. Esimerkiksi Veronica Rugar (2006, 134) näkee ongelmana sen, että journalistit eivät tuo uutisissa näkyville kontekstia. Objektiivisuuden vaatimus on hänen (ema.) mukaansa pelkistänyt journalistista totuutta. Nyt on hyväksyttävää verrata kahta eri näkemystä toisiinsa, kun oikeastaan molempia käsityksiä pitäisi verrata faktoihin (ema.). Tämä vastaa hieman Tuchmanin aiempaa kritiikkiä siitä, että journalistien on objektiivisuuden rituaalien nimissä sallittua luottaa joidenkin lähteiden lausumiin faktoina. ”Uutisten todenmukaisuus sisältää kuitenkin sekä tekstin että kontekstin”, Rugar (2006, 134) toteaa. Jos lukija ei saa selvää muistutusta siitä, mikä erottaa faktat ja mielipiteet, tiedon selvyys on hänen mukaansa menetetty – samoin kuin läpinäkyvyys, joka paljastaa julkisen keskustelun osallistujien panokset (ema.). Varhaiset objektiivisuuden vaatimukset edellyttivät faktapohjaisen tiedon esittämistä ja siksi niitä noudattavan journalistin pitäisi välttää sekoittamasta tunteitaan tietoon (ema., 139-140). Modernin journalismin pitäisi Rugarin (ema.) mukaan tuoda järki takaisin, ja opetella jälleen vastaamaan kysymyksiin missä, miten ja miksi.

Kuten aiemmin jo mainitsin, objektiivisuutta on kritisoitu myös siksi, että joidenkin näkemysten mukaan se edellyttää yksisuuntaista kommunikaatiota. Objektiivisen journalismin ideaaliin kuuluu ulkopuolelle asettuminen, joissakin näkemyksissä myös journalismin asettaminen kansalaisten yläpuolelle (Soffer 2009). Soffer (ema.) edustaa tällaisen katsannon ääriä: hänen mukaansa journalisti ei voi tehdä yhtä aikaa dialogista ja objektiivista journalismia. Hänestä (ema., 474) ”objektiiviset raportit vaativat etäistä, monologista ääntä, koska mikä tahansa dialoginen suhde vahingoittaa journalismin ulkopuolista ja puolueetonta asemaa” (ks. myös Hall 2001, 151). Samaan viittaa edellä kuvattu läpinäkyvyysvaikutelman kritiikki: objektiivisuuden rituaaleja pyörittävä journalismi ei anna kansalaisille mahdollisuutta osallistua keskusteluun journalismista tai vaikuttaa ympäröivään yhteiskuntaan. Objektiivisen journalismin tehtävä on tarkkailla, kerätä tietoa, kartoittaa ja kategorisoida. Objektiivinen journalismi uskoo, että journalistien asiantuntemus oikeuttaa monologisen tietäjän äänen, koska journalisti vain avaa ikkunamaisen näkymän

todellisuuteen.

Sofferin (2009, 474, 480) mukaan objektiivisen journalismin monologisuutta vahvistaa se, että uutismediat kannustavat toimittajiaan luottamaan virallisiin lähteisiin ja rajoittavat uutisissa esiintyvien mielipiteiden kirjoa. Dialoginen journalismi sitä vastoin kehottaa journalismia punnitsemaan erilaisia ääniä ja välttelee monologia, joka lopulta ”heijastaa kirjoittajan omia arvoja ja tarkoituksia” (ema., 485). Dialogiin keskittyvä journalismi pyrkii aitoon vuorovaikutukseen ihmisten kanssa, ja se haluaa myös ottaa aktiivisen roolin yhteiskunnassa (ema.). Kunelius (2000, 14) kuvaa objektiivisuuden ja dialogisuuden vastakkainasettelua seuraavasti: kun objektiivista totuutta yhteiskunnasta ei saatu uskottavaan muotoon, alettiin korostaa keskustelun merkitystä. Kuneliuksen mukaan julkisen keskustelun käsite on käyttökelpoinen ainakin siksi, että sen avulla kriittisillä puheenvuoroilla säilyy julkisuudessa edes oikeutus ”vaihtoehtoisena näkemyksenä”. (Kunelius 2000, 14.)

Soffer (2009) ymmärtää dialogisuuden juuret samantyyppisesti. Hänen mukaansa objektiivisuuteen pitkään nojanneesta journalismista siirrettiin katseet eteenpäin postmodernilla aikakaudella, kun viestinnän siirtomallin kritisointi alkoi. Tällöin arvoon nousivat journalismin sosiaaliset tehtävät. 1960- ja 1970-luvulla teknologiset muutokset ja innovatiiviset kirjoitustrendit, kuten edellä mainittu uusi journalismi kiihdyttivät muutosta. Viime vuosina perinteisen ansaintamallin kriisi on Sofferin mukaan jälleen kannustanut toimittajia miettimään vaihtoehtoisia tapoja tehdä journalismia, esimerkkinä kansalaisjournalismi. Soffer kuitenkin katsoo, että vasta internetin aikakausi on antanut dialogisuudelle journalismissakin mahdollisuudet täyteen kukoistukseen. (Ema., 488.)

Sofferin (2009) mielestä journalismi ei siis kykene noudattamaan sekä dialogisuutta että objektiivisuutta, koska näiden kahden luonne ja alkuperä ovat jyrkästi erilaiset. Journalismin on valittava jompikumpi, eikä se voi vaihtaa periaatetta kuin paitaa. (Emt.)

Jeff Jarvis (2010) on puolestaan julistanut objektiivisuuden olevan vale. Hänestä (2013) journalismi ei ole journalismia, jos se ei kannata jotain asiaa. Jarvisin (ema.) mielestä journalismin tärkein tehtävä, demokratian ja kansalaisten palvelu, ei mahdollista objektiivisuutta sellaisena kuin se yleensä esitetään. Muun muassa Pavlik (2001) on samaa mieltä. Hän (emt., 136) kirjoittaa, että jos journalistiset organisaatiot aikovat säilyä merkityksellisinä uudessa, interaktiivisessa ympäristössä, niiden täytyy hyväksyä ulkopuolisten osallistuminen journalismin tekoon. Pavlik (emt.) jatkaa: ”journalismin täytyy muuttua [...] kaksisuuntaiseksi dialogiksi, vastaanottavaiseksi yleisön

näkulmalle ja visiolle”. Näin journalismi ei pelkästään selviydy vaan myös palvelee paremmin demokratiaa (emt.).

2.4 Journalismin arvojen täytyy muuttua – taas kerran

Rajanvetoa journalismin eri tehtävien välillä on siis käyty iät ja ajat (Kunelius 2000). Vastaavasti objektiivisuuden lupausta on kritisoitu jo ennen internetiä, ja vaihtoehtoisia näkemyksiä journalismin tehtävistä on esitetty. Connell (1982, 35) kuvasi 1980-luvulla television katsojien ja tutkijoiden salaliittoteorioita seuraavasti:

televisiojournalismi on saatu näyttämään eräänlaiselta megafonilta, jolla hallitsevat aatteet vahvistetaan ja yleistetään läpi yhteiskunnan kaikkien sektoreiden.

Jos televisiouutisten luomalla todellisuuskuvalla olikin aikoinaan lamaannuttava vaikutus katsojiinsa jo vaihtoehtottomuutensa vuoksi, nykyään journalismi ei enää voi hallita saatavilla olevaa tietoa. Yhden televisiokanavan sijaan näkyvissä on kymmenen kotimaista kanavaa, radiokanavia on moninkertainen määrä ja valtamedia hallitsee vain pientä osaa internetin tiedonvälityksestä.

Pietilä (1993, 107) kysyi, miten ihmiset reagoisivat, jos journalistit rikkoisivat niin kutsutun geneerisen sopimuksen uutisten tehtävän todellisuuden heijastajana. Kysymys on ajankohtainen lähes 20 vuotta myöhemminkin. Jos ihmisille ei oletetusti edelleenkään kelpaa objektiivisena esitetty todellisuuden kuva, mitä he sitten haluavat?

Joidenkin näkemysten mukaan muutos on jo tapahtunut. Jonathan Stray (2013) kirjoittaa, että journalismin ydintehtäviin on tullut mukaan tulkinta, mutta tämä siirtymä jätetään huomiotta. Strayn mielestä journalistit sanovat yhä toimivansa pelkkiä faktoja korostavalla periaatteella. Tuo periaate ei kuitenkaan enää kuvaa mitä journalistit itse asiassa tekevät. Hänestä tämä voi olla osasy s siihen, että median uskottavuus on vähentynyt vuosikymmenien ajan. (Ema.)

Kaikki eivät kuitenkaan ole sitä mieltä, että objektiivisuus pitäisi hylätä ja toimittajien tehdä puolueellista journalismia. Objektiivisuuden puolustajien mukaan objektiivisuus on ymmärretty perustavanlaatuisesti väärin; heidän mukaansa sen ideana ei olisikaan toimittajan henkilökohtainen kyky objektiiviseen tiedonvälitykseen (esim. Jones 2009). Sitä vastoin, kuten Kovach ja Rosentiel (2001, 73-75) huomauttavat, ideana on se, että ihminen voi tiettyjen toimintatapojen avulla tavoitella objektiivista lopputulosta; journalismissa samoin kuin tieteessä on saavutettavissa totuus, jonka joku muu voi löytä seuraamalla samoja askelia kuin alkuperäinen tekijä (emt). He (emt.) toteavat, että: ”avainasia on ammatin järjestys, ei päämäärän”.

Toisaalta esimerkiksi Alex S. Jones (2009, 81-100) uskoo, että myös epätäydellisemmälle objektiivisuudelle on käyttöä. ”Toimittajat, jotka etsivät vilpittöntyä objektiivisuutta, etsivät parhaan mahdollisen totuuden siitä todistusaineistosta, jonka toimittaja, hyvässä tarkoituksessa, voi löytää”, Jones (emt., 88) kirjoittaa. Objektiivisuuden tyrmäminen siksi, että täydellistä totuutta on mahdotonta löytää, on sama kuin tyrmäisi valamiehistö siksi, että se ei toimi täydellisesti (emt.). Deuze (2005, 448) puolestaan korostaa tavoittelemisen tärkeyttä: objektiivisuus ei ehkä ole mahdollista, mutta tämä ei tarkoita, etteikö siihen kannattaisi pyrkiä tai määritellä sitä uudelleen niin, että siitä tulee mahdollista. Myös Hall (2001, 90) on samoilla linjoilla todetessaan, että:

perinteisen journalismin sääntöjen kyseenalaistaminen ei tarkoita, että ne pitäisi hylätä. Päinvastoin, kun lukijat tulevat tietoisemmiksi internetin tietojen tarkistamisen tärkeydestä, journalistien täytyy korostaa toimituksellista täsmällisyyttä, jos he haluavat suojella ammattinsa tinkimättömyyttä ja mainetta.

Singerin (2008, 62) mukaan olemme siirtymässä pois journalistisesta kehiksestä, joka perustuu perinteiseen informaation välitykseen. Uusi kehys pohjautuu suhteisiin verkossa tai verkostoissa (network). Siirtymä ei edellytä vanhojen normien, kuten totuuden ja reilouden, hylkäämistä, vaan niiden käsittämistä uudella tavalla. Journalismin entinen tehtävä oli toimia portinvartijana ja valita, mikä tieto välitetään kansalaisille. Tuolloin eettisiä normeja tarvittiin muun muassa suojelemaan tiedon laatua, journalistien roolin artikuloimiseen ja suojelemiseen sekä luottamussuhteiden rakentamiseen ja ylläpitämiseen. Verkostossa, internetissä, tällaista roolia ei enää ole, koska tieto kulkee koko ajan portinvartijoista huolimatta ja heidän ympärillään. Tällaisessa ympäristössä vanhoista periaatteista tulee tärkeitä uudella tavalla. Esimerkiksi totuuden kertominen on ratkaisevan tärkeää, mutta siksi, että se on minkä tahansa vuorovaikutussuhteen perusta. Ei siis siksi, että kansalaiset eivät saa kuulla totuutta ilman journalismia. (Singer 2008, 62-63; ks. myös Hall 2001.)

Singerin (2008) mielestä journalistit ovat yleisesti tavanneet käsittää objektiivisuuden etäisyytenä; journalisti ikään kuin pysyttelee erillään maailmasta, josta hän raportoi. Digitaalisessa mediaympäristössä välimatkat kuitenkin katoavat, koska kaikki tieto on tavalla tai toisella kytköksissä. Journalisteista itsestään onkin tullut yhtäkkiä tarkkailun kohteita. Muut verkostossa toimijat näkevät heidät vain aktiivisina osallistujina uutisten tekoon, eivät pyyteettöminä ja objektiivisina tekijöinä. Muutoksista huolimatta Singer on sitä mieltä, että maailma tarvitsee jatkossakin – jopa enemmän kuin aiemmin – raportoijia, joilla on pääsy paikkoihin, joihin suurin osa ihmisistä ei pääse. Samalla tavalla tulee aina olemaan tarvetta kirjoittajille, jotka haluavat käsitellä asioita laajaa ihmisjoukkoa koskevasta näkökulmasta. (Ema., 73-75.)

Sekä Singer (2008) että Kovach ja Rosentiel (2001) ovat samaa mieltä kuin objektiivisuuden ihannetta vastustava Jarviskin (2013): journalismin on ensisijassa palveltava yleisöään ja otettava sosiaalista vastuuta, jota myös Soffer journalismilta perää. Joskus pelottavaltakin näyttävässä uudessa ympäristössä on mahdollisuuksia, joita ei kannata jättää käyttämättä. Muutos antaa journalismille mahdollisuuden vahvistaa normejaan ja määritellä ne julkisesti. Tällä hetkellä journalismi on ammattina ja käytäntönä sikäli uudenlaisessa tilanteessa, että sen täytyy paradoksaalisesti puolustaa autonomiaansa nimenomaan kansalaisten suuntaan (Singer 2008). He ovat internetissä tottuneet vaatimaan enemmän kuin journalistit ehkä ovat vaatineet itseltään. Enää ei kelpaa journalistien tuottama objektiivinen totuus, vaan journalisteja suoranaisesti vaaditaan löysäämään otettaan tiedosta, jotta tuloksena olisi täydempi ja reilumpi versio totuudesta (Singer 2010, 96).

Internetin myötä journalistinen tekemisen tapa on kaikkien ulottuvilla. Kuten Singer (2007, 90) toteaa, jatkossa journalistit eivät voi noin vainerottua tuotteillaan tai tekoprosesseillaan. Tulevaisuudessa auttavat ainoastaan yhä tarkemmin määritellyt normit. Singerin mukaan täytyy myöntää, että journalisteilla on edelleen sosiaalista vastuuta ja siksi alan on noudatettava tiettyjä normeja (ema., 90). Singerin Britanniassa tekemät tutkimukset tukevat hänen mukaansa näitä vaatimuksia: ”eettiset standardit ovat tärkeämpi ase erottautumiseen ja arvokkaampi taito kuin kyky kirjoittaa tai löytää hyviä lähteitä” (Singer 2010, 96).

3 Uuden läpinäkyvyyden taustat

Journalismi on perinteisesti ollut yksi läpinäkymättömimmistä (opaque) teollisuudenaloista. (Singer 2005, 179.)

Journalismilta on perätty avoimuutta jo ennen kuin läpinäkyvyys sanana viittasi toimintatapojen näkyväksi tekemiseen. Nuo vaatimukset eivät kuitenkaan jostain syystä lyöneet läpi, vaikka tutkijat niistä 1980–1990-luvuilla keskustelivatkin (esim. Connell 1982; Pietilä 1993; Ridell 1998). 2000-luvun ensimmäisenä vuosikymmenenä alkoi journalismissa ja sen tutkimuksessa kuhista. Nyt journalismia vaadittiin muuttumaan läpinäkyväksi aivan uudella tarmolla, mutta nähdäkseni aiempaan avoimuuskeskusteluun ei viitattu tai käsitteistön ristiriitaa pohdittu. Näyttäisi siltä, että journalismin tutkimuksessa on jonkinlainen katkos aiemman kriittisen läpinäkyvyyskeskustelun ja nykyisen juhlihan läpinäkyvyyskeskustelun välillä. Läpinäkyvyys vaikuttaa kulkeutuneen sekä journalismin että sen uudemman tutkimuksen sanastoon jostain muualta. Tässä luvussa pyrin hahmottelemaan näitä reittejä sekä erilaisia yhteyksiä, joihin niin sanottu uusi läpinäkyvyyden merkitys kytkeytyy.

Käsittelen ensin (alaluku 3.1) lyhyesti läpinäkyvyyden nykystoriaa yleisellä tasolla, jotta termi asettuu siihen viitekehykseen, johon se tänä päivänä sijoittuu. Sen jälkeen (alaluku 3.2) tarkastelen, millainen käsitys lähdekirjallisuuteni perusteella muodostuu niistä syistä ja tavoista, joilla läpinäkyvyydestä tuli muotisana myös journalismissa ja journalismin tutkimuksessa. Lyhyen historiakatsauksen jälkeen tarkastelen näkemyksiä läpinäkyvyyden eettisestä perustasta erityisesti journalismin näkökulmasta (alaluku 3.3). Luvun lopuksi käyn lyhyesti läpi avoimen journalismin määritelmää (alaluku 3.4), jonka piiriin monet tutkijat kytkevät journalistisen läpinäkyvyyden.

3.1 Muotisana syntyy journalismin ulkopuolella

Viime vuosikymmenen viimeisellä ja tämän vuosikymmenen ensimmäisellä vuosikymmenellä läpinäkyvyyden vaatimus hallinnon avoimuudesta alkoi vallata tilaa yhteiskunnassa. Sittemmin siitä on tullut globaali trendi, jonka nimissä on perustettu kansalaisjärjestöjä, muutettu lakeja ja istuttu konferensseissa. Suomessa esimerkiksi hallitus toteuttaa sekä Avoin hallinto että Avoin tiedon -ohjelmia ja pyrkii siten tekemään päätöksentekoaan näkyväksi sekä lisäämään julkisen hallinnon tiedon julkisuutta ja käyttöä. Kansalaisjärjestö Transparency international tarkkailee korruptiota globaalilla tasolla ja julkaisee vuosittain arvostetun korruptioindeksinsä. Esimerkkejä on loputtomasti, mutta periaate on selvä: nyky maailmassa sulkeutuneisuus lasketaan merkiksi siitä, että jotain yritetään piilottaa.

Läpinäkyvyys (englanniksi transparency) ilmestyi siis ensi kertaa organisaatioiden asiakirjoihin 1990-luvulla, ja vuosikymmenen kuluessa se alkoi pesiä myös journalismin sanastoon. Englanninkielisellä sanalla on pidempi historia aivan toisissa merkityksissä: alunperin 'transparency' tarkoittaa jotain, minkä valo voi läpäistä (Ball 2009).¹¹ Jo 1970-luvulla Yhdysvalloissa on kuitenkin tehty lakeja, joita nykyään saatettaisiin kutsua läpinäkyvyydeksi sanan avoimuuteen viittaavassa merkityksessä, mutta vielä tuolloin lakien yhteydessä ei käytetty termiä (ema., 294). Nykyisessä merkityksessään sanan käyttö juontuu kansalaisjärjestöjen ja ylikansallisten liittojen toimintaan hallinnon ja talouden suuremman avoimuuden aikaansaamiseksi (ema., 295).

Läpinäkyvyyden merkityksestä luottamuksellisen ja rehellisen suhteen rakentamisessa instituutioiden ja ihmisten välille kertoo se, että korruptiota vastustava Transparency International harkitsi alun perin nimekseen Honesty Internationalia (Ball 2009, 195). Carolyn Ball (ema., 295) pitääkin Transparency Internationalin nimeämistä yhtenä merkittävänä tekijänä, joka teki läpinäkyvyyden termistä tutun niin laajalle yleisölle kuin akateemiselle maailmalle. Ballin (ema., 295) mukaan läpinäkyvyyden käytön taustat ovat luultavasti kansainväliset, eivät amerikkalaiset, sillä ”eurooppalaiset ja muut ympäri maailman ymmärsivät sanan tarkoituksen välittävän avoimuuden ideaa”, kun taas Yhdysvalloissa 'transparency' tunnettiin filminä tai kondomina.

Ball (2009) tunnistaa läpinäkyvyydelle 2000-luvulla kolme eri kielikuvaa. Näiden kielikuvien kautta on helppoa hahmottaa termin moninaisuus ja se, millaisia asioita sanalla tarkoitetaan. Ensinnäkin läpinäkyvyys on julkinen arvo tai normi, jonka avulla pyritään vastustamaan korruptiota. Tässä kielikuvassa läpinäkyvyys kietoutuu vastuullisuuteen ja toimii epäsuorasti: kun kansalaiset saavat tietoa, hallinto kehittyy reilummaksi. Toisaalta läpinäkyvyys viittaa hallitusten ja organisaatioiden avoimuuteen. Tällöin läpinäkyvyys on avoimen päätöksenteon synonyymi, kun ensimmäisessä kielikuvassa se oli vain osa sitä. Kolmannen kielikuvan mukaan läpinäkyvyys on monimutkainen kokonaisuus. Siihen kuuluu se, kuka päättää, mitä päätöksiä tehdään ja kuinka tietoa käytetään. Läpinäkyvyydestä tulee hyvän menettelytavan osatekijä. Kolmanteen kielikuvaan liittyy myös käsitys siitä, että läpinäkyvyys ei koskaan ole joko/tai -tilanne. Ennemmin se pitäisi nähdä jatkumona, jonka toisessa päässä on läpinäkymättömyys ja toisessa läpinäkyvyys. Ball (ema. 302-303) toteaa, että ”akateemikot ovat luoneet ominaisuuden (attribute), joka on yhtä monimutkaisesti mitattavissa kuin vaikuttavuus (effectiveness) ja tehokkuus (efficiency), ja joka on yhtä tärkeä kuin vastuullisuus (accountability)”. (Ema., 302-303.)

11 Samantapainen historia voidaan olettaa olevan myös suomalaisella sanalla 'läpinäkyvyys'. Kielitoimiston sähköinen sanakirja määrittää sanan 'läpinäkyvä' merkitykseksi ”jonka läpi voi nähdä”, ja kuvaannolliseksi merkitykseksi sekä ”valheelliseksi, harhauttavaksi havaittava” että ”avoin, vapaasti tarkkailtavissa oleva toimintatapa”. Kotimaisten kielten keskus ja Kielikone Oy: Kielitoimiston sanakirja (2012).

3.2 Läpinäkyvyyden tie nykyjournalismiin ja sen tutkimukseen

Kaikki kolme Ballin (2009) erottamaa yleistä läpinäkyvyyden kielikuvaa voidaan havaita myös, kun läpinäkyvyydestä puhutaan journalismin yhteydessä. Tästä eteenpäin viitataan läpinäkyvyydellä nimenomaan termin käyttöön journalismissa. Kun muualla yhteiskunnassa läpinäkyvyyden periaate muodostui tärkeäksi korruption vastaisena toimintana, journalismissa sitä on vaadittu puolueellisuuden, ”ideologisen saasteen”, vastustamiseksi (Wasserman 2006). Samaan aikaan korruption liittyy journalistisen läpinäkyvyyden ilmiselvin puoli, jota noudatettiin jossain määrin jo ennen kuin läpinäkyvyyden vaatimus läpäisi yhteiskunnan. Esimerkiksi sijoittajalaki vaatii avoimuutta omistussuhteista, ja piilomainonta on laissa kiellettyä. Journalistin ohjeissa (2011) tämä määritellään kohdissa 6 ja 16 seuraavasti:

6. Käsitellessään omalle tiedotusvälineelle, konsernille tai sen omistajille merkittäviä asioita journalistin on hyvä tehdä asiayhteys lukijalle, kuulijalle ja katsojalle selväksi.

16. Ilmoitusten ja toimituksellisen aineiston raja on pidettävä selvänä. Piilomainonta on torjuttava.

Jos läpinäkyvyyden taustat yhteiskunnallisena arvona ovat kansainväliset, journalistisena arvona läpinäkyvyyden tyssija on Yhdysvallat; esimerkiksi Keski-Euroopassa ja erityisesti Saksassa tämä periaate on jätetty täysin huomiotta (Meier 2009, 4). Läpinäkyvyyden taustojen pohtiminen näyttää journalismin tutkimuksessa toistaiseksi jääneen pimentoon: läpinäkyvyys otetaan annettuna, ja harvoin kyseenalaistetaan sitä, kuinka se on päätynyt alan sanastoon niin keskeiselle paikalle.

Edward Wasserman (2006) kyseenalaistaa läpinäkyvyyden periaatteen myönteiset merkitykset. Wassermanin mukaan tilanne seitsemän vuotta sitten oli se, että läpinäkyvyys oli tehnyt lähinnä hallaa. Hän (ema.) ehdottaa, että läpinäkyvyyden taustalla voidaan nähdä ensinnäkin halu ristiinnaulita (tietty) media viallisena ja toisekseen mediajohtajien tarve pelastaa tuottava bisnes.

Toin edellä (alaluku 2.3) esiin, että tämän tutkimuksen aineistojen valossa näyttävän siltä, että läpinäkyvyys oli jo vuoteen 2005 mennessä ottanut tukevan jalansijan journalistisessa keskustelussa. Stephanie Craftin ja Kyle Heimien (2009, 218) mukaan ratkaiseva hetki läpinäkyvyyden ja journalismin suhteessa oli 26.9.2000. Tuona päivänä The New York Times julkaisi harvinaislaatuisen päätoimittajiansa kommentin. Siinä päätoimittajat selittivät lehden tekemiä valintoja kiistanalaisessa jutussa, joka käsitteli Yhdysvaltojen ydinaseita koskevaa tietovuotoa. Vuonna 2000 The New York Times selitti vielä antavansa tavallisesti toimitustyön puhua puolestaan, mutta lisäsi tämän ”poikkeuksellisen” tapauksen suorastaan vaativan lehteä vastaamaan yleisön kysymyksiin (Craft & Heim 2009, 218). Vastaamatta jää kysymys siitä, milloin

ja miten läpinäkyvyys tarkalleen ottaen päätyi journalismin ja sen tutkimuksen puheenaiheeksi. Vielä tuolloin läpinäkyvyys ei ollut kovin laajasti käytössä alan keskustelussa.

2000-luvun alkupuolella läpinäkyvyys oli muodikasta – ja on yhä. Jos journalismin tutkimus ei olisi reagoinut uuteen avoimuuden vaatimukseen mitenkään, tämä olisi ollut kerrassaan yllättävää. Yhteiskunnallinen ilmapiiri näet lähestulkoon painostaa jokaisen teollisuuden alan miettimään läpinäkyvyyttä. Voi toki myös olettaa, että läpinäkyvyyden vaatimus itse asiassa sopi journalismille. Vanha tuttu tarve journalistisen totuusvaikutelman murtamiseksi löysi uuden kaikupohjan läpinäkyvyydestä (ks. Allen 2008, 327). Lisäksi läpinäkyvyydestä oli jo tullut arvolatautunut sana ja hyväksytty käyttäytymisnormi, johon liittyi tiettyjä käyttäytymis- ja toimintatapoja (Ball 2009, 294). Samalla sana oli myös luonut käsityksen ongelmasta – salailusta ja korruptiosta – johon tarvittiin nopeasti ratkaisua: läpinäkyvyyttä (ema.). Tällaista käytännöllisyyden tasoa aiempi läpinäkyvyys ei koskaan ehtinyt tavoittaa. Internet toi myös tullessaan haastajia journalismin tiedonvälitysmonopolille, ja vanha strateginen rituaali objektiivisuus oli jo alkanut tuntua riittämättömältä. Kuten luvussa 2 esitän, läpinäkyvyydestä on kaavailtu journalismin uutta legitimaatiokeinoa.

Uusi teknologia ja internet olivat jo alkaneet muokata journalistista perustyötä. Internetissä portinvartijoiden entiset objektiivisuutta korostavat pelisäännöt eivät enää toimineet. Uusi toimintaympäristö edellytti (ja edellyttää yhä enenevässä määrin) keskustelua ja erilaista läsnäoloa kuin päivittäin ilmestyvä lehti tai tasatunnein toimitettavat radiouutiset. Hieman jälkijunassa internetiä valloittamaan lähtenyt journalismi joutuikin kohtaamaan jo syntyneen avoimen ja läpinäkyvän kulttuurin (Singer 2007).

Karlsson (2011) esittää, että aiemmin journalismin auktoriteetti syntyi osin nimenomaan (läpi)näkymättömyydestä. Journalististen tuotteiden tuotantovaiheet, tietojen keräys ja käsittely, hoidettiin perinteisesti kansalaisilta piilossa ”takahuoneissa”. Ainoastaan jakeluvaihe oli julkinen ja ulkopuolisten nähtävillä. Kansalaisten luottamus uutisiin ja journalismin totuudenmukaisuuteen lepäsi sen varassa, että heidän käsiinsä päätyivät vain viimeistellyt ja monta vaihetta läpikäyneet uutistuotteet. Nopea ja reaaliaikainen uutisointi kuitenkin pakottaa uutisvälineet julkaisemaan luonnoksia. Ne taas saattavat sisältää väärää tietoa, ja usein niitä korjataan ja täydennetään myöhemmin – jopa useita kertoja. Aiemmin takahuoneissa valmistellut vaiheet, tiedonkeräys ja muokkaus, paljastuvat nyt katsomossa istujille ennen aikojaan. Tämä näkyy erityisesti kiireisissä uutistilanteissa, jolloin uutista päivitetään sitä mukaa, kun tapahtumasta saadaan lisätietoa. Yleisö pääsee näkemään, kuinka journalismi erehtyy. (Ema., 289.)

3.3 Läpinäkyvyyden eettisistä juurista

Tärkeää ei ole pelkästään mitä sanotaan, vaan myös se, miksi ja miten sanotaan. Patrick Lee Plaisancen (2007) mielestä tämä filosofinen lähtökohta on läpinäkyvyydestä puhuttaessa oleellista muistaa: läpinäkyvässä vuorovaikutuksessa kaikki ihmisten motivaatiot, halut ja tarkoitukset ovat toisten tarkkailtavina ja arvioitavina. Plaisance vie nykyläpinäkyvyyden juuret aina Kantin filosofiaan, 1700- ja 1800-luvuille asti. Kantilaisesta näkökulmasta läpinäkyvyys ei ole keino oikeuttaa omia päätöksiä. Ei, totuus on tärkeää siksi, että sitä kunnioittamalla täytämme velvollisuutemme kunnioittaa kaikkien niiden, joiden kanssa kommunikoimme, vapaata tahtoa ja rationaalista toimintaa. Kantin mukaan ihmisten on kunnioitettava toisiaan yksinkertaisesti siitä syystä, että ihmisinä he ovat kykeneviä järkevään ajatteluun ja päättelyyn. Jos todella arvostamme vapautta ja järkeilyä, sen täytyy näkyä siinä, kuinka kohtelemme niitä, joilla tämä kyky on. (Ema.)

Plaisance (2007, 193) toteaa, että vaikka läpinäkyvyys ei aina riitä lisäämään käyttäytymisen eettisyyttä, ”sen poissaolo on petoksen edellytys”. Näin ymmärrettynä läpinäkyvyys linkittyy tiiviisti luottamukseen. Koska ihminen on sosiaalinen, hän viestii jatkuvasti toisten kanssa.

Luottamus on avainasia onnistuneelle viestinnälle. Plaisance esittää, että kantilainen lähtökohta on iskostettu syvälle journalismin peruseriaatteisiin: eettisissä koodistoissa vaaditaan vastuullisuutta, journalistien tehtävä on palvella yleisöä. Journalismissa läpinäkyvyys onkin Plaisancen mielestä tärkeä elementti luotettavuudelle; läpinäkyvyyden avoin toteutus osoittaa, että journalisti jatkuvasti punnitsee selostuksensa tasapainoisuutta ja vaikutuksia. Läpinäkyvyyden laiminlyömisellä voi olla journalismia vakavasti vahingoittavia seurauksia. (Ema.)

Läpinäkyvyys on Plaisancen (2007) mukaan kaikkea muuta kuin latteus. Latinaksi prepositio *trans* tarkoittaa liikettä ja *parent* näkyvyyttä. Sen sijaan, että läpinäkyvyys sallisi kaiken olevan näkyvää, se merkitsee lisääntyvää odotusta siitä, että eri asianosaiset aktiivisesti paljastavat tuon ”kaiken”. Jos läpinäkyvyys ymmärretään tiukan kantilaisittain, kuten Plaisance tekee, tämä edellyttää, että toisten arvoa kunnioitetaan kaikessa toiminnassa. Samalla täytyy osata luopua osasta omaa vapautta, jotta voi mahdollistaa sen, että muut voivat toimia vapaasti. (Plaisance 2007, 204-205.) katsoo, että läpinäkyvyys pitää ottaa huomioon kaikessa toiminnassa:

Kuten Kant on meille näyttänyt, [läpinäkyvyyden –MU] käsite (concept) puhuttelee ihmisarvon ja niiden näkökulmien, jotka kunnioittavat tai rikkovat tuota arvoa, ydinrakenteita. Käsite, toisin sanoen, pitää ymmärtää eettisen toiminnan perusolemuksena. Ja koska läpinäkyvyys itsessään nojaa meidän vuorovaikutuksemme luonteeseen (rests in the nature of our interaction [...] with others) – meidän kommunikaatiomme –, läpinäkyvyyden täytyy painaa leimansa jokaiseen päätökseen, jonka mediateollisuudessa toimivat tekevät.

Myös David S. Allenin (2008) mielestä läpinäkyvyyden juuret ovat valistuksen ajassa. Hän käsittelee artikkelissaan läpinäkyvyyttä sekä Jürgen Habermasin¹² että Michel Foucault'n¹³ työssä. Habermas pyrkii Allenin mukaan säilyttämään valistuksen ajan ajattelua samalla, kun hän vie sitä uusiin suuntiin. Läpinäkyvyys saa Habermasin työssä jopa suuremman painotuksen kuin aiempien valistuksen teoreetikkojen työssä (ema., 329).

Tiivistäen Allen löytää Habermasin etiikasta läpinäkyvyyden päämäärät: ensiksi yksilöiden ja instituutioiden on oltava läpinäkyviä saadakseen ymmärrystä julkisessa keskustelussa. Toiseksi läpinäkyvyys on elintärkeää, jos halutaan muuttaa tietyt intressit yleistettäviksi intresseiksi. Kolmanneksi demokraattisten instituutioiden, joihin julkinen keskustelu nojautuu, pitää tehdä näkyviksi siteet, jotka vaikuttavat niiden toimintaan. Ilman läpinäkyvyyttä ja rehellisyyttä ei Habermasin mukaan voida kommunikoida ymmärtävästi. (Allen 2008, 329-331.)

Allen (2008) korostaa, että läpinäkyvyys ei ole instrumentti, eikä se luultavasti myöskään lisää legitimitettä. Hänen mukaansa legitimitettä voi lisätä vain tekemällä vaikeita eettisiä päätöksiä. Läpinäkyvyyttä ei pitäisikään hänestä ottaa käyttöön siksi, että se ratkaisee jonkin ongelman, vaan siksi, että läpinäkyvyydellä tavoitellaan demokraattisen diskurssin muodostamista. ”Läpinäkyvyys pitää nähdä itsessään hyvänä”, Allen kirjoittaa. ”Mutta”, hän jatkaa, ”meidän täytyy ymmärtää, että läpinäkyvyydellä on hintansa.” Kasvava läpinäkyvyys näet altistaa journalismin valvonnalle, joka saattaa viime kädessä johtaa täysin päinvastaisiin lopputuloksiin kuin mihin läpinäkyvyyden käytäntöjen omaksumisella tähdättiin. (Ema., 336.)

Foucault'n teorioiden avulla Allen (2008) nostaa esiin kriittisen kysymyksen siitä, kuinka läpinäkyvyyttä käytetään yhteiskunnassa kurin ja rangaistuksen välineenä (ema., 331-34). Hän maalaa Foucault'n filosofian kautta uhkakuvia liialliselle läpinäkyvyydelle. Liika läpinäkyvyys voi hänestä haitata journalismin itsenäisyyttä ja vapautta kehittyä sellaiseksi kuin tiedotusvälineet itse haluavat. Allen esittääkin, että Foucault'n kuvaama läpinäkyvyyden ”vaarallinen ansa” asettaa läpinäkyvyydelle äärirajat. Myös Plaisance (2007) kiinnittää huomiota läpinäkyvyyden ongelmiin, kuten siihen, mitä vaikutusta sillä voi olla toimittajien autonomialle. Sekä Plaisance että Allen nostavat esiin myös kysymyksen siitä, lisääkö läpinäkyvyys todella ihmisten välistä tai ihmisten ja instituutioiden välistä luottamusta. Näihin teemoihin syvennyn tarkemmin myöhemmin, kun käsittelen muitakin läpinäkyvyyden ongelmia (luku 6).

12 Allenin mukaan läpinäkyvyys on keskeistä Habermasin 1980-1990-lukujen työssä.

13 Allen viittaa Foucault'n teokseen *Discipline & Punish* vuodelta 1979, jossa Foucault pohtii Benthamin panopticonia.

3.4 Läpinäkyvyys avoimen journalismin osana

Seuraavaksi käsittelen lyhyesti avointa journalismia. Osallistavuus ja avoimuus eivät varsinaisesti ole osa tämän tutkimuksen kohdennusta, mutta lyhyt katsaus avoimeen journalismiin on silti paikallaan. Sen avulla pyrin kuvaamaan sitä laajempaa toimintaympäristöä, jonka osana läpinäkyvyys usein nähdään. Linaan avoimen journalismin määritelmän Silliltä (2011). On hyvä pitää mielessä, että tässä esitetty avoin journalismi on vain yksi näkemys kokonaisuudesta, yksi monista määritelmistä.

Karlssonin (2010, 537) mukaan läpinäkyvyyden ja avoimuuden termit liittyvät toisiinsa; ne edustavat yhdessä uudenlaista käsitystä journalismista mutta eivät ole keskenään synonyymeja. Sill (2011, 1) puolestaan määrittelee läpinäkyvyyden tiukkarajaisemmin yhdeksi viidestä avoimen journalismin osa-alueesta seuraavasti:

Avoimen journalismin ydinperiaatteita ovat läpinäkyvyys (transparency) vastaanottavaisuus (responsiveness), osallistuminen (participation), yhteistyö (collaboration) ja yhteys (connection). Avoin ei tarkoita, että kaikki jaetaan kaikkien kanssa. Se on kehys, joka perustuu kansalaisten ja asiakkaiden palvelemiseen ja toimii, olipa sisältö maksutonta tai maksullista.

Sill (2011) korostaa, että avoin journalismi täytyy nähdä opastavana periaatteena, ei silmänräpäyksessä tehoavana rokotteenä tai tiukkana toimintaohjeena. Avoin journalismi lähtee siitä, että kukaan ei voi enää omistaa yksittäistä tarinaa. Internet on täynnä kaikkien saatavilla olevaa tietoa, ja journalismin toiminta portinvartijana on aikaa. Nykyään kaikki voivat toimia tiedon jakajina ja jopa vaikuttaa journalismin välittämään tietoon. Avoin journalismi auttaa journalismia muokkautumaan kohti sellaista palvelua, jota ihmisten tarpeet määrittelevät. Sen tavoitteena on saada käyttöön journalismin käyttämätön kapasiteetti ja tarjota kansalaisille lisää tapoja toimia yhteiskunnassa. (Ema., 3-4.)

Sillin (2011) mukaan avoin journalismi ei kuitenkaan toimi yleisövetoisesti. Hänen mielestään avoinkin journalismi vaatii tiukkaa kontrollia. Ammattijournalismilla on myös uudessa ympäristössä arvoa, mutta samalla sen ulkopuolella toimivien ihmisten työ saa suurempaa merkitystä. Sill (ema., 26) katsoo, että ” uutisten tekijät voivat olla kansalaisille tärkeitä itsenäisinä ja aktiivisina informaation välittäjinä, mutta niin tehdäkseen heidän täytyy löytää toiminnalleen uusi rooli”. Tuo uusi rooli voi muodostua niin materiaalin tunnistamisesta, esiinnostamisesta, tarkastamisesta ja järjestämisestä kuin alkuperäisestä raportoinnistakin. (Ema., 10, 26.)

Sill (2011, 37) määrittelee kaikki journalismin osa-alueet näkyväksi tekevän läpinäkyvyyden ensimmäiseksi askeleeksi, joka uutisvälineiden on otettava, jos ne haluavat kehittää avoimen

journalismin kulttuuria. Läpinäkyvyys on siis yksi avoimen journalismin ydinperiaatteista, ja se on tiiviissä suhteessa ihmisten osallistamiseen. Kaikkien avoimen journalismin ydinperiaatteiden voidaan nähdä vaikuttavan toisiinsa, vaikka Sill ei määritäkään niiden välisiä suhteita.

4 Läpinäkyvyyden moninaiset määrittelyt

Ennen kuin ymmärrämme paremmin, mitä läpinäkyvyys on ja mitä se sisältää, on vaikeaa – ellei jopa mahdotonta – tietää, onko läpinäkyvyys edistämisen arvoista ja lisääkö se oikeasti vastuullisuutta tai luottamusta (Craft & Heim 2009, 219).

Ottaen huomioon läpinäkyvyyttä käsittelevän puheen määrän, itse termin määrittely on jäänyt niukalle huomiolle. Tarkkarajaisia määritelmiä läpinäkyvyydelle löytyy vähän. Sen sijaan läpinäkyvyyden nimissä tehtyjä vaatimuksia hyppii silmille jatkuvasti: toimittajien täytyisi esimerkiksi kertoa yksityiskohtaisesti äänestystehostajistaan tai toimituksen tulisi kertoa julkisesti kuinka valehaastattelut päätyivät lehteen. Määritelmän hahmottomuus vaikeuttaa myös ilmiön tarkastelua kriittiseltä kannalta. Kommentit journalismin virheistä yhtä lailla kuin läpinäkyvyyden kritiikkikin saattavat mennä metsään. Craft ja Heim (2009, 217) vaativatkin tiukempaa vastausta kysymyksiin siitä, minkä tarkalleen pitäisi olla läpinäkyvää ja miten, jotta journalismi voisi täyttää tehtävänsä. Heidän mielestään läpinäkyvyyden suosioista ei ole seurannut tyydyttävää konsensusta tai edes yksittäistä määritelmää siitä, kuinka läpinäkyvyyden parhaiten voisi ymmärtää tai miten sitä voisi mitata (ema., 219).

Vähemmän tarkkarajaisia käsityksiä läpinäkyvyydestä ja sen merkityksestä journalismissa sitä vastoin riittää. Ensinnäkin läpinäkyvyys määritellään usein niin sanotuksi demystifionniksi. Sen tarkoituksena on poistaa salaperäisyyden verho journalismin ympäriltä (esim. Ziomek 2005; Singer 2005). Muun muassa Sillin (2011) ja Vehkoon (2011) mielestä taas läpinäkyvyys on yksi keino muuttaa journalismia avoimempaan suuntaan. Karlsson (2008, 2010) puolestaan ehdottaa, että läpinäkyvyys voisi toimia rituaalina, joka vahvistaa journalismin auktoriteettia reaaliaikaisen ja epävarman internetin aikana. Marta R. Maian (2008) mukaan julkiseen viestintään osallistuminen sisältää automaattisesti oikeuden vastaanottaa ja välittää tietoa. Viestimillä on niin suuri vaikutus kansalaisten elämään, että heidän ”on välttämätöntä saada tietää viestinten käyttämistä tiedon välittämisen mekanismeista ja arvioida niiden vaikutusta yhteiskuntaan” (ema., 133).

Singer (2007) katsoo, että läpinäkyvyys on bloggaajien vastine toimittajien ”totuudelle” ja käyttökelpoinen väline myös journalismille sen etsiessä totuutta. Monet bloggaajat merkitsevät aikaleimoilla juttuihinsa julkaisun jälkeen tehdyt editoinnit ja parhaimmillaan jopa kertovat syyn editoinnille. Allenin (2008) mukaan läpinäkyvyys on tärkeää, kun etsitään totuutta. Hänestä (ema.) tämä kuitenkin alistaa ammatin sosiaalisen paineen alle ja vähentää journalismin autonomisuutta. Kuten edellä kuvasin, Plaisance (2007) pitää läpinäkyvyyttä journalismin eettisenä velvollisuutena. Läpinäkyvyydellä on hänestä (ema., 191) myös käytännöllinen puoli kommunikaatiossa:

Jos etiikka on ennen kaikkea kamppailua siitä, että erilaiset intressit ja arvot saadaan tasapainotettua rationaalisin keinoin, läpinäkyvyyden käsite (concept) varmistaa, että kaikki pelaajat puhuvat samaa kieltä.

Eri tutkijat katsovat läpinäkyvyyden tarkoittavan sekä tarkkoja taustatietoja yksittäisestä jutusta että toimintaan vaikuttavien suurempien linjojen, kuten omistajien määrittämien tavoitteiden julkaisemisesta. Toimitus voi nykyisellä mallilla vakuuttaa läpinäkyvyyttään omaksumalla tiettyjä käytäntöjä, eikä kukaan pohdi tuon väitetyn läpinäkyvyyden riittävyyttä tai riittämättömyyttä. Läpinäkyvyys voi kuulua myös perinteiseen joukkoviestintään, vaikka sen toteuttaminen on helpompaa rajattomassa internetissä.

Kovachin ja Rosentielin (2001) mielestä läpinäkyvyyttä toteutetaan ylhäältä alas. Läpinäkyvyys alkaa julkisista tapaamisista, puheista ja päätoimittajan kolumneista¹⁴. Tällaista läpinäkyvyyttä kaivataan erityisesti kiistanalaisissa tilanteissa, kuten raportoitaessa ministerin korruptiosyytteistä tai presidentin salasuhdeskandaalista. Läpinäkyvyys virtaa yläjuoksulta kohti yksittäisiä juttuja, joissa se voi olla hyvinkin yksityiskohtaista. (Emt., 82.)

Kovachille ja Rosentielille (2001) läpinäkyvyys tarkoittaa tieteen metodien yhdistämistä journalismiin. Heistä on tärkeää selittää, miksi journalisti luottaa tietoon, ja miten hän yrittää saada lisää tietoa. He vaativat jokaiselta journalistilta tutkimuksen luotettavuuteen rinnastuvaa läpinäkyvyyttä: jonkun toisen täytyy samat askelet toistamalla päästä samanlaisen tiedon äärelle. Heidän mukaansa läpinäkyvyyden kuuluu antaa ihmisille jatkuva mahdollisuus arvioida journalistien ja uutisten luotettavuutta. Ainoa tapa saavuttaa rehellisyys edellyttää sitä, että ”yleisölle paljastetaan niin paljon kuin mahdollista lähteistä ja metodeista”. Tämä edellyttää vastausta sellaisiin kysymyksiin kuin: Miten tiedät sen, mitä tiedät? Mitkä ovat lähteesi? Mitä ennakoasenteita/puolueellisuuksia lähteilläsi voi olla? Näin voidaan osoittaa tai jopa voittaa suurin osa niistä rajoitteista, joita journalistit kohtaavat yrittäessään siirtyä täsmällisyydestä kohti totuutta. (Emt., 80-82.) Käytännössä läpinäkyvyys vaatisi Kovachin ja Rosentielin (emt., 82.) mielestä journalistilta jatkuvaa valppautta:

Avain on tämä: läpinäkyvyyden sääntö saa journalistin kysymään joka jutun kohdalla: ”Mitä yleisöni tarvitsee tietää, jotta he voivat itse arvioida tämän tiedon? Onko käsittelyssäni mitään, mikä vaatii selitystä?”

Ruparin (2006, 128) mielestä on tärkeää muistuttaa lukijaa uutistuotannon käytännöistä läpinäkyvyyden avulla, koska journalismi ei koskaan esitä pelkääviä faktoja ”sellaisina kuin ne

¹⁴ *Editors column* on angloamerikkalaisissa lehdissä tavallinen juttutyyppi, joissa päätoimittajan oma nimi ja mielipide on näkyvillä.

ovat”. Läpinäkyvyys ei jätä tästä asiasta epäselvyyttä, mutta lisäksi se osoittaa ”totuuden” toimittajan esittämien faktojen ympäriltä ja taustalta. Tällöin tehdään esimerkiksi pr-tempausten ja tiedotteiden yhteydessä selväksi niiden luonne ja lähteiden asema. (Ema., 128 ja 133.)

Craft ja Heim (2009, 219-222) erottavat läpinäkyvyydestä kaksi puolta: *saatavuuden* (availability) ja *paljastamisen* (disclosure). Jako muistuttaa hieman Plaisancen (2007) esittämää läpinäkyvyyden latinankielistä merkitystä. Craftin ja Heimin (ema.) mielestä erottelu on tärkeää, jotta voidaan päättää milloin saatavuus on tarpeeksi ja milloin tarvitaan lisäksi paljastamista. Nämä kaksi puolta eivät kilpaile keskenään eikä toinen sulje toista pois, vaikka ne toimivat eri tavalla (ema.). Saatavuus on passiivista toimintaa, samankaltaista kuin valtion velvollisuus tarjota kansalaisille pääsy tiettyihin asiakirjoihin. Paljastaminen puolestaan on aktiivista ja merkityksellistä, se esimerkiksi avaa journalismin prosesseja. (Ema.).

Ballin (2009, 302-303) mukaan läpinäkyvyys on jatkumo. Scott Rosenberg (2011) ehdotti hieman samansuuntaisesti käyttöön journalismin läpinäkyvyyden monipuolaisia tikapuita. Alimmalla puolalla näkyviksi tehtäisiin välttämättömimmät asiat, esimerkiksi virheet ja tehdyt korjaukset (ema.). Ylimmällä puolalla taas oltaisiin toisessa ääripäässä: uutismedian toimintaa tarkkailisi ulkopuolinen osapuoli, joka kiinnittäisi huomiota yleisön jäsenten esiinnostamiin seikkoihin (ema.). Tästä näkökulmasta läpinäkyvyydessä on siis kyse sen jatkuvasta uudelleenmäärittelemisestä, mitä on tarpeen tuoda esille ja millä tavalla.

Näiden luonnehdintojen lisäksi läpinäkyvyydelle on tarjottu myös tarkkarajaisempia määritelmiä. Tarkimpaan määrittelyyn päästään, kun pohditaan, mitä ovat ne konkreettiset keinot tai tekniikat, joilla läpinäkyvyyttä käytännössä toteutetaan. Tarkastelen seuraavaksi tällaisia näkemyksiä läpinäkyvyydestä. Ensin (alaluku 4.1) esittelen millaisia eri puolia eri tutkijat näkevät läpinäkyvyydessä, sitten (alaluku 4.2) pohdin läpinäkyvyyden ja vastuullisuuden suhdetta sekä sitä, kuinka läpinäkyvyyden avulla voidaan toteuttaa vastuullisuutta. Viimeisessä alaluvussa käsitelen tarkemmin tutkimuksesta esiinnousevia läpinäkyvyyden toteuttamisen tekniikoita.

4.1 Vastakkainasetteluja läpinäkyvyyden sisällä

Michael Karlssonin (2010, 537-538) mukaan läpinäkyvyyttä on tähänastisessa tutkimuksessa käsitelty kahtena eri osa-alueena. Käytän näistä osa-alueista työkäännöksiä **paljastava läpinäkyvyys** (disclosure transparency) ja **osallistava läpinäkyvyys** (participatory transparency). Läpinäkyvydet eivät ole toisistaan irrallisia kokonaisuuksia, minkä lisäksi jonkin läpinäkyvyyden toteuttamistapa saattaa kuulua kumpaankin osa-alueeseen (esimerkiksi mahdollisuus raportoida

tekstissä esiintyvistä virheistä). (Ema.)

Paljastava läpinäkyvyys tarkoittaa Karlssonin (2010) määrittelyssä sitä, että uutisen tuottaja on avoin keinoista, joiden avulla uutiset valitaan ja tuotetaan. Paljastavaan läpinäkyvyyteen kuuluu muun muassa virheiden korjaaminen ja selittäminen sekä alkuperäiseen materiaaliin ja käytettyihin lähteisiin linkittäminen. Paljastavan läpinäkyvyyden päämäärä on Karlssonin mukaan erilaisia keinoja hyödyntäen *selittää yleisölle*, mitkä seikat ovat vaikuttaneet lopputulokseen. (Ema., 537-538)

Jos paljastava läpinäkyvyys kertoo asioita yleisölle, osallistavan läpinäkyvyyden tavoite on kommunikoida *yleisön kanssa*. Osallistavan läpinäkyvyyden päämäärä on saada ihmiset osallistumaan uutistuotannon eri vaiheisiin. Oikeastaan osallistavaksi läpinäkyvyydeksi voidaan laskea mikä tahansa vuorovaikutteinen ominaisuus, joka mahdollistaa esimerkiksi sanomalehdessä sen, että lukija voi suoraan tai epäsuorasti vaikuttaa uutisten sisältöihin tai taustoihin. Tällainen ominaisuus voi olla esimerkiksi joukkoistaminen (crowdsourcing), jossa lukijat voivat ottaa osaa tiedonhankintaan ja raportoida havainnoistaan toimitukselle. Toinen esimerkki osallistamisesta on julkaista seuraavan päivän lehden juttulistat internetissä ja pyytää lukijoita kommentoimaan aiheita, joista heillä on tietoa. Osallistavaa läpinäkyvyyttä voidaan toteuttaa monin eri tavoin, ja uusia tapoja keksitään koko ajan lisää. (Karlsson 2010, 537-538.)

Klaus Meier (2009) kyseenalaistaa Karlssonin esittelemää kahtiajakoa noudattavat ajattelutavat. Hänen mukaansa ei ole merkitystä sillä, onko läpinäkyvyys yksisuuntaista vai vuorovaikutteista. Sitä vastoin tärkeää on, onko läpinäkyvyyden tarkoitus tuoda esiin juttutasolla **journalismin prosesseja** vai yksinkertaisesti avoimemmin tarjota tietoa kaikesta toimituksellisesta päätöksenteosta ja tätä kautta **journalistisesta tuotteesta**. Meier jakaa läpinäkyvyyden *ulkopuolelta*, eli mediakriitikoilta ja muilta medioilta tulevaan läpinäkyvyyteen ja *sisäpuolelta*, eli oman talon toimittajilta tai johtajilta tulevaan läpinäkyvyyteen. (Ema., 2-3.)

Toimittajan tai toimituksen kehittämä läpinäkyvyys toimii Meierin (2009) mukaan hänen edellä erottamallaan kahdella tasolla. Prosessien läpinäkyvyydellä hän tarkoittaa samaa tieteelliseen reliabiliteettiin rinnastettavaa luotettavuuden tavoittelua kuin Kovach ja Rosentiel (2001). Tässä mallissa toimittaja ei jätä kysymättä yhtäkään aiheelle olennaista kysymystä, eikä hän myöskään salaa vaille vastausta jääneitä kysymyksiä. Lähteet ja heidän intressinsä nimetään. Tuotteen läpinäkyvyys taas avaa uutisten motiivit ja taustat, toimituksellinen päätöksenteko juttuvalinnasta selitetään ja perustellaan. Tämä paljastaa toimituksen omat edut ja mielenkiinnot sekä rutiinit.

(Meier 2009, 2-3.)

Meierin (2009) mielestä journalistisesta tuotteesta on suhteellisen helppoa tehdä läpinäkyvä. Toki tämä vaatii toimitukselta työtä, mutta ongelmat ovat lähinnä järjestely- ja teknisiä kysymyksiä. Lähteiden paljastaminen, virheiden korjaaminen ja kansalaisten sekä kirjoittajan välinen keskustelu aiheesta parantaa Meierin mukaan journalismin laatua. Vasta prosessien avaaminen tuottaa ongelmia normatiivisessa mielessä. Prosesseihin liittyvässä läpinäkyvyudessa eivät enää riitä luottamukselliset keskustelut lukijoiden kesken, vaan toimitusten on pakko puhua arvoistaan ja laatukriteereistään julkisesti sekä oman että muiden tiedotusvälineiden kautta. Meier lisää, että itsestä ja omasta toiminnasta ei voida raportoida objektiivisesti. Hyvä prosessien läpinäkyvyys on avointa itsereflektiota, yhteyden tai lukijasuhteen rakentamista ja pyrkimystä sitoa kohdeyleisöjen lojaalisuus omiin tuotteisiin. Näin luotettavuutta voidaan korostaa. (Ema., 7.)

Prosessien läpinäkyvyyttä on joissakin maissa perinteisesti toteutettu esimerkiksi toimituksen omien *kuluttaja-asiamiesten* (ombudsman) kautta, Meier (2009) kuvaa. Kuluttaja-asiamiehet ovat toimineet linkkeinä kansalaisten ja toimituksen välillä jo ennen internetiä. The Guardianissa asiamies tunnetaan nimellä ”readers' editor” ja The New York Timesissä nimellä ”public editor”. Internet tuo lisää ulottuvuuksia tälle perinteiselle roolille muun muassa blogien ja interaktiivisuuden kautta. Vielä suurempi merkitys on kuitenkin sillä, että internetissä jokainen toimittaja joutuu vuorollaan asettumaan kuluttaja-asiamiehen asemaan. Jokaisen tehtäviin kuuluu arvioida oman toimituksensa toimintaa. Tästä syystä Meier pitää on suurena ongelmana sitä, että alalla ei käydä juurikaan keskustelua siitä, miten toimitukset voivat laadukkaalla tavalla raportoida omista toimistaan. (Ema., 6-7.)

4.2 Median vastuullisuus ja läpinäkyvyys

”Jos emme voi luottaa lehdistön raportointiin, kuinka voimme tietää voimmeko luottaa niihin, joista he raportoivat?” O'Neill (2002) kysyy. Hänen (ema.) mielestään journalismilla on suuri valta yhteiskunnassa, ja siksi sen luotettavuus on erittäin merkittävää. O'Neillin (ema.) mielestä onkin hämmäntävää, kuinka journalismi on onnistunut pakoilemaan vastuullisuutta ja läpinäkyvyyttä. Suomessa Journalistin ohjeet alkavat vastaavalla huomiolla journalismin vastuullisuudesta. Ohjeissa todetaan, että journalisti on vastuussa ennen kaikkea lukijoilleen, kuulijoilleen ja katselijoilleen, koska ”heillä on oikeus saada tietää, mitä yhteiskunnassa tapahtuu”. Sama oletus on sisäänkirjoitettu myös muiden maiden journalistien eettisiin koodistoihin; esimerkiksi Yhdysvalloissa korostetaan journalistin tehtävää selittää uutistuotantoa ja kutsua yleisöä dialogiin aiheesta (Singer 2010, 95). Internet tarjoaa ideaalisen ympäristön tällaiselle interaktiivisuudelle –

siellä on mahdollista läpinäkyvyyden ja vastuullisuuden avulla vaalia kansalaisten luottamusta eikä pelkästään vaatia sitä (ema.). Luottamukseen kuuluu julkinen vastuu teoista, Singer (2007, 84) toteaa. Läpinäkyvyys vie tämän vastuullisuuden askelen pidemmälle; se kattaa totuudenmukaisen paljastamisen (disclosure) ennen toimintaa, sen aikana ja sen jälkeen (ema.).

Myös Singer (2008) korostaa läpinäkyvyyden ja vastuullisuuden (accountability)¹⁵ tiivistä yhteenkuuluvuutta. Vastuullisuuden kanssa rinnakkaisia eettisiä peruseriaatteita journalismissa ovat hänestä ”ainakin” totuuden kertominen, reiluus, autenttisuus, joka löyhästi liittyy luotettavuuteen, itsenäisyys ja objektiivisuus. Singer toteaa, että vaikka vastuullisuuden tarve on tunnustettu journalismin eettisissä koodistoissa, se on ollut hyvin kiistanalainen asia.

Vastuullisuuden pelätään nimittäin heikentävän journalismin itsenäisyyttä. Periaatteesta on kuitenkin tullut yhä ajankohtaisempi verkottuneessa internetympäristössä, jossa osapuolilta vaaditaan aina jonkinasteista yhteistä luottamusta – ja luottamus nojaa aina avoimeen viestintään. Läpinäkyvyyden avulla journalismi tai yksittäinen toimitus pystyy tarjoamaan todisteita siitä, että siihen kannattaa luottaa. (Ema., 65-68.)

MediaAcT-projektissa (Heikkilä ym. 2012) läpinäkyvyys ymmärrettiin nimenomaan median keinoksi toteuttaa vastuullisuutta internetissä. Raportissaan ryhmän tutkijat toteavat, että journalismin sosiaaliseen vastuuseen kuuluu se, että sitä voidaan pitää vastuuvollisena toimistaan. Viestimet ovat vastuussa niin valtiolle, markkinoille, omalle ammattikunnalleen kuin yleisöllekin. Näistä yleisön ja ammattikunnan vastuullisuuden toteuttamisen instrumentit ovat hyvin samankaltaisia. MediaAcT-projektin raportin keskiössä ovat nimenomaan nämä kaksi, koska käytännöt kumpuavat journalismin autonomisesta asemasta, jonka laaja itsesääntely takaa. Ongelmat ratkaistaan projektin tutkijoiden mukaan ammattikunnalle ja yleisölle vastuullisina. Tässä kehyksessä myös syntyy se julkinen diskurssi, jossa keskustellaan journalismin tehtävistä ja siitä, kuinka niistä suoriudutaan. Samalla näin syntyneille käytännöille tai ratkaisuille realistiset raamit asettavat kaupalliset markkinat ja tiedotusvälineen omistajan taloudelliset vaatimukset. (Heikkilä ym. 2012, 5-7.)

Uutisvälineet toteuttavat vastuullisuutta kahden normatiivisen tavoitteen kautta: läpinäkyvyyden ja vastaanottavaisuuden. MediaAcT -tutkijoiden (Heikkilä ym. 2012) mukaan vastuullisuus pitää ymmärtää *prosessiksi*, koska vastuuseen asettaminen tapahtuu aina viestinnässä. Tästä prosessista tutkijat erottavat kolme vaihetta: **toimijan läpinäkyvyys** (actor transparency), jota toteutetaan ennen julkaisemista, **tuotannon läpinäkyvyys** (production transparency), jota toteutetaan

¹⁵ Olen suomentanut sanan accountability järjestelmällisesti vastuullisuudeksi, vaikka alkuperäinen sana olisi mahdollista kääntää muutoinkin, esimerkiksi vastuuvollisuudeksi.

julkaisuprosessin aikana, ja **vastaanottavuus** (media responsiveness), jota toteutetaan julkaisemisen jälkeen. (Ema., 5-7 ja 42-43.) Näissä kolmessa vaiheessa vastuullisuutta toteutetaan eri tavoin. Palaan keinoihin tarkemmin seuraavassa alaluvussa.

Missä Karlsson (2010) katsoo läpinäkyvyyden jakaantuvan yleisön osallistamiseen ja yksisuuntaiseen läpinäkyvyyteen, siinä Heikkilä ym.:n esittelemästä (2012, 42-43) kolmesta vaiheesta toimijan läpinäkyvyys on yksisuuntaisin ja kahdessa muussa on korostetusti mukana vuorovaikutus yleisön kanssa. Heikkilä ym. (ema.) sijoittavat vastaanottavuuden piiriin monia sellaisia piirteitä, joita muut tutkijat laskevat läpinäkyvyydeksi.

Vaikka median vastuullisuutta ja läpinäkyvyyttä pidetään toimituksissa ja mediateollisuudessa yleensä tärkeänä, ne eivät ole prioriteetteja (Heikkilä ym. 2012, 42). Heikkilä (2011) tuli siihen tulokseen, että lyhyen aikavälin taloudelliset tavoitteet ajavat usein pidemmän ajan eettisten tavoitteiden ohitse.

4.3 Läpinäkyvyyden tekniikat

Vaikka eri tahot peräävät journalismilta läpinäkyvyyttä, harvemmin tutkimuksessa pysähdytään miettimään, mitä *kaikkea* pitäisi paljastaa yleisesti arvioitavaksi. Sitä vastoin esimerkiksi kansalaisjärjestöt ovat määritelleet selviä keinoja luoda ja toteuttaa läpinäkyvyyttä (Ball 2009, 299). Karlssonin (2010, 535) mukaan läpinäkyvyydestä ei voi tulla journalismissa auktoritatiivista rituaalia, ellei se ole ihmisten havaittavissa. Periaatteen tekevät näkyväksi läpinäkyvyyden ”rituaalit” (ema.). Koska läpinäkyvyys itsessään on abstrakti ilmiö, se tarvitsee jokapäiväisiä ”rituaaleja” konkretisoituakseen hyödyllisellä tavalla päivittäisessä uutistuotannossa (ema., 535). Mutta onko läpinäkyvyyden periaate läpäissyt journalismin käytännöt niin kattavasti, että voidaan puhua rituaaleista? Kuinka järjestelmällisesti läpinäkyvyyteen pyritään, ja miten se näkyy journalistisissa tuotteissa? Voidaanko esimerkiksi alkuperäislähteiden linkittämistapaa jo verrata lainausmerkkien käyttöön?

Karlsson (2010) kutsuu läpinäkyvyyden näkyväksi tekemisen keinoja sekä läpinäkyvyyden tekniikoiksi (transparency techniques) että läpinäkyvyyden rituaaleiksi (rituals of transparency). Lisäksi hän käyttää niistä sanaa ominaisuus tai piirre (feature). Sanaa rituaali en ole löytänyt käytettävän muussa aiheeseen liittyvässä tutkimuksessa tässä merkityksessä. Esimerkiksi MediaAcT-projekti (Heikkilä ym. 2012) kuvaa samaisia asioita käytäntöinä (practices), Wirén (2013) puhuu läpinäkyvyyden indikaattoreista.

Läpinäkyvyyden erilaisia piirteitä ei ole tietääkseni missään edes pyritty listaamaan kattavasti.

Karlsson (2010, 535 ja 537) nimeää joitakin empiirisessä tutkimuksessaan löytämiään tai muuten yleisesti tunnettuja läpinäkyvyyden rituaaleja. Wirén (2013) tutkii läpinäkyvyyttä suomalaisissa internetmedioissa, ja hän mittaa tutkimuksessaan läpinäkyvyyttä erilaisilla osoittimilla, indikaattoreilla, jotka voidaan käsittää läpinäkyvyyden ”rituaaleiksi” Karlssonin tarkoittamalla tavalla. Myös esimerkiksi Kovach ja Rosentiel (2001) esittävät joitakin keinoja läpinäkyvyyden toteuttamiseksi käytännössä.

Olen koonnut listan Karlssonin (2010), Wirénin (2013), MediaAct-projektin ja (Heikkilä ym. 2012) tunnistamista tavoista toteuttaa läpinäkyvyyttä. Tätä listaa olen täydentänyt Journalistin ohjeista löytyvillä läpinäkyvyyden edellytyksillä ja muusta aineistostani löytämilläni esimerkkeillä. Löytyneistä 41 keinosta vain kaksi on sellaisia, jotka kaikki mainitsevat. Osa, kuten virheiden korjaus mainitaan kaikissa, mutta niiden toteuttamistapaa kuvataan niin eri tavalla, että olen listannut ne toisistaan eroaviksi. Jos tällaisessa tarkastelussa ei löydy yhteistä käsitystä läpinäkyvyyden rituaaleista tai strategioista, voidaanko läpinäkyvyyttä ainakaan vielä kutsua samankaltaiseksi rituaaliksi kuin objektiivisuutta? Ainakin Tuchman saattaisi vastata kieltävästi. Läpinäkyvyys voidaan toki laskea puolustautumisstrategiaksi, keinoksi suojautua kritiikiltä. Sen peruseriaatehan on kertoa asiat ennen kuin kukaan ehtii syyttää ja osoittaa siten jo ennen epäilyksiä, että mitään salattavaa ei ole. Mutta onko kyse niin rutinoituneesta osasta journalistien työtä, että voidaan perustellusti puhua rituaalista?

Koska vastaus mainittuihin kysymyksiin jää mielestäni ilmaan, puhun itse läpinäkyvyyden **tekniikoista**. Näiden tekniikoiden avulla tai niiden kautta toteutetaan läpinäkyvyyttä toimituksen arjessa. Niihin voidaan vedota, jos joku syyttää salailusta tai kyseenalaistaa journalistiset toimintatavat. Sen sijaan, että kerrottaisiin toimituksen vain aina toimineen näin, voitaisiin osoittaa, että toimintatapa ja sen perustelut on tehty näkyviksi. Voitaisiin todeta: ”Katso, olemme korjanneet virheemme julkisesti tällä tavalla”. Seuraavaksi käsittelen aiemmasta tutkimuksesta ja Journalistin ohjeista löytämiäni läpinäkyvyyden tekniikoita, ja tämän jälkeen pohdin omassa alaluvussaan tällaisten tekniikoiden käyttöä hieman yleisemmällä tasolla.

4.3.1 Tekniikoiden määrä ei ole vakio

En ole löytänyt suomalaisten tiedotusvälineiden joukosta esimerkkiä, jossa kerrottaisiin, millaista läpinäkyvyyden linjaa sen toimituksessa noudatetaan. Journalistin ohjeissa on aiemmin esiteltyjen kohtien 6 ja 16 lisäksi kuusi kohtaa, jotka sisältävät joitain läpinäkyvyyteen aiemmassa tutkimuksessa liitettyjä ainesosia:

7. Myös toisen työtä käytettäessä on noudatettava hyvää tapaa. Lähde on mainittava, kun käytetään toisen julkaisemia tietoja.

9. Työtä tehdessään journalistin on suositeltavaa ilmoittaa ammattinsa. Tiedot on pyrittävä hankkimaan avoimesti. Jos yhteiskunnallisesti merkittäviä seikkoja ei voida muutoin selvittää, journalisti voi tehdä haastatteluja ja hankkia tietoja myös tavallisuudesta poikkeavilla keinoilla.

11. Yleisön on voitava erottaa tosiasiat mielipiteistä ja sepitteellisestä aineistosta. Myöskään kuvaa tai ääntä ei saa käyttää harhaanjohtavasti.

14. Journalistilla on oikeus ja velvollisuus pitää tietoja luottamuksellisesti antaneen henkilöllisyys salassa siten kuin lähteen kanssa on sovittu.

Jos yhteiskunnallisesti merkittävien tietojen julkaisusta aiheutuu erittäin kielteistä julkisuutta, toimituksen on suotavaa avata yleisölle, miten nimettömän lähteen ja siltä hankittujen tietojen luotettavuus on varmistettu.

17. Haastateltavalla on oikeus saada ennakolta tietää, millaisessa asiayhteydessä hänen lausumaansa käytetään. Hänelle on myös kerrottava, jos haastattelua voidaan käyttää useissa eri välineissä. Haastateltavalle pitää aina kertoa, onko keskustelu tarkoitettu julkaistavaksi vai ainoastaan tausta-aineistoksi.

20. Olennainen virhe on korjattava heti tiedotusvälineen toimituksellisilla verkkosivuilla ja lisäksi julkaisussa, jossa virhe on alun perin ollut.

Lisäksi läpinäkyvyyteen voidaan nähdä liittyvän yksityisyydensuojaa ja sen rikkomista käsittelevät kohdat 27, 28, 30, 31, 32, 33 ja 34. Joskus journalistit voivat toimia perustellusti ja ohjeidenkin sallimalla tavalla kohtia vastaan, mutta niitä rikottaessa olisi hyvä avata lukijalle, miksi näin on tehty. Journalistin ohjeet sallivat esimerkiksi arkaluontoisten yksityiselämään kuuluvien seikkojen julkaisun ”jos niillä on poikkeuksellista yhteiskunnallista merkitystä”. Tällaisista tapauksista puhuvat muun muassa Craft ja Heim (2009).

Karlsson (2010), Wirén (2013) ja Heikkilä ym. (2012; ks. myös Heikkilä 2011) selvittivät kukin tahoillaan, millaisia läpinäkyvyyden tekniikoita eri viestimissä käytetään. Tutkijat ovat listanneet joukon keinoja joko ennakkoon ja etsineet niitä medioista tai listanneet tutkimuksessaan löytyneitä tekniikoita. Heidän käsityksensä tekniikoista menevät vain osittain päällekkäin, ja jokaisessa tutkimuksessa nostetaan esiin lukuisia sellaisia tekniikoita, joita toisista ei löydy. Merkilläpantavaa on, että kaikki kolme tutkimusta ovat keskittyneet etsimään läpinäkyvyyden tekniikoita nimenomaan verkkoviestimistä.

Perustuen näihin tutkimuksiin (Karlsson 2010; Wirén 2013; Heikkilä ym. 2012), Journalistin ohjeiden asettamiin edellytyksiin ja muusta aineistostani löytämiin esimerkkeihin läpinäkyvyydestä olen koonnut listan mahdollisista läpinäkyvyyden tekniikoista tämän päivän journalismissa (taulukko 1). Yhteensä läpinäkyvyyden tekniikoita löytyi 42. Tekniikoista kahdeksan perustuu

muihin lähteisiin tai niistä tekemiini johtopäätöksiin, ja ne on merkitty taulukossa lihavoineilla.

Olen pyrkinyt tekemään listasta mahdollisimman kattavan, mutta keksittävässä lienee lukuisia muitakin tekniikoita. Olen merkinnyt, mitkä tekniikat ovat löydettävissä mistäkin tutkimuksesta, sillä niiden jakautuminen havainnollistaa termin hajanaisuutta. Yhdessä tutkimuksessa on saatettu määritellä joitakin tekniikoita yksityiskohtaisesti, kun taas toiset on sisällytetty johonkin laajempaan kategoriaan. Taulukossa näkyvät tekniikat on valikoitu pelkistäen; esimerkiksi Wirén määrittelee analyysissään joitakin tekniikoita hieman tarkemmin, mutta listassa näkyy vain lähtökohtana ollut jako. Olen ryhmitellyt tekniikat löyhästi sen mukaan, ovatko ne tuotteen vai prosessin läpinäkyvyyttä (vrt. Meier 2009; Heikkilä ym. 2012), ja vaativatko tai tarjoavatko ne lukijoille mahdollisuuden osallistumiseen.

Läpinäkyvyyden tekniikka	Karlsson	Wirén	MediaAct
Tietoa yrityksen omistussuhteista		x	x
Tietoa yrityksen muista sidoksista		x	
Median tavoitteet näkyvillä			x
Alan yhteiset/talon ulkopuoliset eettiset säännöt näkyvillä			x
Talon omat eettiset säännöt näkyvillä			x
Tietoa toimituksellisesta politiikasta		x	
Toimittajien profiilit		x	x
Kirjoittajan nimi näkyvillä		x	x
Toimituksellisen päätöksenteon avaaminen			
Läpinäkyvyyden periaatteiden selittäminen			
Avoimet toimituskokoukset			
Juttulistan tai käsikirjoituksen julkaisu etukäteen			
Tarkat linkit lähteisiin		x	x
Linkit toissijaisiin lähteisiin		x	
Lähdedokumentit saatavilla	x		
Uutishuoneen blogit (tietoa tuotannosta)			x
Kuvaus yksittäisen jutun teosta			
Tehtyjen valintojen perustelu			
Käytettyjen lähteiden arviointi			
Virheiden korjaaminen		x	
Päivitysten merkitseminen		x	
Aikaleima: julkaisu	x		
Aikaleima: julkaisu ja editointi	x		
Aikaleima: editointi	x		
Virheiden korostus ja muutosten selittäminen	x		
Korjausnappula		x	x
Online-komentointi	x	x	x
Äänestysmahdollisuus	x	x	
Palautemahdollisuus		x	
Keskustelu	x		
Blogilinkit	x		
Chat	x		
Yleisön tuottamaa materiaalia (esim. lukijan kuvat)	x	x	
Yleisöltä halutaan yhteistyötä	x		
Julkaistu juttuja, joihin yleisö on osallistunut	x	x	x
Kuluttaja-asiamiehen kaltainen järjestely			x
Toimittajan sähköpostiosoite	x		
Toimittajat sosiaalisessa mediassa			x
Toimijan läpinäkyvyyttä toteutetaan sosiaalisen median kautta			x
Tuotannon läpinäkyvyyttä toteutetaan sosiaalisen median kautta			x
Vastaanottavuus sosiaalisessa mediassa			x
Metadata			

Taulukko 1: Läpinäkyvyyden tekniikat

Monet tekniikoista ovat hyvin yksiselitteisiä ja monissa suomalaisissa joukkoviestintävälineissä käytössä. Toiset, kuten avoimet toimituskokoukset, korjausnappula ja blogilinkit ovat yksittäisissä viestimissä tai maissa käytössä olevia tekniikoita. Samalla ne havainnollistavat, että läpinäkyvyyden tekniikat eivät ole kiveen hakattuja, vaan joukkoon sopii loputtomasti erilaisia tapoja. Korjausnappulalle voi keksiä nopeastikin useita vaihtoehtoja, jotka hoitavat samankaltaista tehtävää. Käsittelen nyt lyhyesti joitakin taulukossa mainittuja tekniikoita.

Korjausnappulalla (correction button) Heikkilä ym. (2012, 56) tarkoittavat hieman erilaista tapaa virheistä ilmoittamiseen. Sen sijaan, että lukijat voisivat huomauttaa palautelomakkeella uutisissa esiintyvistä virheistä, he voisivat klikata erityisesti virheiden korjausta varten tarkoitettua nappulaa. Sen merkitys olisi monitasoinen. Ensinnäkin, korjausnappula tekee lukijan tietoiseksi siitä, että uutisissa voi olla virheitä ja että niistä huomauttaminen on jokaisen jutun kohdalla sallittua tai jopa toivottavaa. Toiseksi nappula jättää uutiseen kaikkien nähtävillä olevan merkin siitä, että jokin uutisen tieto on kyseenalaistettu, ja toimituksen odotetaan tarkistavan ja tarvittaessa korjaavan tiedon. (Ema.)

Blogilinkeillä Karlsson (2010, 541) viittaa toimintoon, joka sallii bloggaajan tehdä hyperlinkin bloginsa ja tietyn uutisen välille. Tällöin uutisen yhteydessä näkyy aina linkki blogiin. Toimitus voi näin nähdä (ja markkinoida), millaista huomiota uutinen saa toimituksen ulkopuolella. Bloggaaja saattaa saada suuremman yleisön, ja media puolestaan saa kosketuksen bloggaajan verkostoon. Toiminto oli saatavilla vain yhdessä kolmesta Karlssonin tutkimasta verkkolehdestä. (Ema.) Karlsson myös erottelee tarkkaan toisistaan kommentointi-, keskustelu- ja chat-mahdollisuudet, kun taas toisille tutkijoille riittää mahdollisuus jonkinasteiseen kommentointiin.

Kukaan tutkijoista ei laske läpinäkyvyyden tekniikaksi tehtyjen valintojen selittämistä yksittäisen uutisen tasolla. Heikkilän ym. raportissa tätä asiaa ajavat toimituksen blogi, reagointi palautteeseen ja läsnäolo sosiaalisessa mediassa. Mielenkiintoista on, että tutkijat jättävät listaamatta mahdollisuuden selittää juttuja tai tehtyjä valintoja jo julkaisemisen yhteydessä. Myöskään ennen julkaisemista toteutuvaa läpinäkyvyyttä ei tutkimuksissa noteerata tässä mielessä: ne eivät mainitse avoimia toimituskokouksia tai juttulistojen tai käsikirjoituksen etukäteen julkaisemista. Yleisön osallistuminen juttujen tekoon kyllä nostetaan esiin kaikissa kolmessa tutkimuksessa, mutta kyse ei välttämättä ole samanlaisesta vastavuoroisesta asioiden jakamisesta toimituksen taholta, kuin mitä tarkkojen suunnitelmien julkaiseminen on.

Lisäsin listaan myös kohdan toimituksellisen päätöksenteon avaaminen. Vaikka yleisellä tasolla tehdyt linjaukset voivat sisältyä eettiseen koodistoon tai toimitukselliseen politiikkaan, halusin lisäyksellä korostaa niitä tapauksia, jotka eivät sulavasti sijoitu yleisten linjanvetojen alle. Esimerkkitapauksena voi käyttää Suomen mitassa Jokelan koulusurmista uutisointia, jonka seurauksena viestimet joutuivat jälkikäteen selittämään aiempaa uutisointiaan. Tällaiset ennalta-arvaamattomat tapaukset voivat myös muokata toimituksen laajempia linjauksia.

Viides näiden kolmen tutkimuksen ulkopuolelle jäänyt tekniikka on käytettyjen lähteiden arviointi.

Sitä käsittelevät esimerkiksi Rugar (2006) sekä Kovach ja Rosentiel (2001). Yksittäisen jutun teon kuvaamisesta puhuvat edellisten lisäksi muun muassa Meier (2009) ja Maia (2008). Rugar korostaa esimerkiksi lehdistötiedotteiden yhteydessä lähteiden aseman selittämistä. Hänestä (2006, 133) on olennaista kertoa, jos jokin lähde on jutussa siksi, että hän on lähettänyt tiedotteen ja jokin toinen lähde taas siksi, että tätä on pyydetty kommentoimaan ensimmäisen tiedotetta.

Metadata on yksi kätevä, digitaalisen teknologian mahdollistama keino toteuttaa läpinäkyvyyttä, ja sen avulla voidaan lisätä myös useiden muiden tekniikoiden tehokkuutta tai käytettävyyttä.

Vehkoon (2011, 77-78) mukaan sen avulla päästään pureutumaan moniin asioihin:

Metadata on informaatiota informaatiosta. Esimerkiksi kirjaston luokitusjärjestelmä on metadataa. Se tarkoittaa tienviittoja, joka auttaa hakukoneita suunnistamaan ja tarjoamaan parempia osumia. Jos journalistisissa teksteissä olisi tarpeeksi koneluettavaa metadataa, voisin etsiä esimerkiksi tietyn kirjoittajan kaikki jutut. Näkisin, kuka sai skuupin ja kuka yritti ottaa sen nimiinsä. Uutissivusto voisi ilmoittaa, että eilen lukemaani juttua on sittemmin päivitetty uudella materiaalilla. Näkisin myös, mistä jutuista on tehty oikaisuja.

Metadata sisältää tekstiin liittyviä tietoja, kuten kirjoittajan nimen, käytetyt lähteet ja tehdyt editoinnit. Metadata mahdollistaa myös juttujen lisensoinnin. Esimerkiksi uutistoimisto AP seuraa hNewsin avulla sitä, ketkä käyttävät sivuston omistamaa materiaalia (Vehkoo 2011, 79).

4.3.2 Tekniikoiden käytöstä

Karlssonin (2010) mukaan auktoritatiivisia rituaaleja näkyväksi tekevät tekniikat toimivat parhaiten, kun ne viittaavat täsmälliseen sisältöön. Esimerkiksi erillinen uutinen oikaisusta ei auta, jos virheellinen uutinen jatkaa elämäänsä korjaamattomana. Se, että joissakin uutisissa on käytetty jotakin läpinäkyvyyden tekniikkaa, ei ole yhtä läpinäkyvää kuin se, että koko uutissivusto käyttää järjestelmällisesti tiettyjä läpinäkyvyyden tekniikoita. (Ema., 539.) Olennaista lienee myös, että toimitus kertoo julkisesti läpinäkyvyyttä koskevista linjauksistaan, jotta ihmiset tietävät mitä odottaa ja mistä tarvittaessa löytää vastaukset kysymyksiinsä.

Kovach ja Rosentiel (2001, 82-83) puolestaan yhdistävät läpinäkyvyyden tiukasti lähteiden käyttöön ja kohteluun. Kuten täkäläisissä Journalistin ohjeissakin sanotaan, toimittajan pitäisi työtään tehdessään aina kertoa olevansa toimittaja, jollei aihe ole yhteiskunnallisesti niin merkittävä, että se sallii poikkeuksellisen tiedonhankinnan ja haastateltavan tai lähteen harhaanjohtamisen.

Kovach ja Rosentiel (2001) painottavat, että lähteille on kerrottava aina kun mahdollista niin tarkasti kuin haastatteluhetkellä on mahdollista, minkälaiseen juttuun hänen saamiaan tietoja

hankitaan. Jos tiedot on hankittu johtamalla lähdeä harhaan, pitäisi noudattaa julkisesti kolmea sääntöä. Niiden perusteella yleisö voisi arvioida, oliko lähteen harhaanjohtaminen oikein. Nämä säännöt ovat: 1) tiedon on oltava todella tärkeää yleisen hyödyn kannalta, 2) tiedon hankkimiseen ei ollut muuta keinoa ja 3) yleisölle on kerrottava, jos niin tehdään ja perusteltava miksi. Sääntöjä noudatettaessa yleisö voi luottaa siihen, että kaikki tieto, jonka yhteydessä muuta ei mainita, on hankittu rehellisesti. (Emt., 82-83.)

Journalistisia valintoja voidaan selittää ja tekniikoita toteuttaa hyvin monella tavalla, esimerkiksi kolumneissa ja puheissa. Helsingin Sanomat (HS) kirjoitti kolme vuotta sitten ulkomaansivuillaan Myanmarin protesteista kertovan uutisen perään kommentin, joka oli otsikoitu ”Myanmar, tuleva Burma”. Kommentissa ulkomaan toimituksen esimies selitti, miksi Helsingin Sanomat lisää usein Myanmarista puhuttaessa maan nimen perään huomautuksen ”(entinen Burma)”. Kommentissa perustellaan seuraavasti, miksi lehti käyttää varauksella maan virallista nimeä Myanmaria:

Me HS:n toimituksessa emme todellakaan tarkoita ilmaista näin tukeamme sortovallalle. Joudumme vain tunnustamaan tosiasiat. Joiden toivomme nopeasti muuttuvan. Siksi muistamme toistuvasti mainita, että kyseessä on entinen Burma. Tähän kätkeytyy toive siitä, että kyseessä on myös tuleva Burma. (HS 16.11.2010.)

Kommentin jälkeen Helsingin Sanomat on kirjoittanut Myanmarista kymmeniä uutisia. Kaikissa niistä ei mainita järjestelmällisesti entistä Burmaa. Kommentin antamaa selitystä ei myöskään toisteta tai edes linkitetä siihen joka jutun yhteydessä. Maan historiaa tunteville lukijoille yhteys lienee itsestäänselvä, mutta onko se sitä kaikille? Riittääkö, jos uutismedia selittää toistuvan käytännön kerran? Mikä silloin on läpinäkyvyyden merkitys?

5 Läpinäkyvyys journalismin ja yleisön suhteessa

Tämänhetkinen viisaus kallistuu sille kannalle, että jos liiketoimintamallia ei voida korjata, journalismilla ei ole tulevaisuutta. Kuitenkin tämä tuhoa huokuva näkökulma, joka läpäisee uutismediateollisuuden, jättää huomiotta faktan, että historiallisesti tarkastellen yleisö, ei liiketoimintamalli, on määritellyt journalismin ääriviivat. (Conboy 2010, 413.)

Conboyn (2010, 413) mielestä yleisö on hänen mukaansa aina ollut tärkeimmässä roolissa, kun journalismia määritellään. Conboyn (ema.) mukaan historiallinen tarkastelu osoittaa, että journalismin tulevaisuuden suurin potentiaali lunastettaisiin, jos journalismi käsitteellistettäisiin uudelleen selvyuden ja rehellisyyden kautta, näyttämällä avoimesti alan epävarmuudet ja sotkuisuus.

Kaikki kansalaiset eivät kaipaa taustoitusta jokaiseen juttuun, ja metatason pyörittely saattaa jopa ärsyttää joitakin. Groenhartin (2012) tutkimus yleisön ja journalistisen läpinäkyvyyden suhteesta toteaaakin, että osa yleistöstä ei ole lainkaan kiinnostunut vastuullisuuden osoituksista. Toinen ääripää puolestaan tarkastelee aktiivisesti käyttämiensä viestinten toimintaa nimenomaan tältä kantilta. Käytännön tasolla ongelmallista onkin se, milloin läpinäkyvyyttä on tarpeeksi ja milloin liikaa?

Sekä perinteisissä viestimissä että internetissä voidaan noudattaa Phillipsin (2010, 379-380) periaatetta verkkosivujen metadatatista: ”data ei olisi tunkeilevaa; se olisi näkyvissä vain niille, jotka haluavat päästä siihen käsiksi”. Jos läpinäkyvyys luo luottamusta siksi, että mitään ei ole piilotettu, avainasia voisi olla se, että asiat ovat helposti löydettävissä, kun niistä jostain syystä halutaan tarkempaa tietoa. Ovatko jotkin läpinäkyvyyden tekniikat sellaisia, että niiden täytyy olla näkyvillä aina? Suomalaisissa toimitustyön käytännöissä esimerkiksi virheet pitää korjata näkyvällä tavalla jo Journalistin ohjeidenkin mukaan. Ehkä keskeistä onkin se, että vain välttämättömimmät tekniikat ovat näkyvillä kaikille, ja muut hienovaraisemmin saatavilla niitä varten, jotka kiinnostuvat jostain yksittäisestä jutusta tai epäilevät esitetyn tiedon todenperäisyyttä. Mutta mitkä tekniikat ovat välttämättömiä ja kuka tämän määrittelee?

Rupar (2006) mittasi sanomalehtien läpinäkyvyyttä sillä, kuinka paljon yksittäisissä jutuissa kerrottiin kontekstista ja lähteistä. Ruparin tutkimuksen tulos oli, että Uudessa-Seelannissa julkaistiin huolestuttavan paljon uutisia, joiden tekoprosessia ja kontekstia ei avattu kylliksi yleisölle (unexplained news). Tämä on Ruparin mukaan huolestuttavaa siksi, että se hämärtää faktojen ja mielipiteiden suhdetta. ”Näkyvyyden mukana tulevat väitteiden luotettavuus ja tekojen vastuullisuus”, Rupar kirjoittaa. Se, että kontekstia ei kerrota, muuttaa myös raportoinnin luonnetta.

Tavoitteena ei ole enää löytää mahdollisimman monta faktaa aiheesta vaan saada yhtä monta sitaattia kaikilta osapuolilta. (Ema., 132 ja 139.) Tai kuten Hall (2001, 34) asian ilmaisee: lukijakunta ”on todella tietoinen siitä, että kaikki uutisten tarjoajat eivät ole luottamuksen arvoisia ja ehkä tämä epäily on leviämässä kaikkiin tarjoajiin ja kaikkeen mediaan”. Ongelmana on se, että niin koululaiset kuin uskontokuntien ääri liikkeit voivat käyttää samanlaisia tuotantotapoja ja ulkoasuratkaisuja kuin kansainväliset uutisvälineet (emt.). Arvot eivät ole enää ammattimedian omaisuutta.

5.1 Luottamuksen ja arvon lisääjä

Joidenkin tutkijoiden (Singer 2008; Picard 2010) mukaan perinteisillä mediainstituutioilla ei ole enää automaattisesti ainutkertaista asemaa mediakentällä. Tämä johtuu muutoksista niin ihmisten elin- ja kulutustavoissa kuin perinteisen journalismin tulonmuodostuksessakin. Siksi mediaorganisaatioiden on hengissä pysyäkseen etsittävä uusia keinoja säilyttää tärkeytensä. Singer (2008, 67) luonnehtii, että: ”olemme siirtymässä tilanteeseen, jossa autenttisuus tai luotettavuus muodostuvat yleisön kanssa rakennetusta suhteesta eikä mediaorganisaation institutionaalisesta roolista”.

Mediataloutteen erikoistuneen Picardin (2010, 27-28) mukaan uutismedioiden ja yleisön välille on jo syntynyt kuilu. Tuon kuilun kaventaminen vaatii luottamuksen rakentamista. Taloudelliselta kannalta asetelma näyttää selvältä: luottamus lisää uutismedian arvoa kuluttajan silmissä ja saa tämän sitoutumaan tiettyyn mediaan valtavasta tarjonnasta huolimatta. Picard (emt.) toteaa, että luottamus instituutioihin perustuu oletuksiin ja uskomuksiin muun muassa siitä, kuinka läpinäkyvä instituutio on. Tältä kannalta katsottuna nykyisenlaiselta medialta katoaa tuote ja tämän myötä myös markkinat, jos yleisö ei luota mediaan. Monien tutkijoiden mielestä vaikutus on lisäksi pitkäaikainen: journalismin tulevaisuus riippuu lukijoista pitkällä aikavälillä, ei mainostajien välittömien tarpeiden tyydyttämisestä (esim. Conboy 2010; Picard 2010; Singer 2008; Sill 2011).

Picard (2010, 26) katsoo, että luottamus yhteiskunnallisiin instituutioihin ylipäänsä on vähentynyt viimeisten vuosikymmenten aikana, mutta erityisen paljon se on rapautunut kun kyse on perinteisistä viestimistä. Uutisvälineiden tavoitteena voisi kuvitella olevan pitkäaikaisten ja lojaalien suhteiden luominen yleisön jäsenten kanssa. Picardin (emt.) mielestä luottamus on elinehto tällaisille organisaatioiden ja yksilöiden välisille suhteille.

Jos ihmiset eivät luota johonkin viestimeen, se todennäköisesti siirtyy luotettavampana pitämänsä vaihtoehdon pariin. Toimitusten on jokaisen jutun kohdalla todistettava, miksi ihmisten pitäisi

luottaa enemmän heihin kuin satoihin muihin samasta aiheesta kirjoittaviin (Meier 2009, 5). Sill (2011, 33) toteaa, että journalismi voi edistää luottamusta läpinäkyvyyden, normien ja vastuullisuuden kautta:

Luottamus on jotain, mikä on joutunut hukkaan kulttuurimme monilla alueilla. Luottamusta ei saavuteta sanomalla ”luota meihin”, vaan tunnistamalla asiakkaiden intressit ja niihin vaikuttavat seikat sekä palvelemalla heitä aktiivisesti.

Picardin (2010, 26) mukaan ”luottamus katoaa psykologisen ja fyysisen välimatkan myötä, joten yksilön ja luottamuksen kohteen väliset suhteet ovat keskeisiä”. Ihmisten ja instituutioiden välillä on suurempi välimatka kuin kahden ihmisen välillä. Tämän vuoksi instituutioihin luottaminen on vaikeampaa ja instituutioiden on työskenneltävä pitääkseen luottamusta yllä (emt., 27). Luottamus insituutioihin ei Picardin (emt., 27) mielestä perustu pelkästään hyviin kokemuksiin, vaan myös:

näkemuksiin ja uskomuksiin, jotka koskevat jaettuja kiinnostuksia ja arvoja, läpinäkyvyyteen institutionaalisissa prosesseissa. Lisäksi se perustuu siihen, millä laajuudella instituutiot antavat ääntä ihmisten huolille ja elämille ja tarjoavat palveluja, jotka vastaavat heidän tarpeitaan ja halujaan. Tämä on yksi syistä, miksi yleisöllä on tapana luottaa enemmän paikalliseen kuin valtakunnalliseen mediaan.

Mediaan ei helposti luoteta, koska instituutioita pidetään usein kasvottomina ja sieluttomina.

Picardin (2010) mukaan sellaisiin instituutioihin luotetaan, jotka ovat läpinäkyviä. Luottamus vaatii kaiken yllämainitun lisäksi organisaatioilta sellaista toimintaa, että ne voidaan mieltää ”luotettaviksi, vilpittömiksi, asioista perillä oleviksi ja helposti lähestyttäviksi” (emt., 26).

Jos läpinäkyvyyttä katsotaan Picardin edustamalta taloudelliselta kannalta, näyttäytyy periaate tärkeänä sen osoittamisessa, että uutisväline on ihmisten luottamuksen – ja rahojen – arvoinen. Läpinäkyvyyden keinoin voidaan 'todistaa', että toimitaan luvutulla tavalla. Lisäksi kuvaamalla läpinäkyvyyden keinoin arvomaailmaansa ja osoittamalla sen, kuinka arvojaan noudattaa, uutisväline voi saada asiakkaiskseen ne ihmiset, jotka jakavat uutisvälineen arvot (ks. Picard 2010, 51-53).

Läpinäkyvyyden avulla uutismedia voi osoittaa myös jonkinasteista valmiutta ottaa vastaan ulkopuolisia arvioita ja kehittää toimintaansa niiden mukaan. Tällaisella vastaanottavaisuudella voi olla suurta vaihtoarvoa internetajan avoimuuden kasvattamille. Korjausnappula, jonka Heikkilä ym. (2012, 56) esittelevät, on pitkälle menevä esimerkki tästä.

Mutta onko kuvio näin selvä? Esimerkiksi Heikkilä (2011) huomauttaa, että suomalaisten luottamus mediaan ei ole romahtanut. Meier (2009, 4) taas toteaa, että tutkimukset viime vuosilta (ja

vuosikymmeniltä) osoittavat sekä luottamuksen vähenemistä, vakautta että parhaimmillaan jopa vahvistumista. Tästä huolimatta läpinäkyvyyspuheen keskiössä on aina luottamuksen kriisi (ema.). Luottamus ja uskottavuus ovat viestimille elintärkeitä asioita, joiden merkitys korostuu internetin aikana (ema.). Uutisvälineille läpinäkyvyys voi olla yksi keino vakuuttaa vilpittömyyttään tai ainakin tarjota yleisölle paremmat mahdollisuudet sen arvioimiseen, onko uutisväline vilpittön.

Journalismin ja uutisvälineiden olemassaolo on siis ratkaisevassa vaiheessa. Monien tutkijoiden mukaan journalismin ja lukijoiden suhde muuttuu pysyvästi samalla kun kehittyvä tekniikka muuttaa elämäntyyliämme ja kommunikointiamme. Uutismedioiden täytyy Picardin (2010, 134) mukaan tajuta, että niiden tulevaisuus ei ole enää turvallisesti omistajien, johtajien tai työntekijöiden käsissä. Valta on siirtynyt kuluttajille. ”Niillä, jotka valitsevat muutoksen ja lisäävät arvoa sidosryhmilleen, on tulevaisuus. Ne, jotka jatkavat tämänhetkisillä poluillaan kuihtuvat pois”, Picard (emt., 135) korostaa.

Tällä hetkellä suomalaiset journalismin tuottajat eivät tunnu kuulevan Picardin tai muiden tutkijoiden painokkaita sanoja. Kotimainen media odottaa ihmisten luottavan samaan konseptiin, johon se on luottanut viimeiset 200 vuotta. Mutta kuinka vankka on tämä pohja on? Se on kuitenkin luotu sellaista toimintaympäristöä varten, jota ei enää ole.

5.2 Apuri erottautumisessa

Toistaiseksi faktojen tarkistus, lähteiden seuraaminen ja tiedon varmistaminen ovat olleet journalistien ydintehtäviä ja seikkoja, jotka ovat erottaneet niin kutsutut oikeat journalistit bloggaajista (Phillips 2010). Phillipsin mielestä tällaisen ammattimaisuuden tekemä ero on kuitenkin paikoin hämärä; bloggaajat tekevät jotkut asiat jopa paremmin. Hän lainaa Bourdieuta ja toteaa, että (alalla) olemisen ehto on *erottautuminen muista*. Uutisalalla tämä tarkoittaa kovaa kilpailua siitä, kuka saa skuupin, kuka yksinoikeudella tietoa, kuka suurimmat nimet. Todellisuudessa tiedotusvälineet toimivat usein paradoksaalisesti niin, että ne kaivavat maata erottautumisen jalkojen alta. Kilpailun paine ”pakottaa” ne kopioimaan toisiaan, jotta jokainen voisi olla se, joka saavuttaa eniten keskivertoja lukijoita. (Ema., 374-378.)

Picardin (2010) mukaan uutismedia voi tuottaa käyttäjälleen arvoa vain erottamalla muista informaatiolähteistä. Yleisön on mielletävä tietyn tiedotusvälineen sisältö muita tärkeämmäksi ja arvokkaammaksi. Koska informaatiota saa muualtakin, uutismedian täytyy kyetä identifioimaan tarjouksensa (proposition) arvosta, eli syy miksi lukijan pitäisi valita juuri kyseinen lehti. ”Yleisöjen täytyy ymmärtää erot uutismedioiden välillä, [...] ja tuntea, että joku palvelee niiden tarpeita ja

haluja parhaiten”, Picard (emt., 109-111) muistuttaa.

Läpinäkyvyyden avulla viestin voi erottautua ihmisten silmissä muista kaltaisistaan. Viestinten välillä valintaa tekeväälle voi olla merkitystä esimerkiksi sillä, mitä tiedotusväline lupaa yleisölleen vai lupaako se mitään. Yksilö saattaa myös punnita, tekeekö yksikään annetuista lupauksista viestimestä muita paremman. Jos väline ei lupaa mitään tai edes yritä vakuuttaa lukijaa jäämään sivuilleen, se olettaa ihmiseltä aika paljon. Yksi oletus on, että tämä jaksaisi pysähtyä ja perehtyä kaikista vaihtoehtoista juuri tähän tiedotusvälineeseen. Läpinäkyvyyden käytäntöjen omaksuminen saattaa tulla tärkeäksi jo siksi, että muutkin tiedontarjoajat internetissä ovat läpinäkyviä (Hayes ym. 2007, 271). Jos kaikki muut ovat läpinäkyviä, näyttäytykö itseensä sulkeutuva uutisväline epäilyttävänä? Ja jos esimerkiksi bloggaajat pystyvät perustelemaan paremmin tietojensa paikkansapitävyyden kuin journalistit, voi miettiä minkälaisia ajatuksia tämä herättää verkkolehden lukijoissa.

Picardin (2010, 116) mielestä yksi keino erottautumiseen on korostaa uutisten journalistista käsittelyä. Esimerkiksi bloggaajat eivät ole automaattisesti sitoutuneet noudattamaan journalistisia periaatteita. Läpinäkyvyyden avulla tiedotusväline voi sisällyttää juttuihinsa lupauksen ammattimaisesta journalismista. Kirjoittamalla auki prosesseja, joiden avulla juttua käsitellään ennen julkaisua, tiedotusväline voi korostaa, että lukija saa hyvää palvelua ja huolella tehtyä journalismia. Jos tämä kaikki tehdään yleisön katseen ulottumattomissa, voidaan mielestäni kysyä, onko realistista olettaa ihmisten tietävän miten journalistinen uutistuote eroaa vaikka ajankohtaisia asioita omasta näkökulmastaan tarjoavaan blogiin?

Kuinka journalismi sitten erottuu muista julkisen tiedon välittämisen tavoista? Kuka on journalisti ja kuka ei? Hayes ym. (2007, 265) katsovat, että määrittely ammattietiikan tai ammatillisen koulutuksen kautta ei toimi. Heidän mukaansa määrittelyn täytyy lähteä sisällöstä. Journalistin tai organisaation täytyy toimia sellaisella tavalla, että sen yleisö ymmärtää sen edistävän julkista diskurssia tarjoamalla tosiasiallista, luotettavaa, ajankohtaista ja mielekästä tietoa (ema.).

Oikeusjärjestelmä on päättänyt, että yksittäiset ihmiset, joka työskentelevät esimerkiksi dokumentintekijöinä tai julkaisemattomina kirjailijoina, voivat täyttää journalistin määritelmän. Tämä edellyttää, että he ovat aloittaneet projektinsa tarkoituksenaan julkaista työnsä tulos yleisölle. Tämä noudattaa Hayes ym. (2007) mukaan ajattelutapaa, joka suosii laajaa julkisen palvelun arvoa kommunikaatiossa. Useissa muissakin lähteissä todetaan, että journalismilla on kansalaisten palvelemistehtävänsä vuoksi yhteiskunnassa erityinen asema, erityinen vastuu ja erityisiä oikeuksia. Journalistin määritelmä on olennainen esimerkiksi sen kannalta, kenellä on oikeus taata lähdesuoja.

(Hayes ym. ema., 267.)

Journalistien kanssa julkisuuden hallinnasta kilpailevat kansalaisten ja bloggaajien lisäksi myös isommat toimijat. Pr-toimistot ja yritykset käyttävät valtavia rahasummia tuottaakseen omia tarkoituksensa edistäviä tietoja. Joskus ne astuvat journalismin varpaille myös käsitteellisellä tasolla. ”Faktatiedon hankintayritykseksi” itseään kutsuva Newsbrokers Oy kertoo hankkivansa tietoja muun muassa BBC World Servicelle, Talentum Media Oyj:lle ja Finanssialan Keskusliitolle. Yritys tekee siis tiedonhankintaa ”tilaajan omiin tiedonhankinta- ja tiedotustarpeisiin” – maksusta tietenkin. Ja se kutsuu toimintaansa hiljaiseksi journalismiksi, kuten seuraavasta esittelystä ilmenee:

Newsbrokers Oy:n erikoisosaamisalue on hiljainen journalismi. Se eroaa perinteisestä journalismista vain siltä osin, että hiljainen journalismi tuottaa faktaa tilaajalle, ei suoraan julkisuuteen. On tilaajan ratkaistavissa, kuinka hankittua tietoa käytetään.

Hiljaiset reportaasitTM ovat tilaajan omaan käyttöön tehtyjä asiantuntijahaastatteluja, artikkeleita ja reportaaseja.¹⁶

Perinteisesti pr-toiminta on ala, josta journalismi haluaa pysytellä tiukasti erossa. Journalistit korostavat, että he tekevät kaikki päätöksensä itsenäisesti, ja alan eettiset ohjeetkin kieltävät yksiselitteisesti päätäntävällän luovuttamisen ulkopuolisille. Periaate on, että rahalla tai uhkauksilla ei pitäisi voida estää tiedon julkaisemista tai muuttaa löydettyä 'totuutta' toiseksi. Kun joku kertoo tekevänsä 'journalismia' rahasta ja tietystä halutusta näkökulmasta, journalistit kavahtavat. Näitä tunteita kuvannee hyvin kahden tunnetun toimittajan, vuoden 2012 journalistin Anu Nousiaisen ja Suomen kuvalehden toimituspäällikön Jari Lindholmin Twitterissä käymä sananvaihto (kuva 1).

16 Newsbrokers Oy:n kotisivut: <<http://nb.sw.fi/>> (käytetty 6.11.2013)



Kuva 1: Tunnettujen toimittajien reaktioita Newsbrokersiin.

Huoli siitä, että pr-toiminta teeskentelee tekevänsä ammattimaista journalismia on ilmeinen; jos kuka vain voi nimetä tekemisensä journalismiksi, kuinka käy nykyisen ammattimaisen journalismin? Tämä tarve kytkeytyy luvussa 2 esittelemiini pohdintoihin journalismin itselegitimaatiosta: journalismi haluaa määritellä itsensä ja sen, mitkä asiat eivät kuulu sen piiriin. Tässä erottautumistyössä se tutkijoiden mukaan tarvitsee läpinäkyvyyttä etenkin nyt, kun objektiivisuus ei enää sellaisena auta erottautumaan muista tiedonvälittäjistä – tai edes pr-toiminnasta.

Alan sisälläkin erottautuminen saattaa toisinaan olla tarpeen. Pitääkö esimerkiksi STT:tä ja vaikkapa matkailuohjelma Madventuresia arvostella samoilla kriteereillä? Jälkimmäinen on saanut sekä valtion tiedonjulkistamispalkinnon että huomautuksen Julkisen sanan neuvostolta. Näiden kahden esimerkkitapauksen tyyli on kuitenkin hyvin erilainen: STT pitäytyy objektiivisuuden rituaaleja noudattavissa uutisissa ja nojaa tietonsa näiden rituaalien avulla tuotettuihin faktoihin, kun taas Madventuresissa esitetään juontajien mielipiteitä usein ilman vasta-argumentteja, ja jo puhetyyli on kaukana objektiivisuuden tavoittelusta. Ohjelmassa esimerkiksi kritisoidaan kovin sanoin länsimaista elämäntyyliä ja kapitalismia samalla kun Kuubaa kuvataan provosoiden onnenmaaksi. Ovatko nämä journalismin eri muodot rinnasteisia toisilleen? Vai pitäisikö ihmisille tehdä jotenkin ero selväksi? Missä määrin ihmisten luottamukseen tai ajatuksiin journalisteista voi vaikuttaa yksittäisen journalistin toiminta?

Sitä, mitä kansalaiset ajattelevat journalismin läpinäkyvyydestä, ei ole vielä juuri tutkittu. Ei tiedetä, voiko tai tarvitseeko journalismin kansalaisten silmissä erottautua pr-toiminnasta läpinäkyvyyden

keinoin. Luottamuksen ja läpinäkyvyyden suhdetta pohdiskeleva O'Neill (2002) arvioi, että läpinäkyvyys ja avoimuus eivät lisää luottamusta, jos sitä tarjoaviin tahoihin ei jo luoteta. Groenhard (2012) puolestaan kysyi asiaa hollantilaisia tv-kanavia ja sanomalehtiä säännöllisesti seuraavilta ihmisiltä. Hänen (ema., 196) mukaansa ne, jotka jo luottavat ”omaan” mediaansa, eivät kaipaa läpinäkyvyyttä. Suurin merkitys läpinäkyvyydellä on hänestä (ema.) niille, jotka eivät tunne mediaa, ja jopa potentiaalisille uusille asiakkaille, eivätkä ”ihmiset tarkoituksellisesti käytä tällaista sisältöä luottamuksen lisäämiseen”.

5.3 Kunnioituksen ja demokratian lähettiläs

Kovachin ja Rosentielin (2001, 81) mukaan läpinäkyvyyden sääntö osoittaa journalistien kunnioittavan yleisöään. Plaisance (2007) katsoo asiaa vielä laajemmalla kannalta: läpinäkyvyyden avulla osoitetaan, että kunnioitetaan toisten ihmisten ihmisarvoa. Singer (2007, 84) pitää läpinäkyvyyttä luottamuksen edellytyksenä, ja Allenin (2008) mielestä ilman läpinäkyvyyttä ei saavuteta habermasilaisista ymmärtävää kommunikaatiota. Näiden kantojen perusteella läpinäkyvyyden voisi ajatella olevan välttämättömyys myös journalismin ja kansalaisten välisen suhteen kehittämiseksi.

Kovachin ja Rosentielin (2001) mukaan paras suoja valhetta ja vilppiä vastaan on tarjota yleisölle mahdollisuus arvioida tiedon pätevyyttä, tiedonvarmistusprosessia sekä tiedon tarjonnan journalistin motiiveja ja ennakoasenteita. Läpinäkyvyys on luotettavuuden avain myös siksi, että se omalla tavallaan osoittaa todeksi journalistien väitteet siitä, että heidän työnsä motiivi on kantaa huolta yhteisistä asioista (public interest motive). Halukkuus läpinäkyvyyteen auttaa myös luomaan kuvaa siitä, että journalisti piittaa totuudesta. (Emt., 81.)

Sama yhtälö toimii myös päinvastoin: väärinkäytetty läpinäkyvyys tai salailu vähentää luottamusta. Kuten Kovach ja Rosentiel (2001, 82) kirjoittavat:

Valitettavasti läpinäkyvyyden ideaa häväistään toistuvasti. Liian usein journalismi epäonnistuu sanoessaan mitään metodeistaan, motiiveistaan ja lähteistään. [...] Kun kansalaiset tulevat yhä skeptisemmiksi sekä journalisteja että poliittisia elimiä kohtaan, tämä [läpinäkymättömyys, ajan säästö läpinäkyvyyden kustannuksella –MU] on karhunpalvelus yleisölle ja lisää journalismin epäilyttävyttä entisestään.

Toimiva, kansalaisia kunnioittava läpinäkyvyys voi aiheuttaa muutoksia myös journalismin toimintavoissa. Se voi vaikuttaa myönteisesti totuuden löytämiseen ja sen kertomiseen (Craft & Heim 2009, 222). Toimituksen toimintatapojen täytyy olla sellaisia, että ne kestävät läpinäkyvyyden. Idealistin korvia hivelee ajatus, että läpinäkyvyys pakottaisi sanomalehdet

tekemään parempaa journalismia. Singer (2010, 96) tunnistaa ajatuksen. Hän toteaa, että journalismin ja yleisön uudenlainen suhde rohkaisee journalisteja itsereflektioon (ema.). Journalistit joutuvat yhä enemmän miettimään, mitä he tarkalleen ottaen tekevät, ja säilyttääkö tuo toiminta mitään arvoa internetmaailmassa, jossa jokainen voi olla julkaisija, ja syitä arvons säilymiselle tai katoamiselle (ema.).

Journalistit ovat olleet yllättyneitä siitä, että edes huolellisen selostuksen jälkeen yleisö ei ole hyväksynyt tehtyjä journalistisia päätöksiä (Allen 2008, 325). Läpinäkyvyys tuskin saa kansalaisia koskaan olemaan kaikesta samaa mieltä toimituksen päätösten kanssa. Kovach ja Rosentiel eivät näe pelottavana sitä, että yleisö on eri mieltä tehdyistä päätöksistä. Heidän mielestään tietoon perustuva erimielisyys on parempi kuin väärä luulo siitä, että uutiset välittävät todellisuutta objektiivisesti (Kovach & Rosentiel 2001, 83).

Kovach ja Rosentiel (2001) määrittelevät yhdeksi journalismin yhdeksästä peruseriaatteesta sen, että ”journalistin ensimmäinen lojaliteetti on kansalaisille”. Kuten aiemmin totesin (alaluku 4.2) tämä on myös journalistien omien eettisten koodistojen lähtökohta. Hallin (2001, 153) mukaan uutisjournalismin legitimitietin kriisi syntyy, kun lehdistö ei enää puhuttele lukijoitaan kansalaisina. Läpinäkyvyyden voidaan nähdä palauttavan ihmisille journalismissa muunkin kuin sivustaseuraajan roolin (esim. Ridell 1998; Pietilä 1993; Maia 2008). Kovachin ja Rosentielin (2001, 83) mielestä läpinäkyvyyden sääntö voi pitkällä tähtäimellä auttaa uudenlaisen, tarkkaavaisemman yleisön kehittymistä:

Tämä yleisö näkee vaivattomasti eron moraalisen journalismin ja välinpitämättömän tai itseriittoisen jäljittelyn välillä. Täten journalistit voivat värvätä uuden markkinamahdin laatujournalismin voimaksi.

6 Läpinäkyvyyden ongelmia

Yritämmekö liian kovasti selittää itseämme, olemmeko liian takertuvia, tuhlaammeko liian paljon aikaa terapeutin sohvalle sekalaisen bloggaajajoukon, partisaanien ja asiantuntijoiden toimiessa Dr Phileinämme? [...] Lyhyesti, onko selittämisen paine lähtemässä käsistä? (Smolkin 2006.)

Huolimatta hyvistä tarkoituksista ja rajattomista mahdollisuuksista läpinäkyvyyden seurauksista ei voida olla varmoja (vrt. Meier 2009, 8). Ehkä tämä epävarmuus on yksi syy siihen, ettei läpinäkyvyys ole vieläkaan lyönyt päivittäisessä toimitustyössä läpi sillä laajuudella kuin sitä puolustavien puheenvuorojen määrästä voisi päätellä. Heikkilä (2001) katsoo, että läpinäkyvyyden tiellä ovat ennen kaikkea mediarytysten prioriteetit ja internetin aiheuttama jatkuva muutos. Toimitukset eivät halua sitoutua käytäntöihin, jotka voivat hetken kuluttua olla vanhentuneita. Läpinäkyvyyden tiellä on epäselvyys siitä, mitkä käytännöt olisivat tarpeellisia ja kestäviä. (Ema., 14.)

Todennäköisesti yksi syy läpinäkyvyyden vieroksuntaan on, että se lisää työtä toimituksissa. Läpinäkyvyydestä pitäisi huolehtia muiden töiden lisäksi. Monilla toimittajilla ja toimituksilla on kädet täynnä töitä jo ilmankin, ja jatkuvat uudistukset voivat tuntua ylitsepääsemättömiltä. Kuten Heikkilä (2011) huomauttaa, mediakentän mullistusten keskellä yritykset eivät ole valmiita sijoittamaan rahaa ja aikaa siihen, että joku miettisi uusia vastuullisuuden käytäntöjä.

Toista mahdollista näkökulmaa Heikkilä (2011, 20) havainnollistaa kysymällä: ”Miksi korjata jotain, mikä ei ole rikki?” Ehkä journalistit kokevat olevansa jo kyllin vastuullisia ja läpinäkyviä tai ehkä saatu palaute ei nosta läpinäkymättömyyttä esiin ongelmana. Mahdollista on myös, että jos journalisti kokee tekevänsä hyvää ja objektiivista työtä ilman läpinäkyvyyttä, hän ei koe periaatetta edes tarpeelliseksi. O'Neill (2002) huomauttaa, että pahimmassa tapauksessa vastuullisuuden uudet käytännöt toimivat itseään vastaan: kun ammattilaisilla on niin kiire raportoida tekemisistään, heille jää vähemmän aikaa tehdä itse työtä.

Läpinäkyvyydessä saattaa epäilyttää myös lähdesuojan vaarantuminen. Journalismin tuotannossa on paljon salaisia ja herkkiä vaiheita, joita ei voida tuoda julkisuuteen. Esimerkiksi Sveitsissä ainakin vielä muutama vuosi sitten toimittajien ammattisalaisuuksien paljastaminen kiellettiin alan eettisissä säännöissä (Meier 2009, 3). Läpinäkyvyyden ja lähdesuojan suhteesta voidaan olla myös eri mieltä. Kovach ja Rosentiel (2001, 81) toteavat, että lähteen nimeäminen on tärkeää lähes aina. Hieman epäselväksi jää, tarkoittavatko he, että kerrotaan esimerkiksi lähteen asema vai pitääkö lähde heidän mielestään nimetä tunnistettavasti.

Erityisesti henkilökohtainen läpinäkyvyys näyttää olevan toimittajille vaikeaa, monin paikoin suorastaan tabu (Meier 2009, 3). Samaan aikaan tietoa toimittajan taloudellisista sidonnaisuuksista tai puoluekannasta vaaditaan usein ja äänekkäästi. Suomessakin esimerkiksi Matti Apunen, Elinkeinoelämän valtuuskunnan puheenjohtaja ja entinen Aamulehden päätoimittaja on useaan kertaan vaatinut tämänkaltaista avoimuutta. Suomalaiset journalistit ovat kuitenkin tottuneet olemaan kasvottomia massatyöntekijöitä (Heikkilä 2011, 12). Heikkilän (ema.) mukaan Suomessa yksittäisen journalistin läpinäkyvyys tulkitaan herkästi itsekehuksi tai markkinoinniksi. Lisäksi kaikkietävinä esiintyville journalisteille virheiden ja tietämättömyyden myöntäminen voi tuntua oman auktoriteetin murentamiselta. Tähän kysymykseen liittyy myös aiemmin (alaluku 4.1) viittaamani Meierin mielipide siitä, että toimituksissa ei ole mietitty aktiivisesti sitä, millaista hyvä itsereflektio voisi olla.

Läpinäkyvyyttä voi tutkijoiden mielestä olla myös liikaa. Cunningham [2006] korostaa, että on mahdotonta tietää toisen ihmisen ajatuksia kuulemalla hänen taustoistaan kaiken, mikä *saattaa* aiheuttaa puolueellisuutta (ks. Plaisance 2007, 193). Jos tietoa on liikaa, se vain lisää epäselvyyttä ja johtaa lukijoita harhaan. Samaan viittaavat Craft ja Heim (2009, 224-225): jos läpinäkyvyys suunnataan väärin asioihin, se voi viedä huomion oikeasti tärkeiltä asioilta. Heidän (ema.) mukaansa läpinäkyvyyttä toteutettaessa onkin tärkeää kysyä, miksi juuri nämä asiat paljastetaan, ja tehdäänkö se siksi että se on tarpeen, vai koska se on helppoa. He (ema.) myös pohtivat, lisääkö läpinäkyvyys tietoa niin paljon, että signaalialia ei voi erottaa melusta, ja päätyvät toteamaan, että: ”kyynisesti: paras tapa kadottaa tietoa on haudata se datatulvaan”.

Epäilyksiä, vieroksuntaa ja ongelmia. Astuuko läpinäkyvyys paradoksaalisesti samaan ansaan, jolta se pyrkii eri teollisuudenaloja pelastamaan? Jos läpinäkyvyyden riskejä ei aseteta näkyville ja pyritä välttämään, matkatakaanko ojasta allikkoon? Meierin mukaan (2009, 8) läpinäkyvyyden seurauksia on tärkeää tutkia empiirisesti niin kentällä kuin ”laboratoriossakin”. Journalismita puuttuu toistaiseksi vastaukset kysymyksiin siitä, mitkä läpinäkyvyyden muodot todella johtavat median käyttäjien luottamuksen lisääntymiseen ja mitkä muodot sisältävät riskejä ja haitallisia sivuvaikutuksia.

6.1 Läpinäkyvyys rajoittaa vapautta

Journalismin legitimitetti on tähän asti perustunut merkittävilta osin juuri riippumattomuuteen ja ammattikunnan itsemäärätelyyn. Pohjimmiltaan läpinäkyvyys on nimenomaan vallan luovuttamista muille, journalismin tapauksessa erityisesti yleisölle (esim. Ball 2009; Meier 2009). Autonomian menetys ja oikeus oman toiminnan arviointiin nähdään yhtenä suurimmista läpinäkyvyyden mukanaan tuomista uhista (Singer 2007; Allen 2008). Kuten Singer (2007, 79-80) toteaa, kaikkien

professionien keskeinen väite on itsenäisyys omien arvojen artikulointiin ja hyväksymiseen. Internetissä journalismin keskeiset käsitteet ovat jo osittain avoimesti uudelleenmääriteltävissä ja ammattikunnan käyttäytymistä valvotaan myös ammatin ulkopuolelta (ema.). Toisaalta sama pelko on värittänyt ja hidastanut monia muitakin journalismia uudistavia ajatuksia (ema., 81), etenkin siksi, että ammattikunta on tottunut vahvaan itsesääntelyyn sananvapauden nimissä.

Allenin (2007) mukaan nimenomaan Foucault'n etiikka osoittaa läpinäkyvyyden karikot. Niiltä ei nimittäin olla suojassa, kun läpinäkyvyydestä tulee moraalisen järkeilyn sijainen tai kun journalismin ulkopuoliset tahot omaksuvat läpinäkyvyyden kurinpidon muodoksi päämääränään horjuttaa juuri sitä vapautta, jota läpinäkyvyyden oli tarkoitus suojella. Foucault'lle läpinäkyvyyden tai valvonnan ongelma ei ole kielellinen tai diskurssiivinen vaan siinä on kyse siitä, mitä teemme ihmisinä itsellemme. Läpinäkyvyys ei tältä kannalta katsottuna vapauta journalismia sosiaalisilta paineilta tai ulkopuolisten muokkausyrityksiltä; päinvastoin läpinäkyvyys on sosiaalisen kontrollin kurinpidollinen muoto, joka pyrkii määrittelemään mitä journalismi on ja mitä journalistit tekevät. (Ema., 334-336.)

Tästä näkökulmasta pelkkä läpinäkyvyys ja matka kohti habermasilaista ymmärtävää diskurssia eivät riitä. On lisäksi pystyttävä pysymään vapaina. Allenin (2007) mukaan läpinäkyvyys voi vaarallisimmillaan asettua journalismin muutoksen vaatimukseksi sen sijaan, että se edistäisi ymmärrystä journalismista. Valvontaa ja journalismin tehtävän määrittelyä ei enää hoida itsesääntelyn lisäksi pelkästään valtio tai suuret kaupalliset mahdit. Valvontaa harjoittavat nykyään myös yksityiset yritykset, ihmiset. Tällaisenaan valvonta on juurikin demokraattisempaa, kuten monet käsittelemäni tutkijat toivoisivatkin sen olevan, mutta samalla se on vahvempaa. Allenin mukaan itsemäärittely on jatkuvaa kamppailua sosiaalisia ja poliittisia paineita vastaan, ja juuri tuon kamppailun vuoksi näiden voimien vaikutus on tärkeää tunnistaa. (Ema.)

Allen (2007) nostaa esimerkiksi yhdysvaltalaiset poliittiset tilaisuudet ja niiden näennäisyyden. Tällä hetkellä tapahtumista on hyväksyttävää raportoida, kunhan mainitsee jutussa esimerkiksi poliittisen tiedotustilaisuuden näytösmäisestä luonteesta tai tarkasta lavastuksesta. Allenin mielestä tilaisuutta ei tällöin kyseenalaisteta tarpeeksi, vaan läpinäkyvyyden varjolla osallistutaan politiikan vilpilliseen näytelmään tai ainakin hyväksytään se – ja samalla paitsi välitetään virheellistä kuvaa ihmisille myös luovutetaan toiminnan määrittelemisen valta muille. Jos tämä haluttaisiin tehdä paremmin, Allen toteaa Habermasia mukailien, pseudotapahtumista raportoivien journalistien pitäisi arvioida tapahtumien validiteettia ja esitettyjä väitteitä totuudesta. (Ema., 328 ja 336.)

Journalismin autonomian kannalta on tärkeää miettiä myös läpinäkyvyyden juuria ja muun muassa Wassermanin (2011) esittämää huolta sen tarkoituseristä ja motiiveista. Jos läpinäkyvyys on poliittisesti motivoitunutta, se voi vaikuttaa negatiivisesti journalismiin. Ongelmaksi voi muodostua termin omaksuminen osaksi omaa toimintaa kyseenalaistamatta millaisia edellytyksiä tai samastumien kohteita se tuo mukanaan. Journalismi on toistaiseksi halunnut tehdä selvää pesäeroa intressidonnaiseen pr-toimintaan, mutta läpinäkyvyyden kaltainen julkinen itsereflektio ja yleisösuhteesta huolehtiminen lainaa paljon pr-alalta (Meier 2009, 7-8). Jos läpinäkyvyys hyväksytään journalismiin ja sen tutkimuksen sanastoon itsestänselvyytenä, termi tuo mukanaan tietyt arvot.

6.2 Keskustelua vilpillisyyden ja läpinäkyvyyden suhteesta

Craftin ja Heimin mukaan (2009, 225) motiivit eivät muutu helposti näkyviksi. Läpinäkyvydessä on kyse ennakoinnista, olettamuksista siitä, mitä yleisön tarvitsee tietää, jotta se voi hahmottaa kommunikaation luonteen (ema.). Läpinäkyvyyden vaatimus voi kääntyä jopa syyksi piilottaa epäilyttävät motiivit aiempaa paremmin (ema.). O'Neill (2002) toteaa läpinäkyvyyden vaatimusten vain rohkaisevan ”välttelyä, hurskastelua ja puolitotuuksia [...] mitä voitaisiin suoraan sanottuna kutsua joko 'itsesensuuriksi' tai 'vilpiksi’”.

Läpinäkyvyyttä kritisoiva O'Neill (2002) on sitä mieltä, että läpinäkyvyys ei vähennä vilppiä takuuvarmasti. Hän korostaa, että läpinäkyvyyteen sisältyy aina oletamus siitä, että vilppiä on. Ilman vilppiä läpinäkyvyys ei voi vähentää sitä. Luottamuksen vihollinen ei ole salailu vaan nimenomaan vilppi. Siksi pitäisi keskittyä vilpin vähentämiseen, koska ilman sitä myös läpinäkymätön voi olla luotettavaa. (O'Neill 2002.)

O'Neill (2002) kyseenalaistaa koko pohjan, jolla läpinäkyvyyttä journalismissakin puolustetaan. Hänen mukaansa luottamus ei ole kriisissä, ei journalismissa tai muualla yhteiskunnassa, vaan ongelmana on se, että elämme epäluulojen aikaa. Epäluottamuksen vahvistuminen avoimuuden ja läpinäkyvyyden lisääntymisen myötä on O'Neillin (2002) mukaan merkki siitä, että vastuullisuutta on lähdetty kehittämään väärällä tavalla:

Jos haluamme välttää tätä epäonnista kierrettä, meidän täytyy ajatella vastuullisuutta vähemmän mikrojohtamisen ja keskittyneen kontrollin kautta ja enemmän hyvän hallinnon kautta, ajatella vähemmän läpinäkyvyyttä ja enemmän vilpin rajoittamista. Jos aiomme säilyttää luottamuksen, meidän täytyy alkaa kommunikoida arvioinnille avoimilla tavoilla, ja tehdäksemme sen meidän täytyy ajatella uudelleen lehdistönvapauden muotoa. Lehdistöllä ei ole lupaa huijata; ja meillä ei ole mitään syytä ajatella, että vapaa lehdistö tarvitsisi sellaisen luvan.

Puhuessaan luottamuksesta ja toimivista vastuullisuuden tavoista O'Neill (2002) nostaa niin sanotun

luottamuksen yleisen kriisin keskiöön journalismin roolin yhteiskunnassa. Tiedotusvälineisiin täytyy voida luottaa, jotta voi luottaa ympäröivään yhteiskuntaan ja siihen tietoon, mitä siitä median kautta saadaan. Tämän vuoksi epäluulon ajasta ei voida päästä yli ennen kuin journalismi on sellaista, että yleisö voi tarkistaa sen esittämät tiedot ja arvoida niitä. ”Lehdistö on hyvä antamaan pääsyn materiaaliin, mutta huono tekemään siitä arvioitavaa”, O’Neill (ema.) toteaa. Tiivistetysti hän on siis sitä mieltä, että läpinäkyvyyttä ja avoimuutta toteutetaan nykyään väärällä tavalla. Läpinäkyvyyden kritiikistään huolimatta journalismin tekijöiden pitäisi O’Neillin (ema.) mielestä olla läpinäkyvä ja siten tehdä töitä vastuullisuutensa parantamiseksi. (Ema.)

On myös ehdotettu, että läpinäkyvyydellä täytyy olla journalismille enemmän kuin pelkkä välinearvo. Tällaisesta näkökulmasta ongelmaksi nousee puolittain toteutettu läpinäkyvyys, jonka avulla yritetään vain ratkaista jokin rajallinen ongelma, kuten luottamuksen puute. Plaisancen (2007, 193) mukaan läpinäkyvyys kytkeytyy kantilaiseen velvollisuusetiikkaan ja vaatii muiden ihmisten rationaalisten kykyjen ja niiden vapaaseen tahtoon perustuvan käytön kunnioittamista. Plaisancen mukaan läpinäkyvyyden puute on edellytys kaikille vilpille, vaikka kaikkia huijausyrityksiä edes läpinäkyvyys ei voi poistaa (ema., 203). Plaisancen (ema., 204) mukaan Kantin teoria ihmisarvosta haastaa journalismin tekijät kysymään, ei vain ”pitäisikö meidän olla läpinäkyvämpiä” vaan myös:

Onko meillä moraalista rohkeutta tehdä enemmän kuin toistaa tyhjiä väitteitä siitä, kuinka arvostamme totuutta ja lahjomattomuutta samaan aikaan kun hyväksikäytämme ihmisiä ja tilanteita silloin, kun se on helppoa ja palvelee omia päämääriämme? Olemmeko valmiita hengittämään elämää arvoihimme ja elämään elämäämme ajatellen muiden arvoa ja hyvinvointia kaikessa mitä teemme?

7 Pohdintaa ja päätelmiä

Millaista on hyvä läpinäkyvyys? Miksi journalismi tarvitsee sellaista? Siinä kaksi kysymystä, jotka jäävät usein vaille vastausta. Monet tutkijat (esim. Meier 2009; Craft & Heim 2009) kysyvät samaa. Heidän mielestään juuri nyt pitäisi pysäyttää tulenpalava kiire tehdä kaikesta läpinäkyvää, ja pysähtyä miettimään mitä sanalla itseasiassa tarkoitetaan. Oma tutkimukseni ei vastaa kysymyksiin siitä, minkä pitäisi olla läpinäkyvää ja miksi. Sen sijaan olen pyrkinyt selvittämään sitä, millainen kokonaiskuva läpinäkyvyydestä piirtyy aikalaiskeskustelussa ja jo tehdyssä tutkimuksessa. Tutkimuskysymysteni epätarkat vastaukset ovat tutkimuksen tärkein tulos. Kukaan ei näytä tietävän tarkalleen, mitä läpinäkyvyys journalismissa on, mistä se on tullut, eikä varsinkaan mitä se tuo tullessaan.

Ensimmäinen tutkimuskysymykseni oli: *Mitä läpinäkyvyys tarkoittaa journalismin tutkimuksessa?* Ryhdyin vastaamaan kysymykseen kahden seuraavan apukysymyksen avulla: *Miten läpinäkyvyys on ymmärretty aiemmassa journalismin tutkimuksessa? Miten termi määritellään tämänhetkisessä tutkimuksessa?* Yksiselitteistä vastausta niin sanottuun pääkysymykseen ei löytynyt. Jokainen tutkija määritteli läpinäkyvyyttä jotenkin, mutta harvan käsitys kattoi edes murto-osaa jonkun toisen esittämistä ajatuksista. Vaikka esimerkiksi läpinäkyvyyden tekniikoita listaamalla voitaisiin tavoitella kokonaiskuva, suurin osa tyytyi kuittaamaan termin merkityksen lyhyellä kuvauksella. Tiiviinä yhteenvetona voidaan todeta, että läpinäkyvyys edustaa nykyisessä journalismissa ja sen tutkimuksessa tietynlaista avoimuutta. Läpinäkyvyydellä tarkoitetaan sitä, että journalistit tai kokonaiset toimitukset kertovat toimintatavoistaan tai motiiveistaan jotain, mikä ennen on ollut piilossa.

Äärimmäisissä näkemyksissä läpinäkyvyys tarkoittaa sitä, että journalistisesta prosessista kerrotaan niin paljon kuin mahdollista (esim. Kovach & Rosentiel 2001) tai että asetetaan ulkopuolinen tarkkailija, ombudsman, arvioimaan toimituksen työtä (Meier 2009). Avoimuuden tarpeesta tai syistä ei löytynyt yksimielistä vastausta. Päällimmäinen vastaus on kahtalainen eli se, että kansalaiset joko odottavat journalismilta avoimuutta tai se, että journalismin on muututtava avoimeksi koska muuten kansalaiset eivät enää ole valmiita maksamaan journalismista. Tälle ei kuitenkaan löytynyt yksiselitteistä vahvistusta. Muita joukosta erottuvia näkemyksiä olivat eettisyyttä ja ihmisarvoa korostava perustelu (Plaisance 2007; Allen 2008; Maia 2008) sekä journalismin lojaalisuutta kansalaisille korostava perustelu (Kovach & Rosentiel 2001).

Aiemman journalismin tutkimuksen antama merkitys läpinäkyvyys-termille on itsessään hyvin

mielenkiintoinen. Vain paria vuosikymmentä aiemmin läpinäkyvyysvaikutelman käsitteellä kritisoitiin uutisten tuottamaa ikkunamaisuuden vaikutelmaa (Ridell 1998, 86). Tähän niin sanottuun aiempaan läpinäkyvyyteen ei uusissa tutkimuksissa ja artikkeleissa nähdäkseen juurikaan viitata. Herää kysymys siitä, kuinka syvällisesti termiä on pohdittu, jos edes alan sisältä ei löydetä ristiriitaa aiemman ja tämänhetkisen läpinäkyvyyden välillä? Läpinäkyvyys-sanan luonnetta ei myöskään juuri käsitellä nykytutkimuksessa. Tavallisempaa on vain hyväksyä ulkoapäin annettu käsitys siitä, että läpinäkyvyys on näkyväksi tekemistä eikä läpinäkymistä, kuten aiemmassa kriittisessä läpinäkyvyyskeskustelussa ajateltiin. Määrittelyjen hajanaisuus ja epämääräisyys johtavat myös kysymään, onko läpinäkyvyyden tapauksessa syytä puhua sanasta, termistä vai käsitteestä.¹⁷ Tämäkin kysymys on tutkimukseni kohdennuksen ulkopuolella, joten olen viitannut läpinäkyvyyteen terminä. Kiinnostavaa on, että joidenkin tutkijoiden mukaan läpinäkyvyys todella on käsite (esim. Plaisance 2007).

Hieman samankaltaisia ongelmia tulee vastaan, kun tarkastellaan Karlssonin (2010, 536) ajatusta läpinäkyvyydestä journalismin auktoritatiivisena rituaalina. Onko läpinäkyvyys jo sellaisessa käytössä esimerkiksi suomalaisessa journalismissa, että vaikkapa yksittäinen sanomalehti voi tyrmätä kritiikin kertomalla kuinka läpinäkyvästi toimitus toimii? Nykytutkimuksen (Rupar 2006; Karlsson 2010; Heikkilä ym. 2012; Wirén 2013) valossa näyttäisi siltä, ettei näin ole. Edes läpinäkyvyyden tekniikoista ei vallitse yhteisymmärrystä tutkimuksen sisällä. Tuchmanin (1972) ajatus strategisesta rituaalista on jotain paljon perustavanlaatuisempaa kuin mihin läpinäkyvyys-termi kaikessa nykyisessä epämääräisyydessään viittaa. Toisaalta esimerkiksi Karlsson (2010, 536-537) toteaa, että jos journalismi onnistuu kääntämään avoimuuden tarpeen käytännölliseksi rituaaleiksi, siitä *voi tulla* objektiivisuutta vastaava auktoritatiivinen rituaali. Samaan hengenvetoon Karlsson (2010, 537) kuitenkin alkaa tunnistaa päivittäisestä journalismista näitä rituaaleja, joten hänen kantansa jää epäselväksi. Samaan aikaan media-alan gurujen suissa läpinäkyvyys on jo yksiselitteisesti julistettu uudeksi objektiivisuudeksi (ks. Weinberger 2009).

Voidaan myös kysyä, kuinka hyvin nykyinen ajatus läpinäkyvyydestä ylimalkaan soveltuu strategiseksi tai auktoritatiiviseksi rituaaliksi sellaisessa mielessä kuin rituaali on aiemmin käsitetty. Tuchmanin (1972, 678) mukaan tällaiseen rituaaliin kuuluu aggressiivinen puolustautuminen ja kritiikin välttely. Tällä hetkellä läpinäkyvyys nähdään kuitenkin pääasiassa avoimuuden lähettiläänä (esim. Sill 2011; Vehkoo 2011; Singer 2008) ja keinona rohkaista kansalaisia osallistumaan journalismin tekemiseen ja kehittämiseen (esim. Kovach & Rosentiel 2001). Jos läpinäkyvyys lisää dialogia, se lisää väistämättä myös kritiikkiä. Tällaiseen rooliin läpinäkyvyys nähdäkseen halutaan

¹⁷ Käsitteen ja sanan erosta ks. esim Bal, Mieke (2002).

myös tutkimuksessa asettaa; sitä ei suinkaan nähdä journalismiin kriittisesti suhtautuvien kommenttien vaientajaksi. Kuten esimerkiksi Meier (2009) ja Allen (2008) toteavat, läpinäkyvyys *edellyttää* vallan luovuttamista ulkopuolisille. Läpinäkyvä journalismi antaa 'ulkopuolisille' ihmisille avaimet ammattikunnan ja sen eettisten ohjeiden määrittelyyn. Paradoksaalisesti läpinäkyvyys joudutaan yleisen ilmapiirin vuoksi ottamaan käyttöön osittain myös kritiikin välttämiseksi; ettei kukaan pääsisi kutsumaan journalismia salailevaksi ja epäilyttäväksi.

Läpinäkyvyyden käsitteen määrittelyn yksi ongelma liittyy myös sen sisäkäsitteisiin. Mitä eroa on läpinäkyvyydellä ja esimerkiksi avoimuudella, osallistamisella tai rehellisyydellä? Millainen suhde näillä sanoilla on toisiinsa? Onko joku toisen edellytys tai sulkevatko jotkut toisistaan joitakin puolia pois? Monen läpinäkyvyyden tekniikaksi nimetyn toimintatavan kohdalla voidaan perustellusti kysyä, kuuluuko se vain läpinäkyvyyteen, pelkästään vaikkapa osallistamiseen vai kenties molempiin? Minkä käsitteen kainaloon asettuvat vastaanottavaisuuden käytännöt (Heikkilä ym. 2012), minne avoimet toimituskokoukset, minne twiittaava päätoimittaja? Kysymykset liittyvät myös läpinäkyvyyden seurauksiin. Läpinäkyvyyden sanotaan edellyttävän toimintatapojen totaalista muutosta. Mutta minkä pitää muuttua ja kuinka paljon muutoksen tarve riippuu siitä, millaiseksi läpinäkyvyys määritellään? Jos kansalaisten osallistaminen lasketaan läpinäkyvyydeksi, pitää ottaa huomioon erilaisia asioita kuin pelkästään julkaistaessa toimituksen periaatelinjauksia.

Toinen tutkimuskysymykseni kuului seuraavasti: *Miksi journalismin koetaan tarvitsevan läpinäkyvyyttä juuri nyt?* Tarkensin kysymystä kahdella apukysymyksellä: *Mikä merkitys läpinäkyvyydellä on journalismin ja kansalaisten suhteessa? Millaisia esteitä ja ongelmia läpinäkyvyyden tiellä nähdään?*

Selvää on, että teknologia, talous ja politiikka ovat aina vaikuttaneet journalismiin (Conboy 2010, 415). Uusimmassa ”kriisissä” näyttää olevan kyse siitä, että ympäröivät olosuhteet ovat ainoastaan lävyyttäneet journalismin tekijöiden ja tutkijoiden silmille vanhat ongelmat. Joudutaan jälleen arvioimaan uudestaan objektiivisuuden sopivuutta sekä journalismin ja yleisön suhdetta. Internet on mullistanut koko yhteiskunnan, useiden ammattikuntien liiketoimintamallit sekä ihmisten kulutus- ja tiedonhankintatavat. Samaan aikaan läpinäkyvyydestä ja avoimuudesta on tullut muodikasta. Journalismi ei voi pysytellä näiden kehityskulkujen ulkopuolella. Mutta onko kyse jostain perustavanlaatuisemmasta, jos samoja asioita ja ongelmia on yritetty nostaa keskusteluun jo vuosikymmeniä aiemmin?

Ensimmäinen apukysymys on läpinäkyvyyden problematiikan ytimessä. Läpinäkyvyyden nähdään

olevan edellytys uudentalaiselle yleisösuhteelle, jonka puolestaan nähdään olevan edellytys ammattimaisen journalismin hengissäpysymiselle. Lähtökohtana pidetään usein sitä, että läpinäkyvyys lisää luottamusta. Mutta onko asia noin yksioikoinen? Ei ole selvää, kuinka läpinäkyvyys vaikuttaa lukijoiden luottamukseen tai kokemuksiin mediasta. Läpinäkyvyyden tärkeyttä perustellaan monenlaisilla oletuksilla, mutta niitä ei oikein malteta todentaa. Läpinäkyvyydellä nähdään myös muita tärkeitä tehtäviä tässä suhteessa; se käsitetään esimerkiksi eettisen kanssakäymisen ja onnistuneen kommunikoin ennakkoehdoksi (esim. Plaisance 2007; Allen 2008). Läpinäkyvän journalismin katsotaan lisäksi parantavan niin journalismia kuin demokratiaakin (Kovach & Rosentiel 2001; O'Neill 2002).

Sen lisäksi, että läpinäkyvyyden merkitykseen liittyy paljon epäselvyyttä edellä kuvaamallani tavalla, on periaatteen tiellä myös muunlaisia esteitä. Käytännöllisten ja mahdollisten asenteellisten ongelmien lisäksi läpinäkyvyyteen liitetään hyvin perustavanlaatuisia epäilyksiä. Ei ole selvää, millainen suhde läpinäkyvyydellä on luottamukseen tai ylipäänsä rehellisyyteen. Läpinäkyvyyden voidaan myös nähdä rajoittavan journalismin vapautta jopa vaarallisella tavalla (Allen 2008).

7.1 Pohjustusta jatkotutkimukseen

Taikasana läpinäkyvyys. Kätevä käytössä, mutkikas tarkkailtava. Tämän tutkielman laaja näkökulma salli läpinäkyvyyden monipuolisen tarkastelun, mutta ei ehtinyt syventyä pidemmälti yhteenkään läpinäkyvyyden puoleen. Tutkimukseni rajautuikin asioiden kartoittamiseen ja ilmiön esittelyyn. Olen edellä viitannut kymmeneen asiaan, joihin kuhunkin voisi – ja tulisi – perehtyä useiden tutkimusten voimin. Toivoakseni kuitenkin avasin monia ovia, enkä sulkenut yhtään.

Vaikka tutkimukseni on luonteeltaan teoreettis-käsitteellinen, sen ote on silti subjektiivinen: joku muu olisi voinut valikoida lähteistöstä aivan muunlaisia näkökulmia ja arvottaa asiat eri tavalla tärkeiksi. Aloittelevana toimittajana suhtautumiseni ilmiöön on hivenen idealistinen, mikä saattoi vaikuttaa tehtyihin valintoihin ja siten lopputulokseen. Myös tämän vuoksi lisätutkimus on tarpeen. Monipuoliset näkökulmat syventävät käsitystä ilmiöstä ja luovat pohjaa selvemälle käsitteen määrittelylle.

Ilmiselvin tapa jatkaa tutkimustyötä olisi syventyä alkuperäislähteisiin, kuten Habermasiin ja Kantiin, joiden ajatuksia tässä tutkimuksessa tarkasteltiin toisen käden lähteiden kautta. Erityisesti termin eettistä taustaa lienee syytä kaivaa syvemmillä (vrt. Craft & Heim 2009). Puuttumaan jäi myös järjestelmällinen oppihistoriallinen katsaus journalismin tutkimukseen. Onko löydettävissä lisää avoimuuden vaatimuksia tai läpinäkyvyyden kaltaisia ajatuksia ennen nykyistä

muotisanavaihetta? Onko mahdollista paikantaa, milloin tarkalleen ensimmäiset viittaukset läpinäkyvyyteen ilmestyivät alan kirjallisuuteen? Onko uuden läpinäkyvyyden määritelmä jo ehtinyt muuttua, ja jos, miten?

Läpinäkyvyys-termin juuret suorastaan vaativat lisätutkimusta. Ei ole ollenkaan selvää, kuinka termi nykymerkityksessään päätyi journalismin tutkimuksen sanastoon. Missä määrin tämän hetkinen läpikyvyysajattelu kumpuaa alan sisältä, missä määrin muilta aloilta? Mitä merkitystä käsitteen taustoilla on sen käytölle tai käyttökelpoisuudelle? Äkkiseltään näyttää, että läpinäkyvyyden termin omaksuminen muistuttaa kovasti annettuna otettua yleisön käsitteen sujahtamista journalismin tutkimuksen ja laajemmin joukkoviestintätutkimuksen sanastoon. Muun muassa Vincent Mosco ja Lewis Kaye (2000) esittävät, että yleisön käsite on ongelmallinen, koska sen määrittely on luotu markkinoinnin ja yritysmaailman tarpeisiin. Kun journalismi alkaa puhua kansalaisista yleisönä, tulonlähteenä, suhtautumistavan vaihdoksen voidaan väittää muuttaneen koko alan lähtökohdat. Voiko samalla tavalla käydä läpinäkyvyyden kanssa? Jos termi nielaistaan kaikkine merkityksineen ja painolasteineen, se voi muuttaa journalismia sellaisilla tavoilla, joita ei ole alunperin haluttu.

Olisi kiinnostavaa myös kuulla, mitä toimituksissa ajatellaan läpinäkyvyydestä. Nähdäänkö se turhakkeena, uhkana vai kenties jonain muuna? On oltava jokin syy sille, että läpinäkyvyys ei ole saavuttanut arjen työssä niin suurta suosiota kuin juhlapuheissa. Mutta missä päin mediayritystä sen matka keskeytyy? Ylityöllistettyjen rivityöntekijöiden pöydällä vai pörssiyrityksen hallituksen salakähmäisissä maailmanvalloitus suunnitelmissa?

Myös läpinäkyvyyden tekniikat kaipaavat vielä yksityiskohtaisempaa tutkimusta. Nyt joitakin keinoja on tarkasteltu ja määritelty pikkutarkasti, joitakin ei ollenkaan. Ei ole tiedossa, millaisilla tekniikoilla on toivottuja vaikutuksia tai minkälainen läpinäkyvyys kiinnostaa ihmisiä. Selvää on, että toistaiseksi ei ole löytynyt kattavaa käsitystä siitä, mitkä kaikki asiat *ainakin* kuuluvat läpinäkyvyyteen. Pitäisikö läpinäkyvyyden tekniikoita yrittää kartoittaa kattavasti? Kaipaisivatko toimitukset jonkin yleispätevän ohjeen läpinäkyvyydestä ja sen toteuttamisesta? Voisiko median käyttäjille olla hyötyä jonkinlaisesta asteikosta, jonka avulla he voisivat arvioida oman viestimensä läpinäkyvyyttä ja/tai luotettavuutta? Koen, että tekniikoiden kautta voidaan määritellä läpinäkyvyyden tehtävä tarkemmin kuin toistaiseksi on tehty.

Craft ja Heim (2009, 226) peräävät tiukasti vastauksia sellaisiin kysymyksiin kuin millaista läpinäkyvyyttä tarvitaan ja minkä asioiden täytyy olla läpinäkyviä. Jotta läpinäkyvyys toisi jotain

lisäarvoa nykyisiin journalismin käytäntöihin, sen pitäisi tuottaa aktiivista paljastamista. Pelkkä tiedon saatavuus ei heidän mielestään riitä (ema.). Craft ja Heim ovat mielestäni tärkeiden kysymysten äärellä. Millainen läpinäkyvyys on hyvää läpinäkyvyyttä? Onko se sellaista, joka tuottaa halutun tuloksen, vai määrittääkö hyvää läpinäkyvyyttä jokin muu seikka? Eettiseltä kannalta kaikki läpinäkyvyys on itsessään merkityksellistä (Plaisance 2007), mutta voi pohtia, onko näkökulma läpinäkyvyyteen vaikkapa toimituksen johdossa yhtä ylevä. Entä täytyykö läpinäkyvyydestä *seurata* jotakin, jotta sen käytössä voi sanoa onnistutun? Ja mikä tuo seuraus on vai voiko se olla useita eri asioita tapauksesta riippuen?

Ennen kaikkea on selvitettävä, miten journalismin käyttäjät ymmärtävät läpinäkyvyyden. Pitävätkö he sitä ollenkaan tärkeänä, saaticka kiinnostavana? Läpinäkyvyyden ja luottamuksen suhteesta esitetään tässäkin tutkimuksessa monenlaisia mielipiteitä, mutta tutkimus ei toistaiseksi tarjoa pohjaa, jolle nämä mielipiteet voitaisiin rakentaa. Nyt kehitystä ja periaatteen käyttöönottoa tuntuu ohjaavan mututuntuma. Olisi kiinnostavaa tietää, kuinka iso osa läpinäkyvyyden hypestä on alan itsensä luomaa. Millaista konkreettista merkitystä ihmiset saavat läpinäkyvyydestä? Kaipaavatko he sitä oma-aloitteisesti? Kandidaatin tutkielmassani (Uusivirta 2012, 35) loin hypoteettisen, ja sinällään hieman ongelmallisen, tutkimusasetelman, jolla olisi mahdollista tutkia ihmisten käsityksiä läpinäkyvyydestä. Ensin pitäisi selvittää kansalaisten käsitys journalistien motiiveista, tavoitteista ja eettisyydestä ennakkoon, ja tutkia myös sitä, kuinka tuo käsitys vaikuttaa heidän luottamukseensa ja mediakäyttöön (ema.). Sen jälkeen ihmisille täytyisi tarjota läpinäkyviä uutisia ja arvioida, vaikuttaako läpinäkyvyys luottamukseen ja millä tavoin. Nyt käytössä ei ole minkäänlaista välineistöä sen arvioimiseksi, kuinka läpinäkyvyys vaikuttaa tai on vaikuttanut yleisöön. Onko läpinäkyvyys lisännyt kiinnostusta mediaan, onko koko kohkauksella ollut mitään merkitystä vai onko se jopa työntänyt ihmisiä median luota?

Mielenkiintoista olisi saada tutkittua tietoa siitä, vastaako median käyttäjien käsitys journalismista ja esimerkiksi sen toiminnan eettisyydestä toimittajien käsitystä. Näkökulman voidaan ajatella olevan yksi peruste läpinäkyvyyden tärkeydelle. Jos lukijoiden ja toimittajien käsitykset eroavat paljon toisistaan, voisi läpinäkyvyys lisätä ymmärrystä, parantaa dialogia – ja jopa journalismin laatua.

Erityisen tärkeää on mielestäni kansallisen tason tutkimus, koska journalismi ja myös suhtautuminen läpinäkyvyyteen on erilaista paitsi maantieteellisin alueittain, myös valtioittain (ks. Heikkilä ym. 2012). Tällä hetkellä käsitys läpinäkyvyydestä pohjautuu hyvin pitkälle ulkomaiseen, erityisesti angloamerikkalaiseen tutkimukseen. Kuinka yleistettävissä tutkimustulokset esimerkiksi

ihmisten suhtautumisesta läpinäkyvyyteen ovat? Kannattaako esimerkiksi meksikolaisten kokemusten perusteella alkaa suunnitella suomalaisille suunnattuja läpinäkyvyyden tekniikoita?

7.2 Kuka voi tehdä läpinäkyvyydestä toimivaa?

Olen lainannut useaan kertaan tutkijoita sanomassa, että journalismilta vaaditaan läpinäkyvyyttä. Mutta epäselväksi lopulta jää, kuka vaatii kaiken paljastamista. Tekemäni kartoituksen perusteella näyttäisi siltä, että vaatijia ovat ainakin journalismin tutkimus ja jossain määrin myös journalismin tekijät. Oletettavasti myös kansalaiset vähintään silloin, kun journalistit tekevät suuria virheitä. Mutta voivatko läpinäkyvyyttä vaatia muutkin tahot, joiden tavoitteet eivät ole aivan yhtä yleviä kuin demokratiaa palvovien teorioiden? Ja vaativatko eri tahot journalismilta erilaista läpinäkyvyyttä?

Monet tutkijat viittaavat mediakriitikoihin, blogeihin ja median vahtikoiriin läpinäkyvyyden vaatijina. Nämä räkyttäjät pakottavat journalisteja selittämään tekosiaan kyseenalaistamalla faktoja, toimintapoja tai juttujen perusteita. Heikkilä (2011, 18) toteaa kuitenkin, että Suomessa ei ole kovin aktiivista mediakriittistä skeneä. Media-aiheisia blogeja on vain vähän (ema.). Ballin (2009, 298) mukaan läpinäkyvyys edellyttää kansalaisten aktiivista osallistumista. Ei riitä, että hallitus julkaisee tietoa, vaan kansalaisten täytyy hyödyntää sitä jotenkin (ema.). Jos esimerkiksi Suomessa ei ole ennestään suurta joukkoa aktiivisia kansalaisia odottamassa läpinäkyvyyden tuomia mahdollisuuksia, toimivatko toimittajien osallistamisyrietykset? Kuinka paljon läpinäkyvyydestä on toimittajien, kuinka paljon kansalaisten vastuulla? Mitä sitten tapahtuu, jos kansalaiset pysyvät passiivisina?

Heikkilä (2011, 8) esittää Hommaforumin yhtenä, poikkeuksellisena esimerkkinä suomalaisesta mediakriitikistä. Aatteellinen maahanmuuttoa vastustava keskustelupalsta keskustelee sekä aktiivisesti uutisista että arvostelee niitä sekä toimittajia kovinkin sanoin. Jos Hommaforumin kaltainen aatteellinen yhteisö vaatii journalismilta läpinäkyvyyttä, eroaako vaatimus jollain tavalla media-asiantuntijan vaatimuksesta? Kun läpinäkyvyyttä lähdetään toteuttamaan, kuinka paljon on aiheellista kiinnittää huomiota siihen, millaisin taka-ajatuksin läpinäkyvyyttä on vaadittu? Voivatko äänekkäimmät läpinäkyvyyden vaatijat vaikuttaa käytännön kehitykseen, ja voiko vaikutus olla jotenkin vaarallista?

On myös kysyttävä, mitkä tavoitteet ohjaavat toimitusten toimitusten tai laajemmin mediakonsernien toimintaa läpinäkyvyyden suhteen. Picardin (2011) maalaileman yleisölähtöisyyden keskiössä on kuitenkin liiketoimintamallin toimivuus ja journalismin

taloudellinen kannattavuus. Nykymuotoisen journalismin selviämisen ehdoksi nähdään se, että journalismi löytää uusia keinoja tuottaa rahaa. Muuttavatko talouskeskeinen näkökulma ja kannattavuuden korostaminen läpinäkyvyyden periaatetta? Plaisance (2007, 204) on sitä mieltä, että läpinäkyvyyden täytyy olla itseisarvo, se ei saa olla vain väline. Jos läpinäkyvyyden käytön syyt kuitenkin reaali maailmassa ovat välineellisiä, kuinka tämä vaikuttaa periaatteen toimivuuteen ja päämääriin? Tuchman (1972, 676) kritisoi aikoinaan objektiivisuutta siitä, että käytetyt rituaalit eivät johtaneet tavoitteeseen, eli objektiiviseen tuotteeseen. Läpinäkyvyyden tapauksessa tavoitekin näyttää olevan epäselvä, vaikka joitakin sen keinoja käytetään jo viestimissä yleisesti. Onkin kysyttävä, mitä voi seurata toiminnasta, jolle ei ole edes asetettu tavoitteita.

Karppinen ja kumppanit (2010) tutkivat kansalaisten suhtautumista median valtaan yhteiskunnassa. He totesivat, että kansalaisten mielestä median valta on lisääntynyt, ja että osa kansalaisista piti kehitystä huolestuttavana (emt.). Ja tuskin on kiistäminen, että journalismi todella käytä suurta valtaa yhteiskunnassa. Yhdellä uutisella voidaan syöstä päättäjiä vallasta, 200 merkillä tuhota ihmisen yksityisyys ja valokuvalla saada käyntiin kansanliike. Aktiivisella seurannalla ja uutisoinnilla on jopa mahdollista saada aikaan muutoksia lakeihin. Poikkeuksellisen yhteiskunnallisen asemansa vuoksi medialla nähdään olevan myös poikkeuksellisen paljon vastuuta (esim. O'Neill 2002). Hallituksilta ja yrityksiltä vaaditaan läpinäkyvyyttä niiden yhteiskunnallisen aseman takia. Voidaanko samaa vaatia myös medialta? Voidaanko sanoa, että journalismin täytyy muuttua läpinäkyväksi ennen kaikkea siksi, että kansalaiset voivat nähdä, kuinka suurta valtaa käytetään? Onko läpinäkyvyys vastuullisuuden tai vastuuvollisuuden (accountability) toteuttamistapa vai onko se jopa suoranainen velvollisuus (responsibility)? Jos läpinäkyvyys yhdistetään vastuullisuuteen, kenelle journalismi on vastuussa ja mistä? (Vrt. Craft & Heim 2009, 222.)

Loppujen lopuksi läpinäkyvydessä näyttää olevan kysymys ennen kaikkea siitä, kenellä on tarpeeksi voimaa ja valtaa paljastaa journalismin toimintatavat. Kriittinen alan tutkimus yritti jo viime vuosituhanella herättää keskustelua uutistehtaan sulkeutuneisuudesta, mutta ajatus nousi laajalti pinnalle vasta, kun siitä tuli muodikasta koko yhteiskunnan tasolla. Nyt vaatimusta perustellaan taloudellisilla syillä tai yleisön tarpeilla, vaikka varsinaista näyttöä läpinäkyvyyden toimivuudesta kummassakaan dilemmassa ei ole. Tarvitaanko läpinäkyvyyden täydelliseen läpilyöntiin hyvin perusteltu vaatimus kansalaisten taholta vai pitääkö tarpeen lopulta lähteä mediataloudesta ja journalismin tekijöistä itsestään – sekä heidän eettisyydestään? Niin kauan kuin tuottajat eivät sitoudu läpinäkyvyyteen, ei siitä tule journalismille minkäänmoista apuria.

Lähteet

Julkaistut

- Bal, Mieke (2002) *Traveling concepts in the humanities: A Rough Guide*. Toronto: University of Toronto Press.
- Connell, Ian (1982) Tv-uutiset ja yhteiskuntasopimus. *Tiedotustutkimus* 5(2), 35-50.
- Couldry, Nick (2003) *Media rituals: a critical approach*. Lontoo: Routledge.
- Craft, Stephanie & Heim, Kyle (2009) Transparency in Journalism: Meanings, Merits, and Risks. Teoksessa Wilkins, Lee & Christians Clifford G. (toim.) *The Handbook of Mass Media Ethics*. New York: Routledge, 217-229.
- Hall, Jim (2001) *Online journalism. A critical primer*. Lontoo: Pluto Press.
- Kovach, Bill & Rosentiel, Tom (2001) *The elements of journalism: what newspeople should know and the public should expect*. New York: Crown Publishers.
- Kunelius, Risto (2000) Journalismi nelijalkaisena otuksena. *Tiedotustutkimus* 23(3), 4-27.
- Jones, Alex. S (2009) *Losing the news*. Oxford: Oxford University Press.
- McQuail, Denis (1992) *Media Performance – Mass communication and the Public Interest*. Lontoo: Sage Publications.
- Mosco, Vincent & Kaye, Lewis (2000) Questioning the Concept of the Audience. Teoksessa Hagen & Wasko (toim.): *Consuming audiences – Production and Reception in Media Research*. Cresskill: Hampton Press, 31-46.
- Pavlik, John (2001) *Journalism and new media*. New York: Columbia University Press.
- Picard, Robert G. (2010) *Value creation and the future of news organizations: Why and how journalism must change to remain relevant in the twenty-first century*. Lissabon: Media XII.
- Pietilä, Veikko (1993) Ikkunako maailmaan? Uutisgenre ja uutisen todellisuusvaikutelma. *Tiedotustutkimus* 16(2), 46-58.
- Ridell, Seija (1998) *Tolkullistamisen politiikkaa: televisiouutisten vastaanotto kriittisestä*

genrenäkökulmasta. Tampere: Tampereen yliopisto. Acta Universitatis Tamperensis 617. Väitöskirja.

Ridell, Seija (2000) Ei journalismi ole tärkeää, julkisuus on. *Journalismikritiikin vuosikirja Tiedotustutkimus* 23(1), 144-155.

Sumiala, Johanna (2010) *Median rituaalit: johdatus media-antropologiaan*. Tampere: Vastapaino.

Tuchman, Gaye (1978) *Making news: a study in the construction of reality*. New York: Free Press.

Uusivirta, Mari (2012) Palijonko oon velekaa tästä jutusta? – Journalististen prosessien läpinäkyvyyden merkitys sanomalehden ja lukijoiden suhteelle. Tampereen yliopisto: Tiedotusopin kandidaatin tutkielma.

Vehkoo, Johanna (2011) *Painokoneet seis! kertomuksia uuden journalismin ajasta*. Helsinki: Teos.

Wirén, Sini (2013) New media – new norms: Transparency in Finnish online journalism. Helsingin yliopisto: Pro gradu -tutkielma.

Elektroniset lähteet

Allen, David S. (2008) The Trouble with Transparency. *Journalism Studies* 9(3), 323-340. Saatavilla EBSCO-tietokannasta: <<http://www.ebsco.com>> (käytetty 9.2.2012).

Ball, Carolyn (2009) What is transparency? *Public Integrity* 11(4), 193-307. Saatavilla EBSCOhost-tietokannasta: <<https://ebSCOhost.com/>> (käytetty 18.10.2013).

Hayes, Arthur S., Singer, Jane B. & Ceppos, Jerry (2007) Shifting roles, enduring values: The credible journalist in a digital age. *Journal of Mass Media Ethics* 22(4), 262-279. Saatavilla EBSCOhost-tietokannasta: <<https://ebSCOhost.com/>> (käytetty 29.9.2013).

Conboy, Martin (2010) The Paradoxes of journalism history. *Historical Journal of Radio, Film and Television* 30(3), 411-420. Saatavilla EBSCOhost-tietokannasta: <<https://ebSCOhost.com/>> (käytetty 29.9.2013).

Deuze, Mark (2003) The web and its journalism: Considering the consequences of different type of news media online. *New Media & Society* 5(2) 203-230. Saatavilla Sagepub-tietokannasta: <<http://www.sagepub.com>> (käytetty 2.2.2012).

- Deuze, Mark (2005) What is journalism?: Professional identity and ideology of journalists reconsidered. *Journalism* 6(4), 442-464. Saatavilla Sagepub-tietokannasta: <http://www.sagepub.com> (käytetty 13.9.2013).
- Groenhart, Harmen (2012) Users' perception of media accountability. *Central European Journal of communication* 5(2), 190-202. Saatavilla: <http://ptks.pl/cejc/> (käytetty 18.10.2013).
- Heikkilä, Heikki (2011) Leaving it up to professionals (and the market): Development of online media accountability practices in Finland. Saatavilla: <http://www.mediaact.eu/> (käytetty 19.10.2013).
- Heikkilä, Heikki, Domingo, David, Pies, Judith, Glowacki, Michal, Kus, Michalm & Baisnée, Olivier (2012) Media Accountability Goes Online: A transnational study on emerging practices and innovations. Saatavilla: <http://www.mediaact.eu/> (käytetty 19.10.2013).
- Karppinen, Kari, Jääsaari, Johanna & Kivikuru, Ullamaija (2010) *Media ja valta kansalaisten silmin*. Helsinki: Universitetsstryckeriet. Saatavilla: <http://sockom.helsinki.fi/fiss/temaomraden/journalistik/makt/SSKH%20Notat%202.2020.pdf> (käytetty 3.11.2013).
- Jarvis, Jeff 1.11.2010: "Objectivity is a lie, so the truth requires real citizen journalism". Blogiteksti. Saatavilla: <http://www.theguardian.com/media/pda/2010/nov/01/objectivity-real-citizen-journalism> (käytetty 3.10.2013).
- Jarvis, Jeff 17.6.2013: "All journalism is advocacy (or it isn't)". Blogiteksti. Saatavilla: <http://buzzmachine.com/2013/06/17/all-journalism-is-advocacy-or-it-isnt/> (käytetty 3.10.2013).
- Julkisen sanan neuvosto: Journalistin ohjeet. Päivitetty 1.12.2011. Saatavilla: http://www.jsn.fi/journalistin_ohjeet/ (käytetty 30.9.2013).
- Karlsson, Michael (2008) Visibility of Journalistic Processes and the Undermining of Objectivity. Konferenssiesitelmä, esitetty International Communication Association 2008 Annual Meeting -tapahtumassa. Saatavilla EBSCO-tietokannasta: <http://www.ebsco.com> (käytetty 29.9.2013)
- Karlsson, Michael (2010) Rituals of transparency. *Journalism Studies*, 11(4), 535-545. Saatavilla

EBSCO-tietokannasta: <<http://www.ebsco.com>> (käytetty 2.2.2012).

Karlsson, Michael (2011) The immediacy of online news, the visibility of journalistic processes and a restructuring of journalistic authority. *Journalism* 12(3), 279-295. Saatavilla Sagepub-tietokannasta: <<http://www.sagepub.com>> (käytetty 9.2.2012.).

Maia, Marta R. (2008) The rule of transparency: as an element of democratization in the journalism production process. *Brazilian Journalism Research* 4(2), 119-137. Saatavilla: <<http://bjr.sbpjor.org.br/bjr>> (käytetty 4.10.2013).

Meier, Klaus (2009) Transparency in Journalism: Credibility and Trustworthiness in the digital future. Konferenssiesitelmä, esitetty Future of Journalism -tapahtumassa Cardiffissa Walesissa 2009. Saatavilla: <<http://www.caerdydd.ac.uk>> (käytetty 18.10.2013).

Möller, Susan D., Melki, Jad, Lorente, Rafael, Bond, Meagan, Cutler, Jackie & Johnson, Matthew (2006) Openness and Accountability: A study of transparency in global media outlets. University of Maryland: International Centre for Media and the Public Agenda. Saatavilla: <<http://www.icmpa.umd.edu/pages/studies/transparency/main.html>> (käytetty 4.10.2013).

O'Neill, Onora (2002) A question of trust. Luentosarja BBC:lle. Saatavilla: <<http://www.bbc.co.uk/radio4/reith2002/>> (käytetty 4.10.2013).

Phillips, Angela (2010) Transparency and the new ethics of journalism. *Journalism Practice* 4(3), 373-382. Saatavilla EBSCO-tietokannasta: <<http://www.ebsco.com>> (käytetty 14.3.2012).

Plaisance, Patrick Lee (2007) Transparency: An Assessment of the Kantian Roots of Key Element in Media Ethics Practice. *Journal of Mass Media Ethics* 22(2&3), 187-207. Saatavilla EBSCO-tietokannasta: <<http://www.ebsco.com>> (käytetty 14.3.2011).

Rosenberg, Scott 27.4.2011 ” 'There's No Problem!' Newsrooms in Denial About Rampant Errors”. Blogiteksti. Saatavilla: <<http://www.pbs.org/idealab/>> (käytetty 3.10.2013).

Ruggiero, Thomas E. (2004) Paradigm repair and changing journalistic perceptions of the Internet as an objective news source. *Convergence* 10(4), 92-106. Saatavilla Sagepub-tietokannasta: <<http://www.sagepub.com>> (käytetty 10.9.2013).

Rupar, Veronica (2006) How did you find that out? Transparency of the newsgathering process and the meaning of news: a case study of New Zealand journalism. *Journalism Studies* 7(1),

127-143. Saatavilla EBSCOhost-tietokannasta: <<https://ebSCOhost.com/>> (käytetty 13.9.2013).

Schudson, Michael (2001) The objectivity norm in American journalism. *Journalism* 2(2), 149-170. Saatavilla Sagepub-tietokannasta: <<http://www.sagepub.com>> (käytetty 10.9.2013).

Sill, Melanie (2011) The Case for Open Journalism Now: A new framework for informing communities. Keskustelupaperi, USC Annenberg School for Communication & Journalism and Annenberg Innovation Lab. Saatavilla: <<http://www.annenberginnovationlab.org/OpenJournalism/>> (käytetty 15.3.2012).

Singer, Jane B (2005) The political J-blogger – 'Normalizing' a new media to fit old norms and practices. *Journalism* 4(2), 173-198. Saatavilla EBSCO-tietokannasta: <<http://www.ebsco.com>> (käytetty 29.9.2013).

Singer, Jane B. (2007) Contested Autonomy. *Journalism Studies* 8(1), 79-95. Saatavilla EBSCO-tietokannasta: <<http://www.ebsco.com>> (käytetty 2.2.2012).

Singer, Jane B. (2008) The journalist in the network: A shifting rationale for the gatekeeping role and the objectivity norm. *Tri'podos* 23(2008), 61-76. Saatavilla Raco-tietokannasta: <<http://www.raco.cat/>> (käytetty 29.9.2013).

Singer, Jane B. (2010) Journalism ethics amid structural change. *Daedalus* 139(2), 89-99. Saatavilla: <<http://gdc.gale.com/gale-literature-collections/literature-resource-center/>> (käytetty 29.9.2013).

Smolkin, Rachel (2006) Too transparent? *American Journalism Review* 2006 April/May. Saatavilla: <<http://www.ajr.org/>> (käytetty 18.10.2013).

Soffer, Oren (2009) The competing ideals of objectivity and dialogue in American journalism, *Journalism* 10(4), 473–491. Saatavilla Sagepub-tietokannasta: <<http://www.sagepub.com/>> (käytetty 13.9.2013).

Transparency international -järjestön internetsivut: <<http://www.transparency.org/>> (käytetty 18.4.2013).

Tuchman, Gaye (1972) Objectivity as Strategic Ritual: An Examination of Newsmen's Notions of Objectivity. *American Journal of Sociology* 77(4), 660-679. Saatavilla JSTOR-

tietokannasta: <<http://www.jstor.org>> (käytetty 29.8.2013).

Wasserman, Edward (2006) Transparency and quality journalism. Esitelmä, pidetty Forum Folha de Journalismo -tapahtumassa Sao Paulossa Brasiliassa. Saatavilla: <<http://ewasserman.com/>> (käytetty 21.10.2013).

Weinberger, David 19.7.2009: ”Transparency is the new objectivity”. Blogiteksti. Saatavilla: <<http://www.hyperorg.com/blogger/2009/07/19/transparency-is-the-new-objectivity/>> (käytetty 29.9.2013).

Ziomek, Jon (2005). Journalism, Transparency and the Public Trust: A Report of the Eight Annual Aspen Institute Conference on Journalism and Society. Washington, DC: The Aspen Institute. Saatavilla: <<http://www.aspeninstitute.org/>> (käytetty 4.10.2013).