

Emusta tehtiin mediaesine, jota ei voinut kyseenalaistaa

Euroopan nykyhistorian kenties suurimman rauhanajan mullistuksen, Euroopan talous- ja rahaliiton Emun toteutuminen on näkynyt suomalaisessa mediajulkisuudessa varsin vaisusti. Emusta on hyvissä ajoin tehty tv- ja radio-ohjelmia sekä laadittu lehtikirjoituksia, mutta kovin säkenöivä ne eivät ole olleet. Kokonaisuutena Emu on hahmottunut median kautta joten kuten. Oma markka vaihtuu euroksi ja palkat maksetaan tällä uutuudella. Saksalaiselle sijoittajalle Suomi käy kotimaasta ja päinvastoin eli voimakas sisämarkkina-alue alkaa isossa mitassa toteutua. Mutta federaatioksi rahaliitto ei EU:ta suoranaisesti muuta.

Kansalaisen on ollut vaikea hahmottaa ajopuulta virrassa vaikuttanutta kehitystä. Kansanäänestystä (ja sitä kautta ilmeisesti laajempaa keskustelua) Emusta vaatinut tutkijajoukko vaikei heti, kun poliittinen eliitti totesi, ettei kansa kumminkaan äänestyksen hetkellä ymmärtäisi, mistä perimmältään on kysymys.

Näin on: kansa ei ymmärrä.

Syytä vieritän sekä ammattipoliitikoille että medialle, jotka yhdessä vastaavat poliittisen valtajulkisuuden pyörittämisestä tässä maassa. Molemmat ovat olleet erityisen laiskoja mielikuvallisesti tuotteistamaan Emua. Tuotteistaminen eli tietynlaisen symbolimateriaalin käyttäminen Emun yhteydessä olisi tehnyt hankkeesta käsitettävämmän ja alttiimman myös kansalaiskeskustelulle.

Emun esilletuomisessa ei juurikaan käytetty nykyaikaiseen mediajulkisuuteen kuuluvia perustekijöitä, kuten henkilöimistä, tapahtumallisuutta, mielikuvallista vertauksellisuutta tai ylipäätään selventäviä analogioita. Yhdysvaltalaisista mediatutkijaa Joshua Meyrowitzia mukaillen ihmiset ovat enemmän innostuneita paljastamisesta tekona (act of exposure) kuin siitä, millainen salaisuus paljastuu (Meyrowitz 1985, 311). Paljastusluonteen vuoksi poliittisten perustelujen on näyttävä, oltava esillä, jotta ne olisivat ymmärrettäviä.

Emu-keskustelussa perustelut eivät ole näkyneet. Rahaliitto metaforisoitui, muuttui symboliseksi toiminnaksi, aivan toisella tavalla, vähäverisemmin, kuin muutaman vuoden takainen EU-keskustelu. (ks. Hellsten

1997). Vuosikymmenen taitteessa valloilleen ryöpynneessä EU-keskustelussa Suomen jäsenyys imagolistettiin jopa mainoskampanjoin komeaksi paluuksi länsimaaksi. Suomi liitettiin silloin uhkakuvien myrskyväältä mereltä symbolisesti Euroopan emäpuuhun. Kansalaiset vieteltiin luomaan mielipiteitä ja näkemyksiä EU-jäsenyydestä.

Kun tämä urakka oli saatu tehtyä, niin enempi julkinen keskustelu Euroopasta sai mennä. Emu-runnauksessa näyttämölle asetui sotien jälkeinen puheavaruus: moralismiin vivahtava ote, jossa äärikantoja ja ”mölyä” olisi syytä välttää. (ks. Alasuutari 1996).

Rahaliittoon ei saatu otetta

Mielikuvallinen tuotteistaminen oli medialle käytännössä hankalaa jo senkin vuoksi, ettei Emulle saatu luotua *habitusta*, kokoavaa ja erottavaa olemusta. Pierre Bourdieun mukaan habitus on yhdistävä periaate, joka kääntää tietyt olennaiset suhteista muodostuvat piirteet yhtenäiseksi joukoksi henkilö-, hyödyke- ja käytäntövalintoja. (Bourdieu 1998, 17-20). Habitus jokapäiväistää eroja ja valintoja sekä tuottaa yhteiskunnallisia erottelua, sosiaalista luokittelua.

Ja kun eroja tuotetaan muuttuvat ne pakostakin symbolisiksi eroiksi, tunnusmerkistöksi. Ei ole yhdentekevää, kenelle Emu on ajamista Porsche Boxsterilla, kenelle siirtyilyä Eurosamaralla.

Emulle ei muodostunut symbolista tunnusmerkistöä, koska rahaliitosta puhuttaessa ei uskallettu julkistaa sen erottelevaa mahdollisuutta. Rahaliitto saattaa tuoda Suomeen yhä suurempia jakoja menestyjiin ja menehtyjiin. Ehkä Emua olisi julkisuudessa voinut mielikuvallistaa juuri erojen tuottajana. Emu ei ole jokaiselle sama. Se jakaa yhteisöä nimeltä Suomi, leventää symbolisia kuiluja. Tällaisesta ei kuulu sanaakaan.

Toimittajat tekivät varmasti pieteetillä työtään, esittelivät hankkimiaan faktoja ja halusivat välittää totuudenmukaista kuvaa. Tahtomattaankin toimittajat tulivat uusintaneeksi julkisuusstrategiaa, jolla Emusta tehtiin ”välttämättömyys”. Emu-hanketta ei pyrittykään tuomaan keskusteluun ymmärrettävänä ja selkeänä, vaan Emusta tehtiin esineellistynyt yksikkö. Näin väitän. Pääministeri Paavo Lipponen esimerkiksi ”luki” yleistä mielihäpästä ja totesi sen olevan vakaasti Emun kannalla, päinvastaisista kyselytutkimuksista huolimatta.

Mielikuvilla olisi ollut erityinen painonsa Emu-keskustelun ”demokratisoimisessa”. Suuri viestimiä seuraava yleisö käyttää, kuluttaa ja tulkitsee poliittisia mielikuvia yhtäaikaan yksilöllisen ja yhteisöllisen tietorakenteen mukaan. Symboliset mielikuvat, tässä tapauksessa vaikka Porsche ja Sama-

ra, muokkautuvat kunkin ihmisen omaan kognitiiviseen tulkintahorisonttiin. Sosiaalisen ulottuvuuden kautta ne käsitteellistyvät ja lomittuvat arkipäivään. Jolloin niihin saadaan ”otetta”. Tässä medialla olisi ollut merkitystä, koska median kautta mielikuva- ja symbolitasoa tuotetaan.

Politiikka on monimutkaistunut lukuisien syiden vuoksi niin paljon, että siinä tapahtuvia prosesseja on vaikea selkeästi hahmottaa tai ymmärtää. Demokratian erääksi pullonkaulaksi voikin muodostua se, miten perustella jokin poliittinen päätös suuntaan tai toiseen, jos sen ymmärrettäväksi tekeminen suurelle joukolla, kansalaisille, tuntuu miltei mahdottomalta.

Lähestytään peruskysymystä: vaatiiko toimiva kansanvalta sellaisen hallinnon ja median, jotka viitsivät tehdä asioista ymmärrettäviä. Tämän kysymyksen asettaa Emun kaltainen moniin eri yhteiskunnallisiin ulottuvuuksiin yhdellä kertaa vaikuttava ratkaisu. Vastaus on tietysti kyllä. Vaihtoehto on, että monia koskevista poliittisista hankkeista päätetään suoraan kapealla ylätasolla ja tulos ilmoitetaan median kautta yleisölle. Emun kaltaisissa mullistuksissa medialla on aina olemassa vähintään kaksi vaihtoehtoa. Media voi joko tyytyä esineellistämään keskustelua toistelemalla joitakin irtisaatuja seikkoja tai se voi yrittää konkretisoida keskustelua siirtämällä sitä uusille poliittisille alueille. Suomalaisessa julkisuudessa Emu on kivetetty eräänlaiseksi markkinavoimien ja epämääräisesti tulkittun yleisen mielipiteen yhteiseksi tahdon voitoksi..

Emua olisi yhtä hyvin voitu kirjavasti peilata arkipäivää vasten. Tämä on helposti sanottavissa mutta hankalasti toteutettavissa. Ainakin talousjournalismissa olisi pystytty skenaarioimaan, millaisia tulevaisuuksia kellenekin yksi raha, yksi alue aiheuttaa. Poliitiikan toimituksissa olisi voitu kysyä, heikentääkö kansallisesta symbolista, omasta rahasta, luopuminen nationalismia. Historiallista ulottuvuutta Emu-hankkeelle olisivat varmasti antaneet jutut aiemmista talous- ja rahaliitoista Euroopassa; onhan maanosassa koettu mm. 1865-1927 ainakin latinalainen ja skandinaavinen rahaunioni, puhumattakaan imperiumien ajasta 1800-luvulla. Aiemmat emut eivät suinkaan olleet homeisia yritelmiä, vaan perin moderneja. Niitä ja niiden elinkaaria olisi voinut selvittää nykyhanketta vasten. Perspektiivi olisi laajentunut muistutuksella, ettei Emu suinkaan ole ainutlaatuinen ja ensimmäinen.

Esineellistyminen vie inhimillisen tekijän

Ainutlaatuista Emussa ei ole sekään, että se on julkisuushankkeena esineellistynyt. Yhteiskunnan monimutkaiset prosessit kun tapaavat järkä-

leistyä, olivatpa ne esillä julkisuudessa tai eivät. Tosiseikka on, että Emusta ei saa ”helppoa”, joten median yksinomainen syyllistäminen on turhaa. Toinen tosiseikka on, että Emu on poliittinen hanke poliittisine päämääri-
neen, ei maanvyörymä.

Monesti julkinen keskustelu esineellistyy siten, että inhimillinen tekijä, ihminen toimeenpanijana, tipahtaa lopulta kuvasta pois. Jäljelle jää ihmiset toimijoina syrjäyttänyt yhteiskuntayksikkö, esimerkiksi markkinavoimat. Poliitiikan retorista tasoa tutkinut Kari Palonen arvelee esineellistymisprosessin alkavan anonymisoitumisesta. (Palonen 1988, 163). Anonymisoitumisessa vaikkapa inflaatio ”kiihtyy” tai ”pysähtyy” ikään kuin itses-
tään. Tiedotusvälineet raportoivat säännöllisesti näitä kiihtymis- ja pysähtymistapauksia pystymättä silti havainnollistamaan niitä kovin hyvin. Raportointi vaikeista asioista on pistemäistä, lyhyitä uutiskärkiä suosivaa. Jäsentävä konteksti puuttuu. Uutisten seuraajalle tulee oikeutettu tunne, että inflaation kiihtymisiä ja pysähtymisiä ei voi vastustaa. On vain sopeuttava mikäli mahdollista.

Anonymisoituneita prosesseja löytyy lukemattomia yhteiskunnallisesta keskustelusta. Tosin ne ovat yleensä vähemmän merkittäviä kuin Emu. Esimerkiksi YYA eli aivan omaa julkista liturgiaelämäänsä reilut 30 vuotta. Yleensä anonymisoituneita hankkeita leimaa niiden pitäminen itses-
täänselvänä. Symboleita modernissa politiikassa tutkineen Kyösti Pekosen mukaan tällainen itsestänselvyyksien maailma tuntuu usein epäpoliittiselta ja automaattiselta, luonnon lain mukaan menevältä. (Pekonen 1991, 18).

Jostakin luonnon lain kaltaisuudesta on löydettävissä Suomen hallituksen Emu-asiassa käyttämä julkisuusstrategia. Epäpolitiikka ja automatiikka ovat korostuneet puheissa ja teoissa. Rahaliiton ulkopuolelle pitää var-
tavasten ”jättäytyä”. Emun mukana Suomi ”pääsee” EU:n kovaan ytimeen päättämään asioista.

Seuraava askel julkisuusstrategiassa on ollut diskurssin esineellistymisen. Vastuullisena esineellistäjänä pidän mediaa ja sen luomaa vaikutusta. Diskurssin jähmettyemisessä koko se ajattelu ja kielenkäyttö, jonka mukaan prosessi nojautuisi ihmisten toimintaan, on kadonnut. Luemme ja kuulemme passiivilauseita. Yhteiskunnassa tapahtuvien ilmiöiden kuvaukset muuttuvat ikään kuin päämajan kartalla liikkuviksi sotilasnuppineuloiksi, joihin tavallinen ihminen ei vähimmässäkään määrin pysty vaikuttamaan.

Valtajulkisuudessa Emusta on muodostunut säännöllisesti suriseva raporttimantra. Suomessa media on seurannut Emu-kehitystä ennen kaikkea lineaarisena tapahtumana: kun nyt tapahtuu tätä, niin seuraavaksi vuorostaan tuota. On takerruttu päivämääriin, ilmoitettu milloin mikin asia pitää olla selvitettynä, jotta juna – journalistista suosikkimetaforaa tois-

taakseni – pysyisi aikataulussa. Symbolisena kommunikaatiotuotteena Emu on tuntunut täysin epäinhimilliseltä toiminnalta, jossa tiedotusvälineiden tehtävä on ollut sama kuin kartulla kyykässä. Kaataa eikä kommunikoida.

Toinen strategia jäi kokeilematta

Toinen tapa lähestyä Emua olisi noudatellut mielikuvallisempaa linjaa; olisi voitu jatkaa jäsenyyskeskustelun osoittamilla linjoilla. Englantilainen kulttuurintutkija Stuart Hall on havainnut, että politiikka on laajentumassa sellaisille alueille, joita ennen on totuttu pitämään aivan muuna. Näitä ”uusia” alueita ovat perheen, terveyden, ruuan, seksuaalisuuden tai ruumiin tapaiset asiat. (Hall 1992, 56) Arvelen että hyvinkin pian nämä jokapäiväiseltä tuntuvat uudet alueet suorastaan auttavat pitämään median kautta toimivaa politiikkaa käynnissä, myös Suomessa. Poliitikosta ja hänen ”jutustaan” saadaan mieluisa tuttava omaan sosiaaliseen todellisuuteen. Airut tästä on eduskunnan puhemiehen Riitta Uosukaisen nousu varteenotettavaksi presidenttiehdokkaaksi pian sen jälkeen kun hän hoksasi kirjansa tiedotustilaisuudessa esitellä vesisänkynsä ja petikaverinsa Topin.

Lyhyesti: kun politiikka on mennyt yhä vaikeaselkoisemmaksi ja monimutkaisemmaksi päätöksentekorakenteeksi, niin politiikkaa ja myös poliitikkoja pitää selkiyttää ”uusilla” alueilla. Talouspolitiikassa ymmärrettävänä osoittimena on käytetty Big Mac -indeksiä kansantalouksien vertailussa. Vaikeat asiat on yhteiskunnan toimivuuden kannalta pakko sosiaalistaa, asettaa ihmisten väliseen toimintakenttään. Poliitiikka on kertomuksena pystyttävä saattamaan meidän ymmärryksellemme avautuvaksi. Media-ajan poliittinen tarina on tulkinnan taidetta, demokratian draamaa, julkisuuden kautta lähetettyä imagollista merkkimateriaalia, josta kumpuaa mielikuvia.

Tästä seuraa politiikan sisällön muuttuminen, tietynlainen konkretisoituminen. Arvelen että poliittinen päätöksenteko hakee piankin osan päivittäisestä kansalaisluottamuksestaan – legitimaationsa – näiltä uusilta alueilta. Poliitiikka on tavattavissa vaalien välilläkin.

Emua ei viety tällaiseen mielikuvia synnyttävään mediaprosessiin. Missään vaiheessa Emu ei saanut lihaa ja luuta ympärilleen, jolloin tavallinen kansa olisi voinut sitä tulkita. Ei edes eduskunnassa käydyssä tiedoksianto-keskustelussa helmikuussa 1998. Emu olisi tarvinnut omat vesisänkynsä ja Topinsa.

Oliko kyseessä hankkeen hahmottomuus, epäkypsyys niin poliitikoille,

EU-asiantuntijoille kuin toimittajillekin? Poliitikot eivät olleet varmoja suomalaisten suhtautumisesta integraation syventämiseen, eikä heillä tämän vuoksi ollut halua asettaa Emua mielikuvien kentälle, vapaaseen tilaan. Emussa ei luotettu edes itseensä. Tarvittaessa Emu olisi voitu nähdä kypsänä eurooppalaisen demokratian ja pääoman voimainponnistuksena. Maanosaa repineistä sodista on kulunut ainoastaan 50 vuotta. Rautaesiripun romahtamisesta tuskin kymmentä. Eikö Emu olisi kestänyt symbolista liikettä kansalaisten suuntaan? Vai käyttikö hallitus hyväkseen helpointa ja pitkäaikaisessa käytössä kovapohjaiseksi poljettua tietä: sitä että suomalainen media on tottunut *vain* reagoimaan sen eteen työnnettyihin asioihin.

Kuluttaja-ideologia ei sopinut niukkuuteen

Median vaikutuksen voimistuminen politiikan tekemisessä ja politiikan seuraamisessa on tuonut valintoihin mukaan eräänlaisen ”kuluttaja-ideologian”. Emu-julkisuudessa tämä loisti poissaolollaan, niin lehtiä ja televisiota kuluttava kansakunta kuin olemmekin. Kulttuurintutkija Markku Kosken huomioiden mukaan politiikan kuluttaja ei tee enää päätöksiään perinteisestä leiriasemasta, esimerkiksi vasemmiston ja oikeiston tai maaseudun ja kaupungin näkökulmasta. Päätökset tehdään entistä itsenäisemmin ja aikaisempaa runsaamman tarjonnan pohjalta. (Koski 1996, 32).

Kuluttajuuteen kuuluu olennaisesti valintojen tekeminen, habitusten mukaan toimiminen. Siksi kuluttaja vaatii vaihtoehtoja. Pepsi-politiikka on saatava erottumaan Coca-Cola-politiikasta. Nykyaikaisessa julkisuudessa toimitaan kuin markkinapaikalla. Tämän politiikan kuluttaja tietää ja on siksi varmasti ymmällä eduskunnan tiedoksiannolla, munkkilatinalla, hoidettavasta liittymisestä Euroopan talous- ja rahaliittoon.

Emun julkisuusstrategia nykäisi suomalaisen politiikan kuluttajan runsauden markkinoilta takaisin säännöstelyn ajan kauppapuotiin. Tapahtumaa voi pitää erittäin kummallisena länsimaisessa vapaata viestintää korostavassa demokratiassa. Emme edes tiedä mitä emme tiedä Emusta.

Poliittinen mielikuva, jonka perusteella kuluttaja tekee ostopäätöksen, ei ole välttämättä ole leimattavissa propagandaksi tai televisualisoituneeksi huulesta vetämiseksi. Mielikuvalla on oltava todellisuusvastineensa, ytimensä. Semiootikko A.J. Greimas on todennut, että ilmaisen olemassaolo edellyttää sisällön olemassaoloa. (Greimas 1980, 18). Jos ilmaisu Emun yhteydessä käsitetään käydyksi keskusteluksi Suomen liittymisestä rahaliittoon, niin mitä ihmettä mahtaa olla hankkeen sisältö? Päätelmän mukaan senkin on oltava olemassa. Greimas kääntää asian toisinkin päin: sisällön

olemassaolo edellyttää ilmaisun olemassaoloa. Onko niin, että käyty keskustelu ja siitä muodostettu niukkuuteen perustunut julkisuus on käsitettävä Emun sisällöksi. Toivottavasti ei.

Mielikuvat politiikasta liikehtivät jokapäiväisen keskellä. Jokapäiväinen todellisuus esittäytyy toisten ihmisten kanssa jaettuna maailmana, jossa jokaisen omat yksityiset kokemukset ratkaisevat. Yhteisessä tietorakenteessa mielikuvia käsitellään monin eri tavoin. Erääksi tärkeäksi puoleksi mielikuvan toiminnassa tulee sen sosiaalinen käsitettävyyys. En usko, että työpaikoilla tai kodeissa on Emusta voitu keskustella. Käsittämisen eväät on viety piiloon. Tapahtumasarjaa on korkeintaan seurattu.

Habermas erottaa toisistaan asioiden seuraamisen niiden ymmärtämisestä. (Habermas 1995, 8-16). Seuraamisessa tärkeintä on havainto jostakin, ja havainto ei edellytä ymmärtämistä. Ymmärtämisessä tärkeintä on kommunikaatio, sosiaalinen osallisuus toisten kanssa. Tällöin ymmärtäminen on perustaltaan symbolisesti tuotettua. Emu-toimien symbolitaso pidettiin nuukan pienenä. Suomalaisten annettiin olla seuraamassa hankkeen vääjäämätöntä etenemistä, tekemässä havaintoja. Osallistua siihen ei ymmärrysarsenaalin vähyden takia voinut.

Junaksi sitä nimitettiin

Suomalaista mediakenttää – tarkoitan tiedotusvälineitä – pidetään länsimaisen perinteen mukaisena, vapaana linnakkeena. Sitä ei ohjailta ulkoapäin, päätäntävalta on toimituksilla ja uutisaineisto erotellaan ilmoituksista. Media pitää yhteiskunnallista keskustelua paitsi silmällä myös käynnissä. Tätä ei ole syytä epäillä. On sanottu, että markkinatalouteen kuuluva kilpailu huolehtii osaltaan tiedonvälityksen vapaudesta. Ihmisiä kiinnostavat, myyvät uutiset pistetään varmasti julki. Nehän ovat kauppatavaraa. (tästä enemmän Keane 1991). Voisiko olla niin että hallitus käytti tätä markkinatalouden imperatiivia hyväkseen. Kun Emusta ei kohoteta esille mitään kiinnostavaa tarttumapintaa, niin markkinoiden lain mukaan koko asia jää nopeassa tempossa toimivassa mediayhteiskunnassa palstanpääksi? Näin hanke saadaan vietyä läpi sammutetuin lyhdyin.

Markkinatalouteen liittyy paradoksi. Emu-hankkeessa media ei toiminnut katsojien, kuulijoidensa ja lukijoidensa suuntaan. Media harppoi rivinä takaisin 1970-luvulle. Se teki paluun YYA-ajan henkeen, jolloin naapurisuhteet ja niihin liittyvät koukerot nähtiin harvoin poliittisina kysymyksinä. Useimmiten niitä pidettiin välttämättömyksinä, kyseenalaistamattomina yhteiskuntaesineinä. Niitä ei kannattanut kyseenalaistaa, kos-

ka tavallisen ihmisen ymmärrys ei sellaiseen olisi kumminkaan riittänyt.

Sodanjälkeinen toinen suuri kohtalonvalinta, jäsenyys EU:ssa, ”kansalistettiin” keskustelun aiheena. Maakylien mummoiltakin saattoi löytyä oman tietorakenteensa kautta sosiaalistettua mielikuva-aineistoa EU:sta. Missä kaksi potkukelkkaa kohtasivat, siellä avattiin EU-keskustelu. Ansiionsa tässä oli medialla, joka teki hartiavoimin töitä monimutkaisen valintatilanteen eteen. Toimittajat loistivat, metaforat paukkuivat. Lisäksi kansanedustajilta löytyi mukiinmenevää draamantajua, muistetaanpa vain Paavo Väyrysen yökausia kestänyt jarrutuspuhe eduskunnassa. Eikä sovi unohtaa samaisen Väyrysen monet yllättänyttä kääntymistä EU-parlamentaarikoksi pian äänestyksen jälkeen. (Laukka 1997) Tällaisen parissa politiikan kuluttaja viihtyi. Sillä oli mitä kuluttaa, minkä pohjalta tehdä valintoja.

Siksi olikin kummallista havaita, että Emu-keskustelussa kaikki oli poissa. Toimituksiin oli vyörytetty saippuoitu järkäle, josta ote lipsui. Junaksi sitä alettiin nimittää.

Luulen, että olen löytänyt yhden syyn ja kaksi seurausta. Koska Emusta ei ruvettu järjestämään tuloksellisesti epävarmaa kansanäänestystä, niin poliittinen eliitti, johon lasken mm. Suomen hallituksen, tunsiparhaimmaksi viilentää hankkeen ympärille vääjäämättä rakentuvan julkisuuden. EU-jäsenyyden tapaiseen kansan moniääneen ei ollut tarvetta eikä halua. Emu pakastui, esineellistyi, tuli välttämättömyydeksi, jollaista ei voi järjellisesti kyseenalaistaa. Suomalaisten EU:ta kohtaan tuntemaa yleistä myötämielisyyttä tahdottiin hivuttaa Emu-asiaankin. Rahaliiton sanottiin olevan välttämätöntä jatkoa EU-jäsenyydelle, ja tämän vuoksi tuskin mikään muuttuisi.

Viilentämisen yksi seuraus oli se, että Emulle ei muodostunut käsitettävää yhteiskunnallista olomuotoa, habitusta. Sen avulla ihmiset olisivat ymmärtäneet ja tulkinneet Emua arkeansa vasten. Habituksen puute teki vaikeaksi myös median tarttumisen aiheeseen. Julkisuudessa Emusta arveltiin olevan sekä ”hyötyä” että ”haittaa” – kuten vähän kaikesta muustakin kansainvälisestä toiminnasta. Tärkeintä oli päästä mukaan, päättämään. Tällaisista YYA-kaavan mukaan tuotetuista latteuksista ei irtoa kiinnostavaa mielikuvallisuutta, mikä lienee tarkoituskin. Toisena seurauksena pidän juuri Emu-mielikuvien surkastumista. Yhteiskunnan sosiaalisessa tilassa, poliitikkojen, median ja kansan muodostamalla pelikentällä, liiteli kapeaa symbolimateriaalia Emusta kuin ohuita paperilennokkeja. Ne tusahtelivat maahan heti kun niitä yritti tavoittaa.

Emu ei saanut kasvoja henkilöltä, kuten Tiibet on ovelasti saanut Dalai Lamalta ja Richard Gereltä. Emusta ei tullut mediatapahtumaa, jollaiseksi

olisi käynyt kansanäänestyskin. Emua ei verrattu mihinkään, ei aiempiin rahaliittoihin, ei maanosassa eläviin symbolisiin pelkoihin Saksan, Yhdysvaltojen ja Venäjän uhasta. Emu pysyi epäselvänä, epädramaattisena, epäinhimillisenä alusta loppuun.

*Petri Laukka on taiteen maisteri.
Hän on tutkinut Lapin yliopiston mediatieteen
laitoksella politiikan imagoja ja symbolitasoa.
Työskentelee nykyään Taloussanomien
Lapin kirjeenvaihtajana.*

Lähteet

- Alasuutari, Pertti (1996):
Toinen tasavalta – Suomi 1946-1994. Tampere: Vastapaino.
- Berger, Peter & Luckmann, Thomas (1995):
Todellisuuden sosiaalinen rakentuminen. Helsinki: Gaudeamus.
- Borg, Sami (1997):
”Kansalaisten suhde politiikkaan murroksessa”. Teoksessa Pertti Suhonen: Yleinen mielipide 1997. Hämeenlinna: Hanki ja Jää.
- Bourdieu, Pierre (1998):
Järjen käytännöllisyys – toiminnan teorian lähtökohtia. Suom. Mika Siimes. Tampere: Vastapaino.
- Greimas, A.J. (1980):
Strukturaalista semantiikkaa. Suom. Eero Tarasti. Helsinki: Gaudeamus.
- Habermas, Jürgen (1995):
Communication and The evolution of Society. Newcastle upon Tyne: Polity Press.
- Hall, Stuart (1992):
Kulttuurin ja politiikan murroksia. Tampere: Vastapaino.
- Hellsten, Iina (1997):
Metaforien Eurooppa. Näkökulmia suomalaisen EU-journalismiin. Tampere: Taju..
- Karvonen, Erkki (1997):
Imagologia. Imagon teorioiden esittelyä, analyysia, kritiikkiä. Tampere: Taju.
- Keane, John (1991):
The media and democracy. Cornwall: Polity Press.
- Koski, Markku (1986):
Sorsa-diagnoosi. Helsinki: Odessa.
- Laukka, Petri (1996):
”Menestyvän kunnallispoliitikonkin takana saattaa kohta hääriä imagonrakentaja”, artikkeli Lapin Kansassa 30.7.1996.
- Laukka, Petri (1997):
Kananpojan värinen takki - pitkäaikainen poliitikko imagollisena ja symbolisena luomuksena. Pro gradu -työ. Rovaniemi: Lapin yliopisto.
- Meyrowitz, Joshua (1985):
No Sense of Place – The impact of electronic media on social behaviour. New York: Oxford University Press.
- Minkkinen, Petri & Patomäki, Heikki (1997):
Yhdentymisen ja rahaunionin politiikka. Helsinki: Like.
- Palonen, Kari (1988):
Tekstistä politiikkaan. Tampere: Vastapaino.
- Pekonen, Kyösti (1991):
Symbolinen modernissa politiikassa. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto - Nykykulttuurin tutkimusyksikön julkaisuja.
- Suhonen, Pertti (1997):
Yleinen mielipide 1997. Helsinki: Hanki ja Jää.