

# KIRKKO JA KÖYHÄT

SALLI HAKALA – JOHANNA SUMIALA-SEPPÄNEN

Suomen evankelis-luterilainen kirkko on viimeksi kuluneiden kymmenen vuoden aikana pyrkinyt määrätietoisesti rakentamaan kommunikatiivista kirkkoa. Vuonna 1992 piispainkokouksen asettama työryhmä julkaisi kirkollisen viestinnän periaate- ja ideaohjelman ”Kommunikoivaan kirkkoon” (Kirkon keskushallinto, Sarja B 1992: 8). Vuonna 1999 piispat julkaisivat hyvinvointiyhteiskunnan tulevaisuudesta puheenvuoronsa ”Kohti yhteistä hyvää”. Seuraavana vuonna arkkipiispa Jukka Paarma julkaisi yhdessä SAK:n puheenjohtajan Lauri Ihalaisen kanssa yhteisen vetoomuksen kehitysyhteistyövarojen nostamisen puolesta. Vetoomukseen liittyivät sitten muutkin ammatilliset keskusjärjestöt, MTK ja kirkon keskeiset järjestöt ja kehitysyhteistyötä tekevät kansalaisjärjestöt. Kirkko julkaisi myös omien varojensa eettiset sijoitusohjeet. Piispojen puheenvuoro hyvinvointiyhteiskunnan puolesta ja vetoomus köyhien puolesta nostivat ajoittain kirkon uutisten ykkösaiheeksi.

Kaikilla näillä hankkeilla on normatiivinen sanoma, jossa puhutaan hyvinvointivaltion puolesta ja asetutaan tukemaan köyhiä sekä Suomessa että ulkomailla. Funktionaalinen organisaatioviestintä on yleensä normatiivista luonteeltaan. Organisaatiolla on julkisuustrategia, jolla pyritään tukemaan organisaation varsinaisia pyrkimyksiä.

Kirkon strateginen julkisuustyöskentely jatkuu viime huhtikuussa julkaistulla mietintöluonnoksella ”Läsnäolon kirkko. Suomen evankelis-luterilaisen kirkon visio ja strategia 2010” (Kirkon keskushallinto, Sarja C 2002: 5). Se on nyt lausuntokierroksella. Tämän julkilausutun strategialuonnoksen tavoitteena on kansalaista lähellä oleva kirkko, läsnäolon kirkko. Sen pohjalta kirkon tiedotuskeskus on julkaissut kirkon viestintästrategian ”Vuoropuhelun kirkko” (Kirkon keskushallinto, Sarja C 2002: 9). Kirkkohallituksen esityksen kirkon strategiaksi on määrä tulla kirkolliskokouksen päätettäväksi vielä vuoden 2002 aikana.

Tarkastelemme tässä kirkon viestintäpyrkimyksiä mediaetiikan näkökulmasta. Robert A. White on kommunikaatioteoreetikko, joka on viime vuosina pyrkinyt varsin systemaattisesti kehittämään normatiivista mediaetiikkaa viestintätutkimuksessa. Whiten normatiivisen mediaetiikan ajattelun lähtökohtana on kommunitaristinen ajattelu, jossa viestinnän pyrkimykseksi nähdään viestijöiden välisen yhteisöllisyyden luominen ja ylläpitäminen (White 1989 & 2000). Whiten ohella kommunitaristisesta etiikasta on viime vuosina kirjoittanut paljon myös yhdysvaltalainen mediaetikko Clifford Christians, jonka mediaeettisessä argumentaatioissa kommunitarismi näyttäytyy yhtenä varteenotettavimpana utilitaristisen etiikan haastajana (Christians 2000 & 1997). Sekä White että Christians nojautuvat jo Émile Durkheimistä polveutuvaan viestintätutkimuksen traditioon, jonka kehittäjiksi mainittakoon myös jotkut Chicagon koulukunnan edustajat, kuten John Dewey sekä myöhemmin erityisesti James W. Carey.

Robert A. Whiten argumentaatioissa toimivan yhteisöllisyyden kulmakivinä ovat a) yhteisön jäsenten jakama ymmärrys siitä, että kaikki ovat olemuksellisesti moraalisia toimijoita; tällöin moraalista vastuuta ei voida vierittää pois, b) kunnioitus kommunikaatioissa esille nousevia moraalisia väittämiä kohtaan, oltiinpa niistä sitten mitä mieltä tahansa ja c) eri intressiryhmien valmius ja halu dialogiin sekä keskinäiseen kommunikatiiviseen neuvotteluun (White 2000, 47–56). Keskeisenä tavoitteena on näin ollen yhteisön jäsenten tuottama moraalinen konsensus.

Kommunikaatioissa muotoutuva moraalinen konsensus tuottaa Whiten ajattelussa julkisen totuuden. Keskeinen normatiivisen mediaetiikan toteutumisen vaatimuksista onkin pyrkimys totuudelliseen kommunikaatioon. Jos yksilöjen tai ryhmien esittämät väittämät eivät ole totuudenumukaisia, koko julkinen kommunikaatio muuttuu valheelliseksi. Ongelmaksi nousee siten sen

määrittäminen, mikä on ”totuus” julkisessa kommunikaatiossa. Totuudellisuudessa kyse ei ole vain todenmukaisuudesta, vaan myös oikeudenmukaisuudesta, jolla White tarkoittaa olemassaolon ja inhimillisen arvokkuuden kunnioittamista. White kiteyttää ajatuksensa: Julkinen kommunikaatio on väittelyä siitä, millaiset päätökset ovat yhteisölle parhaita päätöksiä. Ja parhaat päätökset ovat niitä, jotka perustuvat oikeudenmukaisuuteen ja myötätuntoon. (White 2000, 61.)

Whiten edustamassa normatiivisessa mediaetiikassa julkisessa tilassa tapahtuvaa kommunikaatiota on tarkasteltava kiinnittämällä huomiota erityisesti siihen, kuinka kommunikaatio kykenee tuottamaan julkista kulttuurista totuutta, miten se asemoi toimijansa ja millaista moraalista konsensusta se tuottaa. Näiden kysymysten valossa tarkastelemme seuraavassa kirkon harjoittamaa viestintää.

Suomen evankelis-luterilaisen kirkon tiedotuskeskus kokoaa lehdistökatsauksia. Mediaseuranta on yksi merkittävä osa organisaatioiden julkisuuden hallintaa. Lehdistökatsauksiin kootaan yleensä organisaation näkökulmasta oleelliset lehti jutut. Kirkon tiedotuskeskuksen aineistoon tiedotuspäällikkö Mikko Oinosen mukaan pyritään keräämään merkittävät kirkkoon liittyvät keskustelujen avaukset ja kannanotot niin uutisista, pääkirjoituksista kuin kolumneistakin. Aineistoa toimitetaan kerran kuussa kirkon ja yhteiskunnan päättävälle elimille ja erilaisille muille tahoille, jotka haluavat seurata kirkosta käytävää mediakeskustelua.

Tätä artikkelia varten poimimme vuoden 2001 lehdistökatsauksista köyhyyskeskustelun empiiriseksi aineistoksi, koska siihen voidaan verrata kirkon omia pyrkimyksiä. Lähtökohtana oli analysoida tätä lehtikirjoittelua kriittisen tekstintutkimuksen (mm. Fairclough 1997) keinoin: minkälaista julkisuutta kirkon johto sai, millaisena kirkko esittää maailman, miten kirkon promootiopuhe köyhyydestä pääsi läpi lehdistössä. Kuinka siis kirkolta onnistui köyhien puolustaminen julkisuudessa eli julkisuuden hallinta?

ARKKIPIISPA ANALYSOI:  
SINTIT TIPPUVAT VERKOSTA

”Kyllä heikkojen ja vähäosaisimpien puolustaminen on kristillisyydessä aika ydinsanomaa, vaikka ei se tietysti ole koko evankeliumi”, arkkipiispa

Jukka Paarma pohti kirkon julistustehtävää Keskipohjanmaa-lehdessä (25.2.01) keskellä kuuminta köyhyyskeskustelua.

Köyhyyskeskustelu ryöpsähti julkisuudessa heti vuoden 2001 tammikuun alussa, kun Suomen yrittäjien toimitusjohtaja Jussi Järventaus nousi Taloussanomissa (5.1.01) puolustamaan yrittäjiä, jotka kokivat kirkon kääntäneen heille selkänsä. ”Köyhyyttä kauhistellessaan kirkonmiehet ovat syyllistäneet varakkaita”, moitti Taloussanomien pääkirjoituksessaan (6.1.01) kirkonmiesten vertauskuvallista puhetta. Ammattiyhdistysliikkeen ja kirkon yhteisesiintymisestä tuli runsaasti julkista tunnustusta jo vuoden 2000 lopulla, ja yrittäjäpuolella koettiin kirkon vaihtaneen traditio-naalista puoltaan poliittisella pelikentällä. Myös media sai uuden toimijan lama-ajalta tuttuun köyhyyskeskusteluun. Piispat saivat saarnata kirkon hyvistä töistä ja etiikasta lähes ilman kommentointia Järventauksen reaktion jälkeenkin.

”SAK ja kirkko löysivät toisensa lama-ajan soppatykeillä, ja historian valossa kyseessä on merkittävä asennemuutos”, kirjoitti Helsingin Sanomat pääkirjoituksessaan (27.1.01). Palvelualojen ammattiliiton puheenjohtaja Maj-Len Remahl kiitti näkyvästi piispoja kannanotoistaan: ”Kiitos piispoille. He ovat kerrankin puhuneet niin, että muiden verojen lisäksi tuntuu hyvältä maksaa kirkollisveroakin” (PAM – Palvelun ammattilaiset 1/2001). Samoin Kotimaa-lehden haastattelussa ay-liikkeen kannanoton esittänyt osastopäällikkö Eero Heinäluoma SAK:sta sai poliittista sivustatukea erityisesti vasemmalta siitä, miten lama ja ihmisten hätä yhdistivät kirkon ja ay-liikkeen. Kirkon kriittiset uudistajat tosin irvailivat, että löysikö tässä kuherruksessa vain kaksi fossiilia vihdoinkin toisensa.

Pastori ja entinen demarikansanedustaja Jorma Kukkonen kyseli vielä Uutispäivä Demarin (26.3.01) kolumnissa, että onko Suomen evankelis-luterilaisesta kirkosta vasta nyt tulossa todellinen kansankirkko. Jos vuoden 2001 lehtikirjoittelua on uskominen, voi Kukkoselle ja muille kirkonmiehille vastata, että ei vielä. Ainakin kirkon tiedotuskeskuksen lehdistökatsaus ylläpitää kuvaa piispojen kirkosta, jossa kansa on köyhää ja kaukana meistä, siellä jossakin: ”Meistä on erittäin tärkeää, että ihmiset siellä [köyhällä maaseudulla] voivat kokea, että *joku sentään heistäkin välittää*”, kuten kuuluvat arkkipiispan lohduttavat (vai lohduttomat) sanat Kansan Uutisissa (1.6.01).

Lehdistökatsauksen pohjalta voi laskea, että

kansa esiintyy lehtijutuissa yleensä nimettömänä joukkona (ne) tai vain etunimellä ilman titteleitä ja taustoja tai sitten kirkollisten järjestöjen kautta. Tavallinen kansalainen pääsee koko nimellään ja kuvallaan esiin kirkollisten juttujen yhteydessä vain erityistilanteissa, kuten häiden pitämisestä Stockmannin tavaratalossa, kuolemanrangaistuskeskustelussa lausumaan ”ymmärtämättömän kansan” mielipiteen, kahtiajakautuneena parisuhdelain yhteydessä tai yhteisvastuukeräyksen kohteena. Lehtikirjoittelussa ”kirkon äänen” lausuu useimmiten (78 prosentissa jutuista) arkkipiispa, piispa tai muuhun erityisasemaan kuuluva mies, joka jutuissa saa toimijan ja opettajan roolin. Naispapit ja muut naiset yleensä kuuntelevat, auttavat köyhiä ja vanhuksia sekä elävät nuorten kanssa. Tämä kuva sopii hyvin yhteen yleensä journalismin ”vallakkaiden” puhujien kanssa.

Mitä kirkko sitten tekee saatuaan julkista tunnistusta köyhien hyvästä hoidosta? Se aloittaa promootiopuheen omista hyvistä töistään! Arkkipiispa toteaa useissa lehtijutuissa vähän eri sanoin, että ”[Ei] ruuan jakelu ole ollut kirkolle mikään suunniteltu pr-toimi. Se vain *kaatui meidän diakoniatyöntekijöidemme päälle*” (Keskipojhanmaa 25.2.01). Mutta samalla siitä tuli tilaisuus nostaa omaa häntäänsä: ”*Me olemme tuoneet tämän asian julkisuuteen*. Samalla kun olemme auttaneet hädänalaisia ihmisiä, olemme myös vedonneet valtiovaltaan, että julkisen vallan pitäisi hoitaa tämä asia” (Keskipojhanmaa 25.2.01). Köyhien auttaminen ei siis olekaan arkkipiispan mielestä kirkon ydintehtävä, vaan se kuuluu valtiollalle. Kirkko sai yleensä puhua köyhyydestä suhteellisen vapaasti ja on pr-palkkansa ansainnut: ”Kirkko haluaa päästä leipäjonoista. Se on hyvin ymmärrettävää. Helppo on tosin väittää vastaanikin: eikö laupeudentyö ole juuri kirkon perustehtävä, sen omien oppien soveltamista käytäntöön? Ja ruuan jakelu on ollut kirkolle parasta pr-työtä, mitä se on tehnyt vuosikymmeniin” (Viikkolehti 26.1.01). Lehti jakaa arkkipiispan käsityksen kirkon tehtävästä, että (toivon mukaan poistuvat) leipäjonot ovat osa sosiaaliturvajärjestelmää ja se taas kuuluu kunnille ja valtiolle.

Erityisesti piispa Eero Huovisen haastattelu Helsingin Sanomissa (22.1.01) poiki toimittajien keskuudessa yleistä hymistelyä, kuinka viisaasti piispa puhuu tuloeroista ja rikastumisesta, toimitsematta rikkautta. Tämä Huovisen puheenvuoro käänsi median päähuomion pois köyhistä,

kohti kirkon esittämää yrittäjäetiikkaa, joka hyväksyttiin sellaisenaan. Tässä journalistisessa ai-neistossa ei juuri esiintynyt kommentointia, että kirkon sovinto yrittäjien kanssa olisi ollut ristiriidassa sen aiempien köyhyyspuheiden kanssa. Samalla kirkon oma promootiopuhe köyhien puolesta paljasti mielenkiintoisella tavalla taustalla olevat asenteet.

Kun kirkon nimissä kirjoittava puhuu ”niistä köyhistä”, köyhä kansa voi kokea itsensä mutaliejuksi, joka vyöryy kohti Katajanokan palatsin ikkunoita, kuten voi lukea mm. kirkkoneuvos Heikki Mäkeläisen kirjoituksesta: ”Kirkon diakoniarahasto on minulle ollut 1990-luvun alusta lähtien *ikkuna* suomalaisen hädän muutokseen. Ennen lamaa tulipalot ja muut klassiset taloudelliset onnettomuudet tuottivat avustushakemuksia. Nyt rahastoon *vyöryvät moniongelmaiset perheet*, joissa pitkäaikaistyöttömyys, ylivelkaantuminen, fyysiset sairaudet ja vahvistuva masennus yhdistyvät joskus ylivoimaiseksi taakaksi” (Hämeen Sanomat 12.5.01). Arkkipiispa vielä jatkaa samassa hengessä (diskurssissa), että ”[T]ältä pohjalta kirkonmiesten puheet tänä päivänä nousevat. *Me tunnemme* ihmisten todellisen hädän. Sen kohtaa kyllä kuntien sosiaalitoimikin, mutta *ne jotka siitäkin verkosta tippuvat*, kääntyvät kaikkein viimeiseksi seurakuntien diakoniatyöntekijöiden puoleen” (Kansan Uutiset 1.6.01). Piispojen ja ”kirkonmiesten” me-puhe on tyypillistä yläpuolella olevan auttajan puhetta. Samaa argumentointitapaa käyttää Suomen yrittäjien toimitusjohtaja Järventaus Taloussanomien (5.1.01) haastattelussa puhuessaan yhteisen kakun jakamisesta: ”Ilman talouskasvua Suomessa olisi yli 300 000 ihmistä ilman työtä. Taloushistoria osoittaa *voiton tavoittelun* tärkeyden hyvinvoinnin kannalta. On sitä paitsi väärin leimata epäeettiseksi sellainen toiminta, joka *tuo hyvinvointia myös huonosti toimeentulleille*”.

Tältä asennepohjalta tulee ymmärrettäväksi, kuinka helposti kirkolta onnistui media-askel leipäjonoista yritysmaailmaan. Järventauksen haastattelu ja sen nostama pieni kriittinen kohu kirkkoa kohtaan saivat arkkipiispan liikahtamaan heti talouselämän suuntaan. Liennytyshalaveri kirkon ja yrittäjien johtajien kesken tuotti lehtikirjoittelun mukaan tulosta, kun ”kirkko tarjoaakin nyt sovinnon kättä myös suurteollisuuteen päin” (Turun Sanomat 17.1.01). Syyllinenkin kirkon ja talouselämän julkisuuskohuun löytyi: ”Totesimme, että vastakkainasettelu kirkon ja yrittä-

jien välillä oli suureksi osaksi joidenkin medioiden luomaa. Yrittäjien leimaaminen syntipukeiksi oli täysin tuulesta temmattu asia”, Paarma ”riipitti” mediaa Turun Sanomissa. Arkkipiispa viitasti tällä erityisesti Taloussanomissa julkaistuu Järventauksen haastatteluun. Hän sanoi luke-neensa kaikki parin vuoden ajalta merkittävimmät piispojen haastattelut ja ”Kohti yhteistä hyvää” -kirjasein. Arkkipiispan media-analyysin tulos oli seuraava: ”En löytänyt yhtään sellaista kohta, jossa yrittäjiä olisi syyllistetty eriarvoistumiskeskityksestä”. Toimittaja hyväksyy hiljaa arkkipiispan nuhtelun ja puffaa tulevaa talouselämän ja kirkon yhteistyötä, joka ”on elokuussa järjestettävä talouselämän etiikkaa käsittelevä seminaari, johon kirkko havittelee teollisuuden huip-punimii” (Turun Sanomat 17.1.01).

Media älähtää arkkipiispan julkiripistä vasta siten, kun oma koira puree: ”Kotimaan pääkirjoituksessa syytetään mediaa rikkaiden kyykyttämisestä”, väittää Ilta-Sanomien (23.1.01.) ja puolustautuu pääkirjoituksessaan: ”[F]aktojen esittäminen ei kuitenkaan ole tuomitsemista – Media on vain hoitanut tehtävänsä”, tässä yhteiskunnallisesti tärkeässä tuloerokeskustelussa. Ilta-Sanomien yhtyy piispa Huovisen huoleen, että kyse tuloerokeskustelussa ei ole rikkaiden vainoamisesta, vaan yhteiskuntapolitiikan muuttumisesta, jossa ”iso osa avustamisesta pohjautuu vapaah-toiseen hyväntekeväisyyteen”.

Kun kirkko ”teki sovinnon” työnantajien kanssa, jatkossa arkkipiispan puheet julkaistiinkin pk-yrittäjien seminaarista täysin ilman kommentointia: ”Kirkko on saanut eniten julkisuutta, paitsi järjestämillään ruokapankeilla, myös retriiteillä, joilla pyritään ehkäisemään muun muassa työuupumusta –”, mainostaa Jukka Paarma vapaasti kirkon hyviä toimintamuotoja sekä opettaa eettisiä periaatteita: ”Yritys on ihmistä varten. Toinen tärkeä arvo on reiluus ja oikeudenmukaisuus, joka tarkoittaa sitä, että kaikki työntekijät pelaavat, eikä ketään jätetä vilttiketjuun” (Taloussanomien 24.3.01).

Sekä kirkon edustajien itsensä että toimittajien me-puhe on tyypillistä hyvätuloisten puhetta, kuten arkkipiispa Paarma (Keskipohjanmaa 25.2.01) itse määrittelee: ”Minä lasken näihin rikkaisiin, hyvinvoiviin ihmisiin myöskin itseni ja meidät useimmat suomalaiset, jotka elämme täällä varsin hyvää ja turvattua elämää, siis me joilla on työtä ja säännölliset palkkatulot”. Tältä pohjalta arkkipiispan käsitykseen, että ”kirkon erityi-

nen kutsumus on pitää ääntä huonompiosaisten, köyhien ja ahdistuneitten ihmisten puolesta”, tavallisen lukijankin on helppo yhtyä.

#### KANSANKIRKKO JA JULKINEN TOTUUS

Kirkollista lehdistöä on kritikoitu siitä, että se on kuin kirjallinen seurakunta, jonne kutsutaan puhujia, joiden tiedetään edustavan oikeaa uskoa (teologista linjaa). Näille auktorisoiduille puhujille annetaan kristillisissä lehdissä käytännössä vapaa puheoikeus, olivatpa he sitten pääkirjoituksissa, kolumneissa, opetus- tai hartauskirjoituksissa, ilman että lehtien toimittajat journalistimikriittisesti toimittavat kirjoituksia.

On mielenkiintoista, että tämä ”kirkollisen journalismin” logiikka toteutui varsin pitkälti myös muualla mediassa. Kirkon johto sai melko vapaasti puhua, jos se vain sopi lehden poliittiseen (vrt. hengelliseen) linjaan. Media kutsui auktorisoituja puhujia pitämään saarnoja milloin pääkirjoituksissaan (vrt. saarnatuolista), milloin ritualistisesti kolumneissaan (vrt. alttarilta) tai minä- ja me-muotoisia todistuspuheenvuoroja uutisjuutissa (vrt. kirkkosalin edestä).

Lama-ajalta jo liiankin tutuksi käyneeseen köyhyys-keskusteluun media sai uuden toimijan, kirkon, jota median on ollut vaikea muuten pitää vakavasti otettavana yhteiskunnallisena toimijana. Kun kirkon edustajat puhuivat ”niistä” köyhistä ”siellä”, tai hyvin metaforisella kielellä kuin almittaisista kaloista, jotka ”tippuvat” yhteiskunnan verkosta, tai kuin köyhistä kansalaisista, jotka ”vyöryvät” kuin luonnonvoimainen muta maanjäristyksessä, tai ongelmasta, joka ”kaatui meidän päälle”, toimittajat ottivat kirkonmiesten yhteiskunta-analyysin kuin ex cathedra, ilman kriittisiä johtolauseita.

Normatiivisen mediateorian näkökulmasta voi todeta, että kirkko todellakin osallistui Whiten termien julkisen kulttuurisen totuuden tuottamiseen köyhyydestä. Tässä puheessa köyhyys näyttäytyi yhteiskunnassa vaikuttavana ilmiönä, joka on ”siellä jossakin” ja jolle ”meidän” pitäisi tehdä jotakin, jotta ”heidän” (eli köyhien) tilanne paranisi. Köyhyyspuheessaan kirkko siis samalla tuli piirtäneensä yhteisönsä rajat. Yhteisöön eli meihin kuuluivat kirkko itse ja erityisesti sen edustajat piispat, mutta myös ne instituutiot, joiden kanssa kirkko keskusteli ja joiden kanssa se moraalista konsensusta tuotti. Whiten termino-

logiaa käyttäksemme moraalisisina toimijoina eli keskustelijoina näyttäytyivät toiset instituutiot ja niiden edustajat. ”Meitä” olivat ay-liike, media toimittajineen, mutta myös liike-elämä edustajineen. Kirkko instituutiona kommunikoi siis ensisijaisesti muiden instituutioiden kanssa.

Kirkon puheessa yhteisön ulkopuolelle – ilman moraalisen toimijan roolia – jäivät ”he” eli köyhät kansalaiset. ”Heidän” ääntään ei kuultu, eivätkä ”he” näin ollen voineet osallistua julkiseen väittelyyn siitä, millaiset köyhyyttä koskevat päätökset ovat yhteisölle parhaita päätöksiä (vrt. White 2000, 61). Yhteisön ulkopuolelle sulkemisesta seurasi se, että kommunikaatio, ainakaan kommunitaristisessa mielessä, ei toteutunut. Olivatpa pyrkimykset miten myötätuntoisia tai oikeudenmukaisuuteen pyrkiviä hyvänsä.

On mahdollista argumentoida, että tarkasteltujen esimerkkien valossa kirkko ei onnistunut toteuttamaan virallisissa strategiapapereissaan tavoittelemaansa kommunikoivaan kirkkoon -ajattelua. Kirkko ei ole läsnä oleva tai vuorovaikutuksellinen silloin, kun se jättää kommunikaatiivisen yhteisönsä ulkopuolelle jonkin keskeisen toimijaryhmän, tässä köyhät. Puolustukseksi voisi tietysti sanoa, että kirkko ei ole yksin ulkopuolelle sulkemisen problematiikkansa kanssa. Samankaltaista kritiikkiä voisi esittää mille tahansa suurelle

ja vakiintuneelle instituutiolle ja sen edustajille, vaikkapa puolueille. Instituutioilla on taipumus kommunikoida instituutioiden – ei kansalaisen – kanssa. Jos kuitenkin pyrkimykseksi kirjataan halu olla vuorovaikutuksessa ja läsnä, kuten kirkko on tehnyt, on silloin pohdittava myös sitä, toteutuvatko tavoitteet omassa viestinnässä.

Olemme analyysissamme pyrkineet osoittamaan, että normatiivinen mediateoria on käyttökelpoinen työväline ainakin silloin, kun tarkastelun kohteena ovat jonkin yhteiskunnan instituution harjoittamat kommunikaatiopyrkimykset. Teoria itsessään nostaa esille kuitenkin myös kysymyksiä, etenkin jos ja kun sitä sovelletaan uskonnollisten instituutioiden ja yhteisöjen harjoittaman kommunikaation tutkimiseen. Yksi vaikeimmista kysymyksistä näyttää olevan kysymys uskonnollisen – tässä kirkollisen – yhteisön olemuksesta, luonteesta ja rajoista. Siihen kulminoituu myös kysymys kirkon viestinnän onnistumisesta tai epäonnistumisesta. Vaikeaksi kysymyksen tekee se, että Whiten peräänkuuluttamaa yhteisöllistä ”julkista kulttuurista totuutta” ja ”moraalista konsensusta” ei voi tällöin tarkastella ainoastaan ja puhtaasti sosiologisena ja viestinnällisenä ilmiönä. Tarvittaisiin myös teologista analyysia. Ja ketkä sitä olisivatkaan oikeampia tekemään kuin teologit itse!

#### KIRJALLISUUS

Christians, Clifford: The Ethics of Being in a Communications Context. In: Christians, Clifford & Traber, Michael (eds.): Communication Ethics and Universal Values. Thousand Oaks: Sage Publications, 1997

Christians, Clifford: An Intellectual History of Media Ethics. In: Pattyn, Bart (ed.): Media Ethics. Opening Social Dialogue. Leuven: Peeters, 2000

Fairclough, Norman: Miten media puhuu. Tampere: Vastapaino, 1997

White, Robert A.: New Approaches to Media Ethics:

Moral Dialogue, Creating Normative Paradigms, and Public Cultural Truth. In: Pattyn, Bart (ed.): Media Ethics. Opening Social Dialogue. Leuven: Peeters, 2000

White, Robert A.: Social and Political Factors in the Development of Communication Ethics. In: Cooper, Thomas & Christians, Clifford & Forde Plude, Frances & White, Robert A. (eds.): Communication Ethics and Global Change. New York: Longman, 1989.