

vain harvoin kumoa tai saattaa kyseenalaiseksi 12 artikkelissa saadut tutkimustulokset. Tässä on todellista "valikoivaa kuulopuhekonfirmointia"!

Kun kokoomateoksen nimenä on **Joukkoviestimet ja poliittinen ajattelu**, niin on oikeutettua odottaa, että teemaa monipuolisesti pengotaan. Odotukset jäävät monen artikkelin kohdalla täytty-mättä: joukkoviestimiä tai -viestintää ei edes muisteta mainita, muuten kuin että ne eivät kuulu asiaan (Fishbeinin ja kumppanien kirjoitus). Tai joukkoviestintä on vain sivuasiasia koko kirjoituksen kannalta (Hersteinin, Tetlockin sekä Lau & Erberin kirjoitukset) tai poliittinen ajattelu on sivuroolissa (Tyler & Lavrakas). Näin ollen jokseenkin puolet artikkeleista kuuluisi jonnekin muualle kuin kokoomateokseen tai sitten teoksella on harhaanjohtava nimi. Aiheen kannalta tärkeitä kirjoituksia luulisi löytyvän.

Kokoomateokseen sisältyy kuitenkin suomalaisenkin poliittisen keskustelun kannalta ajankohtaisia ja sattuvia artikkeleita. Sellainen on esimerkiksi Lanzettan ja kumppanien *Emotional and Cognitive Responses to Televised Images of Political Leaders*. Kirjoittajat lähtevät liikkeelle ajatuksesta, että televisio on muuttanut politiikkaa, jolloin ehdokaiden persoonallisuus ja heistä saatavat mielikuvat ovat nousseet puoluesidonnaisuutta tärkeämmäksi äänestyskäyttäytymiseen vaikuttavaksi tekijäksi.

Mielenkiintoinen on myös Iyengarin & Kinderin artikkeli *Psychological Accounts of Agenda-Setting*, jossa he testaavat kolmea psykologista selitystä tv-uutisten agenda-setting -vaikutukselle. Selvästi voimakkaimman tuen sai "lähteen uskottavuus -selitys", ts. tv-uutisten uskottavuus on tärkeä agenda-setting -vaikutusten välittäjä. Myös "emootio-selitys" sai tukea: agenda-setting -vaikutusta välittää tv-uutisten kyky herättää emootioita katsojissa. Tämä on tärkeää, sillä televisio, enemmän kuin muut viestimet, käyttää hyväkseen yleisön emootioita.

Neumann & Fryling tarkastelevat kirjoituksessaan *Patterns of Political Cognition: An Exploration of the Public Mind* neljää erilaista agenda-setting -tutkimuksessa mahdollista viestimien ja yleisen mielipiteen välistä suhdetta

kuvaavaa mallia. Pätevän aineistonsa avulla he osoittavat, että kaikkein hallitsevin on "interaktio"-malli. Esimerkiksi energiakysymyksissä viestimet ohjasivat ensin yleistä mielipidettä, ja myöhemmin yleinen mielipide ohjasi viestimien sisältöä.

Mainitsemisen arvoinen on myös Millerin & Aspin artikkeli *Learning about Politics from the Media: A Comparative Study of Sweden and United States*. He kannattavat informaation prosessointiskeeman antamia selityksiä käyttötarkoitustutkimuksen antamien selitysten sijaan. Garramone pyrkii puolestaan kirjoituksessaan *Motivation and Political Information Processing: Extending the Gratifications Approach* yhdistämään käyttötarkoitustutkimuksen ja informaation prosessointiskeeman.

Kaiken kaikkiaan: kirjassa on esitelty aiheen kannalta sekä tärkeitä että tarpeettomia tutkimuksia, joista valikoiva lukija kyllä löytää omansa. Kirja ei kuitenkaan kuulu alan merkkiteoksiin.

Juha Panula

Urheilun lehdet ja lukijat

KLEINJOHANN, Michael. *Sportzeitschriften in der Bundesrepublik Deutschland*. Verlag Peter Lang GmbH, Frankfurt am Main 1987. 390 s.

Länsisaksalaisen tiedotustutkimuksen eräitä kiistattomia vahvuuksia on joukkotiedotuksen urheiluaineksen tutkimus. Jo 1920-luvulta ovat ensimmäiset saksankieliset tutkimukset, joissa on pyritty selvittämään urheilun osuutta, muotoja ja sisältöjä joukkotiedotuksessa. Tuota perinnettä jatkaa Kleinjohann tehden sen jopa kiitettävän pikkutarkasti.

Saksalainen koulukunta, mikäli sellaisesta voidaan puhua, tarkastelee urheilua joukkotiedotuksessa sekä urheilun että joukkotiedotuksen lähtökohdista, mikä mielestäni on ainoa oikea tapa. Tämä tarkoittaa sitä, että urheilun osuuden lisääntymistä joukkotiedotuksessa selitetään sekä urheilun merkityksen kasvulla

että sen "sopivuudella" kaupalliseen ja muuhun joukkotiedotustoimintaan. Tämän tarkastelun heikkous, mikäli ei mennä tarpeeksi syvälle urheilun olemukseen, on se, että urheilu otetaan annettuna, itsestäänselvyynä. Tätä vikaa on myös Kleinjohannin muuten ansiokkaassa työssä.

Kleinjohann on tutkinut 197 länsisaksalaista urheiluajakauslehteä. Tutkimuskohde on mielenkiintoinen, sillä juuri Länsi-Saksa on aikauslehtien luvattu maa (yli 2500 lehteä, mikä on eurooppalaisittain korkea luku). Tämän runsauden Kleinjohann ottaa itsestäänselvyytensä, hän ei pyri pohtimaan, miksi juuri Länsi-Saksassa aikauslehtiä ja urheiluajakauslehtiä on niin runsaasti. Kleinjohann viittaa ainoastaan siihen, että aikauslehdet toteuttavat tiettyjä yleisön odotuksia ja tarpeita. Juuri tässä hänen pohdiskelunsa jäävät pahasti auki.

Kleinjohann on täsmentänyt analyysinsä juuri yleisön suhtautumisen avulla. Hän on suorittanut lehtien sisältöanalyysin ohella kyselytutkimuksen, jolla hän on pyrkinyt selvittämään yhden lentopalloa käsittelevän aikauslehden lukijakunnan (N=795) suhtautumista urheiluun ja urheilua käsitteleviin tiedotusvälineisiin.

Tutkimuksen tulokset eivät yllätä, ne ovat olleet varsin hyvin tiedossa jo varhemmista alan tutkimuksista. Kirjan perusteella selviää mm., että miehet ovat naisia aktiivisempia urheilulukijoita, nuoret vanhempia aktiivisempia jne. Lehdet käsittelevät etupäässä huippuja kilpaurheilua. Käsitteilytapa on hyvin yksilökeskeinen, urheilijaorientoitunut. On kuitenkin huomautettava, että Länsi-Saksassa on useantyyppisiä urheiluajakauslehtiä, joten käsiteltyä tulevat myös järjestö- ja seura-asiat sekä urheiluvälineet ja -muoti.

Kleinjohann kutsuukin tutkimuksensa perusteella länsisaksalaista urheiluajakauslehdistöä varsin monipuoliseksi. Tätä näkemystä tukee se, että hän on pystynyt erittelemään kuudenlaisia alan aikauslehtiä, joista hallitsevia ovat urheilua yleisemmin käsittelevät kaupalliset ja järjestölehdet (noin 85 %).

Lehtiä tehdään varsin pienellä toimintokunnalla. Yli 60 % lehdistä syntyy 1-14 toimittajan voimin. Yli 100 toimittajan lehdet ovat harvinaisuuksia (4,6

% tutkituista lehdistä). Noin puolet lehdistä on levikiltään 2.500-25.000 kpl., yli 500.000 levikkiin pääsee vain prosentti.

Tutkimusanniltaan Kleinjohannin teos jää sivumääräänsä nähden vajavaiseksi. Teosta voidaan kuitenkin pitää perusteellisenä ja sen numerotiedot ovat varmasti olleet hyödyksi alan julkaisuille. Jotenkin teoksesta jääkin päällimmäisenä mieleen sen markkinaorientoituneisuus, aivan kuin Kleinjohann pyrki tarjoamaan urheiluajakauslehtien julkaisijoille uusia keinoja markkinoiden valloittamiseen. Tätä mielikuvaa ei hälvennä kirjan lopuluku, jossa rohkeasti otetaan kantaa alan julkaisujen tulevaisuuteen: mikäli lehdet orientoituvat uudestaan markkinoilla (yhteistyö radioasemien kanssa, omat videot jne.) niillä ei ole mitään hätää. Kun vapaa-aika lisääntyy, lisääntyy myös urheilun osuus ja sitä kautta sen joukkotiedotuskulut. Urheiluajakauslehtien tulevaisuuden Kleinjohann näkeekin tätä taustaa vasten myönteisenä.

Mitenkään kriittisesti urheiluajakauslehtiä tai urheilun osuutta julkisuudessa tarkastelevana teosta ei voi pitää. Päin vastoin näyttää siltä, että Kleinjohann ottaa liian monia asioita annettuna. Hän ei kysy, miksi urheiluliike tarvitsee alan erikoislehtiä, vaan sen sijaan, miten urheilulehdistö voi hyödyntää urheiluliikkeen ja joukkotiedotuskentän muutokset.

Kleinjohann pitää myös itsestään selvyytenä sitä, että yleisö kuluttaa yhä enemmän ja enemmän urheilua (myös lehdistössä). Hänen mielestään alan erikoislehdet tarjoavat lukijoille tietoa, viihdykettä ja mielikuvia urheilun mielenkiintoisesta maailmasta. Kleinjohann toteaa mm. (sivulauseenomaisesti), että alan julkaisut kiihdyttävät urheiluväline-mainontaa, mitä lehdet voivat hyödyntää oman taloutensa eduksi.

Yhden mielenkiintoisen tiedon Kleinjohann kuitenkin tuo esille (teoksen tilastot ovat toki arvokkaita). Hän toteaa, että varsin monet alan julkaisuista ovat hyvin pitkäikäisiä (vrt. **Suomen Urheilulehti** per. 1898). Jo tällainen tieto voisi poikia mielenkiintoisia jatko-pohdintoja: miksi? Yhden selityksen Kleinjohann tarjoaa sitä kuitenkaan itse noteeraamatta: urheiluajakauslehtien lukijat ovat hyvin uskollisia omalle jul-

kaisulleen, he eivät juuri muita alan julkaisuja lue.

Seppo Pänkäläinen

Yksinpuhelu keskinertaisessa Suomessa

SALMÉN, Leif. Talvinen yksinpuhelu. Tammi, 1987, 2. painos. 218 s.

Mitä hyvää toimittajassa on jos hän saa maan suurimman puolueen puheenjohtajan Pertti Paasion suuttumaan? Ehkäpä vastaus löytyy Leif Salménin Talvisen yksinpuhelun sivulta 109: "En edelleenkään tiedä parempaa iskulausetta kuin vanha marxilainen: Ole realisti - vaadi mahdotonta". Nykyisen konsensus-latteuden aikana tällaisen sanominen ääneen on epäilemättä synti, joka saa jotkut kiivastumaan.

Kun poliitikot ja toimittajat keskustelvat tyhjämpäiväisyyksistä on kerrassaan ilahduttavaa että Suomesta löytyy toimittaja, joka haluaa puhua olennaisista asioista niiden oikeilla nimillä. Salménin Talvinen yksinpuhelu on yritys nostaa keskustelun kohteeksi tärkeitä asioita, jotka konsensuksen, sitoutumattomuuden ja vihreyden aikakaudella on julistettu dogmaattisiksi ja vanhanaikaisiksi. Tosin journalistiselta kannalta on todettava, että Salménin kirja on melko vaatimaton. Teoksen perusanti onkin poliittinen. Mutta jo se, että politiikka nostetaan journalismin yläpuolelle on ansiokasta. Onhan samalla oikeastaan kysymys sisällön asettamisesta muodon edelle. Eikä siitä ole epäilystä etteikö Salmén myös politiikassa näkisi metsää pulta, eli hän nostaa politiikan sisällön ensisijaiseksi.

Toimittaja Salménin mukaan me elämme konsensus-Suomessa, jossa poliittinen pinta on näennäisesti yhtenäinen, mutta pinnan alla on kasvavaa eriarvoisuutta, työttömyyttä ja luokkaerojen

kärjistymistä. Kommunistien hajoamisen jälkeen maassa on vain kolme suurta puoluetta, SDP, Kepu ja Kokoomus, jotka taas ovat niin samanlaisia että ne ovat oikeastaan yhtä ja samaa suurta puoluetta. Eroavaisuudet koskevat lähinnä taktiikkaa ja menettelytapoja. Postmodernismi ja tietoyhteiskunta ovat vain uusi keino sahata työtätekevää tehokkaammin silmään: "Sama vanha rosvoluola, sama rosvomoraali", kirjoittaa Salmén. Kalevi Sorsaa Salmén vertaa Tanneriin: Tanner ajoi SDP:n ulkopolitiikassa oikealle, Sorsa talouskysymyksissä. Tällaiset asiat peitellään sanojen ja tekojen ristiriidalla: ratkaisu tähän voisi olla laki tai sääntö, joka kieltää puhumasta yhtä ja tekemästä toista. "Mutta on helppo tajuta millainen meteli sitä nousisi", kirjoittaa Salmén.

Vaihtoehdottomuuden keskellä Salmén näkee toivoa vain kommunisteissa, ja jossain määrin vihreissä. Mutta näitäkin hän arvostelee armotta poliittisesta kypsyydestä ja naiiviudesta. Vähemmistökommunisteihin eli nykyisiin devalaisiin Salmén teki pesäeron näiden sokean ja kriitikittömän neuvostomieli-syyden takia. Aallon SKP taas ei täytä radikaalin kommunismin mittoja, vaan tätä puoluetta ja SKDLoa Salmén pitää yleisvasemmistolaisena liikkeenä, jonka vasemmalla puolella on radikaali vasemmisto. Suomen vihreät taas ovat kansainvälisesti ottaen lälläreitä, joiden kautta joku yläluokan rouva tai köyhä opiskelija voi tuulettaa radikalismiaan yhteiskunnallisesti vaarattomalla tavalla, ts. loukkaamatta vallanpitäjiä - ja omia työnantajia.

Leif Salménin Talvinen yksinpuhelu on monessa suhteessa älykkään ja osin turhautuneen ihmisen puhetta keskinkertaisuuksien hallitsemassa politiikassa ja journalismissa.

Salménin journalismi taas on isku konsensusta ja keskinkertaisuutta vastaan. Voisi sanoa, että Salmén palauttaa politiikan kunniaan, sille kuuluvalle paikalle. Journalistisesti Salmén tekee tämän nostamalla poliittisen keskustelun pääaiheiksi ihmisten elämänsä kannalta olennaiset asiat. Niin juuri ... siis ihmisten elämänsä kannalta olennaiset asiat. Kaksi objektiivisen ja informatiivisen journalismin peruskiveä. Salmén siis nostaa kunniaan informatiivisuuden