

■ Tuhat kertaa Esko Aho

Tiedotustutkimuksen viime numerossa Helsingin Sanomien päätoimittaja Simopekka Nortamo moitti "vakavasti otettavia" viestimiä poliittisen julkiskultin luomista: "Poliittisen toiminnan julkiset — ehkä noin 20 tai 30 ihmistä koko valtakunnasta — hallitsevat visuaalisesti, kuvillaan viestintän ulkoosua esiintyessä niissä päivästä toiseen."

Peilaaja sai kesäkuun helteillä päähänensä tarkistaa olisiko noin ja teki empirisen selvityksen. Seitsemän päivän aikana 12.-18.6.92 näkyi pääministeri Esko Ahon naama Helsingin Sanomien kuvissa 13 kertaa, siis noin kaksi kuvaa päivää kohden. Ministereitä Salolainen, Viinanen, Rehn ja Norrback näytettiin keskimäärin kerran päivässä. Pokka ja Bush esiintyivät viikon aikana viidesti, Pietikäinen, Väyrynen ja Jeltsin neljästi. Muut kansalliset ja ulkomaiset poliittiset julkimot saivat naamansa näkyviin harvemmin kuin joka toinen päivä.

Yleisön suurta osaa edustava kansalaisten selaillee päivittäin useampaa kuin yhtä sanomalehteä ja viikottain muutamaa aikakauslehteä sekä katsoo ehkä pari television uutislähetystä päivässä. Tällainen kansan edustaja tulee vuoden mittaan nähneeksi kuvan Esko Ahosta tuhansia kertoja.

Vaikka Nortamo ja Peilaaja panevatkin merkille tuhannet ministerinkuvat, voi suuren yleisön edustaja ohittaa ne antamatta niille erityistä merkitystä. Jatkuvasti näkyvillä olevat kasvot eivät välttämättä muodostu poliittisiksi symboleiksi vaan ne saattavat menettää huomioarvonsa ja merkityksensä niinkuin leijonan kuva Helsingin Sanomien pääkirjoituksen yläpuolella.

■ Konformismia jos mikään

Lehtemme tämän vuoden kakkosnumeron ollessa jo painossa Suomi ja Ruotsi pelasivat Prahassa jääkiekon maailmanmestaruudesta. Mitähän kummaa konformismia ja totuusaddiktiota oikaan, että kaikki Peilaajan tuntemat "mediat" (suomen kielessä tarpeeton sana) kertoivat

ottelun tuloksen samoin: Ruotsi voitti?

Miksi millään välineellä ei ollut rohkeutta torjua lamamielialaa kertomalla Suomen voittaneen maailmanmestaruuden ja selostamalla ottelun tuossa hengessä? Ei edes paikallisradioilla, ei Radiomafialla — sinäkin Brutukseni.

■ Johdatusta semantiikkaan

Voisiko YLE:n Radio ja tv -instituutti järjestää yhtiön toimittajille semantiikan johdantokurssin.

Aiheen antaa mikäpä taas ellei Radiomafia. Esitellessään (Aarmulehdessä 22.5.) sen kesäohjelmaa Pressiklubia Juha Roiha sanoi mm.:

— Seuraamme kaikkea, mikä arjessa liikkuu. Tarkoitus on antaa ihmisille ajattelun aihetta, ei opettaa eikä tehdä mitään kansanvalistustyötä.

Johdantokurssilla voitaisiin käsitellä vaikkapa sanojen opettaa ja valistaa historiaa ja etymologiaa, jotta selviäisi miten synonyymisia ne ovat sanonnalle "antaa ajattelun aihetta".

■ Suomen kansa ja Lowen dogmi

Yhdysvalloissa on väitellyt tohtoriksi Gregory Ferrell Lowe YLE:n radiopuolen, siis nimenomaan "ääniradion", linjasta, mitä varten hän on mm. haastatellut Suomessa radioväkeä.

Helsingin Sanomista (6.6.) päätelleen hänellä on todella kiintoisia tulkintoja asioista. Suomen kansa kuulemma vaatii radiolta "enemmän viihdettä ja vähemmän opettavaisuutta".

Peilaaja on lukenut ainakin yhden muovikassillisen erilaisia preferenssitutkimuksia, myös aivan viime vuosilta, ja sen mukaan kansa vaatii radiolta viihdettä, kuten kevyttä musiikkia, kansa vaatii uutisia ja muuta faktainformaatiota, kansa vaatii elämyksiä mutta myös tietoa. Kansaa ei sokeasti seuraile Lowen oppeja.

Sen pahempi tosiasioille.

■ Hyvän työn pienet puutteet...

Lapin yliopistoon Rovaniemelle, tarkemmin sanoen sen taiteiden tiedekuntaan, etsitään vakinaista kuvallisen viestinnän

professoria. Idean takana hämmöttää saksalaisperäinen *Mediawissenschaft*, joka olisi vaikkapa tämän lehden teemanumeron arvoinen.

Suunnittelutyötä oppialaa varten on tehnyt Hannu Eerikäinen kirjoittamalla asiasta mm. laajan muiston. Se on korkeatasoinen älyllinen suoritus — mutta ei täydellinen, niin kuin ei mikään inhimillinen.

Peilaaja ottaa vain yhden esimerkin. Muiston s. 4-5 Eerikäinen kirjoittaa:

"Taide voidaan ymmärtää viestintänä, mikäli käsitteellä ei tarkoiteta samaa kuin journalismin ja joukkotiedotuksen yhteydessä käsitteellä tiedonvälitys vaan se ymmärretään *semioottisesti* tai *fenomenologisesti*, merkitysten vaihtona. - - -

Sen lisäksi, että mitä tahansa taidemuotoa voidaan merkitysten vaihdon mielessä tarkastella viestintänä, voidaan erityisesti medioita käyttäviä taiteita tutkia myös *kommunikaatiokäytännön* viestinnän kannalta."

■ ...ja puutteiden kritiikki

Siis on erikseen "tiedonvälitys" jota edustaa journalismi — se ei muuten ole ollenkaan sama asia kuin koko joukkotiedotus — ja erikseen "merkitysten vaihto". Kummallista. Ymmärretään journalismi miten semioottisesti tai fenomenologisesti tahansa, se ei poista sitä teoreettisesti ja empirisesti perusteltavissa olevaa tosiasiaa, että tuottaessaan journalististen sanomien äärellä merkityksiä ihmiset omaksuvat informaatiota, jopa tietoa. Jos suuresti tietoa halveksii, on parempi yrittää todistaa että Peilaaja on väärässä kuin liukua asian yli.

Entä "kommunikaatioksi ymmärretty viestintä"? Kun kommunikaatio vuonna 1966 mm. kielitoimiston siunauksella päätettiin suomentaa viestinnäksi, sovittiin että näitä sanoja pyritään käyttämään synonyymeinä. Sopimusta ei tietenkään ole pakko noudattaa, mutta ellei halua sitä noudattaa olisi hyvä perustella kantansa.

■ Sävyyttävä kirja...

Kokenut toimittaja Risto Uimonen on jul-

kaissut kirjan Julkisuuspelejä, alaotsikko Imagonrakennus politiikassa, jonka Peilaaja luki kesällä kuin dekkarin ikään.

Opuksen tuotteenä miehen Kyösti Pekosen opuksen Symbolinen modernissa politiikassa, vaikka Uimonen ei sitä lähde-luettelossaan edes mainitse. Siinä missä Pekosen työ on varsin vaateliaalla tasolla tieteellinen, siinä Uimosen teos on journalistinen. Toisaalta: siinä missä Pekonen on abstrakti ja hieman elämälle vieras, siinä Uimonen on konkreettinen ja erittelee laaja esimerkkiaineistoa.

Voisikohan löytyä ketään, joka yhdistäisi samoihin kansiin Pekosen ja Uimosen vahvat puolet? Siinä olisi pistämätön mestari.

■ ...ja lisäevidenssi

Uimonen kiittelee aivan erityisesti Esko Ahon määrätietoista imagonrakentamista ja tämän esiintymisominaisuuksia. Etenkään jälkimmäisistä Peilaaja ei ole yhtä vamma.

Mutta pitäisikö olla? Uimosen kirja osui samaan saumaan kuin Tom Moringin artikkeli (Tiedotustutkimus 2/92), ja sen mukaanhan Ahon imagomenestys sai tukea vaalien jälkeen tehdyssä haastattelututkimuksessa.

Toisaalta Ahon hallituksen suosio ei tätä kirjoitettaessa ole suuri. Mutta Uimonen ei väitäkään että poliitikon imago olisi kaikki eli että teoilla eli politiikan sisällöllä ei olisi merkitystä.

Herätys, tiedotustutkijat! Alkakaakateemissa korkeuksissanne miettiä Uimosen yllättävää hypoteesia: jospa imago ei olekaan kaikki.

■ Toimittaja-allergia vaivana

Jämsän kaupunginvaltuusto nostatti jokin aikaa sitten hälyä karkottamalla kokouksestaan Yleisradion aluetoimittajan. Toiminta nähtiin räikeänä puuttumisena työtään tekevää journalistia kohtaan. Jopa pyhän ja loukkaamattoman sananvapau-

den nähtiin olevan vaaravyöhykkeessä.

Kun tapausta tarkemmin selviteltiin, sille paljastui oma luonnollinen selitys: toimittaja-allergia, kirjaimellisesti. Liialliselle lähietäisyydelle itsensä ujuttaneen toimittajan "raadollinen käry" (Keskiuomalaisen uutisoinnin mukaan) oli alkanut salvata Jämsän Ääni -nimisen valtuustoryhmän edustajaa Aku Lindroosia. Hengityksen ohella valtuutetun puhekykykin oli pyrkinyt reistailemaan.

Täsmennyksenä kerrottakoon, että kyseessä ollut käry oli peräisin naispuolisen toimittajan kosmetiikasta.

Tapaus käy hyvänä osoituksena tiedotustutkimuksen jo vanhastaan vahvistamasta väitteestä, että hajuttomat ja mauttomat toimittajat saavat paremman työskentelyrauhan politiikkojen parissa.

■ Suhteettomat miehet

"Joka toiselle kuoppaa kaivaa, se itse siihen lankeaa". Näin on vaarassa käydä uudelle *Suhteet*-nimiselle aikakauslehdelle. Se ilmoittaa olevansa uusi ihmissuhteita, rakkautta ja seksiä käsittelevä lehti, mutta on kuitenkin valmis heti ensimmäisessä numerossaan heittämään heikomman sukupuolen (miehet) yli laidan. Päätoimittaja Sirkka Järvenpää kirjoittaa lehden linjaa vetävässä pääkirjoituksessaan, että *Suhteet* olisi ollut turha tehdä miehille:

"Olettamukseni sai tieteellisen vahvistuksen luettuani kymmenkunta ihmissuhdetta ja seksipasta, joissa todettiin, että miehet eivät todellakaan ole samalla tavalla kiinnostuneita ihmissuhteista kuin naiset. Jos olemme suvaitsevia, suokaamme heille tuo vajavaisuus..."

Järvenpää ei suinkaan aseta kyseenalaiseksi sitä, tekeekö miehet vajavaisiksi se, etteivät he ole SAMALLA tavalla kuin naiset kiinnostuneita ihmissuhteista. Onko nimenomaan naisen tapa (muodikas puukeutuminen, silkkiiset yöasut ja kaudenhoito) olla kiinnostunut ihmissuhteista juuri se paras ja ainoa.

Jos lehden muu sisältö huokuu jatkossa tätä samaa barrikadiinijaa, *Suhteet* muuttuu ennen pitkää suhteettomaksi, naisten keskinäiseksi hymistelyksi.

Ja mistä johtuu, ettei naistenlehtien tyyliin tämänkään miesten ja naisten suhteita kehittämään pyrkivän lehden toimituksesta löydy uroita? Ai niin, päätoimittajan valitsee alaisensa...

■ Korkotason salaisuus paljastui

Elokuun alussa pääministeri Esko Aho paljasti kuin ohimennen maatamme pitkään koetelleen korkean korkotason todellisen syyn.

Jokainen kansalainenhan tietää, että talouspolitiikassa on nykyään ennen kaikkea kysymys uskottavuudesta. Eduskunnan enemmistön lisäksi hallituksen on nautittava myös markkinoiden luottamusta.

Uskottavuutta on ainakin kahdenlaista. Ensiksi tietyksi sen, mitä hallitus sanoo *tekevänsä*, pitäisi olla uskottavaa, siis luultavasti toteuttamiskelpoista ja toimivaa. Tärkeämpää on kuitenkin uskottavuus siinä mielessä, että hallitus tekee, mitä se sanoo *tekevänsä*, siis että hallitus on vakuuttava.

Tähän tärkeämpään uskottavuuden lajiin pääministeri panosti elokuun alun säästöohjelmaa julkistaessaan. Helsingin Sanomat säesti nostamalla asian ytimen otsikkoon.

Aho vakuutti: "Myös kaikki yksittäiset ministerit ovat yksimielisiä"

Porvarihallitus sopi yhteisestä linjasta (HS 7.8.1992)

Markkinoita varmaan vakuuttaa tieto siitä, että hallituksen jäsenet ovat — paitsi keskenään — myös kukin itse itsensä kanssa yhtä mieltä talouspolitiikan suunnasta. Jos tämä oli markkinoille uutinen, korkeaa korkotasoa ei enää kannata ihmetellä.