

TASA-ARVO TARJA JA TYÖVÄEN PRESIDENTTI
-Tiedonvälityksen rooli presidentinvaaleissa 2006

Linda Koivusalo
Pro gradu –tutkielma /
Valtio-oppi
Yhteiskuntatieteiden - ja filosofianlaitos
Jyväskylän yliopisto
Kevät 2008

TIIVISTELMÄ

TASA-ARVO TARJA JA TYÖVÄEN PRESIDENTTI - Tiedonvälityksen rooli presidentinvaaleissa 2006

Linda Koivusalo
Valtio-oppi
Pro gradu – tutkielma
Yhteiskuntatieteiden ja filosofian laitos
Jyväskylän yliopisto
Ohjaaja: Marja Keränen
Kevät 2008
Sivumäärä: 60 sivua

Tiedonvälityksestä eri muodoissaan on tullut yhä suurempi ja erityisesti näkyvämpi osa poliittisia vaalikampanjoita. Demokratian edellytys on vapaa tiedonvälitys, mutta tiedonvälityksen rooli esimerkiksi poliittisissa vaalikampanjoissa on muuttunut ja poliittiset kampanjat ovat omaksuneet osaksi kampanjointia tiedonvälityksen tarjoamat nykyaikaiset vaikutuskanavat kuten television ja internetin.

Tässä tutkimuksessa tiedonvälityksellä on kaksi päätehtävää, joista toinen on toimia puolueettomana tiedonvälittäjänä yhteiskunnassa ja toinen on toimia ns. vallan vahtikoirana eli tarkkailla vallankäyttäjien toimintaa. Tutkimuksen tehtävänä on tarkastella näistä päätehtävistä käsin tiedonvälitystä presidentinvaaleissa 2006 ja nostaa esille tutkimusaineistosta löydettäviä tiedonvälityksen kannalta merkittäviä havaintoja. Tutkimuksen näkökulma pohjautuu kolmeen tiedonvälityksessä tapahtuneeseen muutokseen, joita tässä tutkimuksessa ovat tiedonvälityksen omistuksen keskittyminen, tiedonvälityksen viihteellistyminen ja mielipidemittausten yleistyminen vaalien yhteydessä. Nämä muutokset ovat helposti havaittavissa vaalien tiedonvälitystä tarkasteltaessa.

Tutkimuksen teoriapohja perustuu Montesquieun vallan kolmijako-oppiin, joka toimii perustana tiedonvälityksen tehtävien määrittelemiselle. Tutkimuksen aineiston muodostaa Keskisuomalaisen ja Helsingin Sanomien lehtiartikkelit, jotka on kerätty ajalta ennen vaaleja äänestämispäiviin sekä televisiosta nauhoitetut vaalitentit (MTV3 ja Nelonen). Tämän lisäksi tutkimuksessa on tarkasteltu YLE:n esittämiä henkilökuvia ja Juho-Pekka Rantalan toimittamia henkilöhaastatteluja. Olen tulkinut aineistoani tiedonvälitykselle asetettujen tehtävien ja määriteltyjen muutosten näkökulmasta. Aineistoni valossa tiedonvälityksen rooli on painottunut asiakeskeisen uutisoinnin ja tutkivan journalismin sijaan tiedonvälitykseen, jossa tiedotusvälineet lainaavat uutisia toisiltaan ja esittävät asioita viihteen keinoin.

Avainsanat: tiedonvälitys, media, presidentinvaalit

SISÄLLYSLUETTELO

1. JOHDANTO	4
1.1. Tutkielman lähtökohdat	5
1.2. Johdatus aineistoon	8
1.3. Tutkielman rakenne ja analyysin taustoitus	9
2. TIEDONVÄLITYKSEN ROOLI DEMOKRATIASSA	11
2.1. Vallan kolmijako-opin historiallinen viitekehys	13
2.2. Montesquieun vallan kolmijako-oppi	16
2.3. Tiedonvälityksen roolin muutos	20
2.3.1. Median omistuksen muutos	21
2.3.2. Viihteellisyyden lisääntyminen tiedonvälityksessä	24
2.3.3. Mielipidemittausten yleistyminen	26
3. TIEDONVÄLITYKSEN TEHTÄVÄT	29
3.1. Sananvapaus – median toiminnan lähtökohta	31
3.2. Uutisvalinta ja huomiovalta – vaikuttamisen keinot	32
3.3. Media mielipidevaikuttajana	34
4. MITEN TIEDONVÄLITYS TÄYTTI TEHTÄVÄNSÄ?	39
4.1. Television vaalitentit	42
4.2. Kriittiset henkilökuvat ja vaalihaastattelut	46
4.3. Tiedonvälityksen vahvuudet ja heikkoudet	49
5. LOPPUPÄÄTELMÄT	52
LÄHTEET	55
LIITTEET	58

1. JOHDANTO

Viestinten merkitys poliittisessa julkisuudessa on kasvanut (politiikka on viestinnällistynyt), mikä merkitsee, että nimenomaan viestinten avulla poliitikot ja äänestäjät kohtaavat toisensa entistä enemmän. Puolueiden, poliitikkojen ja viestinten toimintatavat ovat muuttuneet, kun puolueet ovat siirtäneet vaalikampanjoitaan yhä enemmän viestimiin ja viestimet ovat ottaneet aikaisempaa itsenäisemmän roolin politiikan ja vaalikampanjoiden käsittelyssä (Paloheimo (toim.), 2005, 48). Viestimien itsenäisempi rooli politiikan ja vaalikampanjoiden käsittelyssä merkitsee myös mielestäni sitä, että viestimillä on entistä suurempi mahdollisuus valita tiedonvälityksen näkökulma haluamallansa tavalla ja näin ohjata välityksen suuntaa ja vastaanottajan mielikuvia.

Tässä tutkimuksessa haluan tarkastella tiedonvälityksen roolia presidentinvaaleissa 2006, koska tiedonvälitys on noussut tärkeäksi osaksi poliittisia vaalikampanjoita. Tiedonvälityksen roolia pyritään tässä tutkimuksessa tarkastelemaan näkökulmasta, jonka pohjana osaltaan toimii tiedonvälityksessä tapahtuneet muutokset. Tässä tutkimuksessa näitä muutoksia ovat tiedonvälityksen omistuksen keskittyminen, viihteellisyyden lisääntyminen kampanjoinnissa ja mielipidemittausten rooli vaaleissa. Näiden muutosten valossa tarkastelen aineistoani ja tiedonvälityksen roolia vaaleissa. Tärkeä lähtökohta tälle tutkimukselle on Montesquieun vallan kolmijako-oppi, jonka rinnalle on syntynyt käsite neljänestä valtiomahdista. Neljännen valtiomahdin käsite liittyy tässä tutkimuksessa nimenomaan lähtökohtaiseen oletukseen tiedonvälityksen puolueettomuudesta. Puolueettomuutta ja tutkivaa journalismia voidaan pitää tiedonvälityksen ihanteina, joiden toteutuminen nykyaikaisessa tiedonvälityksessä on osoittautunut hankalaksi. Tässä yhteydessä on todettava, että periaatteessa tiedonvälityksen ei tule olla kenenkään puolella eikä ketään vastaan. Kysymys tiedonvälityksen mahdollisuudesta puolueettomuuteen kärsii mielestäni uskottavuuspulasta tarkasteltaessa tiedonvälityksen omistuksen keskittymistä.

Tarkastelen tiedonvälityksen roolia vaaleissa aineistoni pohjalta ja pyrin nostamaan esille näissä vaaleissa tiedonvälitykselle ominaisia piirteitä, kuten mielipidemittausten vahvan roolin uutisoinnissa. Lisäksi olen pyrkinyt tarkastelemaan aineistoani vallankäytön ja puolueettomuuden näkökulmista, koska poliittinen toiminta ja vapaa tiedonvälitys liittyvät kiistattomasti yhteen. Nämä näkökulmat ovat mielestäni erittäin tärkeitä käsiteltäessä

tiedonvälityksen roolia yhteiskunnassa. Tässä tutkimuksessa tiedonvälityksellä on kaksi päätehtävää 1) toimia puolueettomana tiedonvälittäjänä yhteiskunnassa ja 2) toimia yhteiskunnan eri vallankäyttäjien vahtikoirana. Tässä tutkimuksessa nämä tehtävät pohjautuvat Montesquieun vallan kolmijako-oppiin. Valtamedian puolueettomuus on merkittävä tekijä siinä, millaista tietoa ja millainen vaikutuskanava kansalaisille tarjotaan ja toisaalta siinä, millaista tietoa yhteisistä asioista päättävät tahot saavat kansalaisilta tiedotusvälineiden välityksellä. Ihanteellisesti ajateltuna tässä tiedon vaihdossa ei ole välikäsiä tai puutteita niin, että jompaankumpaan suuntaan kulkiessaan viesti muuttuisi tai saisi eri merkityksiä kuin alkuperäisesti on tarkoitettu. Koska viestinten hallinnalla ja kontrolloinnilla on myös yhteys vallankäyttöön, on viestimiä pyritty käyttämään väärin esimerkiksi erilaisiin propagandatarkoituksiin ja oman vallan tai tavoitteiden saavuttamiseen. Erityisen vaarallinen yhdistelmä mielestäni on poliittisen ja taloudellisen vallan keskittyminen käsiin tai mahdollisuus sensuroida ja rajoittaa sananvapautta.

Tässä tutkimuksessa haluan löytää vastauksen tutkimuskysymykseen, miten aineistoni valossa tiedonvälitys täytti tehtävänsä vallan vahtikoirana ja toisaalta puolueettomana tiedonvälittäjänä vaaleissa 2006? Tiedonvälityksen onnistumista tarkastelen erityisesti seuraavista näkökulmista, joissa kiinnitän huomiota tiedonvälityksen asiapitoisuuteen, tutkimuksessa esille nostettujen muutosten vaikutuksesta tiedonvälitykseen ja tiedonvälityksen mahdollisuudesta puolueettomuuteen.

Aikaisempaa tutkimusta poliittisesta viestinnästä on tehty verrattain paljon, mutta erityisesti esimerkiksi viestintätieteiden saralla ja puheviestinnän näkökulmasta. Yleisesti ottaen vaalit ovat olleet myös aikaisemman tutkimuksen kohteena useamman kerran ja tämä on osaltaan esittänyt haasteen tälle tutkimukselle löytää uusi ja tuore näkökulma, josta tarkastella vaaleissa tapahtuvaa poliittista ja viestinnällistä vuorovaikutusta. Erottavana tekijänä aikaisemmasta viestinnällisestä tutkimuksesta tästä tutkimuksesta tekee valtio-opillisesti kiinnostavan median tarkastelu vallan näkökulmasta, neljäntenä valtiomahtina.

1.1. Tutkielman lähtökohdat

Media on poliitikoille näkymisen ja vaikuttamisen väline, jonka avulla he pyrkivät saamaan itselleen myönteistä tai neutraalia julkisuutta ja kielteistä julkisuutta kilpaileville

poliitikoille (Paloheimo & Wiberg 1997, 260). Media toimii kuitenkin usein pinnallisesti valikoiden ja kehystäen uutisoitavia asioita antamalla asioista taustatietoja tai liittämättä niitä laajempiin asiakokonaisuuksiin (Paloheimo & Wiberg 1997, 257). Kansalaisten näkökulmasta katsottuna viestimillä ja medialla on paljon valtaa vaikuttaa luotuihin mielikuviin käsitellyistä asioista. Koska viestimet toimivat nykyään reaaliajassa, uutisia on tarjolla jatkuvasti. Tietotulvasta on kuitenkin vaikea objektiivisesti valikoida ja yhdistää käsiteltyjä kokonaisuuksia etenkin jos käsiteltyjen asioiden tuntemus on heikko. Uutisointiin ja luotuihin mielikuviin voidaan paljon vaikuttaa myös sillä, kuinka asiat esitetään. Tämä taas puolestaan riippuu paljolti tahosta, joka asian esittää. Keskeistä olisi turvata tiedotusvälineiden riippumattomuus, jotta mediavallan väärinkäytöiltä vältyttäisiin.

”Kun perinnäiset puoluesidonnaisuutta tukevat sosiaaliset rakenteet heikkenevät, politiikkaa koskevat tiedot ja mielikuvat muodostuvat yhä enemmän tai jopa yksinomaan viestinten välityksellä. Myös äänestyspäätökset perustuvat aikaisempaa enemmän siihen, minkälaisen kuvan asioista ja henkilöistä kansalaiset ovat viestimistä saaneet. Viestinnällistymiseen on usein liitetty myös politiikan henkilöiminen ja mielikuvien merkityksen lisääntyminen asiakysymysten kustannuksella (Paloheimo (toim.) 2005, 49).” Tässä mielessä medialla eri muodoissaan on myös merkittävä vastuu, sillä nimenomaan ne osallistuvat mielikuvien luomiseen äänestettävistä asioista ja ihmisistä. Huolimatta siitä, että media lähtökohtaisesti saattaa pitää päämääränään puolueetonta tiedonvälitystä, saattaa se toisinaan ottaa haluamattaankin kantaa ihmisten tai asioiden puolesta tai niitä vastaan. Tässä tutkimuksessa nostan esille myös uutisvalintaan liittyviä tekijöitä, jotka osaltaan selittävät uutisvalinnan haasteita puolueettomuuden näkökulmasta.

Vapaa tiedonvälitys on liberalistisen demokratiakäsityksen mukaan toimivan demokratian välttämätön edellytys. Tiedotusvälineillä on oppositioon rinnastettavissa oleva rooli päätöksenteon vahtikoirana ja kansalaisilla tulee olla käytettävissään erilaisia tietolähteitä. Tieto poliitikkojen toiminnasta välittyy erilaisten tiedotusvälineiden kautta kansalaisille ja kansalaisten käsitykset politiikan tärkeistä kysymyksistä ja harjoitetun politiikan onnistuneisuudesta välittyvät tiedotusvälineiden kautta päättäjille hyvin toimivassa tiedotusjärjestelmässä (Paloheimo & Wiberg 1997, 173). ”Valtio-opillisissa teksteissä joukkotiedotusvälineitä pidetään poliittisina voimina, kuten puolueita ja painostusryhmiäkin. Ajatuksena on, että tiedotusvälineillä on valtaa, jonka käyttäminen vaikuttaa kansalaismielipiteeseen ja poliittiseen päätöksentekoon (Paloheimo & Wiberg

1997, 251).” Median rooli kokonaisuudessaan on hyvin kahtalainen. Toisaalta sen olemassaoloa ja vapaata toimintaa pidetään edellytyksenä toimivalle demokratialle, mutta toisaalta medialla on myös vastuu, johon viittasin jo edellisessä kappaleessa. Vastuu syntyy mielestäni erityisesti mahdollisuudesta vaikuttaa ihmisiin ja asioihin sekä mahdollisesti äänestettävään lopputulokseen. Jos media kampanjoi vahvasti jonkin asian puolesta ja kansanäänestyksessä asia hyväksytään, äänestikö silloin demokratiassa oikeasti kansa vai median sidosryhmät?

Tiedonvälitys kuuluu niihin perustaviin sosiaalisiin tekijöihin, jotka ovat vuorovaikutuksen ja ryhmänmuodostuksen edellytyksenä. Viestintäilmiöstä ollaan valtiollisia järjestelmiä tarkasteltaessa kiinnostuneita niiltä osin kuin se liittyy poliittiseen tapahtumiseen, esiintyy yksilöiden ja ryhmien välisissä valtasuhteissa ja auktoritatiivisessa päätöksenteossa. Se kiinnostaa, millaisissa yhteyksissä ja tarkoituksellisissa sanomien vaihto tapahtuu. Tiedonvälityksellä viitataan laajassa mielessä sosiaalisen toiminnan yhteen ulottuvuuteen, joka on läsnä kaikkialla yhteiskuntaelämässä. Joukkoviestintä on käsitettävissä myös suhteellisen eriytyneeksi ja autonomiseksi poliittiseksi toiminnoksi rajaamattomalle yleisölle julkisesti, epäsuorasti ja osittain yksipuolisesti vertikaalisessa suunnassa välitettynä. Nyky-yhteiskunnassa joukkoviestimille tunnustetaan puolittain julkisen instituution asema huolimatta siitä, että suurin osa niistä on kollektiivisen tai markkinasektorin yksityisten yhteisöjen hallinnassa ja että monia niistä hoidetaan liikeyrityksinä (Nousiainen 1998, 115). Viitaten edellisessä kappaleessa esittämäni kysymykseen, tämän tutkimuksen kannalta erittäin keskeistä on ottaa esille myös mediamaailman ja –markkinan keskittyminen niin Suomessa kuin maailmallakin. Samalla tämä tarkoittaa erilaisten tiedotusvälineiden hallinnan keskittymistä samojen tahojen käsiin ja kiistämättä tämä osaltaan ruokkii kysymyksen tiedotusvälineiden puolueettomuuden olemassaolosta.

Montesquieun perinteisen vallan kolmijako-opin tarkoituksena on estää vallan väärinkäyttö. Tämä alkuperäinen kolmijako-oppi on saanut rinnalleen myös neljännen valtiomahdin, joka toimii pohjana tämän työn analyysille. ”Eritoten lehdistöä on vanhastaan nimitetty myös neljänneksi valtiomahdiksi Montesquieun funktionaalista kolmijakoa täydentäen. Lennokas epiteetti on liioiteltu: joukkotiedotus ei ole riippumaton, täysin erillistä funktiotaan poliittisessa järjestelmässä täyttävä instituutio, vaan sillä on erilaisia ja intensiteetiltään vaihtelevia sidoksia noihin julkisiin ja yksityisiin toimijoihin sekä niiden

tavoitteenasetteluun (Nousiainen 1998, 116).” Tässä tutkimuksessa haluan nostaa esille tutkimuskysymyksen kannalta keskeisiä seikkoja ja herättää ajatuksia median kahtalaisesta roolista.

1.2. Johdatus aineistoon

Tässä työssä haluan tarkastella sitä, miten presidentinvaalien 2006 yhteydessä ilmeni median poliittista vallankäyttöä ja kuinka kansalaisten reaktioista vaalikampanjoihin esimerkiksi mielipidemittausten kautta sekä yleisellä kiinnostuksella vaaleja kohtaan voidaan tehdä mediassa yleistyksiä. Haluan myös tarkastella, kuinka median roolia tiedonvälittäjänä voidaan käsitellä. Mielestäni tämä tutkimus on mielenkiintoinen, koska media ja poliittinen vallankäyttö liittyvät läheisesti yhteen, mutta sekä media että poliittiset toimijat haluavat valikoida välittämiään viestejä. Käytän aineistonani etenkin Keski-suomalaisen ja Helsingin Sanomien artikkeleja pääsääntöisesti ajalta ennen vaaleja äänestämispäivään. Tämän lisäksi käytän aineistonani nauhoitettuja vaalitenttejä ajalta ennen äänestyksiä ja esimerkiksi YLE:n välittämiä ehdokkaiden henkilökuvia.

Valtio-opillisessa mielessä olen pyrkinyt ottamaan tutkimuskysymyksen lähtökohdaksi selkeän ja hyvin klassisen käsitteen vallan kolmijako-opista, joka on vaikuttanut mielestäni merkittävästi länsimaisen yhteiskuntarakenteen syntyyn. Tutkimuskysymys pitää mielestäni sisällään myös jonkinasteisen arvolatauksen, koska toimivaa demokratiaa arvioidaan mielestäni myös käyttäen vallankäytön avoimuutta hyväksyttävän toiminnan lähtökohtana. Yleisesti ottaen tutkimuskysymyksen on hyvin kahtalainen, sillä se asettaa mielestäni jo lähtökohdiltaan vastakkain kaksi erilaista näkökulmaa, joita tässä tutkimuksessa pyrin monipuolisesti arvioimaan. Tutkimuskysymys on mielestäni hyvin mielenkiintoinen, koska se on tai ainakin tulisi olla yleisesti yhteiskuntaelämässä usein esitetty kysymys ja sitä voidaan arvioida monesta eri näkökulmasta. Toisaalta kysymyksen monipuolisuus on osaltaan myös haaste, koska epäilemättä kysymykseen on mahdollista saada tai löytää erilaisia vastauksia. Olen pyrkinyt avaamaan lukijalle tässä tutkimuksessa käytetyt lähtöoletukset ja aineiston, jotka tukevat tämän tutkimuksen antamaa vastausta asetettuun tutkimuskysymykseen, mutta olen pyrkinyt myös huomioimaan sen, että myös tämän tutkimuksen vastaukseen on vaikuttanut sen tekijän oma tulkinnanvaraisuus.

Aineistoni perustuu laajasti lehdistä kerättyihin artikkeleihin. Valitut viestimet (Keskisuomalainen ja Helsingin Sanomat sekä pää tv-kanavat) olivat tutkimukseni kannalta selviä vaihtoehtoja niiden hyvän saatavuuden ja laajan yleisöpohjan vuoksi. Tämä kuitenkin samalla merkitsee, että jos tutkimus perustuisi laajempaan viestimien valikoimaan, voisi se antaa tutkimukselle myös erilaisia lähtökohtia. Tätä tutkimusta tulkittaessa tulee siis ottaa huomioon, että käytetty aineisto laajuudestaan huolimatta perustuu vain muutamaankin eri lähteeseen. On kuitenkin myös huomattava, että Suomessa viestimien omistus on erittäin keskittynyttä, joten parin valitun aineistolähteen käyttö on tässä mielessä mielestäni perusteltua. Nauhoitin TV-lähetykset, joihin viitataan tutkimuksessani ja näiden nauhoitusten perusteella tein televisiota koskevat havaintoni. Mielestäni aineiston käyttö soveltuu vastaamaan tutkimuksessa esitettyyn tutkimuskysymykseen, koska sen avulla on mahdollista havainnollistaa uutisvalinnan ja vallankäytön esimerkkejä käytännössä.

Aineistoni lisäksi olen pyrkinyt käyttämään tutkimuksessani monipuolisia ja luotettavia lähteitä, joiden avulla olen pyrkinyt tuomaan esille mediavalinnan ja vallankäytön kannalta oleellisia näkökulmia tutkimukseni pohjaksi. Montesquieun vallan kolmijako-opin käsittely perustuu suppeaan lähdetietoon, koska Montesquieuta on tutkittu verrattain vähän, vaikka häneen viitataan useassa yhteydessä. Tämä osaltaan asetti haasteen tälle tutkimukselle löytää luotettavaa ja alkuperäistä tietoa Montesquieun poliittisesta ajattelusta sekä asetti haasteen myös aiheen käsittelylle. Montesquieun poliittinen teoria on kuitenkin mielestäni perusteltu valinta tutkimuksen aiheen lähtökohdaksi, koska nimenomaan Montesquieun poliittinen ajattelu muokkasi merkittävästi sekä eurooppalaista että amerikkalaista yhteiskuntakäsitystä ja -järjestystä. Olen halunnut tuoda esille myös sen aikakauden, jolloin Montesquien poliittinen teoria syntyi. Koska kyseinen aikakausi ei ole keskeisin osa tutkimusta, olen pyrkinyt tiivistämään sen käyttämällä yhtä lähdettä selkeyden vuoksi.

1.3. Tutkielman rakenne ja analyysin taustoitus

Aluksi käsittelen johdantomaisesti historiallista aikakautta, jolloin Montesquieun vallan kolmijako-oppi syntyi. Pyrin lyhyesti avaamaan lukijalle 1700-luvulla syntynyttä uutta maailmankuvaa ja sitä ajatusmaailmaa, joka toimi pohjana Montesquieun yhteiskuntateorialle. Tässä yhteydessä merkittävä on myös valistuksen aikakausi, jonka

aatemaailma leimasi aikansa ajattelijoita. Tämän jälkeen esittelen ja käsittelen Montesquieun vallan kolmijako-oppia, joka toimii yhtenä perustana tutkimuksen analyysille. Pyrin avaamaan Montesquieun ajatusmaailmaa yhteiskuntafilosofina ja siihen liittyvää viitekehystä. Tämän jälkeen pyrin määrittelemään neljännen valtiomahdin käsitteen ja antamaan sen käytölle relevantin viitekehysten tässä tutkimuksessa.

Tämän jälkeen pyrin sitomaan neljännen valtiomahdin käsitteen nykypäivään ja luomaan pohjan sen käsittelylle avaamalla lukijalle näkökulmia mediajulkisuuteen ja kuvaamalla median roolia poliittisena vallankäyttäjänä. Tässä tutkimuksessa medialla on kahtalainen rooli. Se toimii sekä vallan vahtikoirana että itse myös vallankäyttäjänä ja toisinaan mahdollisesti myös poliittisena vallankäyttäjänä. Tämän vuoksi on mielestäni tärkeää nostaa esiin myös näkökulmia puolueettomaan valtaan ja tässä tutkimuksessa puolueettoman vallan lähtökohtina toimivat sananvapaus, puolueettomuus ja vallankäytön läpinäkyvyys myös uutisoinnissa.

Uutisointiin vaikuttavat monet tekijät ja tämän vuoksi tarkastelen analyysini pohjaksi myös tiedonvälitystä uutisvalintaan vaikuttavien tekijöiden ja varsinaiseen uutisointiin vaikuttavien tekijöiden lähtökohdista. Tässä yhteydessä tarkastelen myös uutisoinnin tarkoitusta ja mahdollista tarkoitushakuisuutta sekä uutisoinnin päämääriä. Nämä tekijät liittyvät tässä tutkimuksessa keskeisesti myös aineiston analyysiin, sillä pyrin havainnoimaan aineistoani etenkin puolueettomuuden näkökulmasta ja toisaalta pyrin löytämään mahdollisia tekijöitä, jotka vaikuttivat esimerkiksi ehdokkaiden asetteluun. Tämä on hyvin keskeistä tälle tutkimukselle, sillä medialla on mahdollisuus vaikuttaa ja luoda mielikuvia, joita katsoja tai lukija ei välttämättä edes miellä vaikuttamiseksi.

Toisaalta on huomattava, että eräällä tavalla tämän tutkimuksen lähtöoletuksena on, että media joka tapauksessa joko haluaa vaikuttaa tai vaikuttaa myös tahtomattaan. Jos oletetaan, että media haluaa vaikuttaa on mielestäni keskeistä tarkastella sitä, kuka haluaa vaikuttaa? Tällä viitataan median omistukseen ja oimituksen keskittymiseen vaikutuskanavana. Jos taas oletetaan, että media vaikuttaa myös tahtomattaan tai tiedostamatta silloin tulee mielestäni kysyä, että mitkä tekijät vaikuttavat uutisointiin? Näihin kysymyksiin olen pyrkinyt löytämään vastauksen ennen kuin loppupäätelmissä tarkastelen vastausta kysymyksen tiedonvälityksen roolista vaaleissa 2006.

2. TIEDONVÄLITYKSEN ROOLI DEMOKRATIASSA

Lehdistöllä ja erityisesti sanomalehdillä on perinteisesti ollut keskeinen tehtävä kansanvaltaiseen yhteiskuntajärjestykseen kuuluvien viestintätarpeiden hoitajana. Lehdistö myös tulee olemaan keskeinen väline kansalaisia heidän ympäristöönsä perehdyttävänä tietolähteenä, vapaan keskustelun ja mielipiteiden vaihdon näyttämönä osana poliittisen toiminnan monipuolistamista sekä yhteiskunnallisen vallankäytön valvojana (Nousiainen 1998, 116). Median monimuotoisuuden synnyn ja teknisten innovaatioiden myötä myös vaikutuskanavat ovat moninkertaistuneet, mutta keskustelun painopiste on mielestäni muuttunut. Tiedonvälityksen perusasioiden, joilla tarkoitan esimerkiksi vapaata tiedonvälitystä ja sananvapauden toteutumista länsimaisessa yhteiskunnassa ollessa kunnossa, tarkastelu on mielestäni siirtynyt näiden perusoikeuksien toteutumisen tarkkailuun. Siitä tässäkin tutkimuksessa on kyse, tarkkailla kuinka demokraattisen yhteiskunnan peruselementti eli tiedonvälitys onnistui tehtävässään.

Tiedotusvälineet tarjoavat voimakkaita välineitä politiikan toimijoiden ja äänestäjien välille. Perinteisesti lehdistö ja tiedotusvälineet ovat pyrkineet rohkaisemaan äänestäjiä osallistumaan demokraattiseen päätöksentekoon. Välittäessään poliittisia viestejä, tiedotusvälineet antavat kansalaisille mahdollisuuden tehdä poliittisia valintoja. Näin ollen lehdistö toimii osaltaan kansalaisten demokraattisten oikeuksien toteuttajana. Lehdistön ja tiedotusvälineiden on tarkoitus toimia puolueettomina, objektiivisina ja itsenäisinä tiedonvälittäjinä. Vapauden turvaamiseksi hallitukset ovat pyrkineet säätelemään tiedotusvälineiden omistusta ja takaamaan näin vapaan tiedonvälityksen. Lehdistön ja tiedotusvälineiden tehtävänä on toimia poliittisen vaikuttamisen neutraalina tarkkailijana, mutta ne ovat myös itse poliittisia toimijoita (Wheeler 1997, 1-2).

Tiedotusvälineiden tulee osaltaan turvata kansalaisten kansalais-, poliittiset ja sosiaaliset oikeudet. Keskeistä on painetun ja elektronisen median kyky välittää tärkeää tietoa nopeasti ja laajasti yhteiskunnassa. Vapaan tiedonvälityksen merkitys on osaltaan edesauttanut tiedonvälityksen kehitystä ja liberaalista perinnettä ajatellen tiedotusvälineiden tulisi toimia vallan vahtikoirana, paljastaen mahdollisen vallan väärinkäytön. Tiedotusvälineet ovat keskeisiä poliittisia toimijoita tarjoten ihmisille mahdollisuuden käyttää oikeuttaan saada tietoa. Tiedotusvälineiden tulee tarjota mahdollisuus vapaaseen ja oikeelliseen

tiedonvälitykseen niin, että kansalaisilla on mahdollisuus saada tietoa päätöksenteon tueksi, tiedotusvälineiden tulee myös tarjota mahdollisuus saada tietoa mahdollisimman monesta näkökulmasta käsin, jotta esimerkiksi kritiikin esittäminen ja keskustelu poliittisista asioista mahdollistuu ja tiedotusvälineiden tulee myös itse tarkkailla tiedotustaan niin, että se antaa mahdollisuuden poliittiselle toiminnalle (Wheeler 1997, 239).

Arkisessa yhteiskunnallisessa ja poliittisessa keskustelussa yleinen mielipide on paljon käytetty käsite. Eurooppalaisessa ja yhdysvaltalaisessa yhteiskuntatieteessä *public opinion* on ollut näkyvä ja samalla kiistanalainen käsite ja sen määrittelystä sekä asemasta demokratian teorioissa on keskusteltu siitä lähtien, kun käsite ilmestyi valistusajan yhteiskunnalliseen keskusteluun (Suhonen 2006, 201). ”Yleisen mielipiteen syntymisen oleellinen edellytys – yksilöiden ja heidän mielipiteittensä vapautumisen ohessa – oli laajeneva julkinen keskustelu. Siinä kirjallisuuden ja ennen kaikkea lehdistön kasvulla oli ratkaiseva asema. Ne toimivat niin informaation välittäjinä kuin keskustelufoorumeinakin. Yleinen mielipide koostui julkilausutuista mielipiteistä, joista väiteltiin klubeissa, kahviloissa, kokouksissa, yhdistyksissä ja pörsseissä – lehtien ja kiistakirjoitusten ohella (Suhonen 2006, 203).”

Laajan viestintäteknologian mahdollistamasta joukkojulkisuudesta tai huomiovallasta on tullut nyky-yhteiskunnassa entistä painoarvoisempi tekijä. Julkisuutta voidaan tarkastella kolmesta eri näkökulmasta, joista yksi katsoo julkisuuden osaksi demokraattisen yhteiskunnan ydintä, yhteiskunnallisesti merkittävien tietojen yleistä saatavuutta niiden salailun sijaan. Toisaalta julkisuus on vastakohta tilalle tai alueelle, jonka suojaan tietyissä tilanteissa tai määrin ihmisellä on oikeus vetäytyä. Etenkin tiedotusvälineiden tuottaman mediajulkisuuden kautta julkisuus on myös julkiseksi tulemistä (Juholin & Kuutti 2003, 16).

Tavoitekohtaisesti joukkotiedotusinstituutiot jaetaan joskus seuraaviin eli informatiivisiin, tunnustuksellisiin ja kaupallisiin laitoksiin. Informatiiviselle tiedotukselle ominaista on, että se asettaa tehtäväkseen tietojen antamisen ympäröivistä ilmiöistä ja valintavaihtoehdoista ilman tavoitteellista valikointia ja painotusta. Tunnustuksellinen tiedotus puolestaan muokkaa aineistoaan esimerkiksi aatteen, ohjelman tai valtajärjestelmän hyväksi. Kaupallinen tiedotus puolestaan muokkaa tarjontaansa ajatellen kuluttajien suosiota, menekkiä ja liikevoittoa (Nousiainen 1998, 117). Nykyään tiedotuksen keskiössä on

mielestäni kaupallinen tiedotus, vaikka tiedonvälitykselle asetetut tehtävät ovat periaatteessa samat kuin aiemmin, mutta monista syistä johtuen tiedonvälityksellä on mahdollisuus välittää paljon sellaista informaatiota, jolla ei ole mitään yhteiskunnallista tai poliittista merkitystä.

Tässä tutkimuksessa tiedonvälityksen tehtävien taustan teoreettisena kulmakivenä toimii Montesquieun vallan kolmijako-oppi, koska nimenomaan tämän vallanjako-opin neljäntenä täydentäjänä jo Montesquieun aikana pidettiin lehdistöä ja tänään siihen tehtävään on noussut nykypäivän media kokonaisuudessaan. Lehdistö ja myöhemmin koko mediakenttä on noussut vallan kolmijako-opin rinnalle, neljännen valtiomahdin käsitteenä. Pyrin seuraavassa lyhyesti taustoittamaan Montesquieun vallan kolmijako-opin ja sen aikakauden, jolloin tämä yhteiskunnallinen teoria syntyi. Tämän jälkeen pyrin avaamaan lukijalle näkökulmia nykypäivän mediakenttään. Nykypäivän mediakentän hahmottaminen on tässä työssä lukijalle tärkeää, koska se luo viitekehysten aineiston analyysille.

2.1. Vallan kolmijako-opin historiallinen viitekehys

Montesquieun vallan kolmijako-opin syntyyn liittyy keskeisesti aikakausi, jolloin aloitettiin uudenlainen keskustelu valtion roolista. Yhdessä muiden merkittävien valistusfilosofien kuten Jean-Jacques Rousseauin ja Voltairen kanssa tämä aikakausi yleisesti muistetaan valistuksen aikakautena, joka loi uudenlaista pohjaa yhteiskunnalliselle keskustelulle. Pyrin seuraavassa lyhyesti kuvaamaan 1700-luvun ajatusmaailmaa ja valistuksen aikakauden syntyä 1600-luvun luonnontieteellisten läpimurtojen taustaa vasten Stig Bobergin ja Göran Malmqvistin (1985) avulla.

1700-luvun uuden maailmankuvan syntyyn asti eurooppalaisten maailmankuva oli pysynyt melko muuttumattomana satojen vuosien ajan, jota hallitsi skolastisen teologian tulkitsemat ja puolustamat Aristoteleen opit. Tämän maailmankuvan perustana olivat erilaiset auktoriteetit kuten Raamattu ja tutkijoiden tehtävänä oli vain auktoriteettien julkaiseman totuuden kommentoiminen ja julkaiseminen. Muutoksen maailmankuvassa aikaansai 1600-luvun luonnontutkimus ja ennen kaikkea tähtitiede ja matematiikka, jonka tutkimuksen kärjen muodostivat Galileo Galilei (1564 -1642), Francis Bacon (1561 -1626) ja René Descartes (1596 -1650). Heille kaikille oli yhteistä pyrkimys saada varmaa tietoa luonnon

maailmasta ja epäily vanhoja auktoriteetteja kohtaan. Näiden uusien näkemysten leviämisessä tärkeä tekijä oli 1400-luvulla keksitty kirjapainotaito, oppineiden seurat ja tiedeakatemit, joita syntyi 1600-luvulla Ranskaan, Englantiin ja Italiaan (Boberg & Malmqvist 1985, 9-10, 12).

1700-luvulla alkoi myös maailman talouselämässä vallankumous ennen muuta teollisuuden alalla, jonka myötä Iso-Britannia sai 1700-luvulla johtoaseman niin maatalouden kuin tekniikan ja teollisuuden alalla. Keskeisinä syinä tähän pidetään maantieteellisiä seikkoja, keksintöjä, pääomia, yritteliäisyyden tukemista ja esimerkiksi kysyntää. Isossa-Britanniassa teollinen vallankumous tapahtui noin 1750 -1850 välisenä aikana, mikä tarkoitti myös esimerkiksi teknisiä, taloudellisia ja yhteiskunnallisia muutoksia. Teollisen vallankumouksen alkuvaiheessa johtoasema oli tulos yksityisten aloitteiden ja pääoman käytöstä, koska muualla Euroopassa teollisuus oli pääosin valtion ohjauksessa. Euroopan talouden kulmakivi oli kuitenkin maatalous, joka arviolta työllisti noin 85 %:ia eurooppalaisista. Ranskan väestöstä 5/6 eli maaseudulla, josta enemmistö oli vapaita talonpoikia (esimerkiksi oikeus ostaa ja myydä maataan). Talonpoikien maaomistus oli laajaa ja heidän asemansa olisi saattanut olla verrattain varsin hyvä jos heillä olisi ollut oikeus pitää työnsä tulokset, mutta talonpojilla oli esimerkiksi runsaasti veroja maksettavanaan (Boberg & Malmqvist 1985, 58-63, 66-68, 84, 86-87).

1700-luvulla aatelisto näyttää olleen vähenevä väestön osa ja näin ollen aatelisto oli hyvin pieni väestöryhmä talonpoikien ja porvarien määrään verrattuna. 1500- ja 1600-luvulla aatelisto oli Euroopassa menettänyt suuren osan poliittisesta vaikutusvallastaan hallitsijan yksinvaltiuden ja keskitetyn hallinnon myötä. Tavallisesti ylimystöllä oli tiettyjä etuoikeuksia kuten verotus, maanomistus ja ylemmät virat, jotka oli alun perin saatu vastineeksi suorituksista sotureina tai hallintomiehinä. Ajan myötä Ranskan aateliston velvollisuudet hävisivät, vaikka erioikeudet kuten laajeneva yksinoikeus ylempiin virkoihin säilyivätkin. Näin ollen syntyperäisen aatelin rinnalle kehittyi virka-aateli, joka otti haltuunsa siviilihallinnon ylemmät virat ostamalla ne ja niihin liittyvät aatelisarvot. Ranskastakin poiketen Isossa-Britanniassa ylhäisaatelistolla oli etuoikeus suvun päämiesten paikkaan ylähuoneessa, mikä johti siihen, että ylhäisaatelistolla oli parlamentissa johtava voima ja vallitseva asema myös hallituksissa sekä alempi aatelisto oli enemmistönä alahuoneessa. Ison-Britannian johtava asema perustui laajaan maanomistukseen eikä niinkään erioikeuksiin, koska aateliston pyrkimys varallisuutensa kasvattamiseen johti sen

aktiiviseen osallistumiseen talouselämään. Lisäksi 1700-luvulle piirteenomaista oli porvariston eteneminen niin lukumääräisesti kuin taloudellisen ja poliittisen merkityksen kasvunakin. Vahva porvarisluokka syntyi lähinnä Ranskassa, Isossa-Britanniassa ja Alankomaissa, koska ne olivat johtavat valtiot kaupan, merenkulun ja teollisuuden alalla (Boberg & Malmqvist 1985, 89-90, 92-95, 97).

Ranskan asema suurvaltana heikkeni Ludvig XV:n hallituskaudella (1715 -1774), mikä johti maan sisällä kärjistyvään vastakkainasetteluun kuningasvallan ja ylimystön sekä ylempien luokkien ja talonpoikien sekä kaupunkien ja maaseudun välillä. Kulttuurin piirissä Ranskan vahva vaikutusvalta kasvoi kuitenkin niin, että ranskalaiset filosofit saivat johtoaseman valistusajan Euroopassa. Ranskan kulttuurin johtoaseman peruskivi oli laskettu jo Ludvig XIV:n aikana, jolloin Versailles ja sen hovielämä toimivat mallina useille Euroopan hallitsijoille. 1700-luvulla ranskalaisvaikutus oli vahvimmillaan ja erityisesti ranskan kieli nousi tuolloin korvaamaan yhä useammin latinan esimerkiksi erilaisissa sopimuksissa ja siitä tuli myös Euroopan sivistyneistön tavallinen keskustelukieli. Tämä merkitsi myös ranskalaisen kirjallisuuden leviämistä kaikkialle Eurooppaan, mikä tarkoitti 1600-luvun mestareiden ja 1700-luvun uusien valistusfilosofien teoksien lukemista alkukielellään (Boberg & Malmqvist 1985, 156, 166-168).

Valistuksen juuret ovat 1600-luvun lopulla ja sen katsotaan päättyneen 1700-luvun lopulla. 1700-luvun valistus oli kulttuuriliike, joka palvoi järkeä ja sitä välineenään käyttäen pyrki vaikuttamaan esimerkiksi poliittiseen, taloudelliseen ja yhteiskunnalliseen ajatteluun. Valistusajattelun taustalla olivat esimerkiksi Isaac Newton, 1700-luvun luonnontutkijoiden sankari, ja John Locke (1632-1704), jonka ajatukset esimerkiksi hallitsijanvallan perustumisesta sopimukseen vaikuttivat vahvasti valistusfilosofeihin. Englannin rooli oli valistusaikana toimia uusien ajatusten inspiroijana, mutta ranskalaiset onnistuivat herättämään ajatukset henkiin. Suurin osa valistusfilosofeista oli ranskalaisia ja alkuteoksin tai käännösten välillä aatekeskustelu käytiin pääosin ranskaksi. Ranskan kielen hallitseva asema Euroopassa toi valistuksen ajatukset erityisesti sivistyneistön luettavaksi. 1600-luvulla yleiset kulttuurikäsitteet tunnustivat Raamatun ja antiikin kirjailijain auktoriteetteina, joista ensin renessanssi oli voimistanut antiikin merkitystä ja toisaalta taas protestantit olivat korostaneet Raamatun asemaa auktoriteettina. Maailmankäsitys oli huomattavan pessimistinen ja tätä pessimistisyyttä korosti eurooppalaisten kyvyttömyys verrata itseään muihin. 1700-luvulla uusi maailmankuva alkoi tulla hiljalleen tunnetuksi.

Keskeisen rooliin valistusfilosofiassa nousi uskonnon rooli, joka oli keskustelun keskiössä useasta erilaisesta näkökulmasta. Voltaire (1694 -1778) oli kirkon ja kristinuskon tuomitsijoista merkittävin. Kysymys valtion alkuperästä ja sen järjestäminen parhaalla mahdollisella tavalla kuului valistusfilosofien keskeisiin aiheisiin. ”*Two treatises of government*” (1690) teoksessaan John Locke toi esille ajatuksensa, että ihmisellä on luonnollinen oikeus elämään, vapauteen ja omistamiseen ja yhteiskuntasopimus sovitaan näiden oikeuksien turvaamiseksi. 1700-luvulla keskustelua valtio-oikeudesta jatkettiin ranskalaisten näyttäessä tietä ja valistusfilosofien pääteokset alkoivat ilmestyä Montesquieun johdolla, joka julkaisi 1748 teoksensa ”*De l’esprit des lois*”, Lakien henki (Boberg & Malmqvist 1985, 170-173, 180).

2.2. Montesquieun vallan kolmijako-oppi

Charles - Louis de Secondat de Montesquieu (1689 - 1755) esittelee pääteoksessaan *Lakien henki* perinteisen vallan kolmijako-opin, joka perustuu vallan väärinkäytön estämiseen lainsäädäntö-, tuomio- ja valtiovallan erottamisella toisistaan. Tämän tutkimuksen kannalta keskeisen Montesquieun vallan kolmijako-opista tekee sen urauurtava periaate vallan yhtenä perustana ihmisten tasa-arvoisuudelle ja demokratian toimintaperustana yhteiskunnassa. Tutkimuksen kannalta on myös merkittävää, että nimenomaan Montesquieun vallan kolmijako-opin täydentäjäksi syntyi sen aikainen lehdistö, nykyinen media kokonaisuudessaan näiden kolmen vallan vartijaksi, eräänlaiseksi oikeudenmukaisuuden ja rehellisyyden vahtikoiraksi.

Teoksessaan ”Lakien henki” Montesquieu julisti pyrkimykseen selvittää millä perusteilla lakeja tulisi arvioida. Montesquieu tutki kaikkien niiden maiden lainsäädäntöä, joilla sellainen oli kirjattu, eikä keskittynyt vain esimerkiksi Euroopan ja Antiikin lakiperinnön tutkimiseen. Huolimatta siitä, että Montesquieu on käsitettävä myös yhteiskuntafilosofina, hänen pääteoksensa lähtökohta kuitenkin oli laki. Tätä varmasti osaltaan selittää Montesquieun koulutus juristiksi, mutta samalla tutkimuksensa avulla Montesquieu johti lopputuloksen, että jokaisen hyvän valtion hallinnon tulee noudattaa lakeja. Teos ”Lakien henki” ei kuitenkaan ole olemassa olevien lakien kokoelma vaan Montesquieu pyrkii luomaan metodin, jonka avulla juridiikkaa voi tutkia (Richter 1977, 57). Huolimatta siitä, että Montesquieun teorian lähtökohtana oli laki, syntyi tuloksena

nimenomaan yhteiskunnallisesti merkittävä teos, jossa Montesquieu onnistui esittämään näkökulmia hyvän yhteiskuntajärjestyksen pohjaksi.

Montesquieu esitti lakien muodossa yhteiskunnallisen näkemyksen, joka mielestäni sisältää demokraattisen yhteiskunnan ja esimerkiksi poliittisten oikeuksien perustelut sekä näitä ympäröivän viitekehyksen. Näin Montesquieu tiivistää seuraavassa ajatuksiaan kansakunnan-, poliittisista- ja kansalaisoikeuksista:

”Considered as inhabitants of a planet so large that different peoples are necessary, they have laws bearing on the relation that these peoples have with one another, and this is the RIGHT OF THE NATIONS. Considered as living in a society that must be maintained, they have laws concerning the relation between those who govern and those who are governed, and this is the POLITICAL RIGHT. Further, they have laws concerning the relation that all citizens have with one another, and this is the CIVIL RIGHT (Montesquieu 1989, 7).”

Demokraattiselle yhteiskunnalle keskeinen ominaisuus on turvata kansalaisten perusoikeudet ja näiden oikeuksien tasapuolinen toteutuminen yhteiskunnassa. Montesquieu kiinnitti huomiota myös ihmisten välisiin suhteisiin nostamalla esiin hallitsijoiden ja hallittavien välisen suhteen ja ne periaatteet, joille tämän suhteen tulisi perustua. Montesquieu otti mielestäni näin kantaa perusoikeuksien puolesta mielivaltaa vastaan korostamalla myös hallitsijan velvollisuuksia hallittaviaan kohtaan. Mielestäni on perusteltavaa todeta, että Montesquieu edustaa sellaisia arvoja, jotka toimivat hyvänä arvopohjana kaikissa demokraattisissa yhteiskunnissa.

Poliittiset ja kansalaisoikeudet edustavat nykyäänkin niitä keskeisiä peruseriaatteita, jotka erottavat demokraattisen kansalaisyhteiskunnan esimerkiksi diktatuureista. Montesquieulla oli selkeä näkemys myös erilaisista valtion hallintatavoista, jotka hän kiteyttää seuraavasti:

”There are three kinds of government: REPUBLICAN, MONARCHICAL, and DESPOTIC. To discover the nature of each, the idea of them held by the least educated of men is sufficient. I assume three definitions, or rather, three facts: one, *republican government is that in which the people as a body, or only a part of the people, have sovereign power; monarchical government is that in which one alone governs, but by fixed and established laws; whereas, in despotic government, one alone, without law and without rules, draws everything along by his will and caprices* (Montesquieu 1989, 10).”

Montesquieu erotteli näin mielestäni perustan aikansa demokraattiselle kansalaisyhteiskunnalle, joka perustuu vahvasti kansanvaltaan ja jonka pahin uhka on omavaltainen hallinta, joka perustuu diktatuuriseen vallankäyttöön. Tästä samasta lähtökohdasta on rakentunut perusta nykyajan demokratialle, jossa valta tulee olla kansalaisilla ja heidän valitsemilla edustajilla. Edellä mainitulla jaottelulla Montesquieu osaltaan kiinnitti huomion myös diktatuurin perusongelmaan, joka perustuu yksilön tai pienen ryhmän mielivaltaiseen hallintaan ja joka näin ei jätä sijaa esimerkiksi ihmisoikeuksien toteutumiseksi ja turvalliselle yhteiskunnalle. Montesquieun vallan kolmijako-oppi pyrkii lähtökohtaisesti välttämään vallan keskittymisen ja väärinkäytön jakamalla sen toimeenpano-, lainsäädäntö- ja tuomiovaltaan. Nämä periaatteet on hyväksytty yhteiskunnan yhdeksi perustaksi niissä maissa, jotka ovat pyrkineet rakentamaan yhteiskunnan ja yhteiskunnallisen vaikuttamisen demokraattiselle pohjalle.

Montesquieun käyttäessä vertailua, hän useimmiten haluaa todistaa, että on olemassa useita vaihtoehtoja laille ja toimintatavoille. Tästä syystä Montesquieu ei alenna politiikkaa vain osaksi sosiaalisia tai taloudellisia toimintoja ja samalla hänen onnistui löytää merkityksiä jo vallitseville sangen turhille tavoille ja instituutioille (Richter 1977, 59). Huolimatta siitä, että Montesquieuta ei voi pitää vallankumouksellisena tai edes demokraattina, hän kannatti esimerkiksi aikansa rikoslain asettamien rangaistusten inhimillistämistä. Lisäksi Montesquieu kritisoi väkevästi esimerkiksi sotaa, uskonnollista suvaitsemattomuutta ja poliittisen toiminnan vapauden rajoittamista. Näiden ajatusten myötä Montesquieu edusti osaltaan valistusajan filosofien näkemyksiä (Richter 1977, 60).

Montesquieun suhdetta edeltäjiinsä on vaikea määritellä, koska hän uskoi kehittäneensä uudenlaisen metodin uudenlaisen yhteiskunnallisen tilanteen teorian pohjaksi, sillä Euroopan valtiot erosivat laajasti jo tunnetuista, aikaisemmista yhteiskuntamalleista. Montesquieun mielestä kaikkien, jotka halusivat kuvitella tulevan yhteiskunnan, tuli tarkastella Englannin poliittista järjestelmää. Tästä huolimatta, Montesquieu ei koskaan luopunut dialogista edeltäjiensä kanssa (Richter 1977, 61). Mielestäni Montesquieu onnistui luomaan uuden metodin yhteiskuntajärjestyksen pohjaksi, mutta samalla on huomioitava, että vaikka periaate sellaisenaan on hyväksytty, sen toteuttaminen on saattanut saada erilaisia muotoja. Mielestäni Montesquieun ajatuksista on mahdollista johtaa näkemyksiä myös nykyaikaan, sillä edelleen maailmassa yhteiskunnat ovat rakentuneet eri tavoin ja huolimatta siitä, että pääosin demokratiaa pidetään

kansalaisnäkökulmasta parhaana tapana hallita ja toisaalta joitakin diktatuureja paheksutaan, yhteiskuntien keskeneräisyys on näkyvä piirre myös nykyisellä maailmankartalla.

Pohdittaessa kuinka poliittisia Montesquieun ajatukset olivat, vastauksen saattaa löytää siitä käsityksestä, jonka asettaa termille ”poliittinen”. Eräät Montesquieun kriitikot ovat kritisoineet Montesquieun tapaa hyväksyä kreikkalaisen perinnön mukainen käsitys viisaasta tietäjistä, jonka myötä Montesquieu uskoi tehokkaalla tavalla saavutettavan yhteiskunnallinen hyvinvointi. Toisaalta Montesquieuta on kritisoitu siitä, että hän oli ensimmäisiä yhteiskuntatieteilijöitä, jotka luopuivat identifioimasta poliittisuutta yhteiskunnalliseen hyvinvointiin, jolloin hän siis erään tulkinnan mukaan korvasi yhteiskunnallisuuden hallintojärjestelmällä. Suoran poliittisen toiminnan sijaan Montesquieu hyväksyi toissijaisia sosiaalisia ja taloudellisia mekanismeja, joiden vaikutuksen tuloksena syntyi hyväksyttävää yhteiskunnallista hyvinvointia. Yksilön, ryhmien ja alueellisten tavoitteiden tuli mukautua aktiivisen ja riippumattoman valtion tahtoon, joka toteutetaan byrokratian ja keskitetyn valtionhallinnan avulla. Kiteytetysti Montesquieun käsitys poliittisuudesta näyttäytyy institutionalisoituna konfliktina ryhmien ja edustajien välillä, jotka ovat hallinnaltaan vapaita (Richter 1977, 60).

Yhteenvetona voisin todeta, että Montesquieun aikakaudella monet yhteiskunnat olivat liiketilassa ja erityisesti Euroopan yhteiskuntahallinnanperinne oli mielestäni vasta muotoutumassa. Eurooppalainen käsitys sivistysvaltion luonteesta juontaa juurensa antiikin aikaiseen sivistysperintöön, mutta jo Montesquieun aikakaudella alkoi olla näkyvämpiä merkkejä poliittisen keskustelun ja vaikutusmahdollisuuksien laajenemisen puolesta esimerkiksi aiemmin mainitun 1400-luvulla keksityn kirjapainotaidon leviäminen ja 1600-luvulla vahvistuneet oppineiden seurakunnat ja tiedeakatemit tukivat yhteiskunnallisen keskustelun heräämistä ja kehitystä. Lisäksi valistuksen aikana ranskankielen nouseminen keskustelukieleksi ja valistusfilosofien teoksien lukeminen alkuperäiskielellään avasi osaltaan uusia mahdollisuuksia poliittiseen keskusteluun. Näin ollen myös Montesquieun poliittinen ajattelu tavoitti laajemman lukijakunnan kuin aiemmin olisi ollut mahdollista.

Montesquieun aikana lehdistö vasta aloitteli toimintaansa nykypäivään verrattuna, mutta sama periaate yhdistää edelleen kaikkia aikakausia ihmisten omaksuttua aikaisemmin mainitun uuden maailmankuvan. Aikaisempien hallitsija-alamainen hallinta- ja

valtarakenteeseen perustuva yhteiskuntamalli alkoi mielestäni murtua, kun ihmiset alkoivat vaatia esimerkiksi poliittisia oikeuksiaan valistusfilosofien johdolla ja sananvapaus nousi keskeiseksi vaatimukseksi myös kansalaisvaikuttamisen kanavana. Lehdistö osaltaan on aina toiminut esimerkkinä vapaan tiedonvälityksen merkityksestä poliittisessa keskustelussa ja antanut mahdollisuuden kaikille osallistua yhteiskuntaa muokkaavaan pohdintaan. Montesquieun aikakautena lehdistön rooli oli mielestäni toimia uuden ajatusmaailman levittäjänä ja nostaa poliittiseen keskusteluun yhteiskunnassa vallitsevia epäkohtia mahdollisuuksien mukaan.

2.3. Tiedonvälityksen roolin muutos

Toisin kuin Montesquieun aikana, nykypäivänä länsimaiset yhteiskunnat ovat periaatteessa rakentuneet demokratian ja vahvojen kansalaisoikeuksien varaan, jotka ovat lainsäädännössä vahvistetut ja joiden toteutumista valvotaan. Yhteistä on, että sivistysvaltio nojaa edelleen antiikin aateperintöön ja kuohuvien vuosisatojen jälkeen demokraattisen yhteiskunnan kulmakiviä ovat esimerkiksi sananvapaus, yleinen ja yhtäläinen äänioikeus sekä uskonnonvapaus. Tänään kansalaisten perusoikeudet ovat länsimaissa pääosin turvatut ja hyvin hoidetut, mikä on luonnollisesti hyvä asia, mutta on samalla myös mielestäni johtanut siihen, että aikaisemmin näiden perusasioiden saama huomio ja niiden puolesta syntynyt taistelu on muuttunut itsestäänselvyudeksi. Montesquieun aikakaudella kansalaisoikeuksien käsite vasta haki sisältöään, mutta tämän sisällön löydyttyä ja vahvistuttua, on mielestäni siirrytty aikakauteen, jossa tiedonvälityksen monimuotoisuus antaa hyvän lähtökohdan myös tälle tutkimukselle tarkkailla tiedonvälityksen onnistumista perustehtävässään.

Montesquieun vallan kolmijako-oppi asetti mielestäni tiedonvälitykselle sen kaksiulotteisen perustehtävän, joka on säilynyt aina tähän päivään saakka. Tämän tehtävän osalta on tapahtunut mielestäni kuitenkin myös muutoksia. Tämän tutkimuksen kannalta oleellisimpina tiedonvälityksen roolin muutoksina näen kolme asiaa. Ensimmäinen erittäin keskeinen muutos on tiedonvälityksen omistuksen keskittyminen, joka on vaikuttanut laajasti nykypäivän tiedotusmalliin. Toinen muutos on mielestäni asiaohjelmien kuten perinteisten vaaliväittelyiden viihteellistyminen. Kolmas tekijä on erityisesti näissä vaaleissa mielestäni korostunut mielipidetutkimusten keskeinen rooli vaalien

tiedonvälityksessä. Seuraavaksi tarkastelen näitä kolmea muutosta tarkemmin ja aloitan median omistuksesta.

2.3.1. Median omistuksen muutos

Monella nykyisellä lehdellä on kunniakas historia, mutta lehden idea on muuttunut vuosien saatossa. Nykyisillä markkinoilla ovat säilyneet parhaiten ne lehdet, joita lukee mahdollisimman suuri joukko ihmisiä, mikä on näkynyt sisällöissä ammatillistumisena ja aatteellisen profiilin madaltumisena. Tämä kehitys on alkanut jo vuosikymmeniä sitten ja sanomalehtien lukumäärä olikin suurimmillaan jo ennen toista maailmansotaa. Lehdet ovat vähitellen häivyttäneet aatteellisia lähtökohtiaan tai muokanneet ne sellaisiksi, että ne koskevat koko lehden levikkialuetta. Mediatalojen kasvaessa myös niiden omistus on ammatillistunut ja näin ollen lehden tuoma taloudellinen voitto on yhä tärkeämpi perusteen ylläpidolle ja sijoitetulle pääomalle saatu tuotto on tullut yhä merkittävämmäksi asiaksi. 1980-luvulta lähtien lehtiä on johdettu yhä enemmän asiakaspalvelun näkökulmasta ja lehteä ajatellaan markkinoitavana merkkituotteena. Perinteisesti journalistit ovat toimineet oman vahvan journalistisen kulttuurin suojissa, johon ei ole kuulunut lehden hallinnon tai talouden pohtiminen. Asiakaslähtöinen journalismi luo paineita journalistin työlle ja ohjaa kirjoittamista suuntaan, joka ei aina ole kiinnostava tekstin kirjoittajalle itselleenään (Kantola & Mörä 1998, 23-25, 31).

Tutkija Juha Herkman kirjoittaa (<http://www2.edu.fi/medianmaailma/mediatalous/herkman.html>, 10.4.2007) omistuksen keskittymisestä ja median sisällöstä mielenkiintoisella tavalla seuraavaa: ”Median omistus on viimeksi kuluneen sadan vuoden ajan keskittynyt jatkuvasti suurempien ja harvalukuisempien yhtiöiden alaisuuteen. 2000-luvun alussa globaalia kaupallista joukkoviestintää hallitsivat mediaan käytetyn liikevaihdon mukaisessa järjestyksessä yhdysvaltalaiset Time Warner ja Viacom, ranskalainen Vivendi Universal, yhdysvaltalainen The Walt Disney Company, saksalainen Bertelsmann, australialainen News Corporation ja japanilainen Sony. Yritysten kokonaisliikevaihto koostuu usein myös muista kuin mediaan liittyvistä tuloista. Esimerkiksi Sony on tunnettu erityisesti kodin viihde-elektroniikan laitevalmistajana. Suomessa kaupallista mediatoimintaa on vuosina 1997-1999 tehtyjen yritysjärjestelyjen jälkeen hallinnut kaksi konsernia: SanomaWSOY ja Alma Media.”

”SanomaWSOY:n perusrungon muodostavat sanomalehtiä (mm. Helsingin Sanomat, Ilta-Sanomat ja Taloussanomat) julkaiseva Sanoma Oy ja kirjakustantamo WSOY. Konserniin kuuluu myös sähköiseen viestintään keskittynyt Swelcom Oy, jossa toimivat muun muassa tv-kanava Nelonen, Welho ja verkkopalveluja. Aikakauslehdistä vastaa Sanoma Magazines, jonka alaisuuteen kuuluva Helsinki Media julkaisee esimerkiksi Aku Ankkaa. Konserni omistaa myös lehtiä muualla Euroopassa, esimerkiksi Hollannissa. Lisäksi konserniin kuuluu Rautakirja Oy, joka R-kioskien lisäksi hallinnoi muun muassa Finnkinon elokuvalevitystä. SanomaWSOY on Pohjoismaiden suurin yksityisessä omistuksessa oleva mediakonserni. Alma Median perustoiminnan muodostavat sanomalehdet (mm. Aamulehti, Iltalehti, Lapin Kansa, Satakunnan Kansa), Kauppalehti-ryhmä (taloudellisen informaation tuottamiseen erikoistunut palvelu) sekä verkkopalvelut (mm. autotalli.com, etuovi.com, monster.fi). Kevääseen 2005 asti Alma Mediaan kuului myös Broadcasting-osasto, jonka kivijalka oli MTV3-kanava. Lisäksi siihen kuuluivat Subtv ja Radio Nova. Ruotsalainen Bonnier osti Alma Median Broadcasting-osaston (<http://www2.edu.fi/medianmaailma/mediatalous/herkman.html>, 10.4.2007).”

Suomessa omistuksen keskittyminen on mielestäni hyvin helposti havaittavissa. Oikeastaan olisi kummallisempaa, että omistus ei olisi keskittynyttä, sillä myös mediatalojen toimintaa ohjaa nykyään vahvasti taloudellisen kannattavuuden vaatimus (ks. liite 1 ja 2). Omistuksen keskittyminen on luonnollista nyky maailmassa, jota leimaa globalisaatio ja omistuksen kansainvälistyminen. Sinänsä omistuksen keskittyminen Suomessa on luonut kaksi tasavahvaa toimijaa, joilla on toisiaan vastaan kilpaileva tarjonta, mikä näin periaatteessa asettaa vaatimuksen riittävän hyvästä tiedonvälityksestä, jotta kuluttaja saadaan kiinnostumaan nimenomaan omista tiedotusväilyksentuotteista. Toisaalta herää mielestäni kysymys siitä, että onko kaksi Suomen mittakaavassa merkittävän suurta toimijaa riittävästi turvaamaan tiedonvälityksen laatu ja puolueettomuus? Edellisessä kappaleessa on mainittu sekä Alma Median että SanomaWSOY:n omistuksia, jotka ensi silmäyksellä hallitsevat laajalla rintamalla kaikkea tiedonvälitystä aikakauslehdistä television.

Ottaen huomioon sen tosiasian, että suomalaista tiedotusvälinemaailmaa hallitsee kaksi kaupallisesti toimivaa mediataloa, on mielestäni syytä pohtia miten tämä vaikuttaa tiedonvälityksen kriittisyyteen. Artikkelissaan (<http://www2.edu.fi/medianmaailma/mediatalous/herkman.html>, 10.4.2007) tutkija Juha

Herkman nostaa esille kysymyksen kritiikin roolista seuraavasti: ”Lehtien televisio- ja kulttuurisivuilla julkaistuissa kritiikeissä ei toistaiseksi ole suosittu oman konsernin tuotteita. Etenkin iltapäivälehdissä julkaistaan kuitenkin jatkuvasti enemmän muuta televisio- ja kulttuuriaiheista materiaalia kuin kritiikkejä. Tällaiset pikku-uutiset, puffit, juorut ja oheisjutut tapaavat tuottaa myönteistä julkisuutta nimenomaan oman konsernin tuotteille, vaikka niissä toki käsitellään muitakin mediaan liittyviä ilmiöitä. Myös mediataloutta koskevissa uutisissa oma konserni tuodaan poikkeuksetta myönteisessä valossa esiin. Esimerkiksi vuosina 2001-2002 julkaistuissa lehtien lukijamääriä ja levikkiä koskevissa uutisissa Aamulehti ja Helsingin Sanomat erosivat selvästi toisistaan. Mikäli määrät olivat oman konsernin lehden kannalta huonoja, tulos pyrittiin selittämään tai sitä vähäteltiin ulkoisilla muuttujilla. Molemmat lehdet nostivat jutuissaan näkyvästi esille oman konsernin menestyneet lehdet. Toistaiseksi Suomessa ei ole vielä nähty veristä konsernien välistä kilpailua tai voimakasta kotiin päin vetoa. Vahva Yleisradio tasoittaa omistuksen keskittymisen vaikutusta etenkin sähköisessä viestinnässä. Koska median tarjonta, sisällölliset painotukset ja mainonta suuntaavat osaltaan mediakulutusta, kuluttajalla on hyvä olla tietoa median sisältöihin liittyvistä taloudellisista tekijöistä. Omistus on yksi tällainen tekijä, vaikka sen vaikutukset median sisältöihin ovat usein epäsuoria.”

Omistukseltaan poikkeava Suomessa toimiva tiedonvälittäjä on mielestäni lupamaksurahoitteinen Yleisradio. Keskustelua YLE:n tarpeellisuudesta käydään mielestäni aina aika ajoin, mutta ainakin toistaiseksi YLE on perustellusti onnistunut pitämään paikkansa suomalaisessa mediakentässä. Toisaalta tiedonvälitys kuuluu myös yhteiskunnan agendalla strategisesti tärkeisiin ja turvattaviin toimintoihin, joten tätä lähtökohtaa vasten YLE:n asema on edelleen mielestäni perusteltu. Kaupallisen lainalaisuuden puuttuminen mahdollistaa ainakin periaatteessa riippumattoman ja vapaan tiedonvälityksen sekä antaa mahdollisuuden myös taloudellisesti vähemmän palkitsevien näkökulmien esiin nostamiseen ja valtavirrasta poikkeavaan tiedottamiseen. Tästä esimerkkinä nostan myöhemmin tässä tutkimuksessa esille YLE:n vaalien aikana välittämän ehdokaskuvat ja televisioidut Juho-Pekka Rantalalan tekemät vaalihaastattelut.

2.3.2. Viihteellisyyden lisääntyminen tiedonvälityksessä

Vaali tarjoaa leipää ja sirkushuveja kansalle ja medialle, koska politiikka on henkilöitynyt ja ihmisiä kiinnostavat henkilöt edesottamuksineen. Puolueet pyrkivät käyttämään tilaisuutta hyväkseen tehdäkseen itseään ja tavoitteitaan tunnetuksi (KS 12.12.2005, 4). Puolueissa haluttiin ottaa vaalit vakavasti ja saada mukaan mahdollisimman painavat ehdokkaat, johon varmasti vaikutti vaalien tarjoaman runsas julkisuus televisiossa ja muissa viestimissä sekä se, että presidentinvaalit ovat kansalaisten mielestä kaikkein kiinnostavimmat vaalit (HS 21.1.2006, A2). Ehdokasasetteluun vaikuttaa mielestäni voitonmahdollisuuksien sijasta myös muut tekijät ja erityisesti presidentinvaalien tarjoama mahdollisuus julkiseen keskusteluun antaa monelle ennakkoon heikommalle ehdokkaalle ja heidän edustamilleen puolueille mahdollisuuden tulla kuulluksi.

Erkki Pennanen (HS 19.1.2006, A2) kirjoitti kolumnissaan, että hänen mielestään ensimmäisellä kierroksella on ehdokkaita liian monta jos kaikille halutaan antaa viestimissä edes suurin piirtein tasapuolinen kohtelu. Ensimmäisestä kierroksesta tulee seitsemän tai kahdeksan eritasoisen ehdokkaan viihteellispitoinen alkukarsinta ja vaalikeskustelu muodostuu hajanaiseksi. ”Ehdokkaat ja heidän takana olevat puolueet saavat televisiossa, radiossa ja lehdissä runsaasti ilmaista huomiota. Vaikka marginaaliehtokkaita ei kohdella täysin tasapuolisesti keskeisten ehdokkaiden kanssa, kaikki ehdokkaat pääsevät näkyvästi mukaan viestimissä erilaisiin vaalitentteihin ja haastatteluihin. Siksi presidentinvaalit ovat erinomainen tilaisuus hankkia poliittista julkisuutta myös eduskuntavaaleja ajatellen.” Toisaalta tämä herättää mielestäni kysymyksen siitä, kuinka tosissaan kaikki ehdokkaat ovat presidentinvaalien suhteen jos jo lähtökohta on se, että kaikki eivät saa tasapuolista kohtelua ja tämä hyväksytään, koska kaikille on selvää, että vaaleissa on vain muutama todella varteenotettava ehdokas?

Tällä ei varmasti olisi merkitystä, jos kaikki tietävät presidenttipelin hengen ja pelin säännöt. Mielestäni kaikilla vaaliehdokkailla on tärkeä rooli keskustelunherättäjänä ja erityisesti niillä ehdokkailla, joilla ei ennakkoon ole varsinaisia ”menestymispaineita” valituksi tulemisen puolesta on mahdollisuus ottaa suuremmin kantaa esitettyihin kysymyksiin ja asioihin. Kuten näissä vaaleissa kävi esimerkiksi Timo Soinin kohdalla, johon palaan vielä myöhemmin. Demokratiassa laaja ja värikäs poliittinen keskustelu on tärkeää, mutta samalla olisi mielestäni tärkeää kiinnittää huomiota myös keskustelun tiedolliseen sisältöön ja yhteiskunnalliseen antiin. Näissä vaaleissa oli Erkki Pennanen

mielestä liian monta ehdokasta ja todellisen vaalikeskustelun sijasta keskitytään vaaliteissa erilaisiin viihdearvoihin.

Kansalaisten kiinnostusta vaaleihin mitattiin esimerkiksi erilaisten vaaliohjelmien katsojaluvuilla. Huolimatta siitä, että jokaisella kanavalla oli tarjota oma vaaliväittelynsä, tuskin kenellekään tuli yllätyksenä se, että viihdeohjelma vei voiton kaikista ohjelmista, joissa ehdokkaat esiintyivät. Keski-suomalainen (28.1.2006, 13) uutisoi, että tammikuun ajan katsojien kiinnostus vaaleihin oli pysynyt tasaisen korkeana vaihdellen 800 000:n ja miljoonan katsojan välillä. Tenteissään MTV3:lla oli ollut parempi menestys kuin muilla, mutta selvästi suurimman yleisön ehdokkaat saivat Ylen Uutisvuodossa, jota seurasi yli 1,4 miljoonaa ihmistä. Helsingin Sanomien (14.11.2005, A8) uutisoiman tutkimuksen mukaan suosituimpia presidentinvaaleissa ovat television vaaliväittelyt ja vasta sitten uutis- ja ajankohtaisohjelmat sekä sanomalehdet. Saman tutkimuksen mukaan televisioviihteen merkitys on vaaleissa arvoitus, mutta presidenttiehdokkaista on saatu eroja esiin sekä Tuttu jutussa (1994) että Uutisvuodossa (2000), vaikka muissa vaaleissa viihdeohjelmien merkitys on ollut vähäinen. Helsingin Sanomat (20.1.2006, A5) uutisoi, että kuusi vuotta sitten Halosen ja Esko Ahon tähdittämä Uutisvuoto keräsi ennätysyleisön melkein 1,2 miljoonaa katsojaa ja joidenkin tutkijoiden mielestä viihdeohjelmat jopa ratkaisivat vaalit.

Huolimatta siitä, että ehdokkaat järjestävät vaalitapahtumiaan viime hetkeen asti, ratkaisu tapahtuu pääasiassa tv:n ja radion vaaliohjelmissa, sillä jo vaalien ensimmäisenkin kierroksen tuloksen katsottiin riippuneen suuresti ehdokkaiden onnistumisesta viimeisten päivien tv-esiintymisissä (KS 23.1.2006, 10). Televisio on voimakas väline ja vaaliohjelmien toteutus vaativa journalismin laji. Onnistuneisiin toteutuksiin tarvitaan ideoita, sopivia persoonia ja uskaliaisuutta. Arvosteleminen on helppoa, mutta mikäli televisio ei onnistu uusiutumaan se on osaltaan kuihduttamassa ihmisten intoa vaaleihin (KS 30.12.2005, 4). Erityisesti televisioesiintymisissä ulkoinen olemus ja tyyli joutuvat puntariin. Koska suomalaista politiikkaa tehdään paljon joukkoviestimien kautta, puoluejohtajat pyrkivät usein tekemään tärkeitä avauksia televisiolähetysissä eivätkä esimerkiksi eduskunnassa (KS 28.8.2006, 8). Vaaleissa kaksinkamppailu luo tilanteen, jossa toinen kierros on erittäin tasainen. Valituksi tulee se, jonka kampanja pystyy osoittamaan ulospäin myönteisempää virettä, jaksamista ja hyvää ilmapiiriä (KS 20.1.2006, 12). Politiikassa menestymiseen vaaditaan karismaa, lumovoimaa ja sitä tarvitaan etenkin

vaaleissa, joissa pitää pystyä puhuttelemaan tuntemattomia ihmisiä. Ehdokas sitten miellyttää tai ei miellytä, mutta valintaa ei tarvitse perustella (HS 19.11.2005, A2).

Tutkija Juha Herkman ottaa kantaa myös juttujen viihteellistymiseen ja samankaltaistumiseen seuraavasti: ”Viihteellistyminen ei koske kuitenkaan vain lehtijuttujen määriä tai tv-ohjelmistojen rakenteita vaan myös yksittäisten juttujen ja ohjelmien sisältöjä. Asiapitoisessa materiaalissa suositaan yhä useammin viihteellisiä esittämisen keinoja. Vaikka esimerkiksi tv-kanavien kokonaisprofiilit eroavat merkittävästi toisistaan, niiden prime time -ohjelmistot draamasarjoineen, uutisineen ja visailuohjelmineen muistuttavat toisiaan. Lisäksi omistuksen keskittyminen on saanut aikaan muutoksia median työorganisaatioissa, joiden toimintaa on myös keskitetty. Omistuksen keskittyminen on liittänyt maakuntien ja kaupunkien päivälehtiä yhteen, minkä takia ne julkaisevat samaa materiaalia. Tällainen toimintojen keskittäminen samanlaistaa väistämättä median kokonaistarjontaa. Kiteytyksenä voi todeta, että median tarjonta on nykyään hyvin monipuolista, mutta median näkyvin valtavirta on alkanut viihteellistyä ja samanlaistua. Omistuksen keskittyminen näkyy konkreettisimmin, kun konsernin eri mediat tekevät yhteistyötä sekä tuotannossa että markkinoinnissa. Varhaisimpia suomalaisia esimerkkejä medioidenvälisestä yhteistuotannosta oli MTV3-kanavan ja Iltalehden tuottama Jyrki. Jyrki oli musiikkivideoihin erikoistunut nuortenohjelma MTV3-kanavalla, mutta samaa materiaalia käytettiin myös Iltalehden nuorille suunnatulla Jyrki-palstalla. Jyrkiä markkinoitiin näkyvästi sekä televisiossa että lehdessä. Sittemmin tällainen ristiin markkinointi on yleistynyt. Esimerkiksi Nelosen uutuussarjoja puffataan säännöllisesti saman konsernin iltapäivälehdessä (<http://www2.edu.fi/medianmaailma/mediatalous/herkman.html>, 10.4.2007).”

2.3.3. Mielipidemittausten yleistyminen

Yksi huomionarvoinen asia vaaleissa oli myös se, että media eri muodoissaan tarjoaa erilaisia apuvälineitä oman ehdokkaan löytämiseksi. Epäilemättä esimerkiksi erilaiset vaalikoneet, joita on mahdollista käyttää apuna ehdokkaan löytämiseen saattavat edesauttaa äänestysaktiivisuutta, koska äänestäjillä on laajemmat mahdollisuudet saada tietää ehdokkaiden mielipiteistä erilaisiin asioihin. Toisaalta esimerkiksi vaalikoneisiin kerätyt mielipiteet ja mahdollisuus testata omia näkemyksiä ehdokkaiden näkemyksiin voi osaltaan olla myös harhaanjohtavaa, sillä valitettavasti on osittain ajateltava myös niin, että

ehdokkaiden antamat vastaukset on suunnattu tietylle yleisölle tietyin rajoituksin niin, että välttämättä suoraan puolesta tai vastaan mielipidettä on mahdoton löytää. Toisaalta erilaisten vaihtoehtojen yleistyminen ja käyttöasteen laajeneminen luo uudenlaisia mahdollisuuksia vaikuttaa ja tulla vaikutetuksi. Esimerkiksi internet on mielestäni alusta asti ollut areena, jolle useimmilla meistä on vapaa pääsy ja nimenomaan mahdollisuus osallistua ja seurata paikasta tai ajasta riippumatta on ymmärrettävä myös nyky-yhteiskunnan vahvuudeksi ja mahdollisuudeksi.

Vaaleissa keskustelua herätti erilaisten mielipidemittausten rooli ja keskustelun polttopisteessä oli etenkin kysymys siitä, tulisiko mielipidekyselyjen ajankohdat julkistaa. Mielipidemittaukset ovat vahvasti nykypäivää ja niiden merkitystä suunnanantajina arvaillaan toistuvasti. Varsinkaan poliittisen tarkoituksiperän vuoksi tiedotusvälineiden edun mukaista ei ole salata tilaamiensa mielipidemittausten tuloksia. Jos kyselyjen ajankohdat olisivat tiedossa, kampanjaponnistuksia lisättäisiin kyselyjen aikana ja näin tieto kyselyistä vaikuttaisi kampanjoihin (HS 19.1.2006, A2). Koko vaalikampanjoiden ajan uutisoitiin useita erilaisia mielipidemittauksia, jotka olivat osa esimerkiksi lehdistön presidentinvaaliuutisointia. Mielipidemittausten tarkoitus voi osaltaan olla tiedon antaminen kansalaisille ja ehdolla oleville ehdokkaille vaalien ajankohtaisesta tilanteesta ja esimerkiksi erilaisten gallupien tarkoitus on antaa tietoa miten ja kuinka suuri osa kansalaisista äänestää kussakin vaalissa. Mielipidemittausten käänköpuoli on mielestäni kuitenkin se, että tiedon saaminen voi osaltaan vaikuttaa esimerkiksi äänestyspäätöksiin. Kannastaan epävarma äänestäjä saattaa turvautua yleisen mielipiteen johdattelemana johtavaan ehdokkaaseen tai vastaavasti jättää äänestämättä ajatellessaan, että oman ehdokkaan valinta on jo selvinnyt.

Mielipidemittausten rooli on mielestäni mielenkiintoinen, koska lähtökohtaisesti niiden voi ajatella olevan informaation lähde esimerkiksi ehdokkaille kansalaisten tärkeiksi kokemista asioista, mutta samalla ne saattavat myös ohjata ehdokkaiden käytöstä. Mielipidemittaukset ovat nykypäivänä yksi keino mitata ihmisten mielipiteitä tiivistetysti ja helposti esitettävässä muodossa. Demokratiassa on tärkeää, että kansalaisilla on mahdollisuus saada äänensä kuuluviin ja kokea, että valitut edustajat keskittyvät sellaisiin asioihin, jotka koskettavat äänestäjiä. Samalla on mielestäni kuitenkin keskeistä pohtia miksi mielipidetiedusteluja tehdään, eikö lopullinen mielipide selviä viimeistään äänestettäessä? Näissä vaaleissa keskusteltiin siis mielipidekyselyjen roolista erityisesti siitä näkökulmasta,

että tulisiko mielipidemittausten ajankohdat julistaa. Edellisessä kappaleessa todettiin, että tällä olisi vaikutusta kampanjoihin.



Kuva 1. ”Gallup”. (HS 4.12.2005, A2)



Kuva 2. ”Vaalitunnelmia”. (HS 29.1.2006, A2)

Esimerkiksi kampanjoinnissa, imagonrakennuksessa ja mielipidemittauksissa on nykypäivänä mielestäni korostunut tarve kontrolloida kaikkea ympärillä tapahtuvaa kuten esimerkiksi ehdokkaan käytöstä sekä esiintymistä. Kaikki luonnollinen vivahde pyritään poistamaan, jotta virheen mahdollisuudet on mahdollista minimoida ja esiintymisen onnistuminen on mahdollista mitata selkeinä numeroina. Nykyään vaalikampanjoista on tullut kuin tehokkaan liikeyrityksen uuden tuotteen lanseerausprojekti, jossa kohderyhmä ja markkinointistrategia on tarkkaan harkittu ja koko markkinointiosasto työskentelee tehokkaasti brändin rakentamisen puolesta kuin hyvin öljytty koneisto. Mielestäni on hyvin kuvaavaa todeta, että kaikki rakennetaan tukemaan ehdokkaan välittämää sanomaa äänestäjille.

Periaatteessa tiedonvälityksellä on edelleen samat tavoitteet kuin Montesquieun aikakaudella, mutta esimerkiksi tiedotusvälineiden omistuksen muutos eli tässä tapauksessa omistuksen keskittyminen on mielestäni johtanut siihen, että tiedonvälityksen rooli on keskeisesti muuttunut. Tiedonvälityksen perinteinen rooli vallan vahtikoirona on mielestäni osittain murtunut, koska tiedonvälitykselle on asetettu nyky-yhteiskunnassa muita tehtäviä kuin pelkkä tiedonvälitys. Taloudellisten tekijöiden lisäksi perinteinen journalismi on kokenut muutoksen, joka vaikuttaa nykyiseen tiedonvälitykseen. Seuraavaksi pyrin määrittelemään tiedonvälityksen tehtävät ja nostamaan esille näkökulmia näissä tehtävissä tapahtuneisiin muutoksiin.

3. TIEDONVÄLITYKSEN TEHTÄVÄT

Tässä tutkimuksessa medialla on Montesquieun vallan kolmijako-opin rinnalle syntyneet kaksi päätehtävää, joista toinen on toimia puolueettomana tiedonvälittäjänä yhteiskunnassa ja toinen on toimia ns. vallan vahtikoirana eli valvoa yhteiskunnallista päätöksentekoa. Seuraavassa pyrin avaamaan näkökulmia näihin kahteen tehtävään nostamalla esiin erilaisia näkökulmia nykyaikaisen tiedonvälityksen lainalaisuuksiin ja merkitykseen yhteiskunnassa. Viitaten edelliseen kappaleeseen, mielestäni tiedonvälityksen rooli nyky-yhteiskunnassa on kokenut muutoksen, jonka yksi suuri syy on tiedonvälityksen omistuksen keskittyminen. Tämä on seikka, jonka olen pyrkinyt huomioimaan erityisesti tarkastellessani myöhemmin tässä työssä tutkimukseni kohteena olevaa aineistoa. Aluksi pyrin kuitenkin kuvaamaan miksi tiedonvälityksen rooli on edelleen keskeinen yhteiskunnassa.

Journalistisesta todellisuudesta on tullut merkittävä tiedollisen todellisuuden rakentaja ja median vaikutuspiirissä ololla on huomattavia yhteiskunnallisia seurauksia. Median hallitsema todellisuus on ottanut osansa tai ainakin kilpailee tasaväkisesti esimerkiksi aatteiden, ystäväpiirin, perheen tai koulun kanssa ihmisten tiedollisen ja asenteellisen maailmankuvan muodostuksessa, koska vain tiedotusvälineillä on jokapäiväinen ja reaaliaikainen ote ihmisiin. Suomessa joukkoviestimet tavoittavat keskimäärin 98 prosenttia aikuisista joka päivä (Uimonen & Ikävalko 1996, 14-15). Tämän vuoksi olisi mielestäni myös ensiarvoisen tärkeää, että ihmisille tarjottava journalistinen todellisuus olisi totuudenmukainen todellisuus. Totuudenmukaisen toimitetun todellisuuden arviointi on luonnollisesti vaikeaa ja erityisesti aikaa vievää, ellei ole perehtynyt asioihin perusteellisesti. Tavallisen kansalaisen tai kuluttajan tulee todennäköisesti harvemmin taustoitettua kaikkea näkemäänsä, kuulemaansa ja lukemaansa, koska usein lähtökohtana on luottamus tiedon oikeellisuuteen.

Nykyään median tärkein tehtävä on tehdä läpinäkymätön vallankäyttö läpinäkyväksi ja antaa kansalaisille mahdollisuus arvioida itse tehtyjen ratkaisujen oikeutus ja perusteltavuus. Vallankäytön epäily on tiedotusvälineiden keskeinen tehtävä ja tätä tehtävää media suorittaa useimmiten epäilyn ja kyseenalaistamisen mekanismeilla. Tarpeellinen toimittajan työn lähtökohta on epäilevä ja kyseenalaistava suhtautuminen vallankäyttöön ja vallankäyttäjiin, vaikka se kohteena olevista tuntuu usein kohtuuttomalta.

Vallankäyttö on tehtävä läpinäkyväksi, koska mahdollisuus vaikuttaa ratkaisevasti toisten ihmisten elämään, on niin merkittävä asia, että todistustaakka on perusteltua osoittaa niille, jotka käyttävät valtaa toisten yli (<http://journalismi.uta.fi/index.php?page=artikkelit&type=artikkelit&id=43>, 9.4.2006).

Alkuperäisen vallan kolmijako-opin rinnalle on noussut ajatus neljänestä valtiomahdista, johon yleisesti viitataan puhuttaessa median vallasta ja vaikutusvallasta. Perinteisesti on ajateltu, että lehdistö on neljäs valtiomahti yhdessä lainsäädäntö-, toimeenpano- ja tuomiovallan kanssa. Nyky-yhteiskunnassa eri vallankäyttäjiä ei pystytä asettamaan selkeään järjestykseen, koska on monia vallankäyttäjiä ja ne vaikuttavat ja osin sekoittuvat toisiinsa. Median valta on ennen kaikkea mielipidevaltaa, asenneilmastovaltaa, huomiovaltaa. Vallankäyttöä on se, mihin ja miten media kiinnittää huomionsa ja mistä se vie huomion pois, koska näin sanellaan yhteiskunnallisen keskustelun asialistaa ja annetaan asioille painoarvoja. Huomiovaltaa käytetään osin tietoisesti, mutta osin se toteutuu pyrkimättäkin journalistisen työn osana. Vallankäyttö on lisääntynyt medioiden määrän ja mediakulutuksen lisääntymisen myötä, koska medioiden keskinäinen kilpailu on voimistunut. Medioiden laadullinen kirjavuus on kasvanut, mikä tarkoittaa, että myös laadullisesti kyseenalainen tai epäkelpo journalismi on lisääntynyt. Huolimatta medioiden lisääntymisestä koko mediakenttä on vetäytynyt kohti keskustaa ja samalla puristunut sisällöllisesti yhdenmukaiseksi (<http://journalismi.uta.fi/index.php?page=artikkelit&type=artikkelit&id=43>, 9.4.2006).

Median valta ja vaikutusvalta eli miten media pystyy vaikuttamaan ihmisten ajatuksiin, valintoihin ja päätöksiin on ehkä eniten keskusteltu mediatutkimuksen teema. Mediaa kutsutaan neljänneksi valtiomahdiksi, koska se valvoo yhteiskunnallista päätöksentekoa ja poliittista toimintaa ja toimii näin poliitikkojen vastuullisuuden sekä tilivelvollisuuden turvaajana yleisölle. Median valta on kuitenkin välillistä suhteessa demokraattisesti valittujen elinten käyttämään valtaan (Juholin & Kuutti 2003, 40). ”Ulkoapäin katsottuna median vallan voi havaita siinä, mitä se valitsee julkaistavaksi eli mistä media puhuu ja mistä se vaikenee. Yleisö ei yleensä kritisoi sitä, että jokin asia ei yllä julkisuuteen, koska se ei voi tietää, mitä kaikkea on jäänyt sen ulkopuolelle (Juholin & Kuutti 2003, 44).”

3.1. Sananvapaus - median toiminnan lähtökohta

Sananvapaus on keskeisin journalistisen toiminnan periaatteisiin vaikuttava lainkohta, joka on määritelty jokaisen oikeudeksi. Sananvapaus koskee tietojen ja muiden viestien välittämistä ja vastaanottamista, eikä viestejä ole oikeutta etukäteen sensuroida, mutta niillä kuitenkin on jälkivalvonta. Yksityiselämän suoja on sananvapauden ohella turvattu perustuslaissa. Joukkoviestinnässä viestien lähettämisen voi estää ennakolta vain välineen päätoimittaja ja koskien vain omaa välinettä, mutta poikkeuksellinen ennakkosensuuri on sisällytetty sananvapaus-pykälään, joka nähdään tarpeelliseksi kasvatuksellisista ja kehityksellisistä syistä. Julkisuuslaissa on myös periaate viranomaisten hallussa olevien asiakirjojen pääsääntöisestä julkisuudesta ja asiakirjat ovat vain poikkeustapauksissa salaisia tiettyjen yleisten ja yksityisten etujen turvaamiseksi. Sananvapauden käyttö on juridisesta näkökulmasta ennen kaikkea periaatteellinen mahdollisuus (Juholin & Kuutti 2003, 29-30).

Median sisällä tutkiva journalismi on ristiriitainen ilmiö, vaikka sitä pidetään yleisesti tavoiteltavana toimintamallina, niin käytännössä toimitukset eivät tutki asioita kovin syvällisesti, sillä kiinnostus on pikemminkin periaatteellista. Amerikkalaisen tutkivan journalismin perinteen mukaan toimitusten tekemille tutkimuksille on keskeistä tutkittavien asioiden yhteiskunnallinen merkitys ja niiden arkaluonteisuus (Juholin & Kuutti 2003, 176). Mielestäni on mahdollista, että myös journalistin työtä leimaa nykyään esimerkiksi aikataulujen mahdottomuus ja ainainen kiire sen sijaan, että olisi mahdollisuus perehtyä ja paneutua julkaistavaan asiaan kunnolla. Toisaalta median käyttäjät ja ostajat eivät vaadi riittävän laadukasta journalismia, koska nykyinen toimituksen taso on taloudellisesti kannattavaa. Panostus tutkivaan journalismiin todennäköisesti kasvaisi jos sille syntyisi riittävästi kysyntää.

Journalismi on yksi yhteiskunnan viimeisiä ammatteja, jossa periaatteena on ajatella ja kirjoittaa vapaasti, vaikka käytännössä vapaus on monin tavoin rajattua. Journalismiin kohdistuu monenlaisia paineita, joista yksi keskustelluimpia on kaupallisuus ja television vaikutus. Nykyään yhä tärkeämmäksi on tullut toimittajan persoona, miltä hän näyttää ja vaikuttaa klassisen journalistisen työn arvostuksen sijaan, jossa keskeistä on se miten yksittäinen toimittaja pystyy hankkimaan tietoa, mitä muilla ei ole tai esittämään tuoreen

näkökulman. Journalismi on muospaineiden kourissa, jonka takana ovat toisaalta markkinavetoisuuden korostuminen journalismissa ja toisaalta organisaatioiden muutos (Kantola & Mörä 1998, 21-22). Muospaineet ja suosion tavoittelu ovat mielestäni osaltaan johtaneet siihen, että monet mediatilat ovat tinkineet journalismin laadusta ja pyrkivät tuottamaan määrällisesti riittävää aineistoa tinkimällä toimituksellisista periaatteista.

Nykyisin länsimaissa journalistit noudattavat yhtenäistä ammattinormistoa sekä pitävät velvollisuutenaan ja oikeutenaan toimia vallan vahtikoirina, jossa keskeinen sija on moraalilla, hyvällä ja pahalla sekä oikeudenmukaisuudella. Suomen lisäksi myös monissa muissa maissa on kuitenkin käyty keskustelua siitä, kuinka syvälle yksityisyyden alueelle journalistit voivat tunkeutua (Uimonen & Ikävalko 1996, 43). Sananvapaus ja oikeus yksityisyyteen muodostavat mielestäni vaikean yhtälön siitä huolimatta, että ne molemmat ovat länsimaisen demokratian kulmakiviä. Rajanveto sananvapauden ja yksityisyyden piiriin kuuluvista asioista on kuin veteen piirretty viiva, joka mielestäni johtaa osaltaan jatkuvaan tasapainotteluun julkaistaviin ja julkaisemattomiin kuuluvien asioiden välillä.

Median ja ehdokkaiden välinen suhde perustuu mielestäni paljolti molemminpuoliseen riippuvuuteen ja toimivaan yhteispeliin. Mielestäni on vaikea määritellä pelisääntöjä sille, missä määrin henkilöiden yksityiselämän piiriin kuuluvia asioita tulee ruotia julkisuudessa, mutta ehdokkaan kannalta on varmasti myös vaikea arvioida kuinka paljon hänen tulisi antaa persoonansa näkyä julkisuudessa. On tärkeää huomata, että molemmilla toimijoilla on vaikutusvaltaa ja lisäksi: ”Persoonan valta on kasvanut, ja niinpä media on ruvennut vallan vahtikoiran roolissaan entistä tarmokkaammin keskittymään persoonien yksityiselämään. Mediasta on tullut ”ämmiä”, konventionaalisen moraalien vartijoita (Ollila 2005, 274).”

3.2. Uutisvalinta ja huomionalta – vaikuttamisen keinot

Seikat, jotka vaikuttavat asian tai tapahtuman pääsyyn osaksi mediatarjontaa sanotaan uutiskynnykseksi ja se vaihtelee välineittäin ja ajankohdasta riippuen. Mitä useampia seuraavista tekijöistä organisaation sanomaan voidaan liittää, sen todennäköisempää on sanoman pääseminen median tarjontaan. Tiedotusvälineeseen liittyviä tekijöitä ovat

viestimen koko ja resurssit, sijainti, julkaisupolitiikka ja erityisintressit, ilmestymistiheys ja kilpailutilanne. Toimituskäytäntöihin liittyviä tekijöitä ovat päivittäisen uutistarjonnan määrä ja laatu, julkaistavaksi mahtuvan aineiston määrä, uutissyklin vaihtumisen läheisyys, uutiskilpailu, aineiston journalistinen valmius, lähteiden suhteet mediaan, median subjektiiviset mieltymykset, rooli asiantuntijamarkkinoilla ja aineiston tuotantotapa. Lisäksi merkittäviä ovat uutiskriteerit eli asian tärkeys, kiinnostavuus ja tarkoituksenmukaisuus (Juholin & Kuutti 2003, 32-34).

Näistä lähtökohdista ajatellen tiedotusvälineet käyttävät merkittävää valtaa valitsemalla uutisoimansa asiat. Uutisvalintaan liittyy myös jonkinlaista sattumanvaraisuutta, koska valintaan vaikuttavat esimerkiksi uutistarjonnan määrä ja median subjektiiviset mieltymykset. Jos kaikki mainitut seikat todella vaikuttavat uutiskynnyksen ylittämiseen, täysin puolueeton tiedonvälitys on mielestäni mahdottomuus ja näin ollen tiedotusvälineet mahdollisesti ohjaavat tiedonvälitystä haluamaansa suuntaan tiedostamattaankin. Tiedotusvälineet ovat osa demokraattista yhteiskuntaa ja niiden tulisi olla puolueettomia ja riippumattomia, koska ne antavat osaltaan kansalaisille mahdollisuuden tehdä esimerkiksi poliittisia valintoja tai arvioida tehtyjä poliittisia ratkaisuja.

Uutisvalinta on kuitenkin keskeinen osa tiedotusvälineiden toimintaa ja näin ne ehkä jopa tahtomattaan ovat valitsemassa poliittisen agendan asioita. Poliittisen toiminnan ja vastuunalaisuuden kannalta uutisoinnin valintaan vaikuttavat tekijät kuten uutiskilpailu tai lähteen suhde mediaan lisäävät mielestäni uutisvalinnan sattumanvaraisuutta ja näin ollen heikentävät puolueettoman tiedonsaannin mahdollisuuksia. Harvemmin tiedotusvälineillä on mahdollisuus kartoittaa esimerkiksi artikkelissa kaikki lukijan kannalta merkittävät tekijät. Tiivistäessä jotain joutuu aina jättämään pois tai jättää sanomatta.

Valinnan tekijät ovat mielestäni keskeisessä roolissa rakentaessaan uutistarjontaa ja pystyvät painottamaan tärkeinä pitämiään asioita. Uutisvalinta aiheuttaa osaltaan suoraan sen, että kansalaiset ovat eriarvoisessa tiedonsaantiasemassa. Jotta tiedonvälitystä olisi mahdollista arvioida, tulee tuntee myös esimerkiksi eri julkaisijoiden julkaisupolitiikka ja subjektiiviset mieltymykset. Huolimatta siitä, että tiedonvälityksen ihanne olisi puolueeton ja rehti uutisointi, valinnan tekijät ovat vain ihmisiä. Toisaalta myös sellaisilla tahoilla, jotka haluaisivat saada aikaa ja näkyvyyttä tiedotusvälineissä, voi olla uutisvalinnan kriteereiden vuoksi hankalaa saada viestinsä julkaistavaksi. Tästä näkökulmasta katsottuna

jälleen ne, joilla on riittävästi resursseja tai tiedotusvälineitä muuten kiinnostava aihe on paremmat mahdollisuudet saada äänensä kuuluviin. Luonnollisesti pienemmissä, paikallisissa tiedotusvälineissä uutiskynnyksen ylittäminen on oletettavasti helpompaa kuin valtakunnallisissa tiedotusvälineissä.

Toisaalta tiedotusvälineiden vaikutusvallan jatkuva kasvu on johtanut siihen, että julkisuudessa esiintyvät mieltävät, miten selviytyä mediayhteiskunnassa ja voiko median voimaa saada puolelleen tai neutraloida (Uimonen & Ikävalko 1996, 50). Tämä on mielestäni mahdollisesti osaltaan edesauttanut ammattimaisempaa suhtautumista julkisuuteen ja median tarjoamien mahdollisuuksien hyödyntämiseen esimerkiksi poliitikon omista lähtökohdista käsin. Erilaisten ammattilaisten palkkaaminen tai mainostoimiston käyttäminen vaalityössä ei ole enää poikkeuksellista. Myös politiikkaan voi suhtautua kuin minkä tahansa muun palvelun tai tuotteen kuluttamiseen. Äänestäminen on osaltaan kuluttamista ja äänestäjät kuluttajia.

Imagonmuokkaajat ja mainostoimistot ovat mielestäni osa sitä prosessia, joka pyrkii mahdollistamaan erilaisten viestien välityksen markkinoivalta taholta loppukuluttajalle. Osaltaan tiedotusvälineet ovat tässä prosessissa vain tiedonvälittäjä, sillä vaikuttaminen tapahtuu muualta. Mutta myös tiedotusvälineillä on mahdollisuus vaikuttaa, kuinka ne välittävät näitä viestejä ja toisaalta kuinka ne antavat niille arvoa. Tiedotusvälineillä on myös mahdollisuus esimerkiksi kommentoida, kritisoida ja avata keskustelua välitettävien viestien pohjalta. Tiedotusvälineet ovat tavallaan myös suodatin, jonkinlainen muokkaaja, sillä esimerkiksi poliitikot rakentavat erilaisia esiintymisiä televisioon kuin lehtimainokseen. Näin ollen tiedotusvälineet myös muokkaavat tahtomattaankin poliittista vaikuttamista, koska ne tarjoavat tietyt raamit areenalle ja poliitikkojen tulee näihin raameihin sopeutua.

3.3. Media mielipidevaikuttajana

Viitaten edellä mainittuun kysymykseen siitä, voiko median voimaa saada puolelleen tai neutraloida, on mielestäni hyvä kiinnittää huomiota siihen tosiasiaan, että pyrkimys median voiman ja vaikutusvallan käyttämiseen on nykypäivän vaalikampanjoinnissa ilmeistä. Tässä tullaan mielestäni siihen mielenkiintoiseen näkökulmaan, että media on edelleen

vallankäyttäjää, mutta yhä enenevässä määrin myös itse vallankäytön kohde. Tällä tarkoitan sitä symbioosia, joka on mielestäni syntynyt vaaleissa ehdokkaiden ja median välille. Ne kumpikin tarvitsevat toisiaan, mikä on mielestäni johtanut siihen, että median rooli tiedonvälittäjänä on muuttunut. Tämä on mielestäni osaltaan johtanut myös siihen, että mediajulkisuutta haluavat tai tarvitsevat ovat ”opetelleet” uusia keinoja median hyödyntämiseen poliittisten tavoitteiden saavuttamiseksi.

Profilointia pidetään markkinointia lähellä olevana käsitteenä, johon mediassa perinteisesti on suhtauduttu kriittisesti, koska sen koetaan olevan petollista vääristelyä. Profiloinnin tavoitteena on halutunlaisen kuvan tai mielikuvan luominen tai vahvistaminen mille tahansa kohteena olevalle taholle kuten esimerkiksi henkilölle tai yhteisölle. Tavoitteena on, että joukko- ja muiden viestinnän keinojen kautta eri sidosryhmille syntyisi kuva, joka vastaisi sitä ja tukisi sen toimintaa (Juholin & Kuutti 2003, 63). Valtakunnan tasolta politiikkaa johdetaan yhä ammattimaisemmin mikä tarkoittaa, että puolueet käyttävät toimintansa ja vaalikampanjojensa suunnittelussa asiantuntijoita ja mediaa. Tämä tarkoittaa mielipidetutkimuksia ja mainoskampanjoita, mutta vastaavaa muutosta ei ole tapahtunut puolueiden paikallisjärjestöissä, joiden toiminta perustuu edelleen suurelta osin vanhoihin toimintamuotoihin ja vapaaehtoiseen harrastustoimintaan (KS 2.12.2005, 12). Presidentinvaalien lopputulokseen pyritään siis vaikuttamaan myös mielikuvilla ja näissä vaaleissa sekä Tarja Halosen että Sauli Niinistön kampanjatoimistot onnistuivat kokoamaan suuren joukon julkisuuden henkilöitä esikuvaksi äänestäjille (KS 26.1.2006, 13).

Kampanjoinnissa korostui ideologisuus, kun vasemmisto ryhmittyi kokonaisuudessaan Tarja Halosen taakse. Yhdistynyt vasemmisto sosiaalidemokraatit, kommunistien perilliset vasemmistoliittolaiset ja työväenliikkeen omakseen sisäistävä ammattiyhdistysjoukko muodostivat järeän, motivoituneen ja vauraan koneiston, jota ei ollut käytössä yhdelläkään toisella ehdokkaalla. Tämä loi paineita keskustaoikeistoon, sillä hajanainen ja toisiaan kampittava työskentely takaa sen, että vasemmistolainen presidentti on ikuinen ilmiö porvarillisessa Suomessa (KS 15.1.2006, 4 & 30.1.2006, 4). Tasavallan presidenttinä toimimisen tuoma arvostus, vasemmistolaiset puolueet ja ammattiyhdistysorganisaatiot ja naisliike olivat toiselle kierroksen lähtötilanteessa Halosen suurten kannatuslukujen taustalla. Naisliike ei tosin elänyt enää yhtä voimallisena ja tunteikkaana kuin vuonna 2000, mutta Halonen silti hyötyi naiseudestaan, koska naisten ja miesten välillä vallitsee yhä

epäsuhta, jonka korjaamiseksi monet naiset olivat valmiita unohtamaan ideologiset rajat (KS 16.1.2006, 4).

Mielikuvat ja niiden rakentaminen ovat siis keskeinen osa nykypäivän vaalikamppailua. Kansalaisten mielestä presidentin pitäisi olla ennen kaikkea luotettava ja oikeudenmukainen, mutta enemmistön mielestä myös kaukonäköisyys, viisaus, päättäväisyys, paineensietokyky ja osaavuus ulkopolitiikassa ovat tärkeitä henkilökohtaisia ominaisuuksia sekä kykeneminen toimimaan koko kansan presidenttinä (HS 18.11.2005, A4). Tarja Halosen kärkiominaisuudet muotoutuivat ihmisoikeuksien puolustamisesta, hyvinvointiyhteiskunnan säilyttämisestä ja monet liitivät Haloseen kyvyn rakentaa läheisempiä suhteita Venäjään ja varovaisen viisauden suhteessa Nato-jäsenyyteen. Sauli Niinistö puolestaan kykeni monien mielestä toimimaan yhteistyössä suuryritysten kanssa ulkomaankaupan edistämiseksi ja toimimaan läheisempien suhteiden rakentamiseksi Yhdysvaltoihin sekä kykyyn puolustaa hyvinvointiyhteiskunnan säilymistä, mutta Niinistön julkikuvaan ei sopinut Nato-jäsenyyden tarpeeton jarruttaminen tai liiallinen varovaisuus ulkopolitiikassa (HS 12.11.2005, A6).

”Hokema presidentin arvo- ja mielipidejohtajuudesta on kaikkien huulilla. Presidentin on kuitenkin äärimmäisen vaikeaa kulkea laumansa edellä; arvoasioissa on valituksi tullakseen kuljettava lauman perässä (Ollila 2005, 226).” Tämä asettaa mielenkiintoisen haasteen kaikille ehdokkaille, joiden tulee onnistua välittämään omat arvonsa äänestäjille, mutta samalla onnistua pitämään näkemyksensä riittävän valtavirtaisina suureen yleisöön vedotakseen. ”Persoonan vaikutusvalta korostuu ajassamme. Se ei johdu etupäässä siitä, että ihmispersoonat olisivat nyt verrattomasti kehittyneempiä kuin aikaisemmin. Yhteisön elämässä on tapahtunut asioita, jotka ovat saaneet organisaatioiden vallan ihmisten mielissä vähenemään. Tilalle on tullut persoonien korostus (Ollila 2005, 29).” Näissäkin vaaleissa äänestäjille oli selkeästi syntynyt mielipiteitä eri ehdokkaiden persoonista. Vaaleissa eivät vain asiakysymykset hallitse keskustelua, vaan ehdokkaan omasta persoonasta on mielestäni tullut se valttikortti, joka saattaa ratkaista riittävän äänimäärän. Toisaalta tämä on osaltaan johtanut varmasti myös siihen, että ehdokkaan persoonasta halutaan korostaa vain sopivaksi katsottua osaa, joka sopii kunkin tehtävän hoitamiseen parhaiten. Vaalien aikana herätti paljon huomiota myös YLE:n rakentamat henkilökuvat kustakin ehdokkaasta nimenomaan ehkä siksi, että kiihkeän imagonrakennuksen keskellä tavoiteltiin mielestäni toisenlaisen ehdokkaan persoonan kokonaisuuden hahmottamista.

Poliittinen imagonrakennus käyttää aina vain enemmän kaupallisen markkinoinnin keinoja ja erityisen tärkeä osa sitä on poliitikon ulkonäkö ja ulkoinen esiintyminen, vaikka myös asioilla on oma painoarvonsa. Kuhunkin viestintä- ja vuorovaikutustilanteeseen on osattava rakentavaa sopivat puitteet, jotka luovat houkuttelevan kokonaisvaikutelman ja vahvistavat imagoa. Poliitikon markkinointi ei onnistu millä tahansa sanomalla, vaan sen tulee olla merkityksellinen kussakin poliittisessa ympäristössä (Uimonen 1992, 73-74, 76). TV-keskusteluissa poliitikon on tehtävä vaikutus vakuuttavalla esiintymisellä ja puhumalla uskottavasti sen sijaan, että yrittäisi voittaa äänestäjää puolelleen esimerkiksi argumentoinnilla tai väittelyllä (Uimonen 1992, 78). Päähuomio poliittisessa imagonrakennuksessa kohdistuu televisioon, koska se luo mielikuvia riippumatta siitä rakentaako poliitikko itse imagoaan. Ammattimaista imagonrakentajaa poliitikon visuaalinen tv-ilme kiinnostaa ja esimerkiksi erityistä huomiota kiinnitetään ulkoiseen olemukseen (Uimonen 1992, 81-82). Tämän lisäksi kiinnitetään huomiota esimerkiksi äänen ja puheen väriin sekä puheen rytmiin. Poliitikolle sanattoman viestinnän hallinta on tärkeää, koska sen avulla voi olla antamatta väärää kuvaa, mutta myös edistää sanomaa ilmeillä ja eleillä (Uimonen 1992, 86-87).

Tarkastellessaan ehdokkaiden nettisivuja sanan ja kuvan ammattilaiset olivat sitä mieltä, että nettisivut eivät ole kampanjointia perinteisessä mielessä, sillä verkkoon meneminen vaatii äänestäjältä viitsimistä. Kokonaisuudessaan Sauli Niinistön kampanja erottui muista edukseen, koska suurin osa ehdokkaista pysytteli kankeissa kampanjarituaaleissa (HS 28.12.2005, A6). Vaalisivuillaan ehdokkaat eivät hyödyntäneet internetille ominaista interaktiivisuutta, vaan tyytyivät siirtämään olemassa olevan tekstimateriaalin verkkoon kuvilla ja grafiikalla höystettynä (HS 12.12.2005, A5). Internetin ja muiden sähköisten viestinten käyttäminen ja ihmisten niiden käyttöön kuluttama aika on mielestäni lisääntynyt huomattavasti vieden tilaa ja aikaa esimerkiksi painetun sanan medioilta kuten sanomalehdiltä. Huolimatta siitä, että sähköisten medioiden käyttö on lisääntynyt ja esimerkiksi niiden avulla tehtävä mainonta on saanut lisää painoarvoa erilaisissa kampanjoissa, näytti näissä vaaleissa kuitenkin siltä, että politiikassa sähköisten medioiden kuten internetin hyödyntäminen on vielä osittain lapsenkengissä. Tulevaisuudessa panostaminen erityisesti interaktiivisuuteen saattaisi olla yksi vaihtoehto ja kanava uudenlaisen poliittisen keskustelun ja yleisön herättämiseen.

Pieni enemmistö kansalaisista arvioi presidenttiehdokkaiden onnistuneen nostamaan esiin äänestäjille tärkeitä asioita kampanjoissaan. Kampanjoinnin asia-antiin naiset olivat miehiä hieman tyytyväisempiä, mutta laiskin äänestäjäryhmä eli alle 25-vuotiaat olivat kaikkein tyytyväisimpiä. Niinistön kampanja jakoi mielipiteitä kaikkein eniten, sillä hänen kampanjansa oli yllättänyt eniten niin kielteisesti kuin myönteisestikin. Naiset antoivat miehiä selvästi enemmän myönteisiä arvioita Halosen kampanjasta, kun miehet arvostivat Niinistön kampanjaa vähän enemmän kuin naiset. Erityisen myönteisesti Niinistön kampanjaa arvioivat myös nuoret (HS 12.1.2006, A5).

Päämäärätietoinen imagonrakennus osana vaalikampanjointia voidaan mielestäni nykypäivänä laskea edellytykseksi menestymiselle vaaleissa ja valituksi tulemisessa. Sinänsä imagonrakennuksessa ei ole kyse muusta kuin ehdokkaan parhaiden puolien korostamisesta ja sanoman vahvistamisesta, mutta toisaalta myös äänestäjien olisi tärkeää tietää ja tiedostaa käytetyt imagonrakennuksen keinot viestinnässä. Sinänsä on luonnollista, että ehdokas haluaa tulla ymmärretyksi parhaalla mahdollisella tavalla ja esiintyä vakuuttavasti, mutta osaltaan tämä karsii pois ehdokkaiden luontaista karismaa, kun kaikesta tulee mahdollisesti liian harkittua ja ulkoa opetellun tuntuista. Mielestäni tässä on yksi syy siihen, että äänestäjien kiinnostus poliittiseen vaikuttamiseen on hiipunut. Eroja ehdokkaiden välille on nykyään melkein mahdoton saada ja kaikkia pukee saman muotin mukainen harkittu olemus, jossa poliittiselle irrottelulle ei jää sijaa.

Puolueiden imagonrakennus on mielestäni tähännyhtenäisen, vahvan kuvan antamiseen äänestäväälle yleisölle, jossa ei sallita yhtenäisestä linjasta poikkeamia. Puoluekuri on luonnollinen osa toimivaa demokratiaa, mutta erityisesti presidentinvaaleissa uskaltaisin odottaa ehdokkailta laajempaa itseilmaisua. Oman persoonan vapaampi esilletuominen saattaisi antaa mahdollisuuden poliittisen keskustelun uudenlaiseen viriämiseen kansalaisten keskuudessa, kun ehdokkaiden välille olisi mahdollista saada selkeämpiä eroja. Kannanottojen huolellinen harkinta ja suoranainen varovaisuus osaltaan johtaa mielestäni siihen, että syntyy tuntuma kaiken samankaltaisuudesta. Tämä antaa tilaa välinpitämättömyydelle silloin, kun syntyy tunne äänestämisen tarpeettomuudesta muutoksen saamiseksi.

4. MITEN TIEDONVÄLITYS TÄYTTI TEHTÄVÄNSÄ?

Yleisesti ottaen presidentinvaalien 2006 ensimmäistä kierrosta leimasi jonkinasteinen aneemisuus ja varovaisuus. Kamppailun asiallisuutta ja maltillisuutta pyrittiin selittämään esimerkiksi presidentin valtaoikeuksien kaventamisella, mikä heijastui kamppailuun, koska presidentti ei enää ole niin voimakas valtiollinen johtaja kuin ennen (KS 15.1.2006, 4). Uutisoinnin perusteella voin todeta, että erityisesti pienpuolueiden ehdokkaat onnistuivat tuomaan jonkinlaista väriä vaalikamppailuun ja – keskusteluun. Näin jälkikäteen on helppo todeta, että Kokoomuksen presidenttiehdokas Sauli Niinistö oli liikkeellä kaikkein keskustelua herättävimmällä kampanjalla, joka alkoi ”työväen” uudelleenmäärittelyllä. Keskisuomalainen (29.10.2005, 4) uutisoi, että Sauli Niinistö nostatti tunteita hänen kampanjoissaan ”työväen presidentti” – teemalla ja jatkaa, että Niinistön julkitulo livahti nappiin, koska teesit vireyttävät ajatuksia, niistä väitellään ja niistä joko pidetään tai ei pidetä. Vaalien aikana kävi myös selväksi, että Niinistö joutui puolustamaan ja perustelemaan valittua teemaa ja iskulausetta useampaan otteeseen. Epäilemättä Sauli Niinistö herätti hyvin mietityllä ja rakennetulla kampanjallaan paljon keskustelua sen asiasisällön takia, mutta toisaalta kampanja toimi myös takeena siitä, että Sauli Niinistön näkyvyys mediassa oli taattu koko vaalikamppailun ajan, mikä osaltaan oli loistavaa strategiaa Niinistön joukoilta.

Toisaalta kamppailun asiallisuutta ja laimeutta saattoi selittää myös istuvan presidentin mukanaolo vaalissa, koska suomalaisilla on tapana hyväksyä presidenttikseen jo kerran valitsemansa. Suomalaisille leimallista on alamaiskansalaisuus, joten vain poikkeuksellisissa tilanteissa istuva presidentti häviää kamppailun (KS 15.1.2006, 4). Näin ollen presidentinvaalien lähtökohta oli erilainen kuin kuusi vuotta sitten, jolloin Tarja Halonen nousi kaukaa takaa vaalitaistelun tv-vaiheessa voittoon (HS 19.11.2005, A2). Tavallisen kansan keskuudessa esimerkiksi presidentin arvosteleminen vallan hamuamisesta ei herätä vastakaikua, koska alamaisuususkollisuus ja auktoriteettien kunnioittaminen kuuluvat vahvoina poliittisen kulttuurimme perinteeseen. Vahvan johtajan kaipuu on siis jollain tasolla ilmeinen, koska enemmistö haluaisi nähdä presidentin kansakunnan johtajana, jolla olisi valtaoikeuksia niin sisä- kuin ulkopoliitikassa (HS 8.1.2006, A2).

Kaikissa vaaleissa on lopulta kyse siitä, mihin asioihin kansalaiset kaipaavat muutosta tai vastaavasti, mitkä asiat he haluavat säilyttää ennallaan. Äänestyspäätöksen ratkaisee yksinkertaisesti se, kuka tai mikä onnistuu vastaamaan parhaiten äänestäjän näkemykseen asioiden tulevasta suunnasta ja tarjoamaan uskottavan ja kannatettavan vaihtoehdon päätöksen tueksi. Keskisuomalaisen (31.12.2005, 9) mukaan kansalaiset uskoivat, että Suomi olisi erilainen maa siitä riippuen kuka valitaan presidentiksi. Enemmistön mielestä Halosen johtamassa Suomessa korostuvat tasa-arvo, suvaitsevaisuus ja sosiaalisen oikeudenmukaisuuden arvostus. Vanhasen tai erityisesti Niinistön Suomessa yrittäjäisyys ja yritteliäisyys ovat arvossaan. ”Ratkaisevan tärkeä” tai ”jonkin verran tärkeä” peruste äänestäjille oli ehdokkaan porvarillisuus tai vasemmistolaisuus (HS 27.1.2006, A5).

Äänestämistä voi tavallaan ajatella myös talousteorian lähtökohdista käsin, jossa äänestäjän ääni on verrattavissa rahaan. Oletuksena on, että kansalaiset äänestäessään pyrkivät saamaan äänellään omalta kannaltaan parhaan mahdollisen lopputuloksen. Rahaan verrattuna äänestämisessä on kuitenkin se ero, että rahan käyttäminen tai säästäminen on kannattavaa ja järkevää toimintaa, mutta välttämättä äänestämistä ei aina pidetä tärkeänä toimintana jos äänestämisen sijasta koetaan saavan äänelle jotain muuta vastinetta kuten aikaa (McLean 1987, 45). Vaalien yhteydessä usein keskustellaankin äänestämisestä ja äänestämättä jättämisestä, äänestysaktiivisuudesta ja siihen vaikuttavista tekijöistä. Näissäkin vaaleissa oli osaltaan pyrkimystä passiivisten äänestäjien aktivointiin osana kampanjointia. Passiivisten äänestäjien äänen saaminen voi toisaalta mielestäni johtaa menestykseen vaaleissa, mutta toisaalta se heijastaa äänestämisen tärkeyttä demokraattisessa yhteiskunnassa, jossa äänestäminen on tärkeä konkreettinen mahdollisuus osallistua ja vaikuttaa. Syitä siihen miksi äänestysaktiivisuus on milloin minkälainen pohditaan jokaisten vaalien yhteydessä. Mielestäni keskeistä olisi kuitenkin pyrkiä rohkaisemaan kaikkia tuomaan julki mielipiteensä äänestämällä.

Suomessa on tullut tavaksi keskustella erityisesti nuorten heikosta äänestysaktiivisuudesta vaalien yhteydessä. Vaaleihin osallistuminen on voimakkaasti sidoksissa ikään ja äänestämisessä on havaittavissa myös selvä sukupolviefekti. Nuorten äänestysaktiivisuus ei ole esimerkiksi äänestyskokemuksen puutteesta johtuva ohimenevä ilmiö, eikä vähäinen osallistuminen selity heikommalla sosioekonomisella asemalla, vaan taustalla on muita passivoivia tekijöitä (HS 8.1.2006, C5). Nuorten vähäinen osanotto vaaleihin huolestutti myös presidentinvaalien kampanjavastaajia, joille nuorten aktivointi vaaleissa oli

keskeisellä sijalla (KS 10.1.2006, 7). Halosen kannatus oli eri ammattiryhmistä suurta työväestön, alempien toimihenkilöiden ja opiskelijoiden joukossa, kun puolestaan Niinistön suosio oli keskimääräistä suurempaa ylempien toimihenkilöiden keskuudessa (HS 20.12.2005, A4). Ilkka Ruostetsaaren mukaan politiikka ja yhteiskunnallinen toiminta ovat jälleen alkaneet kiinnostaa ihmisiä ja myös nuoria on saatu mukaan poliittiseen toimintaan, vaikka koulu ei annakaan eväitä yhteiskunnalliseen toimintaan karsastaessaan lähes kaikkea politiikalta vivahtavaa (KS 2.12.2005, 12). Epäilemättä tilanne on se, että nuoret saavat poliittisen vaikuttamisen mallin suureksi osaksi kotoaan, mutta koulun vaikutus on varmasti myös suuri. Annetuilla esimerkeillä on mielestäni vaikutusta nuorten poliittisen vaikuttamisen kehittymiseen ja sen tärkeäksi kokemiseen.

Nuorten poliittisesta suunnattomuudesta kertoo ehdottomasti myös turvautuminen erilaisiin apuvälineisiin äänestyspäätöstä tehdessä. Viime vaaleissa vaalikoneita on käyttänyt jopa kolmasosa äänioikeutetuista ja erityisesti nuoret tukeutuvat äänestyspäätöksissään vaalikoneisiin (HS 30.11.2005, A6). Presidentinvaaleissa 2006 alle 35-vuotiaista kaksi viidestä on käyttänyt presidentinvaalikonetta tai aikoi sen tehdä, siis vaalikoneen käyttäminen näyttäisi olevan selvä ikäluokkakysymys (HS 6.1.2006, A4). Kuitenkin presidentinvaalit ovat sikäli poikkeukselliset, että niissä tärkeimmäksi viestimeksi nousee televisio (HS 14.11.2005, A8). Helsingin Sanomat (16.1.2006, A2) kirjoittaa: ”Siitä huolimatta, että Vanhanen on ollut viime aikoihin asti suosittu pääministerinä, hänen aneeminen kampanjansa ja tv-esiintymisensä presidentinvaaleissa eivät sytyttäneet edes keskustan omia äänestäjiä, jotka yleensä ovat hyvin puolueuskollisia.” TV-keskusteluissa Niinistö profiloitui Halosen ja Vanhasen haastajaksi, jonka on arvioitu vahvistaneen Niinistön asemaa uskottavana porvarillisena vaihtoehtona. Pääehdokkaiden haastaminen pysyi Niinistöllä hallinnassa, mikä saattoi olla ratkaisevaa siinä, ettei kärjekkäitä tilanteita vaaleissa liiemmin syntynyt (KS 17.1.2006, 9).

Tilausta on vahvalle johtajalle, joka puolustaa arjen turvallisuutta eivätkä suomalaiset kaipaa presidenttiä hoitamaan ulko- ja turvallisuuspolitiikkaa. Eniten suomalaiset toivovat, että presidentti puolustaisi hyvinvointiyhteiskunnan säilyttämistä ja patistaisi päättäjiä etsimään uusia keinoja talouden ja työllisyyden parantamiseksi. Suomalaiset siis tuntuvat valitsevan presidenttiä sellaisilla perusteilla, joihin presidentillä ei ole suoraa muodollista valtaa (HS 5.11.2005, A6). Halonen arvioidaan inhimilliseksi, ihmisten arjen ymmärtäjäksi, joka on asiantunteva ja osaava ulkopoliitikassa sekä kykenee olemaan koko kansan

presidentti. Häntä pidetään myös avarakatseisena, suvaitsevana, luotettavana, oikeudenmukaisena ja esiintymiskykyisenä. Niinistön kärkiominaisuuksiin kuuluivat paineensietokyky ja osaaminen ulkopolitiikassa sekä hän pääsi Halosen kanssa samalle tasolle myös esiintymiskyvyssä, sanavalmiudessa ja vahvassa johtajuudessa. Luotettavuus ja oikeudenmukaisuus ovat kansalaisten mielestä tärkeimpiä henkilökohtaisia ominaisuuksia, kun he valitsevat presidenttiehdokastaan (HS 21.11.2005, A4).

Näistä lähtökohdista käsin lähdettiin valitsemaan Suomeen presidenttiä. Seuraavaksi käsittelen vaalien tiedonvälitystä kahdesta eri näkökulmasta. Ensinnäkin pyrin tarkastelemaan tiedonvälitystä puolueettomuuden näkökulmasta ja toiseksi pyrin löytämään tiedonvälityksestä mahdollisia vivahteita median vallankäytöstä erityisesti suhteessa median omistukseen. Analyysini aineistona käytän useista lähetyksistä valittuja televisioituja vaalitenttejä, YLE:n välittämiä ehdokkaiden henkilökuvia ja Juho-Pekka Rantalan tekemiä televisioituja ehdokkaiden vaalihaastatteluja.

4.1. Television vaalitentit

Presidentinvaaleihin liittyen lähetettiin monta televisioitua vaalitenttiä. Olen valinnut tähän tutkimukseen kaksi televisioitua tenttiä, joista toinen lähetettiin MTV3-kanavalla ja toinen oli Nelosen uutisten ja Helsingin Sanomien järjestämä vaalitentti. Valitsin nämä kaksi televisioitua vaalitenttiä, koska ne molemmat esitettiin kaupallisilla kanavilla, joiden tulonlähde koostuu esimerkiksi mainoksista ja näin ollen ne ovat mielestäni vertailukelpoisia keskenään.

MTV 3:n (11.1.2006) lähettämässä ensimmäisen kierroksen vaalitentissä olivat mukana kaikki presidenttiehdokkaat. Kyseessä oli MTV:n uutisten viimeinen tentti ennen vaalien ensimmäistä kierrosta. Toimittajat aloittavat kommentoimalla, että vaalikampanjat ovat Suomen suurin viihdekiertue, jossa ehdokkaat nähdään mm. viihdeohjelmissa ja kaikki tuntuu kelpaavan, joten tentti aloitettiin kysymällä ehdokkailta pieniä asioita heidän elämästään.

Tentin yleisö koostui ehdokkaiden kannattajista ja ehdokkaat saivatkin vastaustensa jälkeen paljon aplodeja. Osittain asetelma muistutti mielestäni jo USA:sta tutuksi tullutta

vaalikampanjoiden viihteellistä juhlavuutta. Toimittajan aloittaessa keskustelun Heidi Hautalan kanssa tuli esille kysymys siitä, onko vaaleista tullut pikemminkin viihdetapahtuma, ehdokkaiden oma ”Idols” -kilpailu. Ehdokas Heidi Hautala halusi vastauksessaan korostaa sitä, että kyseessä ovat olleet pikemminkin hyväntuuliset vaalit. Pääehdokkaat (Tarja Halonen, Sauli Niinistö ja Matti Vanhanen) esiteltiin SDP:n ja vasemmiston ehdokkaana, kokoomuksen ja keskustan ehdokkaana.

Vaalitentissä pyrittiin mielestäni aluksi antamaan kaikille ehdokkaille mahdollisuus päästä ääneen vastamaalla pikaisesti kysymykseen totaali kieltäytymisestä. Huomionarvoista mielestäni on, että kaikille ehdokkaille pyritään antamaan saman verran vastausaikaa. Tarja Halonen vaikuttaa katsojan silmään hyvin kärtyiseltä ja hänen kampanjaansa kritisoidaan toistuvasti ”varman päälle pelaamisesta”. Vaalitentissä ehdokkaat ovat vierekkäin, eräänlaisessa ympyrässä, joten heidän on mahdollista nähdä toisensa ja osallistua keskusteluun. Tämä on mielestäni tasa-arvoisempi asetelma kuin Nelosen ja Helsingin Sanomien järjestämässä vaalitentissä, jossa ero ehdokkaiden kannatuksen välillä korostui asetelussa selvästi. Kaikille ehdokkaille pyrittiin tarjoamaan mahdollisuus vastata kysymyksiin ja kiinnitin huomiota siihen, että tässä tentissä ehdokkaita kuvattiin tasapuolisemmin kuin Nelosen ja Helsingin Sanomien järjestämässä vastaavassa tentissä.

Huolimatta siitä, että MTV3:n toimittajat ovat mielestäni kommenteiltaan asiallisempia kuin Nelosen toimittajat, myös tässä tentissä toistuu mielestäni asetelma politiikan viihteellistymisestä, kun kuvaan astuivat Halosen, Niinistön ja Vanhasen ”julkkiskannattajat”. Julkkiskannattajat ovat sitä mieltä, että he ovat oikealla asialla ajattelevina ihmisinä ja Lauri Salovaara kommentoi vielä lisäksi, että media on onnistunut tekemään vaaleista asiapitoiset, mutta viihteelliset.

Tentissä otetaan esille myös epävarmojen äänestäjien määrän kasvu ja mielipidettä asiaan kysytään ehdokkailtakin. Lisäksi esille tulee kysymys presidentinvaalien roolista toimia lähtölaukauksena vuoden 2007 eduskuntavaaleille. Ehdokkaat Vanhanen ja Soini kiistivät, että pohjustusta eduskuntavaaleja varten tapahtuu vaan, että keskittyminen on täysin käsillä olevissa presidentinvaalissa.

Tentin edetessä kolme pääehdokasta otetaan erikseen ehdokkaiden eteen keskustelemaan ja jälleen toistuu kuva siitä, että näin tehdessä muut ehdokkaat kommentoivat pääehdokkaiden

näkemyksiä ja asetelma ehdokkaiden kaksijakoisuudesta korostuu. Pääehdokkaat palaavat välillä toisten ehdokkaiden joukkoon ja siirtyvät taas keskustelemaan sivuun muista.

Nelosen uutisten ja Helsingin Sanomien järjestämässä yhteistentissä (10.1.2006) mukana olivat kaikki kahdeksan ehdokasta ja toimittajat kuvasivat aluksi tunnelmaa rauhalliseksi. Lisäksi toimittajilla oli yhteys Helsingin Rautatieasemalle, josta kansalaisilla oli mahdollisuus esittää ehdokkaille kysymyksiä.

Vaalitentti alkoi toteamuksella, että ulkoinen olemus on ehdokkaalle tärkeää ja samalla paljastettiin, että paikalla oli kaksi henkilöä ”Sillä silmällä” –ohjelmasta. Vaalitaiston loppusuoralla ehdokkaiden on mielestäni oltava vaalitenttien ”viihdehengessä” mukana, jotta vääränlaista, ”takakireää” mielikuvaa ei katsojille syntyisi. Tämä kertoo mielestäni politiikan viihteellistymisestä, koska tässä vaalitentissä ei aloitettu asiakysymyksillä vaan kiinnitettiin huomiota ulkoiseen olemukseen ennen kaikkea muuta.

Tentissä ehdokkaat oli ryhmitelty pöytiin kannatuksen mukaan ja aluksi tentissä otettiin käsittelyyn HS-gallupin tulokset, joita ehdokkaiden tuli lyhyesti osaltaan kommentoida. Kommentointi aloitettiin pienemmän kannatuksen ehdokkaista. Suuren kannatuksen ehdokkaita olivat luonnollisesti Tarja Halonen, Sauli Niinistö ja Matti Vanhanen.

Kiinnitin erityisesti huomiota toimittajiin, jotka osaltaan pyrkivät luomaan kuvan tasa-arvoisesta tenttitilanteesta siinä mielessä, että kaikille annettiin mahdollisuus kommentoida. Toisaalta toimittajien tyyli oli myös hyvin epäammattimaista siinä mielessä, että he selvästi halusivat olla kriittisiä, mutta toteuttivat ajatustaan mielestäni hyvin lapsellisella tavalla. Esimerkiksi Heidi Hautalaan toimittaja kohdisti kommentin, että hänen on helppo ottaa kantaa, koska ”ei ole vaaraa tulla valituksi”. Kyseisen kaltaisia kommentteja ei voi mielestäni pitää kovinkaan informatiivisina, koska ne eivät kohtele ketään tasapuolisesti. Viittaukset aiempiin ehdokkaiden kannanottoihin on asiallista ja tarpeellista taustatyötä, mutta mahdollisuus mielipiteen muuttumisen selventämiseen, tulisi mielestäni ehdokkaille antaa. Saman lailla kuin Juho-Pekka Rantasen tenteissä toimittaja pyrkii sanomaan viimeisen sanan, ja jättämään ehdokkaan sanomisista haluamansa mielikuvan. Jos mikä, niin tämä on mielestäni vallankäyttöä, eikä palvele avointa ja puolueetonta tiedonvälitystä.

Seuraavaksi vaalitentissä kysytään ehdokkaiden henkilökohtaisista ominaisuuksista. Tämä ei ole mielestäni toimiva tapa, koska kaikilla ehdokkailla ei ole samaa johdantoa ja kysymystä vastattavanaan. Myös kansalaisten kysymyksiin vastaavat vain tietyt ehdokkaat, joille kysymykset on kohdennettu. Tämä toki vaikuttaa ehdokkaiden saamaan televisioaikaan, mutta on toisaalta reilua silloin jos kysyjä ei ole ennalta valittu, koska kysymykset tulevat suoraan kansalaisilta.

Ehkä luonnollisestikin tuli tenttiä katsoessa tunne, että alun tasapuolisuus oli vain harhaa ja pakollinen paha. Tentin loppupuolella mielestäni toimittajat osaltaan lievästi edesauttoivat ehdokkaiden tunnetta, että osa heistä oli vain täyte-ehdokkaita. On vaikea olla eri mieltä, sillä tenttiä katsoessa kolme pääehdokasta sai reilusti keskusteluaikaa ja heitä kuvattiin paljon. Toisten ehdokkaiden rooliksi tuntui tulevan osan ottaminen keskusteluun kommentoimalla pääehdokkaiden keskustelua. ”Pienehdokkaat” olivat kuitenkin sitä mieltä, että he ovat onnistuneet tuomaan keskustelua vaalikampanjaan ja esittäneet uusia ajatuksia. Tämä on tullut esille myös julkisuudessa ja olen asiasta samaa mieltä.

Vallankäytön kannalta suurin merkittävä tekijä oli mielestäni se, että Nelonen järjesti tentin yhdessä Helsingin Sanomien kanssa ja käytti nimenomaan HS-gallupin tutkimuksia kysymystensä lähtökohtana. Tämä on mielestäni huomionarvoista, koska Helsingin Sanomat puolestaan uutisoi kyseisen tentin. Onko tässä edes mahdollisuutta luoda muuta mielikuvaa kuin minkä toimittajat haluavat kansalaisille luoda? Tentin aiheet ja taustatyö on laadittu Nelosen ja Helsingin Sanomien yhteistyönä ja vielä Helsingin Sanomat ja Nelosen omat uutiset uutisoivat kyseisen tentin.

Molempien kanavien tentit oli mielestäni rakennettu samalla kaavalla. Aluksi ja jossakin muussa vaiheessa tenttiä pyrittiin antamaan kaikille mahdollisuus osallistua, mutta selvä ero pääehdokkaiden ja muiden ehdokkaiden välillä korostui, kun pääehdokkaille haluttiin tarjota mahdollisuus laajempaan keskusteluun. Tämä on mielestäni jollakin tavalla luonnollista ja toisaalta myös toivottavaa, sillä nimenomaan kolmella pääehdokkaalla on mahdollisuus tulla valituksi ja heidän välillään kannatus ratkaistaan eli kaikki mahdollinen informaatio on kansalaisille tarpeen. Nelosen toimittajat pyrkivät enemmän jonkinlaiseen kriittisyyteen, mutta mielestäni epäonnistuivat siinä, koska heidän tyyliinsä ei säilynyt puhtaan ammattitaitoisena. Nelosen tentissä kysymyksiä esittivät myös kansalaiset MTV3:n tyytyessä asiantuntijoiden näkemyksiin ja nostamalla valokeilaan myös julkkistukijoita.

Molemmissa tenteissä pisti silmään myös se, että periaatteessa puhtaan asiakeskeistä ohjelmaa pyrittiin keventämään viihteellisin keinoin. Herää kysymys siitä, että onko kyseiset asiaohjelmat liian vaativia sellaisenaan, että niitä tulee keventää asiasisällön kustannuksella?

Vaalitentissä on vaikea olla tasapuolinen, kun asetelma ehdokkaiden välillä on selvä. Näissä vaaleissa ehdokkaat jakautuivat selvästi kolmeen pääehdokkaaseen ja pienpuolueiden ehdokkasiin. Tasapuolinen kohtelu on vaikeaa ja väistämättä pääpuolueiden ehdokkaille pyritään antamaan enemmän aikaa ja tilaa mediassa, koska heihin kohdistuu suurin huomio. Toisaalta suorassa kansanvaalissa allekirjoitan pienpuolueiden ehdokkaiden ja julkisuudesta yleisesti saatavissa olevan kuvan siitä, että näissä vaaleissa kaikkia ehdokkaita tarvittiin. Mielestäni oli demokratian voitto, että pienpuolueiden ehdokkaat olivat mukana, koska heidän onnistui ottaa kantaa asioihin ja tuoda keskusteluun erilaisia näkökulmia. Monipuolinen, avoin ja aktiivinen yhteiskunnallinen keskustelu on mielestäni toimivan demokratian kulmakiviä.

4.2. Kriittiset henkilökuvat ja vaalihaastattelut

Vaalien aikana keskustelua herätti etenkin YLE:n Tv1:n televisioimat presidentinvaalitentit, joissa toimittaja Juho-Pekka Rantala haastatteli kaikki ehdokkaat yksitellen. Vaalitenttien tyyli poikkesi huomattavasti siitä normaalista keskustelusta vaalien yhteydessä, johon Suomessa on totuttu. Helsingin Sanomat (8.1.2006, D7) kirjoitti näin: ”Rantala lähtee periaatteesta, että journalisti ei luovuta journalistista valtaa kenellekään muulle. Muissa tilaisuuksissa ehdokkaat pääsevät puhumaan mielensä mukaan. Rantalan tenteissä puhutaan siitä, mikä toimittajan mielestä on olennaista, ja jos toimittaja ei saa vastausta kysymykseensä, hän kysyy uudestaan. Rantalan kysymykset ovat huolellisesti taustoitettuja. Ne eivät käy henkilöön vaan keskittyvät olennaiseen, poliitikon tekemisiin ja sanomisiin. Rantala ei kumarra kuvia. Hän teitittelee eikä korota ääntään, mutta puhuu myös päälle ja keskeyttää, jos tentattava yrittää kääntää puheen pois asiasta. Tällainen tapakulttuuria vastaan sotiva käytös voi maallikkoa oudoksuttaa. Mutta riippumaton journalisti ei pyri miellyttämään, vaan välittämään tietoa.” Rantalan haastattelutyyli kirjoitti paljon yleistä keskustelua vaalien yhteydessä ja mielestäni poikkeuksellisuudellaan onnistui herättämään kiinnostusta erilaiseen tiedonvälitykseen ja tapaan tehdä journalismia.



Kuva : Juho-Pekka Rantala Tarja Halosen vaalitentissä. (HS 8.1.2006, D7)

Haastattelut poikivat myös paljon negatiivista palautetta ja sävy kansalaiskeskustelussa oli ihmettelevä. Rantalan haastatteluja pohjusti YLE:n esittämät jollakin tavalla poikkeukselliset ”henkilökuvat”, jotka edustivat samankaltaista journalismin linjaa, joka pyrki riisumaan ehdokkaiden ympäriltä sumuverhoja ja esittämään heidät karvoineen kaikkineen. YLE:n televisioiminen henkilökuvien lisäksi esimerkiksi Helsingin Sanomat teki lehdessään sarjan, jossa kaikkien ”presidenttiehdokkaiden profiili” (kt. esim. HS 17.12.2005, A5, 19.12.2005, A5 & 20.12.2005, A5) piirrettiin äänestäjille noudattaen jokaisessa profiilissa samanlaista uutisoinnin kaavaa. Helsingin Sanomien piirtämä profiili

poikkesi YLE:n esittämistä henkilökuvista, mutta tiedonvälityksen kannalta molemmat olivat mielestäni hyvin tehtyjä ja perusteltuja, raikasta uutisointia.

Toisaalta tämä tinkimättömämpi ja jollakin tavalla raadollisempi journalismin tyyli, jota Rantala haastatteluissa edustaa, tarjosi vahvan vaihtoehdon viihteellisen mediajulkisuuden rinnalle. Voisin arvata YLE:n tietäneen kyseisten henkilökuvien ja Rantalan haastattelujen herättävän laajaa kiinnostusta poikkeuksellisuutensa vuoksi, mutta se osoitti myös pyrkimystä luoda jotain erilaista tiedonvälitykseen ja ennen kaikkea tarjota harkinnanarvoinen journalistinen vaihtoehto, jossa ehdokkaita pyritään kannustamaan kertomaan mielipiteistään selkeästi ja toisaalta korostetaan poliitikkojen vastuuvollisuutta kansalle.

Myös presidenttiehdokkaiden vaalipäälliköt moittivat kyseisiä haastatteluja siitä, ettei ehdokkaille jäänyt kunnolla tilaa kertoa omista mielipiteistään ja myös ulkoministeri Erkki Tuomioja oli samoilla linjoilla ottaessaan kantaa poliittisen journalismin muutokseen. Tuomiojan nettipäiväkirjan mukaan muutos on näkynyt presidenttiehdokkaiden käsittelyssä hyökkäävyytenä, epäoleellisista asioista inttämisenä ja monisyisten kokonaisuuksien häivyttämisenä kyllä tai ei-tinkaamiseksi (KS 4.1.2006, 10). Mielestäni tämä piti vaaleissa paikkansa, sillä näin jälkikäteen on helppo todeta, että esimerkiksi televisioiduissa tenteissä keskityttiin hyvin vahvasti myös epäoleellisuuden selvittämiseen ja toisaalta annettiin keskusteluissa esimerkiksi nopean toiminnan joukoille liian suuri painoarvo.

Mielestäni on vaikea olla ajattelematta, että haastattelut oli rakennettu niin, että niiden luoma vastakohta muille haastattelutilaisuuksille oli kärjistetty. Toimittajan ja ehdokkaan konkreettisella vastakkainasettelulla pyrittiin mielestäni myös tarkoituksellisesti provosoimaan keskustelua. Mielestäni harkinnanarvoista olisi pyrkiä enemmän Rantalan viitoittamalle journalismin tielle kuin tyytyä keskusteluun, jossa ehdokkaiden vastaukset jäävät varmemmin epäselviksi ja mahdollisesti hukkuvat ”viihdevisailujen” sekaan. Oli haastattelun muoto mikä tahansa, journalistinen tinkimättömyys on mielestäni hyvän ja puolueettoman tiedonvälityksen edellytys.

Tiedonvälityksen puolueettomuuden kannalta katsottuna Rantalan ehdokashaastattelut onnistuivat mielestäni hyvin, koska kaikille ehdokkaille oli tarjolla haastatteluun samanlaiset lähtökohdat. Rantala oli taustoittanut haastattelut jokaiselle ehdokkaalle

läheisillä aiheilla ja pyrki pureutumaan siihen poliittiseen sanomaan, jonka ehdokas itse pyrki välittämään äänestäjilleen. Toisaalta haastattelut olivat mielestäni katsojalle myös hieman haastavia, sillä valittu haastattelutyö jätti toisinaan katsojan odottamaan vastaustaan ja Rantala käytti mielestäni toimittajan valtaa keskeyttämällä haastateltavia ja ohjaamalla vastauksia. Kokonaisuudessaan YLE:n kanavallaan esittämät henkilökuvat ja Rantalan haastattelut antoivat vaihtoehdon MTV:n ja Nelosen vaalitenteille. Rantalan haastattelut olivat mielestäni pyrkimys tinkimättömämpään journalismiin, jossa selkeä päämäärä on tuottaa tietoa ja saada vastauksia.

4.3. Tiedonvälityksen vahvuudet ja heikkoudet

Vaalien tiedonvälityksen monipuolisuutta voi tutkimuksen aineiston perusteella arvioida kahdesta näkökulmasta. Vaalit näkyivät mediassa monin eri tavoin. Televisioitujen vaalitenttien ja esimerkiksi Rantalan haastattelusarjan lisäksi vaalit saivat runsaasti media-aikaa uutisissa, lehdissä ja erilaisissa asia- ja viihdeohjelmissa. Monipuolinen tiedonvälitys ja useiden eri toimijoiden, joilla tässä yhteydessä tarkoitan esimerkiksi pienempiä paikallislehtiä, välittämät uutiset antavat mielestäni mahdollisuuden sisällöltään rikkaampaan vaalikampanjaan. Toisaalta on mielestäni huomioitava myös tiedonvälityksen kirjo. Tiedonvälityksen kirjolla tarkoitan tässä tutkimuksessa tehtyä huomiota tiedotusvälineiden ristiinomistuksesta ja viihteellistymisestä, joka näkyi esimerkiksi Nelosen uutisten ja Helsingin Sanomien järjestämästä ja televisioidusta vaalitentistä. Mielestäni tiedonvälitystä tarkkailtaessa tulee kiinnittää huomiota myös osoitettuun ristiinomistukseen, koska näin on mahdollista arvioida tiedonvälityksen todellista monipuolisuutta.

Tiedonvälityksen yhtenä heikkoutena voi pitää tiedotusvälineiden nojaamista liian vahvasti erilaisten gallupien (ks. liite 3) tulosten julkaisemiseen ja näistä uutisointiin. Mieliipidemittaukset ovat mielestäni hyvä lisä ja väline uutisointiin, mutta tämän tutkimuksen tuloksena on mielestäni mahdollista todeta, että mieliipidemittaukset ovat tulleet tiedotusvälineiden tavaksi tiivistää tietoa ja asioita. Myös mainitussa vaalitentissä ehdokkaille esitetyt kysymykset nojasivat mieliipidemittausten perusteella tehtyihin kysymyksiin sen sijaan, että toimittajat olisivat itse taustoittaneet ja esittäneet itse laatimat kysymyksensä. Lisäksi tutkimusta tehdessäni kiinnitin huomioni siihen, että

mielipidemittausten tuloksia käsiteltiin laajasti niin televisiossa kuin lehdistössäkin. Tiedonvälityksen osalta jäin kaipaamaan kriittisempää ja syväluotaavampaa toimitusotetta, koska esimerkiksi television vaalitenteissä oli huomattavissa vahva painotus keveämmän tiedotuksen suuntaan.

Tiedonvälityksen vahvuus vaaleissa oli mielestäni tiedotusvälineiden selvä keskittyminen vaaliuutisointiin jos tätä tarkastellaan esimerkiksi televisioitujen vaalitenttien määrässä ja vaaleista uutisoimiseen käytetyssä ajassa. Tässä yhteydessä on nostettava esille myös tutkimuksessa esille noussut viihdeohjelmien suosio Suomessa. Huolimatta siitä, että erilaiset viihdeohjelmat eivät mielestäni edusta sellaista tiedonvälitystä, jonka voisi katsoa täyttävän tässä tutkimuksessa tiedonvälitykselle asetetut tehtävät, viihdeohjelmien avulla on mahdollisuus tavoittaa laaja äänestäjäkunta, joka on osoitettavissa katsojaluvuilla. Toisaalta on mielestäni myös kiinnostava huomiota tiedotusvälineiden tuottaman uutisoinnin laatuun. Yleisesti ottaen tämän tutkimuksen perusteella olen tullut siihen johtopäätökseen, että televisio on vaaleissa kaikkein tärkein tiedotusväline, mutta laadullisesti televisio on mielestäni hyvin monimuotoinen.

Tämän tutkimuksen perusteella television voima viestintävälineenä perustuu sen mahdollistamaan vuorovaikutukseen, mutta mielestäni television tarjoamia mahdollisuuksia ei täysin hyödynnetty vaalien tiedonvälityksessä. Vaalitenttien yhteydessä vuorovaikutuksen mahdollisuuden hyödyntäminen jäi mielestäni lähinnä vaaliyleisön läsnäoloon tenteissä ja katsojakysymyksiin. Television roolin tärkeyden ohella sen tarjoamaan asiasisältöön mahtui mukaan myös tiedonvälityksen kannalta vähemmän tärkeää vaali ohjelmaa. Itse asiassa tämän tutkimuksen perusteella minun on mahdollista todeta, että yleisesti ottaen mielestäni lehdistön, tässä yhteydessä tarkoitan lähteinä käyttämiäni Helsingin Sanomia ja Keski-suomalaista, tarjoama tiedonvälitys oli laadullisesti tasaisempaa ja parempaa kuin television vastaava tarjonta.

Vaalien tiedonvälityksestä jäänyt yleiskuva vahvistaa käsitystäni siitä, että myös tiedotusvälineet kokevat edelleen tehtäväkseen yhteiskunnallisista asioista tiedottamisen ja tiedonvälityksen. Tiedotusvälineet pyrkivät edelleen toteuttamaan perustehtävänsä tiedonvälittäjinä, mutta tämä tehtävä on kohdannut muutoksia, joilla on vaikutusta kansalaisten ja päättäjien ”kohtaamiseen” tiedotusvälineiden kautta. Periaatteessa tiedotusvälineet pyrkivät tarjoamaan monipuolisen uutistarjonnan kansalaisille vaaleissa.

Tutkimuksen aineiston perusteella on mahdollisuus todeta, että tiedonvälitys lainaa, kommentoi ja nojaa uutisoinnissaan paljolti toisiinsa uutislähteinä. Tämä on ongelmallinen lähtökohta puolueettoman tiedonvälityksen näkökulmasta, koska tämän kaltainen uutisointi perustuu luottamukseen toissijaisiin lähteisiin kriittisen tarkastelun sijaan. Lisäksi tämä tarkoittaa, että toimitukset eivät tutki uutisoimiaan asioita tarkasti ja taustoita niitä kunnolla. Näin ollen joidenkin tiedotusvälineiden mahdollisuus toimia puolueettomana tiedonvälittäjänä ja vallan vahtikoirana yhteiskunnassa on kyseenalainen.

5. LOPPUPÄÄTELMÄT

Vallan kolmijako-opin rinnalle syntynyt neljännen valtiomahdin käsite on kulkenut Montesquieun ajoista pitkän matkan. Tämän tutkimuksen tavoitteena oli tarkastella tiedonvälitystä vaaleissa ja vastata kysymykseen siitä, täyttyikö aikaisemmin lehdistölle ja nykyään tiedotusvälineille kokonaisuudessaan asetettu rooli ”vallan vahtikoirana” ja toisaalta puolueettomana tiedonvälittäjänä. Tämän tutkimuksen perusteella on todettava, että tässä tutkimuksessa korostui tiedotusvälineiden tarkastelu toisesta tehtävästä eli puolueettoman tiedonvälittäjän roolista käsin, koska vallan vahtikoirana tiedotusvälineitä tämän tutkimuksen näkökulmasta voidaan pitää vain silloin, kun ne vaativat ehdokkaita suoria vastauksia ja toisaalta antavat mahdollisuuden vastata. Parhaimpana esimerkkinä vallan vahtikoirana toimimisesta tämän tutkimuksen perusteella on nostettavissa esiin Juho-Pekka Rantalan ehdokashaastattelut, joissa oli selvä pyrkimys puhtaan asiapitoiseen tiedottamiseen, joka mielestäni palvelee sekä kansalaisia että ehdokkaita.

Puolueettomuuden käsite on kokonaisuudessaan hyvin hankala, koska puolueettomuuden määrittäminen vaatii yhteisen näkemyksen ja kriteerit, jolla puolueettomuuden toteutumista esimerkiksi tiedonvälityksessä voi tarkastella. Lähtökohtaisesti tiedonvälityksen tulisi toimia puolueettomana tiedontarjoajana, mutta tiedonvälitys on kohdannut muutoksia, jotka kiistatta vaikuttavat tiedonvälityksen tapaan toimia yhteiskunnassa. Tässä työssä näitä muutoksia olivat omistuksen keskittyminen, tiedonvälityksen viihteellistyminen ja mielipidemittausten roolin kasvaminen tiedonvälityksessä. Nämä kaikki kolme muutosta olivat löydettävissä tutkimusaineistoa tarkasteltaessa. Erityisesti mielipidemittausten rooli uutisoinnissa oli yllättävän suuri, sillä esimerkiksi monet lehtiartikkelit nojasivat uutisoinnissaan tehtyihin mielipidemittauksiin.

Mielipidemittausten rooli on tämän tutkimuksen perusteella keskeinen osa nykypäivän vaalien tiedonvälitystä. Mielipidemittausten keskeinen rooli on ongelmallinen silloin, kun ne osaltaan korvaavat dialogin ehdokkaan ja kansalaisen välillä. Tiedonvälityksen tehtävänä demokratiassa voidaan pitää esimerkiksi sellaista tiedonvälitystä, jossa kansalaisille tulee mahdolliseksi löytää eroja ehdokkaiden välille ja toisaalta saada tietoa ehdokkaan poliittisen sanoman sisällöstä. Tässä mielessä tiedonvälityksen roolin

kahtalaisuus on hyvin kiteytettävissä: tiedonvälityksen tulee valvoa välitetyn sanoman oikeellisuutta ja toisaalta välittää ehdokkaan sanoma muuttumattomana äänestäjälle.

Puolueettomana tiedonvälittäjänä toimiminen on tämän tutkimuksen perusteella osoittautunut tiedotusvälineille haasteelliseksi tehtäväksi. Tämän tutkimuksen perusteella yksi tärkeä tekijä tiedotusvälineiden toiminnan muutoksessa on tiedotusvälineiden omistuksessa tapahtunut muutos, joka on osaltaan johtanut toimintatapojen ja –tavoitteiden muutokseen. Nykyään tiedotusvälineet ovat laajalti yksityisessä omistuksessa, mikä on osaltaan edesauttanut tiedonvälityksen muutosta tehokkuuden asettamista lähtökohdista käsin. Tiedotusvälineet ovat yrityksinä omaksuneet uudenlaisen taloudellisen vastuun, jossa tavoitteena on ennen kaikkea tehdä mahdollisimman hyvää tulosta. Mielestäni osana tätä ”taloudellista vastuuta” on noussut pinnalle myös tiedotusvälineissä vaalien yhteydessä havaittu viihteellisyyden lisääntyminen myös perinteisissä asiaohjelmissä.

Viihteellisyyden ja esimerkiksi erilaisten mielipidemittausten korostuminen vaaleissa kertoo mielestäni poliittisen toimintaympäristön muutoksesta, jossa ehdokas ei välttämättä menesty pätevänä ja osaavana ehdokkaana, vaan ehdokkaan ominaisuudet tulee ”markkinoida” sopivana pakettina äänestäjille. Tämä on osaltaan johtanut siihen, että esimerkiksi kampanjaa rakennetaan tietyille kohderyhmille ja ehdokkaan ulkoiseen olemukseen kiinnitetään aikaisempaa enemmän huomiota. Tässä tärkeä tehtävä on myös televisiolla, joka tämän tutkimuksen perusteella osoittautui tärkeäksi viestintävälineeksi vaalikampanjoissa.

Tässä tutkimuksessa olen pyrkinyt taustoittamaan syitä tiedonvälityksessä tapahtuneisiin muutoksiin ja tämän tutkimuksen perusteella nämä muutokset ovat helposti havaittavissa tarkasteltaessa nykyistä tiedonvälitystä. Sananvapauden kannalta katsottuna tiedotusvälineet toimivat vaaleissa ilman ilmeisiä rajoituksia, koska tällaisia rajoituksia ei vaalikampanjan aikana ollut mielestäni tämän tutkimuksen perusteella havaittavissa. Toisaalta tässä yhteydessä on jälleen nostettava esiin se tosiasia, että on vaikea arvioida sellaista, mikä ei ole suoraan havaittavissa. Tämän vaalikampanjan aikana tiedotusvälineet uutisvalintaa tehdessään omasivat mahdollisuuden vaikuttaa vaalien asialistaan ja rakensivat valinnoillaan äänestäjille tarjottua vaaliuutisointia.

Tutkimuksen tärkein havainto on, että tiedotusvälineet eivät tee tutkimuksen perusteella itse paljonkaan tutkivaa journalismia, vaan käyttävät lähteinään ja kommentoivat muiden tiedotusvälineiden uutisia, tutkimuksia ja kirjoituksia. Tämä havainto mielestäni osaltaan vahvistaa sen, että tiedotusvälineiden on mahdotonta täyttää täysin tehtävänsä vallan vahtikoirana ja puolueettomana tiedon välittäjänä. Tiedotusvälineiden toiminta perustuu tämän tutkimuksen perusteella suurelta osin luottamukseen muiden välittämään tietoon ja sen edelleen välittämiseen sen sijaan, että tiedotusvälineet pyrkisivät lähdekritiikkiin ja käyttämään toimituksellisen aineiston lähtökohtana alkuperäisiä lähteitä.

LÄHTEET

- Boberg, S. & Malmqvist, G. 1985. Otavan suuri maailmanhistoria. Valistuksen aika. Keuruu. Kustannusosakeyhtiö Otava.
- Juholin, E. & Kuutti, H. 2003. Mediapeli, anatomia ja keinot. Hämeenlinna. Inforviestintä Oy.
- Kantola, A. & Mörä, T. 1998. Journalismia! Journalismia?. WSOY.
- McLean, I. 1987. Public Choice. An Introduction. Blackwell Publishers Ltd.
- Montesquieu, C. de Secondat, baron de. 1989. The Spirit of The Laws. Cambridge University Press.
- Nousiainen, J. 1998. Suomen poliittinen järjestelmä. WSOY.
- Ollila, M-R 2005. Persoonan valta. WSOY.
- Paloheimo, H. (toim.) 2005. Vaalit ja demokratia Suomessa. WSOY.
- Paloheimo, H. & Wiberg, M. 1997. Poliitiikan perusteet. Porvoo. WSOY.
- Richter, M. 1977. The Political Theory of Montesquieu. Cambridge. Cambridge University Press.
- Suhonen, P. 2006. Mielipidetutkimukset ja yhteiskunta. Tampereen yliopistopaino Oy.
- Uimonen, R. 1992. Julkisuuspelejä. WSOY.
- Uimonen, R. & Ikävalko, E. 1996. Mielikuvien maailma. Miten mediajulkisuutta muokataan ja imagoja rakennetaan?. Inforviestintä Oy.
- Wheeler, M. 1997. Politics and the Mass Media. Blackwell Publishers Ltd.

AINEISTO

Nelonen – Televisioitu vaalitentti 10.1.2006

MTV 3 – Televisioitu vaalitentti 11.1.2006

Helsingin Sanomat

5.11.2005. Presidentti halutaan arjen turvaksi, A6.

12.11.2005. Kansalla selvät kuvat ehdokkaista, A6.

14.11.2005. Tutkimus: Television vaaliväittelyillä tärkein rooli presidentinvaaleissa, A8.

18.11.2005. Kansalle kelpaisi luotettava ja oikeudenmukainen presidentti, A4.

19.11.2005. Tarja Halosen etumatkasta huolimatta vaalit kiinnostavat, A2.

19.11.2005. Pyrky, noste ja sitkeys, A2.

21.11.2005. Kansa antoi Haloselle mairat arviot, A4.

30.11.2005. Tutkija: Nuoret tukeutuvat vaalikoneisiin, A6.

4.12.2005. Karlsson, A2.

- 12.12.2005. Ehdokas ei pärjää ilman nettisivuja ja vaalikoneita, A5.
- 20.12.2005. Halosen suosio kääntyi taas kasvuun, A4.
- 28.12.2005. Verkossa paljon puhetta, vähän vaalitaistelua, A6.
- 6.1.2006. Melko harva on käyttänyt presidentinvaalien vaalikoneita, A4.
- 8.1.2006. Vahvan presidentin kaipuu, A2.
- 8.1.2006. Nuorten politiikanvastaisuuden korostaminen lisää passiivisuutta, C5.
- 8.1.2006. Valitsijamiesten paluu, D7.
- 8.1.2006. Tv-sodankäynnin taito, D7.
- 12.1.2006. Kansa on vaisun tyytyväistä vaalikampanjoiden asiasisältöön, A5.
- 13.1.2006. Ylenkin tutkimus enteilee vaaleihin toista kierrosta, A5.
- 16.1.2006. Halonen saa Niinistöä ärhäkkään haastajan, A2.
- 19.1.2006. Porvaripuolueiden yhteistyölle oiva haaste kannatusluvuista, A2.
- 19.1.2006. 13 000 äänen presidenttiehdokas, A2.
- 20.1.2006. Ehdokkailla on aina aikaa viihdeohjelmalle, A5.
- 21.1.2006. Toisen kierroksen asetelma korostaa ehdokkaiden eroja, A2.
- 27.1.2006. Kyselyn mukaan ehdokkaiden puoluetusta tärkeä peruste joka toiselle äänestäjälle, A5.
- 29.1.2006. Karlsson, A2.
- 31.1.2006. Porvarihallituksen pitäisi olla vakavasti otettava vaihtoehto, A2.

Keskisuomalainen

- 29.10.2005. ”Työväen presidentti” jää ihmisten sydämiin, 4.
- 22.11.2005. Ensimmäinen tentti antoi vasta osviittaa, 9.
- 30.12.2005. Vaalikeskustelut turhauttavan laimeita, 4.
- 2.12.2005. Valta keskittyy politiikan ammattilaisille, 12.
- 12.12.2005. Presidentinvaali kiinnostaa, 4.
- 31.12.2005. Tasa-arvo arvossaan – tai ehkä sittenkin yrittäminen, 9.
- 4.1.2006. Revolveritenteille täystuomio, 10.
- 10.1.2006. Nuorten vähäinen äänestysinto huolettaa kampanjavastaavia, 7.
- 15.1.2006. Äänestäminen on kansanvallan juhlaa, 4.
- 16.1.2006. Tarja Halonen paalulta finaaliin, 4.
- 17.1.2006. Liikkuvat äänestäjät tekivät Niinistön menestyksen, 9.
- 20.1.2006. Halosella haastavin vastus, 12.
- 23.1.2006. Toinen kierron edennyt jo loppusuoralle, 10.

26.1.2006. Presidenttikisaa käydään julkkiksilla ja mielikuvilla, 13.

28.1.2006. Viihde vei voiton presidenttikisasta, 13.

30.1.2006. Keskustaoikeisto loi hyvän pohjan, 4.

28.8.2006. Mediajulkisuus ratkaisee politiikassa yhä enemmän, 8.

WWW-LÄHTEET

<http://www.almamedia.fi/strategia>, 2.4.2008

http://www.almamedia.fi/suurimmat_omistajat_ja_omistus, 2.4.2008

<http://www.sanomawsoy.fi/content.aspx?f=2537>, 2.4.2008

<http://www.sanomawsoy.fi/content.aspx?f=2475>, 2.4.2008

<http://journalismi.uta.fi/index.php?page=artikkelit&type=artikkelit&id=43>, 9.4.2006.

<http://www2.edu.fi/medianmaailma/mediatalous/herkman.html>, 10.4.2007

LIITE 1. ALMA MEDIA

Alma Media kirjoittaa strategiastaan internet-sivuillaan (<http://www.almamedia.fi/strategia>, 2.4.2008) seuraavasti: ”Alma Media on kannattavasti kasvava, uudistuva ja kansainvälistyvä yhtiö, joka investoi sanomalehtiin ja verkkomediaan. Tunnetuimmat tuotteet ovat Kauppalehti, Iltalehti, Aamulehti ja Etuovi.com.

Mediakonsernin strategian ytimenä on ketjutoiminta ja ydinliiketoiminnan voimakas, järjestelmällinen kehittäminen. Ketjutoiminta kattaa kaikki keskeiset toiminnot, jotka ovat: toimitus, levikki- ja kuluttajamarkkinointi, mediamarkkinointi, brändi ja tutkimus, jakelu, painotoiminta, tieto- ja tuotantotekniikka ja henkilöstö. Toiminnan tavoitteena on uudistuminen medioiden paikallisuutta ja journalistista uskottavuutta korostaen sekä laadun ja kannattavuuden jatkuva parantaminen.

Alma Median visio on "sanomalehti- ja verkkomedian ykkösketju". Strategian neljä kulmakiveä -- uudistuminen, ketjutoiminta, kansainvälistyminen ja yrityskaupat -- tukevat vision saavuttamista.

Alma Media ottaa hallittuja askelia osaamisalueillaan laajentumisessa Suomen rajojen ulkopuolelle. Kansainvälistymisen keihäänkärkinä toimivat markkinapaikat.

Vapaa ja moniarvoinen viestintä sekä joukkuepeli ovat Alma Media konsernin koko toimintaa ohjaavat arvot. Alma Media taistelee yksilön vapauden ja hyvinvoinnin puolesta.

Alma Media haluaa käytettävissä olevin keinoin edistää kaupankäyntiä osakkeillaan.”

ALMA MEDIAN 10 SUURINTA REKISTERIÖITYÄ OSAKKEENOMISTAJAA 31.3.2008

Rekisteröidyt omistajat	Osakkeita / ääniä	% osakkeista / äänistä
1. Oy Herttaässä Ab	8 177 249	10,96
2. Ikka-Yhtymä Oyj	7 718 991	10,35
3. Keskinäinen työeläkevakuutusyhtiö Varma	7 202 994	9,65
4. Vakuutusosakeyhtiö Henki-Sampo	6 665 912	8,93
5. Danske Bank AS Helsinki Branch	6 085 000	8,16
6. Keskinäinen vakuutusyhtiö Kaleva	4 189 281	5,61
7. Evli Pankki Oyj	3 127 535	4,19
8. Kunnallisneuvos C.V. Åkerlundin säätiö	3 080 071	4,13
9. Nordea Pankki Suomi Oyj	2 746 510	3,68
10. Keskinäinen Eläkevakuutusyhtiö Tapiola	1 852 800	2,48

Lähde: (http://www.almamedia.fi/suurimmat_omistajat_ja_omistus, 2.4.2008)

Rekisteröityjen osakkeenomistajien perusteella Alma Median 10 suurinta omistajaa koostuvat suureksi osaksi vakuutusyhtiöistä ja pankeista. Yhteenlaskettuna 10 suurinta osakkeenomistajaa omaavat 68,14% äänivallasta.

LIITE 2. SanomaWSOY

SanomaWSOY:n strategiset tavoitteet (<http://www.sanomawsoy.fi/content.aspx?f=2537>, 2.4.2008) on asetettu helmikuussa 2008. SanomaWSOY:n strategisia tavoitteita on esimerkiksi olla yksi Euroopan johtavista viestintäyhtiöistä, painopistealueina kestävä kasvu ja kannattavuus ja olla laaja-alainen mediatoimija Suomessa.

Lisäksi SanomaWSOY:lla on neljä kansainvälistä kasvualuetta, joita ovat aikakauslehdet, oppimateriaalit, digitaalinen liiketoiminta ja lehtijaottelu/kioskit.

SanomaWSOY:n strategiaan kuuluu myös kestävän kasvun tavoite. Kasvun edellytyksiä ovat mm. paikalliselle osaamiselle ja asiakastuntemukselle rakentuva kilpailuetu, lisäarvoa tuottavat yritysjärjestelyt ja vahva määrittelyille kasvumarkkinoille.

SanomaWSOY:n kestävän kannattavuuden tavoitteen pohjana ovat esimerkiksi konsernin koon ja osaamisen hyödyntäminen ja yhteisten, lisäarvoa tuottavien prosessien kehittäminen.

SanomaWSOY:n strateginen liikevoittoprosenttitavoite on 12%.

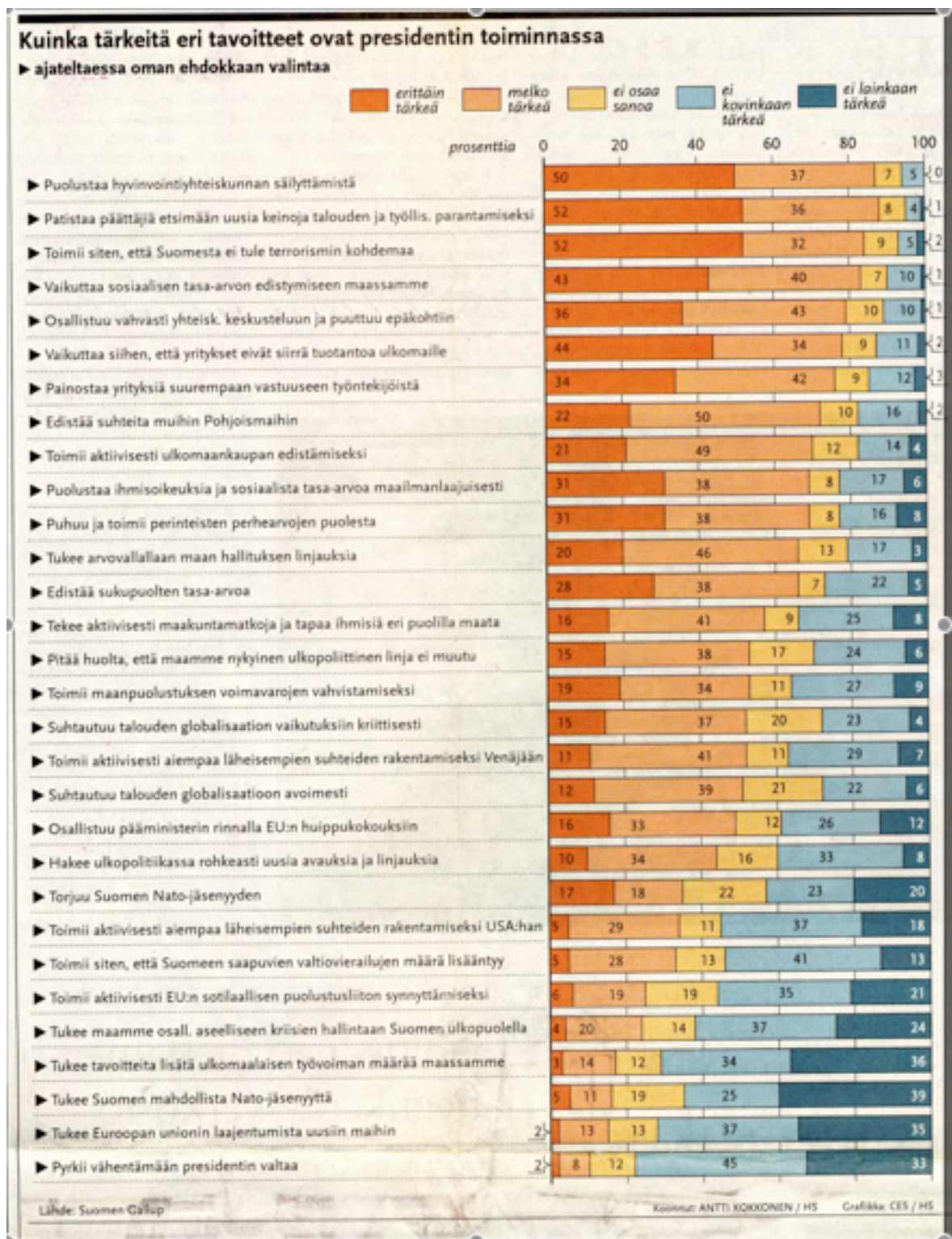
SanomaWSOY:n 10 SUURINTA OSAKKEENOMISTAJAA 31.3.2008

Suurimman osakkeenomistajat	Osakkeita yhteensä	Osuus osakkeista, %
1. Erkko Aatos	37 483 619	23,06
Erkko Aatos	25 680 076	15,80
Oy Asipex Ab	11 803 543	7,26
2. Langenskiöld Robin	12 273 371	7,55
3. Seppälä Rafaela	11 673 370	7,18
4. Helsingin Sanomain Säätiö	6 001 570	3,69
5. Keskinäinen Eläkevakuutusyhtiö Ilmarinen	3 700 770	2,28
6. Alfred Kordelinin Yleinen Edistys- ja Sivistysrahasto	3 695 325	2,27
7. Vakuutusosakeyhtiö Henki-Sampo	3 046 264	1,87
8. Keskinäinen työeläkevakuutusyhtiö Varma	2 476 925	1,52
9. Näyttelijöiden Vanhuudenkotisäätiö	2 249 357	1,38
10. WSOY:n kirjallisuussäätiö	2 075 000	1,28

Lähde: (<http://www.sanomawsoy.fi/content.aspx?f=2475>, 2.4.2008)

SanomaWSOY:n 10 suurimman omistajan joukossa on yksityishenkilöiden omistuksen lisäksi hyvin edustettuina säätiöt. Yhteenlaskettuna 10 suurinta osakkeenomistajaa omaavat 52,08% yhtiön äänivallasta.

LIITE 3. ESIMERKKI MIELIPIDEMITTAUKSESTA



Lähde: HS 5.11.2005, A6