

Käestä ennustaja on Tiedotus-
tutkimus -lehden uusi oraak-
keli, joka tietää menneet ja tule-
vat, ja osaa selittää kaiken olevai-
sen selitteihin kietoutuneen ja
puolet tuonpuoleisesta.

Jos Sinua, arvoisa lukija, askar-
ruttaa visainen pulma, älä epäröi
lähettää sähköpostia osoitteeseen
kaestaennustaja@hotmail.com
tai kirjettä osoitteeseen **Tiedotus-
tutkimus -lehti, Käestä ennus-
taja, 33014 Tampereen yliopis-
to**. Voit lähettää kysymyksi joko
omalla nimellä tai nimimerkin suo-
jissa.

Yleisöä tuntuu kiinnostavan ihmi-
syys, sen koko kirjo. Jäsentäkääm-
me siis maailmaa peruskysymyk-
sellä:

Miksi media on seksikästä?

Nimimerkki "7"

Mikäli nimimerkki tarkoittaa me-
dian lumoa ja vetovoimaa, niin
täytyy heti todeta, että media ei
ole ollenkaan seksikästä. Vaikka
kysyjästä kovasti tuntuisi, että me-
dian sex appeal saa aivan hien va-
lahtamaan otsalle ja hengityksen
pukahtumaan, kyse on kuitenkin
nurinkääntymästä, jossa olemus ja
ulkoasu ovat vaihtaneet kavalasti
paikkaa. Aivan yhtä hyvin kysyjä
voisi tiedustella sitä, miksi autot
ovat seksikkäitä. Eivät ne ole. Se
taas, että usein autojen ympärille
on kehkeytynyt sosiaalisia suhteita,
joissa ukko ajaa ja akka pelkää,
on aivan tykkänään toinen juttu.
Sama pätee mediaan. Sukupuol-
ten välistä peliä ja leikkiä esitetään
usein mediassa, samoin median
tarjontaa on toisinaan jaettu laji-
tyypeittäin ukkojen uutisiin ja ak-
kojen saippuaan – onpa tutkimuk-
sen kentälläkin havaittavissa sa-
mankaltaista jakautumista. Silti
täytyy tuottaa kysyjälle pettymys
ja todeta, että vaikka media miten
käsi jonkun tepastelemaan
riikinkukkona pyrstösulat leväl-
lään, niin kyse on sukupuolittuneis-
suudesta median tienoilla, ei me-
dian itsensä seksikkyydestä.

Tästä pääsemmekin seuraavaan
kysymykseen:

Mikä on sohvaperuna?

"Kartoffelkoffel"

Sohvaperuna on mielikuva vapaa-
aikansa pääosin television ääressä
viettävästä ihmistyyppistä. Ilmaisua
on perimmältään yhdysvaltalainen
(couch potato) ja ilmaantunut ar-
kikieleen kahdeksankymmentälu-
vun alkupuolikolfa. Haukku-
manimellä on tavattu kuvata eri-
tyisesti miestapaista katsojaa. To-
disteena sohvaperunan suku-
puolittuneesta luonteesta ovat ai-
nakin mielikuvaa hyödyntävät
mainokset. Sohvalla löhöämiseen
kuuluu näissä kuvastoissa sa-
manaikainen ruokailu, vähintään-
kin olutpullon siemäily. Konnotaatio
on sikäli kiinnostava, että aka-
teemisissa piireissä, erityisesti ang-
loamerikkalaisessa tutkimuksessa
televiokatselu on tavattu nähdä
mieluusti naistapaisena ilmiönä.
Onpa jopa ajateltu kaupallisen te-
levision massakulttuurina edusta-
van nimenomaan naisellista medi-
aa.

Sohvaperunaa ei juurikaan ole
ajateltu positiivisesti sosiaalisena
olentona, mutta erityisesti brittiläi-
nen komediasarja Sohvanvaltaajat
tuo eteemme suvun, kolmessa su-
kupolvessa istumassa sohvalla ja
nojatuolessa televisiota tuijottaen.
Sarjahahmot kyllä tapittavat tiiviis-
ti televisioruutua, mutta samalla
hoituu myös heidän keskinäinen
jutustelunsa, syöminen ja wc:ssä
käynnit. Kokonainen sohvaperu-
noiden ryhmä edustaakin sarjassa
sosiaalisuutta aidoimmillaan, hy-
väntahtoista seuranpitoa.

Oikeassa elämässä yksittäisen
sohvaperunan kohtaloksi jää rak-
entaa parasosiaalinen keinosuh-
de esimerkiksi televisiossa esiinty-
vien urheilu- ja toimintasarjojen
sankarien kanssa. Oikeassa elä-
mässähän esimerkiksi Dempsey ja
Makepeace saivat toisensa, kun
taas sarjassa Amerikan konstaape-
li jäi lehdele soitttelemaan.

Onko mahdollista – tekstuaalisesti tai muuten – asemoida maailmaan semmoista subjektia, joka pystyy puukottamaan itseään vahingossa selkään?

"Hei haloo"

Ei ole tempukkaan. Jos subjektin
tarkoituksena on puukottaa itse-
ään esimerkiksi kylkeen ja jos mo-
ra epähuomiossa lipsahtaa, niin
silloinhan subjekti puukottaa itse-
ään vahingossa selkään, eikös
niin? Sitä paitsi lausahihan jo
Baudelaire seuraavasti runossaan
"L'Héautontimourouménos":

*Je suis la plaie et le couteau!
Je suis le soufflet et la joue!
Je suis les membres et la roue,
Et la victime et le bourreau!*

Voisi siis sanoa, että ihmisen –
tuon maailmaan heitetyn monita-
hokkaan – osana on jatkuvasti
tahtoen ja tahtomattaan törmäil-
tä, viiltää, ruhjoa ja tulla ruhjutuk-
si. Epäilemättä siinä hetkittäin jää
subjektille hämäräksi, että kuka oli
kulloisenkin iskun kohde ja kuka
sen antaja. Pikemminkin kannat-
taisi kysyä sitä, että onko maail-
maan lainkaan mahdollista ase-
moida sellaista subjektia, joka ei
kykenisi itseään vahingossa sel-
kään puukottamaan? Ja olisiko
tällainen determinoitu olio subjek-
ti ollenkaan? Mistä pääsemmekin
seuraavaan kysymykseen:

Kevään doping-käryjen yhteydessä on tiedotus- välineissä puhuttu har- maasta vyöhykkeestä, jossa hiihtäjät joutuvat liikkumaan. Missä tämä harmaa vyöhyke on?

"After ski"

Kysyjä viittaa tapaukseen, jossa
dopingista kärehtänyt hiihtäjä pyr-
kii laventamaan sallitun käyttäyty-
misen alaa siten, että sysimustaksi
tuomittu teko näyttäisi jos nyt ei
aivan enkelivalkealta niin ainakin
harmaalta, minkä jälkeen voitaisiin
alkaa neuvotella siitä, miten har-
maasta teosta olikaan itse asiassa
kyse. Toisaalta puhe harmaasta

vyöhykkeestä hyödyntää ajatusta harmaasta taloudesta, jonka sallittavuutta on meillä virkamiesvoimien pohdittu. Eli kunnian teko yritetään termiä vaihtamalla kääntää takaisin kunnialliseksi.

Joka tapauksessa hiihtokuninkaanamme löytämä harmaa vyöhyke osoittaa vääräksi sen populaarinen kuvitelman, että urheilun piirissä puuhastelevilla ei olisi lainkaan korkean tason aivotoimintaa. Vastaus nimimerkki "After skin" kysymykseen on, että harmaa vyöhyke sijaitsee urheilijoiden, urheilutoimittajien ja lajivalmentajien aivojen 3-5 millimetriä paksussa kuorikerroksessa, joka on välttämätön useimmille suurta tarkkuutta vaativille hermotoiminnoille kuten tarkkojen aistimusten syntymiselle ja niiden tulkinnalle sekä tarkkojen tahdonalaisten liikkeiden aikaansaamiselle. Urheilijat eivät siis ole pelkästään fyysisiin huippusuorituksiin yltäviä tulokoneita vaan myös erinomaisia reettoreita. Kuten edesmennyt muusikko Pekka Streng lauloi: "Sisältäni portin löysin melkein huomaamattoman. Kun sen läpi hiljaa nousen, näen toisin maailman."

Miten toimittaja voisi kirjoittaa jutun, joka kelpaa journalismikritiikin asiantuntijalle ja uskooko Käestä ennustaja itse pystyvänsä sellaisen kirjoittamaan?

"Kohta peruutan Tiedotustutkimuksen tilauksen"

Reseptini on: hyvä lehtijuttu sisältää ainoastaan todenmukaista ja olennaista tietoa. Tiedotustutkimuksen tilaus ei ole suinkaan ainoa tapa saada käsiinsä tätä hienoimpaa lehteä. Lehden voi ostaa myös irtonumeroina, joskin hinta kohoaa silloin korkeammaksi.

Käestä ennustaja toivottaa Tiedotustutkimuksen lukijoille oikein kaunistu kesää. Jos kuuletteen kukan yhteen menoon yli 800 kertaa, älkää hätäntykö vaan ottakaa yhteyttä viranomaisiin.

Arki- ja yhteisöelämän digitalisoinnin ensiaskeleet

Ari Heinonen, Maarit Mäkinen, Seija Ridell, Ari Martikainen, Mika Halttu & Esa Sirkkunen:

VERKKOTORILLA. Internet kansalaisviestinnän ja paikallisen julkisuuden tilana. Paikallisuus verkkomediassa -projektin loppuraportti.

Tampereen yliopisto. Tiedotusopin laitos. Journalismin tutkimusyksikkö. Julkaisu Sarja C 32. Tampere 2000. 144 s. + liitteet.

Marja-Liisa Viherä: DIGITAALISEN ARJEN VIESTINTÄ. Miksi, millä ja miten?

Helsinki: Edita 2000. 211 s.

Sinikka Sassi: VERKKO KANSALAISSYHTEISKUNNAN KÄYTÖSSÄ. Tutkimus Internetistä ja uusista politiikan muodoista.

Helsingin yliopisto. Viestinnän laitos. Viestinnän julkaisuja 3. Helsinki: Yliopistopaino 2000. 317 s. + liitteet.

Verkkoviestintä siihen liittyvine ilmiöineen on saanut lisääntyvää huomiota osakseen. Laitteistot kehittyvät huimaa vauhtia, sisältötuotantoon kaivataan lisää potkua, viestintäalalla eletään murskautta ja samalla ihmisten viestintään ja julkisuuteen liittyvät kokemukset pirstaloituvat entisestään. Kenties suurimpana tämän ajan "viestinnällisenä" haasteena voidaan Manuel Castellsin *The Information Age* (Blackwell 1996-1998) trilogian pääteesiä mukailen pitää historiallisen ja paikallisuuteen sidotun identiteetin ja toisaalta globaalien vaihdannan verkostojen välisen jännitteen käsitteilyä mediaympäristössä. Mielenkiintoiseksi tämän tekee erityisesti

se, että media-ala on monellakin tavalla jakautunut tämän jännitteen suhteen. Alan toiminta globalisoituu ja läpikäypälistyy siinä missä muukin taloudelliseen voittoon tähtäävä organisoitu toiminta. Globalisaatio edellyttää aina jonkinasteista "relokalisaatiota", mutta paikallisuutta korostavat linjaukset nousevat käytännössä kuitenkin aivan muista kuin paikallisista intresseistä. "Paikallisuutta" ja "ihmisläheisyyttä" käytetään usein puhtaasti kaupallisen menestysstrategian osatekijänä. Tämän vieraannuttavan ja väli-neellistävän prosessin vastapainon muodostavat erilaiset kansalliset ja paikalliset viestinnän foorumit, joilla on usein paikallisia olosuhteita ja globaalien teknokapitalismin tuottamia vaikutuksia välittävä rooli.

Yksi kaikkein "paikallisimpia" tapoja vastata edellä hahmoteltuun haasteeseen on vahvistaa kansalaisjournalismia sen eri muodoissa. Jo tämä lähtökohta tekee tamperelaisvoimin toteutetun Paikallisuus verkkomediassa -projektin loppuraportista tärkeän. Samoin Marja-Liisa Viherän *Digitaalisen arjen viestintä* peräänkuuluttaa kansalaisen näkökulman merkitystä tietoyhteiskuntakeskustelussa. Huomio kohdistuu mm. ihmisten toiminnan viestinnällisiin puoliin, kansalaisten viestintävälmiuksiin ja kansalaisaktiivisuuteen liittyviin kysymyksiin. Niin ikään kolmantena käsiteltävä Sinikka Sassin väitöskirja sivuaa samoja kysymyksiä tarjoamalla teoreettisesti pohjustetun kuvauksen kansalaisyhteiskunnan toiminta-areenoiden laajentumisesta verkkoon. Vaikka näiden teosten lähtökohdat ovat varsin erilaiset, ne kaikki kietoutuvat kysymykseen tietoverkoista ihmisten arki- ja yhteisöelämä muovaavana uutena tekijänä.

Kansalaisviestintää ja paikallista julkisuutta

Ari Heinosen ja kumppanien työ Tampereen yliopiston *Journalismin tutkimusyksikön* piirissä on tuottanut muutamien vuosien kuluessa kansallisesti merkittävää tutkimusta ja antanut aineksia keskuste-

