

## Tulevaisuus on taas täällä

**V**iime vuosikymmenen laman alun voi kertoa vaikkapa näin: Perjantain 23.3.1990 Iltalehdessä Elinkeinoelämän Valtuuskunnan EVA:n toimitusjohtajaksi valittu Jaakko Iloniemi tiirailee A4-saastetta kumartuneena, lasit otsalle nostettuna. Kuvateksti toteaa hänen olevan selvästikin kaukonäköinen mies. Otsikko on jyrkästi *TULEVAN TÄHYSTÄJÄ*. MTK:n Heikki Haaviston vuoro on viides päivä toukokuuta. Hän näkee seuraavan hallituksen edessä kriisiaikoja. Juhannuksen lehdessä Kalevi Sorsa puolestaan tähtäilee kaukoputkella kokonaista 14 palstan levyisessä kuvassa, ja otsikossa lukee: *Puolueet eivät katso riittävän kauas*.

Vielä elettiin – niin kuin Sorsa haastattelussaan sanoi – siinä yhteiskunnan kehitysvaiheessa, jossa sosiaalisen turvallisuuden peruskysymykset oli ainakin periaatteessa ratkaistu. Oli aikaa puhua ympäristökysymyksestä, puoluepolitiikan kriisistä, maatalouden ongelmista. Eurooppa valmistautui integraatioon, Itä-Eurooppa oli pyristelemässä irti sosialismista. Media tähyili horisonttiin, mutta myrsky oli jo alkanut toisaalla. Iloniemen sanoista voi aistia profetiaa: *”Pöly ei muutosten jäljiltä ole vielä laskeutunut, eikä kaikilta osiltaan edes noussutkaan. [...] kehitys tulee merkitsemään julkisen ja yksityisen sektorin raja-aitojen puhkaisemista, eräänlaista uutta yhteiskunnallista työnjakoa.”*

20.9.1990: *Pörssikurssit painuivat pohjalle.*

Sitten se alkoi mediassa. Ja sitä kesti.

• • •

Käsillä oleva numero keskittyy erityisesti Suomen 1990-luvun lamakauteen. Alkupuheenvuorossaan Raija Julkunen muistuttaa, että yhdestä maailmasta voi kertoa useita erilaisia tarinoita. Julkunen esittää, että 1990-luvun laman tilinpäätöstä tehdessä on painetta valita kertomusten rakennuspuiksi sellaisia käsitteitä, yksityiskohtia, näkökulmia ja aineistoja, jotka tuottavat lamasta kaikille yhteisen kokemuksen hallintaan otettavaksi ja sopeuduttavaksi. Kansaa yhtenäistävä lamatarina tuntuu oikeammalta ja sopivammalta kuin sen väittäminen, että lama

repi ja riepotti yhteiskuntarakenteita jopa siinä määrin, että on epäilyksenaista, voidaanko enää edes puhua pohjoismaisesta hyvinvointivalttiosta. Yhtenäistävään lamatarinaan eivät kuitenkaan soraäänit mahdu.

Suomen Akatemian juuri päättyneen lamaprojektin mediatutkijoilta on tässä numerossa kolme tekstiä. Ullamaija Kivikuru kulkee laman jäljillä ja kuvailee sitä poliittista ja taloudellista myrskyä, jonka läpi suomalaiset viime vuosikymmenellä kävivät. Kivikuru sanoo, että lama oli medialle melkein pä liiankin iso mörkö, niinpä siitä tyydyttiin raportoimaan kunnioittavan etäisyyden päästä valtakunnan tason asioina, prosentteina ja virallisina lausuntoina. Kansalaiset tallautuivat laman jalkoihin, mutta media oli kiinnostunut lähinnä siitä, minkä kokoinen saapas heitä polki.

Maakuntalehtien pääkirjoituksiin perehtynyt Inka Salovaara-Moring osoittaa, että lama muokkasi mielikuviamme paitsi jyrkentäen käsityksiä alueiden välisistä eroista, myös eriyttämällä alueiden kulttuurista kielioppia. Toisin sanoen eri alueilla laman merkitykset tulkittiin eri tavoin – siinä missä Etelä-Suomessa ajateltiin lama poliittisen elämän epäonnistumiseksi, saatettiin Lapissa nähdä lama etelän langettamana kirouksena ja merkinä maan eri alueiden välisestä vastakainasettelusta.

Minna Aslama ja Sanna Valtonen tarkastelevat kansalaisten lamakokemuksia siltä kannalta miten ne jäsenyivät ihmisten puheeksi. Kirjoittajat toteavat, että haastatteluissa esiin nousutta vahvaa kriisitietoisuutta tuskin olisi syntynyt ilman koko mediakentän lävistänyttä kriisipuhetta. Haastateltujen ihmisten mukaan median kriisipuhe oli äärimmäisen samankaltaista, negatiivista ja yksipuolisuudessaan turruttavan runsasta, lähinnä abstrakteista talouden indikaattoreista raportoimista. Median kuluttajina ihmiset ottivat tottuneesti oman paikkansa. Lamajuttuja siedettiin kuin huonoa säätä, sen kummemmin nurkumatta.

Lama-ajan on arveltu heijastuneen mediaan myös sanomalehtien tilaajakäyttäytymisen kautta. Erkki Hujanen tarkastelee maakuntalehtien levikki- ja peittolukujen romahdusta 1990-luvun alkuvuosina ja tulee siihen tulokseen, että taloudellisilla syillä selittäminen on liian yksioikoinen keino kuvata 1990-luvun mediakäyttäytymistä. Tiukentunut rahatilanne ja säästämisen halu ovat epäilemättä osasyllisiä, mutta Hujanen esittää vähintään yhtä merkittäviksi syiksi elämäntapaan ja kulttuuriin liittyvät murrokset, kuten esimerkiksi väestön muuttoliikkeen ja sinkkuasumisen lisääntymisen.

Yhtä kulttuurista murrosta tutkailee lähemmin Teemu Taira pohtiessaan niitä vaikutuksia, joita globaalitalouden murtama täystyöllisyyden ideaali hajotesaan aiheuttaa. Taira sanoo, että täystyöllisyyden ideaaliin kytköksissä ollut yksilöllistymispuhe on alkanut nousta uudeksi kulttuurin perustaksi. Työttömien kirjoituskilpailun satoa tutkinut Taira esittää, että yksilöllistymispuhe on mediajulkisuudenkin kantava resurssi. Pelastusarmeijan leipäjonoista tai bittimiljonääreistä kertovissa sankaritarinoissa tuo diskurssi vain otetaan käyttöön hieman eri tavalla.

Vertailupinnan kotimaiselle lamalle tarjoavat kaksi Yhdysvaltojen tilannetta käsittelevää tekstiä. Risto Ojanen tarkastelee 1930-luvun lamakauden aikana tehtyä *Living Newspaper* -teatterikokeilua, jossa yhteisön ongelmakohtia ja lama-ajan tunteja käsiteltiin näyttämöllä pienen ihmisen näkökulmasta. Ojanen vetää artikkelissaan yhteyksiä teatteritaiteen, amerikkalaisen pragmatistisen filosofian ja siitä ponnistavan Public Journalismmin välille.

Sanford F. Schramin ja Joe Sossin artikkeli tarkastelee Yhdysvalloissa 1996 toimeenpantua sosiaalireformia ja sitä, millä tavalla tiedotusvälineet konstruoivat reformista menestystarinan. Kuten artikkelin kääntäjä Mika Renvall esipuheessaan huomauttaa, artikkeli on ajankohtainen myös suomalaiselle lukijalle, sillä globaalissa kontekstissa poliittiset diskurssit ja niiden ajamat ratkaisut liikkuvat entistä vikkelimmin maasta ja kulttuuripiiristä toiseen. Kun Suomessa on taas alettu varautua tulevaisuuden laihoihin vuosiin, ei ole ollenkaan sanottua etteikö selviytymisen mallia haettaisi niinkin kaukaa kuin toisilta mantereilta. Siksi on hyvä olla perillä niistä ristiriidoista, jotka media saattaa jättää katveeseen.

• • •

Vuodenvaihteessa Suomen markka jää pois käytöstä ja siirrymme käyttämään euroja. Yleisen hinnankorotushuuman vastaisesti Tiedotustutkimus reagoi asiaan laskemalla hintojaan. Irtonumeron hinta laskee 2,43 markkaa eli uusi hinta on tästedes 8 €. Myös tilaushinnat laskevat.

Toisaalla tässä numerossa todetaan, että hallinnon arvoihin perehtyäkseen viestinnän tutkijoiden on syytä analysoida muutakin kuin perinteisiä viestintävälineitä. Me käytämme esimerkkinä euroseteleitä. Uusiin seteleihin meille on sisällytetty viesti, jonka mukaan kuulumme yhteiseen Eurooppaan. Kenenkään suurmiehen tai -naisen kasvoja ei seteleihin ole ikuistettu kansallisyhpeyden siemeneksi, eikä setelien kuvaamia siltojakaan ole oikeasti olemassa: niihin ei voi liittää sellaisia intohimoja kuin mitä Juutinrauman tai Tampereen Koskenniskan sillat herättävät. Eurojen esittämät sillat kuvaavat ikään kuin puhdasta sillan ideaa sellaisenaan. Sillan erilaisia metaforia voi alkaa pohtia vaikka heti, mutta yksi on varmaa: raha on vaihdon väline – ei silta parempaan huomiseen.