

Yleisradio 100 vuotta

Lausunto juhlarahalautakunnalle

Yleisradio perustettiin vuonna 1926 suomalaisten yhteiseksi mediaksi. Taustalla oli edeltävien vuosikymmenten teknologinen kehitys, jonka myötä oli tullut mahdolliseksi lähettää radio-ohjelmaa suurille kansanjoukoille. Kehitys on sittemmin luonut uusia viestintämahdollisuuksia, joihin Yleisradio on – joskus innolla, joskus empien – tarttunut. Yleisradio aloitti säännölliset televisiölähetykset vuonna 1958 Suomen Television nimellä ja osti vuonna 1964 Tesvision, josta tuli TV-2. Kanavia on sittemmin tullut lisää, ja Yle, kuten sitä usein nykyään kutsutaan, on levittäytynyt myös verkkoon. Yle Areenan kaltaiset suositut palvelut tavoittavat niitäkin ihmisiä, jotka eivät katsele tai kuuntele perinteisiä televisio- tai radiokanavia.

Yleisradio oli ja on ns. public service broadcasting eli julkisen palvelun mediayhtiö. Samanlaisia valtion kokonaan tai pääosin omistamia tai valvomia yhtiöitä perustettiin maailmansotien välillä moniin muihinkin maihin. Tunnetuin näistä on Iso-Britannian vuonna 1922 perustettu British Broadcasting Corporation (BBC, alkujaan British Broadcasting Company), joka on ollut monella tapaa esikuva Ylelle. BBC:n ensimmäisen johtajan John Reithin tunnetun iskulauseen mukaan sen tehtävä on ”inform, educate, and entertain”. Samaa tapaan vastaperustetun Yleisradion väliaikainen toimitusjohtaja L. M. Viherjuuri kertoi avajaislähetyksessä 9.9.1926 yhtiön jakavan ”sivistystä, tiedonantoa ja jalostavaa virkistystä”.

Yleisradion ominaispiirteet paljastuvat yhtiön alkuperäisestä nimestä: O.Y. Suomen Yleisradio – A.B. Finlands Rundradio. Yleisradio on ennen kaikkea:

1. Suomalainen. Ohjelmaa lähetetään erityisesti suomalaiselle yleisölle. Yleisradion ohjelmat ovat myös hiljalleen rakentaneet käsitystä, mitä on olla suomalainen ja minkälainen maa Suomi on. Yhtiön välittämät urheilukilpailut, juhlat, musiikkitapahtumat, valtiolliset tapahtumat, ilot, surut, kriisit ja saavutukset ovat muuttuneet yhteisiksi kokemuksiksi. Suositut ja toistuvat ohjelmat ovat luoneet myös yhteisiä rutiineja. Eri puolilla Suomea erilaiset kansanryhmät ovat kerääntyneet samaan aikaan samojen ohjelmien ääreen. Suomalaiselle kulttuurituotannolle Ylen merkitys on ollut valtava. Se on tilannut ohjelmia, esitelmiä ja esityksiä sekä tarjonnut taiteilijoille elantoa ja tien ihmisten olohuoneisiin.

Suomalaisuus tai sen korostaminen ei ole koskaan tarkoittanut eristäytymistä muusta maailmasta. Monet toimintaperiaatteet ja -tavat on lainattu ulkomailta. Eri maiden yleisradioyhtiöt ovat tehneet tiivistä yhteistyötä. TV:n katselijalle kansainvälisyys on näkynyt ennen kaikkea ohjelmatarjonnassa; suuri osa elokuvista ja sarjoista on aina ollut ulkomaista alkuperää. Yle on myös pyrkinyt välittämään tietoa ja kuvaa Suomesta ulkomaille. Kansallisesta leimastaan huolimatta Yle on sitonut kotimaataan osaksi kansainvälistä kehitystä.

2. Yleinen. Alusta lähtien ideana oli lähettää ohjelmaa koko Suomeen ja tavoittaa kaikki kansanryhmät. Sitä ei tekniikka heti sallinut, mutta vähitellen lähetysverkko ulotettiin koko maahan. Radiolaitteidenkin määrä kasvoi, kun yhä useammalla suomalaisella oli varaa ostaa sellainen. Vielä selvemmin yleisyys näkyi ohjelmissa. Niitä tehtiin maanviljelijöille, työmiehille, kaupunkilaisille, uskonnollisille, kulttuurinnälkäisille, lapsille, nuorille ja monille muille. Palvelun kaikenkattavuus tasa-arvoisesti Suomea ja vahvisti demokratiaa.

3. Kaksikielinen. Ohjelmaa tehtiin sekä suomen- että ruotsinkielisille. Vähitellen tiedostettiin, että maassa on myös muita kieliä puhuvia. Esimerkiksi saamenkielisiä uutisia alettiin lähettää vuonna 1947.

4. Yhtiö. Aluksi Yleisradion osakkaina oli monenlaisia yhdistyksiä ja yrityksiä, mutta vuonna 1934 valtiosta tuli pääomistaja. Yleisradio poikkeaa kuitenkin liikeyrityksistä, sillä sen tarkoituksena ei ole tuottaa voittoa vaan tarjota yleishyödyllisiä palveluita. 1990-luvulta lähtien yhtiön johtamiseen ja toimintaan on kuitenkin tullut liikeyritysmäisiä piirteitä. Kansalaistenkin sijasta puhutaan asiakkaista tai yleisöistä.

Yleisradiota on myös aina kritisoitu. On vaikeaa tehdä ohjelmaa kaikille ilman, että joku ärsyyntyy. Miksi minun lupamaksu- tai verorahoillani on tuotettu tällainen ohjelma, joka ei minua kiinnosta tai jonka sisältöä en hyväksy?

Katkerimmat väittelyt ovat koskeneet politiikkaa. Yle on korostanut puolueettomuuttaan, mutta kriitikot ovat herkästi nähneet merkkejä joidenkin ryhmien tai aatteiden suosimisesta. Epädemokraattisissa maissa yleisradioyhtiöt ovat yleensä olleet vallan äänitorvia. Demokraattisissa maissa, kuten Suomessa, ne ovat olleet enemmänkin valtataistelujen kohteita tai areenoita.

Yleisradio ei ole ollut täysin immuuni poliittisille heilahteluille. Talvi- ja jatkosodan aikana yhtiö tuki Suomen puolustusponnisteluja, mutta 1945 johtoon nimitetty Hella Wuolijoki vei sitä neuvostostävälliseen suuntaan. Eino S. Revon valtakaudella 1960-luvulla näkyi aikakauden vasemmistoradikalismi niin selvästi, että ”Reporadiosta” tuli haukkumasana. Käytännössä Ylen ohjelmatarjonta on ollut aina moninaisempi kuin mitä kriitikot ovat väittäneet. Isoon taloon mahtuu monenlaisia ääniä.

Yleisradiolla on ajoittain ollut vaikea suhde yksityisomisteisiin mediataloihin. Yle ei tavoittele mainoseuroja, mutta se kilpailee silti katsojien, kuulijoiden ja nettiseläajien huomiosta kaupallisten yhtiöiden kanssa. Niiden näkökulmasta yleisradioyhtiöt ovat pahimmillaan veronmaksajien rahoilla toimivia markkinahäirikköjä, jotka syövät yksityisen median elintilaa. Puolustajien mielestä taas Ylen kaltaiset yhtiöt ovat demokratian tukipilareita, jotka laajentavat laadukasta mediatarjontaa. Yhtä mieltä kiistankumppanit ovat siitä, että korkeatasoiselle ja luotettavalle suomalaiselle sisällölle on entistä enemmän tarvetta epävarmana aikana, jolloin disinformaatiota on yhä enemmän.

Yle on edelleen suomalaisten ääni.

Helsingissä 1.3.2025

Kunnioitavasti

Niklas Jensen-Eriksen

Yrityshistorian professori, Helsingin yliopisto

Yle 100 -tutkimusohjelman pääkoordinaattori