

VAALEISTA JA MIELIKUVISTA – SELKEÄSTI MUTTA TURHAN TOTEAVASTI

**MIELIKUVAVAALIT. KEVÄÄN 2007
EDUSKUNTAVALIEN MEDIAILMIÖT.**
Toim. Perna, Ville;
Mari K. Niemi & Ville Pitkänen.
Turku: Kirja-Aurora, 2007. (240 s.)

Mielikuvavaalit on viimeisin virstanpylväs suomalaista poliittista viestintää analysoivien monografioiden sarjassa. Teoksen toimittajat ja kirjoittajat ovat Turun yliopiston poliittisen historian laitoksella toimivan Eduskuntatutkimuksen keskuksen tutkijoita. Kirja koostuu yhdeksästä artikkelista, jotka käsittelevät vaaleja yhtäältä uutisoinnin, julkisten väittelyiden ja mainonnan ja toisaalta kevään 2007 vaalien yhteydessä esille nousseiden kuumien kysymysten näkökulmista. Tyypillisiä esimerkkejä tällaisista olivat kysymykset julkiseshokkaista, pääministerivaalista ja internetin hyödyntämisestä kampanjoinnissa. Sisältö on artikkelijärjestyksiään myöten johdonmukainen ja vaalien aikana esille nousseiden ilmiöiden näkökulmasta hyvin perusteltu.

Mielikuvavaalien kosketuspinta aiempien vuosien vastaaviin teoksiin on selkeästi tunnistettavissa, vaikka esimerkiksi Risto Uimosen *Julkisuuspelejä* (1992) tai *Imagologiaa* (1997) ei tämän kirjan avauksessa mainitakaan. Sama koskee Pekka Isotaluksen tekemiä ja toimittamia tutkimuksia. Toimittajat eivät asemoi teostaan millään tavalla suhteessa sellaisiin teoksiin kuin *Kaveri vai peluri* (1998) tai *Presidentti 2000* (2000). Tämä herättää *Mielikuvavaalien* alkupuolella lukijassa hieman ihmetystä, koska ne ovat Uimosen tavoin ilmeisiä edeltäjiä ja vertailukohteita.

Jos kirjan yleisotetta vertaa esimerkiksi Uimosen näkemyksiin poliittisten areenoiden mielikuvamarkkinoista, silmiin pistävää on artikkelista toiseen kantautuva teoreettinen varovaisuus. Uimosen argumentaation suhteen voi olla siinä mielessä kriittinen, että hän pyrkii ajoittain liiankin yksipuolisesti osoittamaan omien teesiensä paikkansapitävyyttä.

Mielikuvavaalien yhteydessä tätä vaikutelmaa ei tule. Kirjoittajat ennemminkin toteavat kuin väittävät, mikä tekee luku-kokemuksesta vähemmän värikkään kuin Uimosen tapauksessa. Uimonen haastaa lukijansa, *Mielikuvavaalit* ei sitä tee.

Jos teosta puolestaan verrataan Isotaluksen edustamaan analyttisen tutkimuksen linjaan, artikkelien yleinen ote on kaikkea muuta kuin tiukan eksakti. Kyse on osin kirjoitustyylihallinnasta, koska teos on selvästi haluttu pitää luettavuudeltaan sujuvana. Tutkimusotteiden ja -metodien kuvaukset herättävät tässä tyylihallinnassa kuitenkin kysymyksiä esimerkiksi siitä, millä perusteilla tarkasteltavat aineistot on valikoitu ja miten analyysimenetelmiin on päädytty. Isotalus pyrkii kirjoituksissaan eksplisiittiseen otteeseen. Tällöin lukija saattaa jäädä pohtimaan sitä, avaisiko avistuksen holistisempi ote monipuolisemman tai oikeudenmukaisemman kuvan poliittisen viestinnän kentästä. Hyvä puoli Isotaluksen teoksissa kuitenkin on, että lukija on hyvin tietoinen metodologisista ratkaisuista. *Mielikuvavaalit* on tämän suhteen haasteellisempi – se on paikoin eksakti ja analyttinen, paikoin hyvinkin holistinen ja joskus jotain näiden väliltä.

Teos sijoittuu argumentaatiotyylihallintaan ja näkökulmaltaan Uimosen ja Isotaluksen välimaastoon. *Mielikuvavaaleissa* ei esitetä oikeastaan yhtään suurta teoriaa tai väitettä à la Uimosen imagologia. Pienempiä alaotsikkotasolla ilmeneviä kiinnostavan purevia teesejä on sen sijaan paljon. Teoksessa ei toisaalta myöskään pyritä vetämään Isotalukselle ominaisia selkeästi jäsenneltyjä ja tiukasti rajattuja johtopäätöksiä. Monia mielenkiintoisia yksityiskohtia ja havaintoja esimerkiksi iltapäivä- ja aikakauslehtien sisällöistä on kuitenkin runsaasti. Julkaisu on siis yleisoteltaan eräänlainen kompromissi tämän hetkessä poliittisen viestinnän kirjallisuudessa.

On makuasia, miten tällaiseen kultaisen keskittien kulkemiseen suhtautuu. Poliittisen viestinnän tutkimuksen edistämisen kannalta pidän kuitenkin hieman valitettavana, että Eduskuntatutkimuksen keskuksen kirjoittajien profiloituminen on niin samankaltaista viestinnän tutki-

joiden kanssa. Kun *Mielikuvavaalit* julkaistiin Turun kirjamesuilla lokakuussa 2007, odotin siltä jonkinlaista uutta näkökulmaa poliittiseen viestintään. Esimerkiksi Pernaan ja Pitkäsän toimittamassa *Poliitikot taistelivat, media kertoo* -teoksessa (2006) oli historiallisten jatkumoiden kautta selkeää pyrkimystä tähän suuntaan. Ennako-oletusten vastaisesti *Mielikuvavaalit* painottaa viestinnällistä lähtökohtaansa. Se ei tarkastele mediaa politiikan tutkijoiden näkökulmasta vaan päinvastoin. Tämä on teoksen perushaaste – poliittisen historian tutkijoiden vahvuusaluehan olettaisi olevan nimenomaan politiikassa.

Suomalaisessa poliittisen viestinnän tutkimuksessa näkyikin tietty polarisointuminen. Matti Wibergin kaltaiset kirjoittajat keskittyvät viestintää käsittelevissä teksteissään politologisiin tai valtio-opillisiin kysymyksiin, mutta varovat tulemasta kovin pitkälle viestinnän tutkimuksen ydinalueille. Viestinnän tutkijat tekevät puolestaan ymmärrettävästi samoin politiikan tutkimuksen suhteen. Pernaan, Niemen ja Pitkäsän kaltaisilla poliittisen historian tutkijoilla olisi oiva mahdollisuus ankkuroitua tuohon välimaastoon ja hyödyntää monipuolista historiatieteellistä osaamistaan, jolloin poliittisen viestinnän ilmiömaailma tulisi uudella tavalla ristivalotetuksi.

Kun poliittisen historian tutkijat ovat nyt tulleet viestinnän tutkimuksen pelikentälle, lukijaa kiusaavat väistämättä tietyt teoreettisissa käsittelyssä ilmenevät haasteet. Teoksessa tuodaan pääosin esille havainnoita, joita tehtiin julkisessa keskustelussa jo vaalien aikana. Esimerkiksi Matti Vanhasen toteaminen pitkäksi, seksikkääksi, harmaaksi, eronneeksi tai Niinistön varjoon jääneeksi on toki kooste käydystä keskustelusta, mutta mitä näistä havainnoista pitäisi päätellä? Johtopäätökset jäävät kovin toteaviksi eikä niillä ole esimerkiksi median toimintalogiikan ymmärtämisen kannalta erityistä painoarvoa.

Vastapainoksi on toki hyvä todeta, että varsinaisia asia- tai tulkintavirheitä artikkeleista ei löydy. Teksteissä myös viitataan asianmukaisiin lähteisiin ja niissä lähdetään etenemään mielenkiintoisiin

suuntiin esimerkiksi tv-väittelyiden kuvauspaikkojen tai julkkisten poliittisen painoarvon suhteen. Kirjoittajat eivät vain tiukalla seuralalla tarkasteltaessa tuo esille paljonkaan sellaista, millä olisi poliittisen viestinnän tutkimusta eteenpäin vievää merkitystä. Kannanotot lehdistöteorian tai lehdistön itsesääntelyn suuntaan veisivät monessa artikkelissa teeman kehittäilyä reilusti eteenpäin. Muitakin vaihtoehtoja lukijan mieleen nousee, mutta keskeistä ei lopulta ole se, mihin suuntaan ajattelua viedään vaan se, ettei sitä nyt viettä oikein mihinkään.

Voi olla, että teoreettinen niukkuus on tietoinen valinta ja toimittajien tekemä linjaratkaisu. Tutkimuskohteisiin voisi silti heittäytyä syvemmälle ja pyrkiä analysoimaan aineistoja heuristisemmalla otteella, jolloin lukija kokisi nykyistä enemmän antoisia ahaa-elämyksiä. Tämä näkyy peilikuvana Juri Mykkäsen artikkelissa, joka oli tässä mielessä teoksen kiinnostavimpia tekstejä. Mykkänen vie argumentaatiotaan pelkistä havainnoista teoreettisemmalle tasolle ja soveltaa visuaalisen kulttuurin tutkimuksen periaatteita oivaltavasti omaan näkökulmaansa. Ajatus populaarikulttuurisesta näkökulmasta tulee näin hyvin perustelluksi ja lukija löytää uuden mahdollisuuden tutujen ilmiöiden tulkintaan.

Oma kysymyksensä on, kuinka korkealle teoksen rima on uuden tiedon tuottamisen ja teoreettisen kehittelyn suhteen nostettu – ja mihin se ylipäätään vastavissa teoksissa pitäisi nostaa? Onko *Mielikuvavaalit* sanan varsinaisessa mielessä tutkimusmonografia ja pitääkö sitä arvioida sellaisena? Esimerkiksi kirjan värikäs ja puhekupliin perustuva onnistunut ulkoasu ja takakansiteksti antavat ymmärtää, että kirjoittajat haluavat keskustella enneminkin laajan yleisön kuin tutkijayhteisön kanssa. Tällöin kirjaa ei pitäisikään arvioida tiukka-oppoisesti akateemisen tutkimuksen kriteereillä vaan popularisoinnin näkökulmasta.

Onko teos sitten riittävän populaari kiinnostamaan Pihtiputaan mummoa? Oma vastaukseni tähän on varautunut. Kenties, koska teos on hyvin toimitettu ja kaikki artikkelit ovat miellyttävän helpoluksia, mikä tekee teoksesta helposti

lähestyttävän. Teokselta kuitenkin puuttuu sellainen *best seller*-henkinen iskevyyttä ja jänteisyys, joka pakottaisi maallikon jatkamaan artikkelista toiseen. Mikäli ei ole jo entuudestaan vihkiytynyt poliittisen viestinnän maailmaan, *Mielikuvavaalit* ei tempaa lukijaa mukaansa.

Tästä johtuen teoksen otollisin lukijakunta löytyneekin maallikoiden ja tutkijoiden välimaastosta: opettajille, toimittajille ja vaikkapa kunnallisvaaleihin varautuville puolueaktiiveille teos tarjoaa ytimekkään muistilistan siitä, mitkä asiat olivatkaan pinnalla kevään 2007 vaaleissa. Tässä kirjoittajat ovat onnistuneet erinomaisesti. Vaikka artikkelien teoreettista syvyyttä voi tarkastella kriittisesti, teos kokoa yksien kansien väliin hyvin kattavasti sen keskustelun, jota vaalien ja median välisestä suhteesta käytiin. Tällaisenaan se tulee tarjoamaan selkeän ja monipuolisen perustan kaikille niille tuleville poliittisen viestinnän tutkimuksille, joissa käsitellään kampanjoiden, median ja äänestäjien välisiä jännitteitä.

Poliittisen viestinnän tutkimuksen yleinen haaste on vain siinä, mistä alalle löydettäisiin uusia näkökulmia ja miten nykyisiä syvennettäisiin. En sano, että nimenomaan Eduskuntatutkimuksen keskuksen kirjoittajien pitäisi vastata tutkimuksen eteenpäin viemisestä. Todettakoon kuitenkin, että *Mielikuvavaalien* yhteydessä kirjan tiukka aikataulu näkyy. Kun kirja halutaan julkaista mahdollisimman pian vaalien jälkeen, ei jää aikaa pohdintaa ja syväanalyysiin. Kun tätä nykyä vaalien alla valmistuu joka tapauksessa melkoinen määrä ajassa kiinni olevia analyysseja, tilausta olisi ehkä teoksille, jotka ovat ajassa kiinni olemisen sijasta tiukemmin kiinni politiikan substanssissa.

Jukka-Pekka Puro

KEHITYSMAAJOURNALISMIN KAAVAN RIKKOMISEN SIETÄMÄTÖN VAIKEUS

**Samuel Raunio: NUORET, MEDIA JA
KEHITYSMAAT. Plan Suomi
Säätiön julkaisusarja 1/06.
Jyväskylän yliopisto, Viestintä-
tieteiden laitos, Journalistiikka.
2006. 74 s.**

Nuorten mediankäyttö on herättänyt viime vuosina suomalaisten tiedotustutkijoiden kiinnostuksen. Erityisesti tällä saralla ovat kunnostautuneet Jyväskylän yliopiston viestintätieteilijät, jotka vuodesta 2001 lähtien ovat julkaisseet useita nuorten mediankäyttöön liittyviä tutkimusraportteja (Luukka ym. 2001; Modinos 2003; Suoninen 2003 ja 2004). Samuel Raunio, hankin tutkimuksen julkaisuhetkellä vielä jyvaskyläläinen, on kuitenkin ensimmäinen, joka on kiinnittänyt huomionsa nimenomaan nuorten kehitysmaita koskevaan mediankäyttöön. Raunio tutki Plan Suomi Säätiön toimeksiannosta sitä, mikä merkitys medialla on nuorten kehitysmakuun ja miten nuorten kiinnostusta kehityskysymyksiin voitaisiin lisätä. Tutkimuksen kohderyhmänä olivat 13–17 -vuotiaat suomalaisnuoret. Aiempaa tutkimusta on alalta hyvin vähän, joten tutkimusraportti on kiinnostava, joskin suppea, avaus aiheeseen.

Tutkimus toteutettiin kolmessa osassa, ja myös raportti mukailee näitä vaiheita. Ensimmäiseksi raportissa analysoidaan nuorten suosiman median kehitysmakuvaa. Toisessa osassa selvitetään haastattelujen avulla nuorten mediankäyttöä, kehitysmatietoutta sekä mielipiteitä kehitysmaita ja kehitysyhteistyöstä. Kolmannessa osassa esitellään nuorisoryhmien keskustelujen pohjalta heidän mielipiteitään kehitysmaita kertovista lehtiartikkeleista ja televisio-ohjelmista sekä hyvästä kehitysmajournalismista.

Mukana median kehitysmatieteen analyysissä olivat elokuvat, internet, musiikki, tekstitelevisio, tietokone- ja konsolipelit, sarjakuvat, aikakaus- ja nuortenlehdet, sanomalehdet, radio ja televisio.