

raNka



raNka

Toimittajalle karttakeppi käteen?	4
Antti Kaarto	
Nainen median silmin	6
Kaarina Palletvuori	
Ihailtu ja vihattu naisurheilija	8
Meira Ruonavaara	
Sukupuolta ankkuroimassa	10
Tanja Vuorinen	
Mitä mieltä miehistä ja naisista?	11
Naispoliitikon imago	12
Jonna Rusanen	
Totudenmurusia taloustoimittajista	14
Elina Pajari	
Peliä julkisuuden kentällä	15
Tiina Niemi, Heli Kauppinen	
Kuvajournalismin tuulia	18
Jenni Rinkinen, Lotta Puustinen	
Faktaa fiktion keinoin	22
Maria Lassila	

Jyväskylän yliopisto

Journalistikan graafisen viestinnän
harjoitustyö

Päätoimittaja lehtori Tapani Huovila

Juttupäällikkö Maria Lassila
Ulkoasupäällikkö Jenni Rinkinen
Kannen kuva Tiina Niemi

Toimittajat Antti Kaarto, Heli Kauppinen,
Maria Lassila, Tiina Niemi, Elina Pajari,
Kaarina Palletvuori, Lotta Puustinen,
Jenni Rinkinen, Meira Ruonavaara,
Jonna Rusanen, Tanja Vuorinen

Kopi-Jyvä Oy, Jyväskylä 2000

p ä ä k i r j o i t u s

Jenni Rinkinen

Kannattava voimamme

Kun aloimme graafisen viestinnän jatkokurssilla suunnitella omaa julkaisua, oli kaikkien päämäärä selvä. Ulkoasullisesti halusimme yksinkertaista ja väljää, kuvia harkitusti ja vähän. Emme haluaisi pakonomaisesti pyrkiä erilaisuuteen. Totesimme, että myös perinteinen lehtitypografia voisi olla modernia. Sisällöllisesti halusimme karsia. Halusimme näyttää, että olemme nuoria.

Ja tässä työmme on: *Ranka*. Ulkoasusta teimme sellaisen kuin suunnittelimme. Sisältö syntyi halustamme tutkia.

Toimitustyössä meille korostetaan kriittisyyttä. Meidän tulee kyseenalaistaa ulkopuolella oleva maailma objektiivisesti. Mutta me myönämme, että toimittajakin erehtyy. Me tiedämme valtamme ja yritämme olla sen edessä nöyriä. Me haluamme yhteiskunnan lisäksi kyseenalaistaa journalismin käytänteet, koska olemme kuulleet niin paljon.

Olemme kuulleet: Että taloustoimittajat ovat korruptoituneita. Me emme sano niin ennen kuin olemme ottaneet asiasta selvää. Että nainen on tasa-arvoinen miehen kanssa. Ihmettelemme kuitenkin, miksi uutisessa puhuu edelleenkin mies. Että tiedottaja lobbaa. Me kuitenkin väitämme, että tiedottaminenkin on tiedonvälitystä. Me kirjoitamme uutiskärjen mukaan, tottakai. Mutta. Meistä journalismia voi kirjoittaa myös tarinan muotoon. Ja me asetamme visuaalisen journalismin samalle viivalle kirjoitetun kanssa.

Meille opetetaan monta asiaa. Yhden kuitenkin jo tiesimme. Me osaamme karsia. Meidän tuotoksemme ovat rankoja. *Ranka* on meille runko. Se kannattelee tekstejämme ja tutkimuksiamme. Rangan ympärille voimme kietoutua, se on meidän voimamme. Kriittisellä journalismin tutkimuksella on työssämme sija. Se on koulutuksemme rikkaus.

a l a k e r t a

Antti Kaarto

Naisia, naisia

Ei ole sattumaa, että tätä lehteä hallitsee naisteema. Vilkaistu lehden apina(tar)laatikkoon osoittaa, että mukana tuotannossa oli vain yksi miespuolinen opiskelija. Minä.

Lehden tehnyt kurssi on erikoisen naisvaltainen, mutta muutenkin sukupuolitasapaino alan koulutuksessa on pahasti kallellaan. Alan naisistuminen alkoi Jyväskylässä toden teolla silloin, kun pääsykokeissa ruvettiin kiinnittämään suurempaa huomiota hakijoiden koulumenestykseen. Huonoilla papereilla – joita jostain syystä löytyy useammin poikien kuin tyttöjen salkuista – hakeminen on melko nihkeää, etenkin jos samassa salissa istuu kolmattasataa kilttiä kuuden ällän tyttöä.

Työnantajien lohdutukseksi (ehkä joidenkin pettymykseksi) voim sisäpiirin tietona kertoa, ettei työmarkkinoille silti ole tulossa nörttilaumaa. Kaksivaiheinen pääsykoe karsii pelkät lukumyyrät pois. Alalla tarvitaan luonnetta.

Tällä menolla ollaan pian tilanteessa, jossa suurin osa toimittajista on naisia. Vielä hiukan ajassa eteenpäin, ja suurin osa päällikötason ihmisistäkin lienee naisia. Omien kokemusten perusteella uskon, etteivät journalistiset käytännöt siitä silti miksikään muutu. Enkä usko uutiskriteerienkään muuttuvan.

Mutta kuten tämän lehden artikkeleista huomaa, tulee naisnäkökulma varmasti korostumaan tulevaisuudessa. Se ei ole huono asia, sillä useimmiten tämän päivän uutisissa miehet puhuvat miehille, varsinkin tärkeistä asioista. Triukkapipoinen feminismi tulee kuitenkin kuulumaan muualle kuin päivittäiseen uutistuotantoon: vaikka nainen on nainen, hänen pitää olla ammattilainen.

Uskon, että tätä lehteä tehneet naiset ovat.



Yläasteikäiset
vieraantuvat
yhteiskunnasta

Pitäisikö median reagoida?

Yläasteikäisistä nuorista 35 prosenttia ei tiedä, onko Kokoomus vasemmistopuolue. Miltei 70 prosenttia arvelee, että valtio omistaa pankit. Tiedot ilmenevät Nuori kansalainen -tutkimuksesta, johon on haastateltu noin tuhatta 15–16-vuotiasta suomalaisnuorta. Nuoret olivat suorittaneet loppuun koulun kaikille kansalaisille tarjoamat yhteiskunnalliset opinnot.

Tulokset hämmentävät: eikö yhteiskunnallinen opetus kiinnosta teinejä, vai esitetäänkö asiat mediassa liian monimutkaisesti? Tarttisko jonkun tehdä jotakin?

Kansainvälistä tutkimusta koordinoi Suomessa erikoistutkija *Sakari Suutarinen* Jyväskylän yliopiston koulutuksen tutkimuslaitokselta. Koulutuksen tutkijana hän löytää tietämättömyyden syyt lähinnä yhteiskunnallisen koulutuksen heikkouksista, mutta hän ei päästä tiedotusvälineitäkään mustelmitta.

– Tarvitaan enemmän taustoitusta ja kokooma-artikkeleita, pitkän linjan reportaaseja. Vain niiden avulla voi ymmärtää päivittäisiä uutisia.

Suutarinen pitää myös uutisten yhteyteen ilmestyneitä, perusasiat selvittäviä faktalaatikoita hyvänä suuntana.

Ulkomaanuutisissa tarvittaisiin ruumiden laskennan vastapainoksi enemmän yhteiskunnallisia juttuja.

– Milloinhan olen viimeksi nähnyt artikkelin Afrikan pidempiaikaisesta poliittisesta kehityksestä? Mikä on USA:n osuus? Myös EU:n – eli siis myös Suomen – Afrikka-politiikkaa pitäisi tarkastella kriittisesti.

Ei ole pelkästään median vika, jos lukija ei ymmärrä. Suomessa annetaan yhteiskunnallista opetusta vain noin puolet keskvieron OECD-maan opetusmäärästä. Lisäksi Suomessa painotetaan historiaa, kun esimerkiksi Ruotsissa keskitytään enemmän yhteiskuntaoppiin. Suomessa maantietoa käsitellään luonnontieteellisistä lähtökohdista, monissa maissa painotetaan poliittista maantietoa.

Suutarisen mielestä huolestuttavimmat puutteet nuorten tiedoissa liittyvät omistussuhteisiin – siis yhteiskunnan perustaviin kysymyksiin. Esimerkiksi noin 40 % nuorista arvelee tai ”tietää” tiedotusvälineiden olevan valtion omistuksessa. Suutarinen perää koulutuspolitiikalta huomiota yhteiskunnalliseen opetukseen; Suomessa ei ole huomattu yhteiskunnallisia muutoksia.

– Nyky-yhteiskunta on monimutkainen, ja valtarakenteet hankalasti hahmotettavissa. Maatalousyhteiskunnassa oli selkeää kuka pellot omisti ja kuka niiden satoa söi. Nykyään ei välttämättä olla selvillä siitä, mitä kukin omistaa ja mistä hän palkkansa tienaa.

Tietämättömyyden syy ei ole opettajissa. Suomen koulutusjärjestelmässä on kansainvälisesti tarkasteltuna jotakin erikoisuuksia. Suomessa opetetaan kaikille yhteisinä pakollisina oppiaineina ruotsia sekä uskontoa tai elämäntarkastusta. Nämä on poliittisella tasolla koettu tarpeellisiksi, mutta aineet syövät pelivaraa sekä muilta oppiaineilta että valinnaisuudelta.

Uskonto ja ruotsi ovat myös tutkimusten mukaan oppilaiden piirissä kaikkein epäsuosituimpia. Erityisesti poikien kouluviihtyvyys on Suomessa ongelma, mutta yhteiskunnallisten sisältöjen kohdalla pojilla ei ole Suutarisen mukaan ylipääsemätöntä motivaatio-ongelmaa. Esimerkiksi valinnainen lakitiedon kurssi on suosittu koko maassa.

Voivatko tulevaisuuden mediankuluttajat siis olla ylivelkaantuneita omiin napoihinsa tuijottajia, jotka katsovat pelkkää Tuttu Juttua ja antavat muiden pitää yhteiskunnan koneet käynnissä? Suutarinen ei aivan näin rankkoja linjoja vedä, mutta kehottaa ottamaan vakavasti nuorten lisääntyvät maksuvaikeudet. Ne johtuvat tutkijan mielestä osaltaan yhteiskunnallisesta uusavuttomuudesta.

Myös demokrativaje huolettaa Suutarista. Nuorten pitäisi olla niitä, jotka muuttavat maailmaa paremmaksi, eivätkä

pelkästään huolehdi pikkuperheidensä toimeentulosta. Suutarisen mukaan sekä päättäjien että tiedotusvälineiden pitää miettiä, kasvatetaanko taällä valtion- vai maailmankansalaisia.

– Kansainväliset työmarkkinat ja talouden globalisaatio vaativat nuorilta maailmanlaajuisia yhteiskunnan tajua. Maailmalla satsataan maailmankansalaisiksi kasvattamiseen vastapainona äänioikeiston nousulle.

Englannissa yhteiskunnallinen opetus on viety jo alakouluun, ja Norjassa toimivat lakisäätiset luokkaneuvostot. Suutarisen mukaan Suomen kiinnostuksesta yhteiskunnalliseen kasvatukseen kertoo paljon se, että muut Pohjoismaat Suomea ja Islantia lukuun ottamatta ovat jo tänä keväänä laajentaneet nuorten yhteiskunnallisia tietoja ja asenteita tarkastelevan tutkimuksen koskemaan myös 18-vuotiaita.

Yhteiskunnalliset tiedot saadaan ennen muuta koulusta, mutta tiedotusvälineillä on Suutarisen mielestä toinen, hyvin tärkeä yhteiskunnallinen tehtävä: tehdä osuutensa kansallisen identiteetin uudistamiseksi. Suutarisen mukaan käsite ”suomalaisuus” rakentuu uhanalaisen, etnisen valtion kuvalle. Tämän etnos-painotteisen kuvan tilalle voitaisiin ruveta rakentamaan enemmän civic-painotteista kuvaa.

– Tässä voisivat korostua esimerkiksi 1800-luvun nationalismin tapaan oikeusperiaatteet, maantieteelliseen alueeseen kiintyminen ja kulttuuriset tekijät. Eikä tämä vanha ”ruotsalaisia emme ole, venäläisiä emme halua”.

Tärkeintä olisi luoda yhtenäisyyttä siitä, mitä teemme, millainen kulttuurimme on ja millaiseksi se tahdotaan muodostaa. Suutarisen visioima uusi kansallinen identiteetti ei edellytä etnistä samanlaisuutta vaan yhteisiä päämääriä ja toimintatapoja.

– Suomessa kansalaisoikeuksien aktiivinen käyttäjä saattaa kokea ”rettelöitsijäksi”. Hänet voi kuitenkin nähdä myös ihmisoikeuksien ja kansalaisyhteiskunnan puolustajana, jota median olisi mahdollista, ranskalaisen mallin mukaan, ihailla ja tukea.

Suutarinen sanoo, miten median EI pitäisi toimia, jotta se auttaisi uuden rakentamisessa: pitäisi lopettaa helpoilla uhkakuvilla ratsastaminen.

– Varsinkin helsinkiläisillä viestimillä on aina tämä ryssävihan maalailu. Kun Neuvostoliitto romahti, alettiin puhua itärikollisuudesta. Juuri tällainen luo pohjaa äänioikeistolle. Haiderkin puhuu rikollisuutta vastaan, eikä hänen tarvitse edes ääneen sanoa, että hän tarkoittaa ulkomaalaisia. Rikollisuus yhdistetään heihin automaattisesti.

Ennen maata koskevat uhat oli mahdollista torjua rajoilla, nyt tarvitaan Suutarisen mukaan koko yhteiskunnan leveyttä. Tämä edellyttää yhteiskunnallisen opetuksen uudelleenpohjimista.

On myös hyvä miettiä, voisivatko tiedotusvälineet tehdä jotakin eri tavalla. Ainakin se faktalaatikko vie varsin vähän tilaa.

Nuori Kansalainen -tutkimuksen tuloksia verkossa osoitteessa
<http://www.jyu.fi/ktl/civics.htm>

k u v a

Jonna Rusanen

Nainen on

Nainen mediassa puhuttaa. Seuraavilla sivuilla tutustutaan naispoliitikkojen imagoon, pohditaan aikakauslehtien naiskuvaa, sukelletaan urheilevan naisen maailmaan ja kysellään kadun miehiltä ja naisilta, mitä tasa-arvo heille merkitsee. Emme nouse barrikadeille, vaan haluamme tarjota erilaisen retken naiseuteen.



Nainen

- myös mediassa

Nainen urheilee, johtaa, tutkii ja politikoi lehtien sivuilla ja tv-ruudussa siinä kuin mieskin. Ikiäikaisten madonnan ja huoran roolien lisäksi naiselle on tarjolla monia muitakin. Julkinen ei ole enää vain miesten eikä koti naisten aluetta. Mutta millainen nainen mediassa toimii? Milloin naisesta tulee jutun aihe?

Naisella, joka haluaa median juttuagendalle, on kolme vaihtoehtoa. Ensimmäinen vaihtoehto on hakeutua perinteiselle miesten alalle, lähelle valtakurssia. Avuksi on, jos ei ole kovin vihättävä vaan pikemminkin *uskottava*. Matala ääni ja karski olemus eivät ole ainakaan haitaksi.

Jos nainen kuitenkin kokee olevansa liian *naisellinen* onnistuakseen moisen uran luomisessa, kannattaa kokeilla suhdetta vaikutusvaltaiseen mieheen. Tai vaihtoehtoisesti lyöttäytyä sukulaisjulkiksensa seuraan.

Mediaa kiinnostavat julkkismiehen tyttöystävä, vaimo, tytär tai jopa äiti. Lopulta on aivan yhdentekevää, millainen suhde on kyseessä. Varsinkin jos nainen on kaunis, tunnettu tai paljon miestä nuorempi. Silloin hän sopii hyvin jutun koristeeksi.

Naisen, joka ei ole miesvaltaisella alalla eikä ikäväkseen tunne miespuolisia julkiksia, kannattaa hakeutua perinteiselle naisten alalle kuten vaikkapa hoivatyöhön. Tällöin nainen on turvallisesti omalla paikallaan eikä *naisten alan* asiantuntija, olkoon kuinka pätevä tahansa, uhkaa miehistä asiantuntemusta. Hänet voidaan turvallisesti sijoittaa tv-uutisten loppupuolelle – kun ensin on käsitelty tärkeät asiat ja kovat uutiset.

Median nainen ei ole vain ihminen. Hän on Nainen. Vaikka samalla naisella voi olla useita eri rooleja, nousee sukupuoli yleensä tavalla tai toisella esiin.

Tuoreelta ministeriltä voidaan tivata kuinka hän ehtii samalla hoitaa sekä kotia että virkaansa. Kyseessä on tietenkin *naisministeri*. Suuren yrityksen johtajaa haastatellaan. Hän myöntää joutuneensa tinkimään jonkin verran lastenhoidosta. Kyseessä onkin nainen.

Kuka kysyy suuren suomalaisen yrityksen miespääjohtajalta normaalissa haastattelutilanteessa ”mitä lapsille kuuluu”? Jo ajatuskin on naurettava. Miksi?

Naistenlehdet ovat oma lukunsa. Akkia voisi kuvitella, että niiden naiskuva on muuta mediaa suppeampi. Onhan niissä naisen elämän keskipisteenä mies ja koti.

Vaikka perhe ja kotielämä ovat useissa naistenlehdissä keskeisin tekijä, antavat ne tilaa myös naisen muille rooleille.

Nainen on paitsi äiti ja vaimo myös julkkis, uranainen, johtaja tai poliitikko, eroottinen nainen sekä itsenäinen nainen. Mutta ennen kaikkea hän on kuitenkin nainen ja sukupuolista ei naistenlehdissä neuvotella.

Tärkeintä ei välttämättä olekaan millainen nainen mediassa näkyy, vaan se millainen nainen mediassa ei näy. Mies löytää mediasta helposti samastumiskohteita elämän eri tilanteisiin. Jopa koti-isiä näkyy jutuissa aina silloin tällöin. Sen sijaan media tuntuu unohtavan naisten väliset erot. Kaikkia naisia ei ole veistetty samasta puusta. Monien elämässä yhdistyvät erilaiset roolit vaivattomammin kuin media antaa ymmärtää. Roolimallien puuttuessa on naisen usein vieläkin etsittävä samastumiskohteensa menestyneistä miehistä.

Kirurgin urasta haaveileva tyttö ei välttämättä halua samastua julkisuudessa esitettymiin nahisteleviin mieskirurgeihin. Urheilijan urasta haaveileva tyttö ei ehkä saa lisää intoa, kun lehti julistaa, että naisurheilijan voittosuoritus onkin oikeastaan miesvalmentajan ansiota.

Media esittää mielellään poikkeuksellisia naisia, jotka menestyvät miesten maailmassa. Tämän luulisi rohkaisevan naisia. Asiassa on kuitenkin ainakin kaksi muuta puolta. Liiallinen poikkeuksellisuuden korostaminen viesti katsojille/lukijoille ”liian vaarallista, älkää kokeilko tätä kotona”. Toisaalta menestymisestä miesten maailmassa tehdään naisten korkein mahdollinen saavutus.

Miten median sitten tulisi nainen esittää? Median naiskuva on kirjoitettu paljon, mutta siltikään kysymykseen ei ole yhtä vastausta. Kukaan ei voi määritellä yhtä ainoaa ”oikeaa” tapaa esittää nainen. Eihän ole olemassa yhtä ainoaa naisen määritelmääkään, johon kaikki maailman naiset sopisivat. Ihminen sen sijaan on suhteellisen kattava käsite. Ja ihmisiä on monenlaisia.

Kirjallisuutta: Irma Kaarina Halonen, Matka journalismin sukupuolittumisen strategisille alueille (1999). Tuija Ketola & Päivi Tuomenlehto, Naisellisuuden maailma maskuliinisen taivaan alla (1986). Aili Nenola, Miessydäminen nainen (1986). Elina Sana (toim.), Naiset, miehet ja uutiset (1995).

t e k s t i

Meira Ruonavaara

k u v a

Jenni Rinkinen

Ihailtu ja vihattu n

Naisurheilu on ilmiö, jota on vieroksuttu pitkään. Urheilun historia ei tunne naisten kilpaurheilua kuin vasta 1900-luvulta lähtien. Naisurheilijoiden asema niin lehtien palstoilla kuin sponsorisopimusten sivuilla on yhä ongelmallinen, vaikka itse asia, naisten kilpaurheileminen, jo tunnustetaan.

Käsite urheilu on jo itsessään ongelmallinen. Se mielletään viittaamaan terveiden nuorten miesten liikuntaan – sen kaikki muut muodot täytyy erottaa etuliitteellä ”itse asiasta”. Kieltämme rikastuttavat siis ilmaukset *nais-, vammais- ja veteraanuurheilu* erottamassa jyvää akanoista, tosiurheilun muusta urheilusta. Koskaan ei nimittäin puhuta *miesurheilusta*.

Mieheys on mittatikku, johon urheilijattaria verrataan. Miesten tulokset ovat heidän fyysisten ominaisuuksiensa takia naisten tuloksia parempia, mikä antaa hyvän syyn aliarvostaa naisurheilua. Jos jonkun naisurheilijan tulokset uhkaavat olla liian hyviä, on tyypillistä, että hänen naiseuttaan epäillään, tai urheilijasta haetaan maskuliinisia piirteitä. Eräs keino on pelata urheilijattaren saavutuksia ympärillä olevien miesten kautta. Tähän törmäsi urheilososiologi *Riitta Pirinen*, joka tutki keihäänheittäjä Heli Rantasen olympiavoittoon Atlantassa 1996 liittynyttä uutisoiminta. Pirisen mukaan Rantasen, ”Lammin likan” menestys selitettiin muilla kuin naisen omilla kyvyillä. Valmentaja Leo Pusalle annettiin kohtuuttoman suuri painoarvo. Myös heittäjän omia miesmäisiä ominaisuuksia sivuttiin. Rantasen kollega, Soulin kultamitalisti Tapio Korjus kehui Rantasen heittokättä poikamaiseksi.

Naisurheilijoiden on erittäin vaikea saada ansaitsemaansa arvostusta. Urheilusankaruutta tutkinut *Kalle Virtapohja* analysoi väitöskirjassaan Sankareiden salaisuudet suomalaisia urheilusankareita. Pitkälle listalle, jolla on urheilijoita Paavo Nurmesta Lasse Vireniin, ei ole kelpuutettu kuin yksi nainen, Marja-Liisa Kirvesniemi. Hänenkin saavutuksiaan Sarajevon olympialaisissa käsitellään Virtapohjan mukaan aina siten, että aviomies Harri mainitaan jutussa. Joskus mies saa jopa enemmän palstatilaa kuin itse hiihtäjätär. Tämä on tyypillistä urheilujournalismille. Sarajevon kisojen aikaan, vuonna 1984, oli urheilutoimittajien vaikea käsitellä naissankaruutta. Onneksi oli olemassa Harri, johon saattoi viitata. Samaan ”ongelmaan” törmäsivät journalistit jo 1950-luvulla, jolloin sen ajan kiistattomasti parasta suomalaista hiihtäjää, Siiri Rantasta, alettiin kutsua ”Äiteeksi”. Näin saatiin outo ilmiö hallintaan.

Suhtautuminen naisurheiluun on aina ollut länsimaisessa yhteiskunnassa kaksijakoinen: toisaalta suvaitseva, toisaalta torjuva. Urheiluharrastuksia pidettiin naisen keholle epäsovinnaisina ja luonnottomina. Liian treenauksen pelättiin muovaavan vartaloa epäedulliseen suuntaan. Urheilun ajateltiin sisältävän miehistäviä vaikutuksia, urheilevasta tytöstä tulisi näin ei-haluttava. Kevyteen harjoitteluun tuki kannustettiin, varsinkin yläluokan piirissä. Ainoastaan kilpaurheilu oli osa-alue, jonne naisten ei suotu ”tunkeutuvan”. Vasta 1900-luvulla tapahtui lopullinen emansipaatio. Ensimmäiset naiset kilpailivat olympialaisissa vuonna 1900 ja sen jälkeen alkoi kilpaileminen yleistyä muutenkin.

Nykyään ei suhtautuminen naisten urheiluun ole enää niin avoimen torjuva kuin aiemmin. Vieroksunta on muuttunut hienovaraisemmaksi. Urheilutoimittajat eivät uutisoi naisten tapahtumista yhtä paljon kuin miesten. Yhtenä syynä on toimittajien miesvaltaisuus – miesurheilun uutisoinnin perinteet ovat syvällä. Urheilutoimittajat ovat



Naisurheilija

perinteisesti itse aktiivisesti harrastaneita miehiä, jotka jatkavat ”urheilu-uraansa” journalismin parissa. Toimittajat perustelevat uutiskäytäntöä sillä, että naisurheilu ei kiinnosta yleisöä yhtä paljon kuin miesten urheilu. Asiaa on kuitenkin mahdotonta todentaa, ellei viestimissä ole saatavilla molempia tasa-arvoisesti.

Toisaalta mediassa on nähtävillä yhä enemmän naisia, jotka ovat nousseet urheilusankarittariksi – ja jotka media on nostanut sellaisiksi. Hyvä esimerkki on ruotsalaisen aiturin, Ludmila Engquistin, sankaritarina. Alun perin venäläinen, sittemmin ruotsalaistunut aituri nousi uudessa kotimaassaan kansallissankariksi taistellessaan viime vuonna

rintasyöpää vastaan. Jo aiemmin menestyneen naisen paluu kentille Sevillan MM-kisoissa oli kuin hurmosta. Engquist oli täysverinen sankaritar, Ruotsin kansan ikoni jo ennen kuin hän oli juossut askeltakaan radalla. Tämä kertoo siitä, että mediassa on nähtävissä uudenlainen sankarityyppi. Urheilu-uutisoinnin perinne on muuttumassa. Vanhat, syvälle juurtuneet käsitykset ovat väistymässä ja urheilujournalismin voidaan nähdä siirtyvän uuteen suuntaan. Uuteen avoimempaan ja suvaitsevampaan suuntaan.

Kirjallisuutta: Kalle Virtapohja, Sankareiden salaisuudet (1998). Riitta Pirinen, Sukupuoli sanomalehtien urheilusuilla, Tiedotustutkimus 2/1999.

Sukupuolta ankkuroimassa

Aikakauslehdet ovat foorumi, jossa neuvottelua sukupuolten rooleista luulisi käytävän ennakkoluulottomasti, jopa kyseenalaistaen. Sukupuolille suunnatut lehdet kuitenkin vahvistavat malleja, joissa naisen ensisijainen tehtävä on pitää perhe koossa ja miehen harteille jää toimeentulon takaaminen.

Satunnaisotanta lehtihyllystä vahvistaa ainakin julkilausumattoman ideaalin naisen roolista äitinä. Me Naisissa (9/2000) *Ristomatti Ratian* vaimo *Anu Saagin* kyselee lehden kannessa "Olenko huono äiti?" ja sisäsvun otsikko vastaa: "Anu Saagin myöntää virheensä: En kykene olemaan äiti ja uranainen". Uran tai oman itsen asettaminen perheen edelle ei ole naiselle vaihtoehto, vaan johtaa väistämättä syyllisyydentunteisiin.

Isäkään ei selviä nuhteita: "Ennen Robinin syntymää Anu Saagin ja Ristomatti Ratian perheessä tehtiin selväksi, että vauva on sitten Anun oma projekti, eikä Ristomatti halua lapsen syntymän häiritsevän omia taidellisia bisneksiään..." Selkeimmän oletukset äitiyden edellytyksistä tulevat esille jutun jälkikirjoituksessa: "Anu on juuri palannut kymmenen päivän lomamatkalta Abu Dhabista, jossa hän oli ilmaan lastaan, ystävättärensä kanssa. Omantunnon tuskistaan huolimatta hän nautti ja lepäsi ja tuntee nyt olevansa kuin uusi ihminen. Robin oppi sillä aikaa kävelemään, ja pojan suuhun puhkesi neljä uutta hammasta."

Naistenlehdet ovat kiinnostuneita tietämään, mitä mieltä miehet yleisesti ovat naisista. Anna-lehden sarjassa Mies puhuu naisesta menestyvät julkismiehet luotaavat suhdetaan vastakkaiseen sukupuoleen. Naiseutensa osoittamiseksi Apulanta-yhtyeen *Toni Wirtanen* (Anna 9/2000) vinkkaa: "Nainen, joka tekeytyy tarkoituksella vähän avuttomaksi ja pyytää miestä bäitiin, on erittäin vetoava." Jutuissa, joissa miehet saavat suunvuoron arvioidakseen vastakaista sukupuolta, herkutellaan naisellisuuden ja miehyyden eroilla, mutta nähdään ne myös ongelmallisina. Sukupuolet määrittyvät aina suhteessa toisiinsa, jolloin vastakohtaisuudet korostuvat. Olla mies on olla olematta nainen. Kun toimittaja kysyy Wirtaselta "Mihin tarvitset naista?" saa hän odotetunlaisen vastauksen: "Ollakseni mies."

Naisiasiallista tehtävänsä naistenlehdet toteuttavat nostamalla esiin myös naisia, jotka ovat menestyneet työelämässä esimerkiksi yritysnaisten. Uranaistenkin haastatteluissa problematisoidaan lähes poikkeuksetta äidin roolin sovittaminen kilpailuun työelämässä, jossa miehiä eivät näytä vaaravaan perheelliset rasitukset. Välillä äitiys jopa dramatisoidaan valinnaksi lasten ja tasa-arvoisten uramahdollisuuksien välillä.

Samaa teemoittelua on vaikeaa löytää miesten vastaavista aikakauslehdistä. Niiden kuvailema maailma koostuu suorituskyvyn parantamiseen tähtäävistä, *funktionaalisista* artikkeleista. Parisuhdetta parannetaan konkreettisin viettelyvinkein ja työssä parhaamista helpotetaan oikeaoppisilla neuvottelutaidoilla, jolloin saat tahtosi "läpi" (Men's Health 1/2000).

Cosmosta, Men's Healthia ja Miehen Gloriana tutkinut *Mikko Penttilä* havaitsi, että lehdet määrittelevät lukijansa yhä vahvemmin patriarkaalisuuden vangeiksi. Ne uusintavat tosimiehen legendaan tarkoin maskuliinisuuden kriteerein: suorittajan roolista kertovat lihaksikas vartalo, naistenmiehen maine, menestys työelämässä tai ylimalilliset saavutukset, kuten henkistä ja fyysistä kapasiteettia koettelevat ponnistukset.

Perhe ei näissä representaatioissa ole miehelle mikään este tai ongelma, vaan tuskin näkyvä osa miesten maailmaa. Sukupuolijärjestelmän työnjako ei edellytä mieheltä valintaa uran ja perheen välillä, vaan miehen tehtävä on kantaa kotiin pullea tilipussi. Tässä välillisesti perheeseen kytkeytyvässä tehtävässä miesten aikakauslehdet sitten rakentavatkin mallia "oikeanlaisesta" miehyydestä, johon sekä mies itse että nainen voisivat olla tyytyväisiä.

Tasa-arvokeskusteluun Men's Health (1/2000) osallistuu vain väisusti purnaten listaamalla kotitöitä, jotka lankeavat useimmiten miehille: "Kuka luo lumet, rassaa tukeentuneen viemäriin anki, siirtää huonekaluja ja nousee yöllä sängystä tarkistamaan, mikä aiheutti oudon kolahduksen?"

Katsaus aikakauslehtiin, kohdennettiinpa ne miehille tai naisille, hahmottelee molemmille sukupuolille roolin, jolle sukupuolijärjestelmä toistaiseksi vahvasti rakentuu. Median miehyyden ja naiseuden representaatiot ovat onneksi kuitenkin vain vertailukohta, kun yksilö purtaa sukupuolensa rajoja. Lukija päättäkoon, haluaako nuhin itse samaistua.

Kirjallisuus: Mikko Penttilä, Paperiin piirretty mies (Tiedotustutkimus 2/1999). Anneli Anttonen, Lea Henriksson & Ritva Nätkin (toim.), Naisten hyvinvointivaltio (1994).

”Kun vaimo tekee ruuan, niin minä syön”

Journalistiopiskelija jalkautui kyselemään ajatuksia tasa-arvosta ja sukupuolista Jyväskylän kävelykadulle. Mitä ajattelee näistä asioista median käyttäjä, ihan tavallinen ihminen?

– Feministejä on monenlaisia. On hyvänsorttisia ja miestenpolkijoita. Ääriäidat eivät ole hyviä missään asiassa, sanoo varastomies *Ari Huovinen*, 26. Huovisen mukaan tasa-arvo on toteutunut Suomessa paremmin kuin monissa maissa, mutta ongelmiakin on.

– Työnhaussa olen sen huomannut. On miesten ja naisten aloja. Esimerkiksi ruokapuolelle halutaan naisia. Sille alalle voisin kuvitella itseni töihin, vaan varastomies minusta sitten tulikin.



Yksityisyrittäjänä terveyden- ja kauneudenhoitoalalla toimivan *Sirpa Tuomisen*, 49, mielestä tasa-arvo ei riipu sukupuolesta vaan yksilöstä.



– Olen 60-luvun radikaalia sukupolvea, jolle isä aikanaan opetti, että tasa-arvoa ei ”ole”. Siitähän otettiin sitten yhteen. Kannatin tietysti samapalkkaisuutta, mihin isä sanoi, ”että jos teen saman työn paremmin, ansaitseen paremman palkan”.

Myöhemmin Tuomisen

mieli on muuttunut ja isän opit tuntuvat järkeenkäyville.

– Nyt olen huomannut, että tottahan se on, että joku on parempi jossain ja joku jossain muussa. Se on yksilöstä eikä sukupuolesta kinni. Oma ajattelutapa ja arvot ratkaisevat. Sovinistikaan ei välttämättä ole mies. Se on tietty ihmistyyppi.

– Kyllästyttää, kun seksuaalisuutta tungetaan mediassa koko ajan, sanoo tekstiilialalla työskentelevä opiskelija *Mervi Kukkonen*, 22.

– Voisi siellä olla enemmän mihiäkin!

Omassa työssään Mervi kokee olevansa tasa-arvoinen.

– Saan samaa palkkaa ja kai minua kuunnellaankin siinä missä muita.



Eläkkeellä olevalle *Kalevi Tervakankaalle*, 71, tasa-arvo ei ole vieras juttu.

– Vaimon kanssa ollaan oltu aviossa 45 vuotta. Kyllä meillä on tasa-arvo keskenämme. Hän antaa ja minä annan. Kun vaimo tekee ruuan, niin minä syön. Kaikki jaetaan.

– Kyllä, ikuisesti olen ollut tasa-arvoinen, sanoo eläkeläinen *Hilkka Hämäläinen*, 78.

Työssään, 45-vuotisen kauppiaurun aikana Hämäläinen koki olevansa tasa-arvoinen miesten kanssa. Mitä nyt oli hiukan ongelmia aviomiehen kanssa liike-elämän kysymyksissä. Tasa-arvoa Hämäläinen kannattaa-kin lämpimästi.

– Feministit ovat ihan oikealla asialla!



Meikkipussi naispoliitikon asiakirjasalkussa?



Poliitikot, erityisesti naiset, joutuvat tekemään töitä imagonsa eteen.

Uskottavuuden

saavuttaminen on vielä nykyäänkin naiselle

vaikeampaa kuin miehelle, ja poliitikon ulkonäköön kiinnitetään mediassa joskus liikaakin huomiota. Kaiken lisäksi naisen pitäisi olla samanaikaisesti sekä hyvä perheenäiti että yhteiskunnassa näkyvä poliittinen hahmo. Mutta jos nainen hoitaa itse lapsensa ja on poissa istunnoista, hän onkin huono poliitikko. Mediapeli on vaikea laji.

Naispoliitikkojen imagonrakennuksen aakkoset ovat pääpiirteiltään samat kuin miesten. Naisen vain täytyy kiinnittää huomiota useampiin asioihin yhtä aikaa, muuten kaksilahkeiset ajavat urakehityksessä armotta ohi.

Tunnetun imagotutkijan, yht. tri *Erkki Karvosen*, mukaan imagonrakennus alkaa sekä miehillä että naisilla sitä, että ydintuote eli perusosaaminen on kunnossa. Sen lisäksi kilpailukyvyä varmistamiseksi tarvitaan myös lisäarvoja, kuten suotuisaa mielikuvaa, mediaesiintymiskykyä, ehkä myös televisioon sopivaa persoonaa ja ulkonäköä.

– Naisen on tehtävä enemmän työtä uskottavuutensa eteen kuin miesten. Valitettavasti tässäkin taitaa päteä se, että naisen on oltava kaksi kertaa parempi kuin mies tullakseen valituksi, Karvonen sanoo.

– Uskottavuuden saavuttamisen keinona voi olla vaikkapa menestyksellinen toiminta kovilla ja vakavilla aloilla kuten taloudessa ja tärkeissä ministerioissa.

Käytännössä tällaisiin tehtäviin pääseminen voi olla naiselle vaikeaa, sillä usein naispolitiikko leimataan jo pelkän sukupuolensa perusteella sopivammaksi sosiaali- tai terveyspoliittiseen toimintaan.

Kaiken lisäksi naisen on vielä pystyttävä huolehtimaan perheestään. Tasapainoilu eri roolien välillä voi erityisesti julkisuudessa olla vaikeaa, sillä media osaa olla tässä suhteessa armoton. Samalla muokkautuvat ihmisten mielessä mielikuvat poliitikosta. Karvosen mukaan naispolitiikko joutuu kärsimään näistä ristiriidoista.

– Jo Esko Ahonkin kännykkäisytydestä tuli sanomista. Naisilla ongelma on vielä pahempi. Jos hoidat kotiasiat kunnolla, niin sitten syytetään poissaoloista istunnoista. Jos hoidat viran tunnollisesti, niin sitten haukutaan perheen laiminlyöjäksi.

Kodin ja poliittisen uran yhteentörmäyksestä on useita esimerkkejä myös aivan viime vuosilta. Esimerkiksi kansanedustaja Janina Andersson herätti huomiota, jopa pahennusta vuonna 1995 imettäessään lastaan eduskunnassa. Asiasta keskusteltiin julkisuudessa aikansa, ja nykyään imetyshoidetaan eduskunnan omassa lastenhoituhuoneessa. Myös Päivi Lipponen aikeet hankkia lapsi ja pyrkiä samaan aikaan kansanedustajaksi puhuttivat runsas vuosi sitten. Jotkut olivat sitä mieltä, että Lipponen laiminlöisi sekä vauvaansa että poliittista uraansa tasapainoillessaan äidin ja uranaisen roolin välillä.

Naispoliitikon imagonrakennuksessa ulkonäöllä on suun merkitys. Kaunis poliitikko on naistenlehtien lemmikki, mutta sitä enemmän hän joutuu vakuuttelemaan uskottavuuttaan.

– Iäki naisellisuus, seksikkyyttä ja kauneus ei ole välttämättä eduksi politiikassa. Helposti arvellaan, että järki ja tällaiset asiat eivät voi esiintyä samassa henkilössä.

– Tarja Halonen on esimerkiksi eräiden arviointijoiden mielestä varsin androgyyni, Karvonen kertoo.

Karvosen mukaan kultaisen keskitien löytäminen ulkoisessa olemuksessa on naispoliitikolle tärkeää.

– Naispoliitikon ei kannattane näyttää siltä kuin olisi juuri lähdössä tansseihin iskemään miehiä täydessä meikissä ja paljastavissa vaatteissa. Eiköhän sellainen virkanaisen look ole paikallaan.

Naispoliitikkojen imagoon vaikuttaa pukeutumisen, vaatteiden värin, kampauksen ja meikin lisäksi miinkin pieni asia kuin silmälasivalinnat.

Ulpu Iivari todisti aikoinaan silmälasien avulla, että vaikka hän on nainen, hän ei ole pehmeä. Hän vaihtoi silmälasinsa poliittisista syistä toimituttuaan jonkin aikaa puoluesihteerinä. Iivari joutui silloin vetämään tietoisesti kovaa linjaa ja häntä alettiin kutsua Suomen rautarouvaksi. Kun hänestä alkoi tuntua, että kova imago muuttui hänelle rasitteeksi, hän pehmensi sitä vaihtamalla keveämpiin silmälasihin.

Myös Eeva Kuuskoski joutui tarkkaan harkitsemaan silmälasivalintojaan. Pyrkieessään Keskustan puheenjohtajaksi hän käytti raskaita ja suurisankaisia lasia, jotka valuiivat alituisen hänen nenältään. Väittelytilaisuuksissa Kuuskoski antoi itsestään varsin hermostuneen kuvan nostellessaan lasiaan takaisin oikealle paikalleen. Tästä johtuen häntä vastaan käytiin kampanjaa, ettei hän kestä paineita. Vastustajien oli helppo sanoa, että katsokaa itse: hän on hermostunut jo pelkän väittelytilaisuuden takia.

Vaikka mediassa naispoliitikon ulkonäön merkitys ylikorostuu, pelkällä ”politiikkaan sopivalla” ulkonäöllä ei välttämättä pääse pitkälle. Karvosen mukaan ulkomuoto on vain osa imagoa.

– Imago muodostuu teosta, sanoista ja visuaalisesta ilmeestä eli ulkonaöstä. Televisio korostaa ulkonaön merkitystä, mutta sitä huolimatta sanoisin, että se on vain lisävaade tekojen ja sanomisten pätevyiden ohella.

Naispoliitikon on usein tehtävä imagonrakennukseen liittyvä uroteko päästäkseen politiikan huipulle. Sitä huolimatta imagokirjallisuudessa ei ole juuri lainkaan naisia esimerkkeinä imagopoliitikoista.

Erkki Karvosen mukaan ulkomailta Margaret Thatcherista on kirjoitettu paljon. Sen sijaan suomalaisten naispoliitikkojen imagoja ei ole kovin paljon ruodittu, sillä julkisuudenhallinta ja imagonrakennus on maassamme vielä melko vaatimatonta. Karvonen kuitenkin uskoo, että myös Suomessa on naispoliitikkoja, jotka osaavat rakentaa imagoaan taitavasti.

– Riitta Uosukainen on ollut aika hyvä, mutta hänellä näyttää olevan ongelmia ”ydintuotteessaan” eli osaamisessa.

Kirjallisuus: Risto Uimonen, Julkisuuspelejä (1992).



Jet set -suihketta vai arkista aherrusta?

Totuudenmurusia taloustoimittajuudesta



Salaisia tapaamisia, pitkiä lounaita, arkistojen penkomista ja skuppeja. Herraseuraa, messeviä tilinauhoja ja kollegoita hakkaamassa selkään onnistuneen jutun jälkeen. Ammattinsa ansiosta talousjournalistit kelpuutetaan eliitin sisärinkiin, jossa ei pelata pikkupanoksilla.

Taloustoimittajat ry:llä on kolmisensataa jäsentä. Yhdistyksen perustamiskokouksessa vuonna 1952 heitä oli yksitoista, kaikki miehiä. Michiselle kokoonpanolle oli taloustoimittajien mielestä käytännön peruste: nainen porukassa olisi tuottanut ikävää lisävaivaa isännille esimerkiksi retkillä.

Ensimmäinen täysvaltainen naisjäsen hyväksyttiin silloiselta nimeltään Taloustoimittajain kerhoon seitsemäntoista vuotta myöhemmin vuonna 1969. Tänäpäin naisia on jäsenistöstä kolmannes ja retket vähentyneet huomasti sitten alkuajojen. Seuraavassa esitetään tavanomaisia oletuksia taloustoimittajuudesta ja puntaroidaan niiden totuudenmukaisuutta.

Koulutusta ja palkkaa. Talous on aiheena hankalahko ja useimmilla taloustoimittajilla on korkeakoulututkinto. Lehtitalojen kaikista toimittajista korkeakoulututkinto on taskussa noin puolella. Maakuntalehdissä taloustoimittajat pitävät etenkin talousaineiden opiskelua tärkeänä; moni harmittelee, että ei tullut lukeneeksi enempää esimerkiksi kansantaloutta tai laskentatoimea.

Keskivarpopalkat tukevat väitettä talousjournalistien paremmasta palkasta, mutta maakuntalehtien taloustoimittajat älähtävät vastalauseen.

"Hesan lehtien huipputaloustoimittajat saavat kovaa palkkaa, mutta suuri osa työskentelee 'normaalilla' palkalla."

"Jo pelkästään vuorolisat tekevät sen, että taloustoimittajat ovat meidän lehdessemme lähes kaikkien huonoimmin palkattuja toimittajia. (Emme tee sunnuntaitoita emmekä myöhäisiä iltavuoroja.)"

"Enkoistoitettujen korkeampi pohjapalkka on minusta perusteltua siksi, että me teemme jatkuvaa päivävuoroa, emme saa viikonloppu, ilt- ja vuorolisää."

"Tiettyssä mielessä pieni bonus voisi olla paikallaan, koska tämä on kuitenkin erikoisala."

Lounaskutsuja. Kutsuja tulee paljon – näppituntumalla enemmän kuin muihin toimituksiin. Taloustoimitukset tapaavat käsitellä kutsunsa itse, jolloin määrä saattaa tuntua suuremmalta kuin vaikkapa kotimaan toimituksessa, jossa

uutispäällikkö karsii turhat valmiiksi pois. Tilaisuuksia tavataan rankata kovalla kädellä.

"Taloustoimittaja kutsutaan erilaisille matkoille jatkuvasti. Yleensä ne ovat hyvinkin tiukkoja työmatkoja."

"Kutsujen hyväksymisessä pääpaino on asiapitoisuudessa, joskus toki käydään luomassa/ylläpitämässä suhteita."

"Kutsut ovat taloustoimittajalle laitaluvultaan työtaluisuuksia, joissa retkahtaminen viuhteelle heikentää jatkossa työntekomahdollisuuksia."

Lahjoja. Se, että taloustoimittajat saavat usein lahjoja tai tulevat muulla tapaa muistetuiksi, johtuu osaltaan siitä, että he sukkuloivat yrity maailmassa, jossa lahjojen antaminen on osa toimintakulttuuria. Lahjat ovat kuitenkin vähentyneet sitten 70-luvun. Lahjasta tulee lahjus, jos se annetaan vastineeksi toimimisesta antajan haluamalla tavalla.

"Rajanveto tapahtuu omien korvien välissä ja sydämessä."

"Jos pelkää vaikutusta, on jäävättävä itsensä tekemästä niitä juttuja."

Rikastumista. Kysymyksestä, saako taloustoimittaja omistaa osakkeita, on taitettu peistä taloustoimittamisen alusta asti. Toisten mielestä kysymys on yhtä älytön kuin että saako omistaa asunnon, toisten mielestä olisi parempi olla omistamatta. Omistamista puoltaa omakohtainen kokemus, joka syventää juttuja. Mahdollisuutta vaikuttaa vaikkapa osakekursseihin pidetään teoreettisena.

"Suoraan sanoen en usko."

"Varmaan voisi toimittaja, joka työskentelee kyllin vaikutusvaltaisessa välineessä."

"– juttujen tulee perustua faktoihin eikä henkilökohtaisiin anti- tai sympatioihin. Jos toimittaja saa näillä ehdoilla selville jotain joka vaikuttaa kursseihin, niin sehän on erinomaista journalismia."

Lainaukset kirjoittajan maakuntalehtien taloustoimittamista käsittelevän proseminaarin kyselytutkimuksesta. Kirjallisuutta: Antti Mikkonen, Rahavallan rakkikoirat (1998).

Julkisuudesta käydään kovaa kamppailua



Tiedotustilaisuudessa istuu tylsistyneen näköisiä toimittajia. Paikalle raahatut yritysjohtajat käyttävät puheenvuoroja toisensa perään, mutta toimittajat eivät kirjoita muistilehtiöihinsä mitään. Se olisi turhaa työtä, sillä toimittajat saavat yrityksen tiedottajalta puheet puhtaiksi kirjoitettuna heti ruokatarjoilun jälkeen. Tyypillinen tilanne. Ja varsin yleinen osa mediakentällä käytävää julkisuus-kamppailua.

Vaikka tiedottajat auttavat toimittajien työtä, on kahden ammattikunnan suhde ristiriitainen. Tähän on syynä jatkuvasti käynnissä oleva julkisuuspeli. Kamppailussa on mukana kaksi joukkuetta: toisella puolella pelaavat organisaatioiden tiedottajat, jotka janoavat yrityksilleen julkisuutta. Toisella taas toimittajat, joiden tehtävänä on vartioida julkisuuden portteja.

Joukkueiden välinen kamppailu syntyy, kun organisaatiot yrittävät päästä tietojensa avulla julkisuuteen.

Uutisiin pääseminen on tärkeää siksi, että organisaatio saa julkisuuden avulla itselleen ilmaista mainosaikaa. Esimerkiksi lehden etusivun artikkeliin pääseminen on yrityksille pääsemään kertaa tehokkaampaa kuin mainonta.

Mediajulkisuuden teho perustuu siihen, että ihmiset ovat kyynisempiä mainontaa kuin tiedotusvälineiden välittämiä uutisia kohtaan. Lukijat kun tietävät mainosten tarkoituksen, mutta uutisten odotetaan välittävän objektiivista informaatiota.

Julkisuus on yrityksille tärkeää muutenkin kuin ilmaisena mainosareenana. Organisaatiot voivat käyttää julkisuutta sekä sidosryhmiensä informointiin että oman imagoensa kyllötykseen.

Yritys voi muokata imagoansa tuotteiden ja palvelujen kautta. Asiakkaiden mielikuviin vaikuttaa myös yrityksen ilme, kuten logo ja mainokset. Näihin kaikkiin organisaatiot pystyvät vaikuttamaan itse.

Imagonmuodostuksen heikoin lenkki on kuitenkin mediajulkisuus, jonka kautta suuri yleisö muodostaa yritystä koskevat mielikuvansa. Tämän vuoksi organisaatioiden on yritettävä vaikuttaa julkisuuskuvaansa pitkäjänteisesti, sillä yksikin negatiivinen juttu saattaa heikentää esimerkiksi pörssikursseja heti uutisen ponnahtettua julkisuuteen.

Mutta miten ihmeessä julkisuuspeleihin sitten voisi vaikuttaa? Aiemmin monen yrityksen strategia oli toimittajien helliminen. Oli matkoja, pitkiä lounaita ja ilmaista juomaa.

Nykyään yritykset ovat siirtyneet hieman erilaiseen ajatteluun. Organisaatioiden tiedottajat ovat yhä enenevässä määrin median ammattilaisia. Heistä monet ovat entisiä toimittajia, joille on selvillä se, mitä media oikein tarvitsee. Monet heidän uutisensa menevätkin läpi, sillä he tietävät, mitä kiireinen toimittaja todella haluaa. Kuten uutiskynnyksen ylittävää vääristelemätöntä informaatiota.

Tämä julkisuudesta kamppaileminen tekee toimittajien ja tiedottajien suhteesta ristiriitaisen. Kansakunnan vahtikoirat

epäilevät tiedottajia manipuloinnista, mutta samaan aikaan he ovat riippuvaisia siitä informaatiosta, mitä tiedottajat tuottavat.

Tiedottajat nimittäin saastavat toimittajilta sekä aikaa että vaivaa. Juttujen tekoon tarvittavat ideat, valmiit uutiset ja taustatiedot on helppo saada tiedottajien kautta. Useat organisaatiot pystyvät tarjoamaan toimittajille myös erilaisia tutkimuksia tai houkuttelevia henkilöhaastateltavia.

Tiedottajien tuottama raakamateriaali on toimittajille jopa niin tärkeää, ettei moderni journalismi pystyisi toimimaan

nykyisessä laajuudessaan ilman viestinnän ammattilaisten panosta.

Tästä kertoo jo se tosiasia, että esimerkiksi Yhdysvalloissa tiedotuksen kanssa työskenteleviltä miltei yhtä monta ammattilaista kuin journalismin puolella.

Mutta vaikka yritykset tuottavatkin toimittajille informaatiota, ei työ ole täysin pyytetöntä.

Julkisuuden pelikentällä

on siis kaksi joukkuetta. Erivarisista pelipaidoista huolimatta ammattikunnista löytyy myös paljon yhtäläisyyksiä.

Sekä tiedottajan että toimittajan työtä

ohjaavat monilta kohdin samanlaiset eettiset säännöt. Näistä tärkein on totuudenmukaisen tiedon välittäminen.

Joukkueiden suurin ero syntyy ehkä sen kautta, miten ammattikunnat yrittävät vaikuttaa julkisuuspelejä kentän reunalla seuraavaan yleisöön. Kun toimittajan tehtävänä on tuoda yhteiskunnan muutokset yleisölleen näkyviksi, niin tiedottajien on yritettävä vaikuttaa samaan yleisöön siten, että se tukisi organisaation toimintaa parhaalla mahdollisella tavalla.

Kirjallisuus: Heikki Luostarinen, Mielen kersantit. Julkisuuden hallinta ja journalistiset vastastrategiat sotilaallisissa konflikteissa (1994). Elisa Ikävalko, Ylivoimapelejä mediassa. Julkisuusmekanismit ja niiden hallinta (1996).



Aamun puuroannokseenne, olkaa hyvä!

Tiedotteet ovat kuin toimittajan aamupuuro: joka päivä sitä kannetaan eteen ja aina sitä tulee syötyä, vaikka ei niin tekisi mieli. Puuro ei ole mikään kulinaristinen nautinto, mutta siitä lähtee mukaan jokin peruskuitua, joka auttaa selviytymään työpäivästä. Päivittäiseen puuroon voi tuki kyllästyä, mutta jos se on silloin tällöin maustettu hunajalla, siitä voi jopa nauttia.

Ongelma on siinä, että kaikki toimittajat istuvat saman kattilan ääressä. Toisaalta täytyy miettiä, kuka puuron on keittänyt, sillä ei sitä tarjota pelkästä tarjoamisen ilosta. Toteutuuko kenties sanonta ”kenen puuroa syöt, sen lauluja laulat”? Mutta ehkäpä puuron tarjoaminen on kuitenkin *vähemmän* epäilyttävää kuin loistoillallisen kustantaminen.

Tiina Lindberg on vastajulkaistussa pro gradu -työssään *Tiedottaja, professionaali viestijä vai manipulaation mestari* tutkinut ravintoketjun molempia päitä. Hänen haastattelemansa tiedottajan mukaan lehdistötiedote on tasapuolinen ja suhteellinen nopea tiedotustapa: tiedote tehdään kun on asiaa, mutta infon järjestäminen ei sentään ole aiheellista. Tai tiedote lähetetään niille, jotka eivät tule paikalle tiedotustilaisuuteen.

Myös toimittajat kokevat tiedotteen hyväksi *perustiedottamistavaksi*. Tiedotteet ainakin luetaan, ellei sitten ole huomattu, että kyseinen organisaatio syyttää jatkuvasti turhia tai liian kaupallisia tiedotteita. Eri asia sitten, kuinka usein tiedote johtaa juttuun – idean siitä voi ainakin laittaa korvan taakse.

Toimittajat eivät ehkä pidä tiedotteen tasapuolisuutta positiivisena ominaisuutena, sillä he arvostavat yksilöllisempää uutisvinkkausta. Hyvän vinkin seurauksena tiedotusväline saa oman jutun, joka yleensä saa myös enemmän julkisuustilaa kuin kaikille valtakunnan välineille jaettu tiedote. Omat ongelmansa vinkkaukseen tuovat pörssi kauppaan liittyvät säännöt, joiden mukaan tärkeistä asioista on tiedotettava kaikille yhtäaikaan.

Tiedottajille suunnatuissa oppaissa korostetaan, että tiedote tulee kirjoittaa valmiiksi jutun muotoon siten, että se tarvittaessa voitaisiin julkaista sellaisenaan. Osa Lindbergin haastattelemissa toimittajista ei pidä tästä käytännöstä. Liian valmis juttu vaikuttaa laskelmoitulta ja saa hälytyskellot soimaan.

Toiset taas nimenomaan haluavat tiedotteet jutun muotoisina. Kaikkia on vaikea miellyttää yhtä aikaa. Joka

tapauksessa hyvältä tiedottajalta edellytetään journalistin työtapojen tuntemista.

Eräs Lindbergin haastatteleva toimittaja on tehnyt tiedon muodosta mielenkiintoisen havainnon. Hän oli ollut STT:llä töissä, ja sen jälkeen tiedottajana työskennellessään osasi kirjoittaa tiedotteet STT:n formaattiin. Tällaiset tiedotteet menivät hänen mukaansa jopa kiusallisen hyvin läpi.

Joten tuskin voi väittää, ettei muodolla olisi väliä. Varmaan jokaisessa toimituksessa pyritään siihen, ettei tiedotteita julkaista sellaisenaan, mutta jotenkin niitä vaan pujahtaa lehtien palstoille silloin tällöin.

Kaikki tietävät, että tiedottajilla on omat intressinsä. Lindbergin havaintojen mukaan niitä ei silti pitäisi näyttää suoraan, sillä se ärsyttää toimittajia. Tämä koskee myös tiedotusmatenaalia.

Tosin pelkällä paperilla ei pitkälle pötkitä, sillä henkilökohtaisten kontaktien merkitys tiedottamisessa on suuri. Tiedote saa todennäköisesti enemmän huomiota, jos se tulee ihmiseltä, jonka toimittaja on tavannut kasvotusten.

Vastauksiksi työnsä otsikossa esittämänsä kysymyksen Lindberg toteaa, että suomalainen tiedottaja perusmetodeineen tuskin on manipulaation mestari. Professionaalin viestijän ominaisuuksista sen sijaan on mitä ilmeisimmin suurta hyötyä. Mutta missä menee näiden välinen raja, kun viestintä on aina jonkinasteista vaikuttamista tai vähintäänkin vaikuttamaan pyrkimistä?

Ehkä toimittajilla on selkärangassaan tuntuma siitä, mikä tiedote on asiallinen ja mikä menee rajan yli. Tiedottaja sitten yrittää arvailla tämän veteen piirretyn viivan sijaintia. Aikansa reseptejä kokeiltuaan hän oppii, mistä puurosta kukin toimittaja pitää eniten.

Kirjallisuus: Tiina Lindberg, Tiedottaja, professionaali viestijä vai manipulaation mestari? Tiedotusopin pro gradu -tutkielma (2000).

Kadottaminen

Hukkuuko kuvajournalismi visuaaliseen

Käsite visuaalinen journalismi harhauttaa kuvajournalismin etsijän. Valokuva on osa visuaalista kokonaisuutta, mutta kuvajournalismia on vain kuvan sisältö. Visuaaliseksi journalismiksi voidaan kutsua aluetta, jossa graafinen suunnittelu kohtaa journalismin.

Ihmisten kiinnostus kuvalliseen ympäristöön on valtava. Erityisesti nykypäivän nuorista on sanottu, että heidän lukutaitonsa on laajentunut visuaaliseksi lukutaidoksi. Tämä aiheuttaa perinteisemmällekin sanomalehdelle muutospainetta. Siksi Helsingin Sanomien ulkoasumuutos yllätti. Yksi hämmennyksen aiheuttaja oli vähentynyt ja pienentynyt kuva.

– Helsingin Sanomat on oikeilla jäljillä. Heidän typografiauudistuksensa toimii, kun käytössä on riittävän hyvät kuvat. Niukka kuvitus vaatii jokaiselta valokuvalta paljon, sanoo Tampereen yliopiston kuvajournalismin lehtori *Hannu Vanhanen*.

Hän näkee sanomalehtien kuvajournalismin ongelmana sen, että lehdissä kuvitellaan määrän korvaavan laadun. Kuvan suunnitteluun ja toteutukseen pitäisi kuitenkin käyttää aikaa. Tärkeintä on, että valokuvasta löytyisi jotain juttua täydentävää tai lisäävää, että se olisi tiedonvälityksellisesti hyvä kuva. Huonoa kuvaa ei korvaa näyttävä kokonaisilme tai visuaalisesta journalismista puhuminen.

– Valokuvaus vaatii ammattimaisuutta, tiettyä visuaalista silmää ja asioiden näkemistä. Kaikki eivät yksinkertaisesti osaa katsoa valokuvia. Helmet jäävät kyllä löytämättä, jos korostetaan kuvaa vain osana ulkoasua.

Sanomalehtien toimituksissa visuaalisesta journalismista kuitenkin puhutaan, enemmän kuin kuvajournalismista. Etelä-Suomen Sanomien ulkoasupäällikkö *Matti Turpeisen* mielestä on vain journalismia, joka voi olla joko kirjoitettua, kuvitettua tai typografista. Mielipiteestään huolimatta Turpeinen arvostaa valokuvaa ja haluaa näyttää sen lehdessään.



Kaksi premikuva.
Helsingin Sanomissa kuva avaa A-osan.

– Oman ulkoasu-uudistuksemme myötä pari vuotta sitten halusin antaa kuvaajillemme todellisen näytön paikan. Minusta se kuuluu heille, koska toimittajat ovat saaneet aina näyttää parasta osaamistaan lehden paraatissivulla.

Uudistuksessa lehden B-osan premisivu annettiin valokuvalle. Turpeinen sanoo, että aluksi kokeilu sai kovaakin

kielletty

suuteen?



Etelä-Suomen Sanomissa B-osan.

kritiikkiä, mutta vähitellen siihen on totuttu.

– Eihän kuvan löytäminen sivulle ole vieläkään helppoa, mutta teemme parhaamme, hän sanoo.

Etelä-Saimaan päätoimittaja *Jorma Hernesmaa* puhuu perinteisestä kuvajournalismista, jolla hän tarkoittaa kuvan ja tekstin yhteistyötä. Hänen lehdessään kuvajournalismi näkyy parhaiten sunnuntaisivuilla ja liitteissä. Jokapäiväisessä lehtityössä hän haluaa varmistaa, että premisivun valokuva on riittävän hyvä.

Hernesmaa sanoo olevansa yllätynyt Helsingin Sanomien uudesta ulkoasusta. Hänen mielestään kuvajournalismi on nyt muutostilassa, ei kuitenkaan niin, että kuvaa vähennettäisiin.

– Itse näen, että värikkäisyys tulee lisääntymään, grafiikka uudistuu ja piirroksot lisääntyvät. Mielestäni juttu tarvitsee kuitenkin kuvaa ja näin lehtikuva tulee kyllä säilyttämään asemansa tärkeimpänä kuvituslementtinä.

Vanhasen mukaan kuvajournalismin sekoittaminen kuvitusjournalismiin on yksi syy, miksi kuvajournalismista

puhutaan niin voimakkaasti visuaalisen journalismin yhteydessä.

Jos kuvajournalismin kehitystä ajatellaan vaiheittain, ollaan nyt klassisen ja modernin kuvajournalismin jälkeen siirrytty postmodernistiseen kuvajournalismiin. Siinä entistä merkittävämpää asemaan on noussut kuvituskuva, jolloin puhutaan uudenlaisesta kuvan ja tekstin kombinaatiosta. Valokuva alkaa lähentyä muuta graafista ilmaisuja. Sitä tulee synteettistä muiden taittomateriaalien kanssa.

Vaikka Vanhasen mielestä visuaalisen ja kuvajournalismin erot ovat vaikeita ja ristiriitaisia, täytyisi toimitusten vähintään osata erottaa kuvat. Hän sanoo, että useimpiin uutisjuttuihin riittää yksi yhteiskunnallista merkittävyyttä lisäävä kuva, kahdella kuvalla voidaan, ja niillä pitäisikin rinnastaa asioita. Kuvareportaasin pystyy tekemään yhdellekin sivulle ja jo kolmella kuvalla. Hän näkee myös, että kuvatanna olisi tulossa takaisin, mutta vasta sitten kun perusasiat saadaan kuntoon. Vanhanen muistuttaa, että kuvatoimitus on ainut keino taata onnistuneet valokuvat. Valokuvaajakaan ei varmasti ole toimituksissa liikaa.

– Kehiin pitäisi saada nuoret kuvaajat. On sääli, että eläkkeelle poistuvan kuvaajan tilalle ei useinkaan oteta uutta, vaan käytetään avustajia. Freelat tuottavat kuitenkin useimmiten vain keskivertokuvaa, koska he eivät ole lehtien ja juttujen sisällä.

Puhutaan sitten visuaalisesta journalismista tai kuvajournalismista, ovat toimitukset kuitenkin valokuvan jäljillä. Mutta näyttääkö Helsingin Sanomat tietä? Vanhasen tavoitin myös Turpeinen uskoo niin.

– Niin pitäisi olla, että jos ei ole sopivaa kuvaa, niin sitten ei laiteta kuvaa. Nollakuviin aletaan lopultakin kyllästyä. En käsitä, miksi esimerkiksi henkilökuvia pitää ottaa, ja painaa ne sitten älyttömän kokoisina lehteen. Miksi sitä ei kuviteta? Kuvaajien pitää mennä sisälle aiheeseensa, kunnon uutis- ja reportaasikuvat ansaitsevat aina paikkansa. Olen miettinyt, että meidänkin lehdellä olisi varaa vähentää kuvitusta ainakin 30 prosentilla. Se on aika paljon, mietti Turpeinen.

Kolmannen maailman

Olemme tottuneet yhdistämään kehitysmaihin mielikuvia sodista, katastrofeista ja nälänhädästä. Nämä mielikuvat ovat syntyneet suurelta osin maista näkemiemme kuvien perusteella. Miksi kuvat kehitysmaista ovat sellaisia kuin ovat, kuka ne on ottanut ja kuka valitsee ne lehtien sivuille?

Valokuvauksen keksimisestä lähtien on eurooppalaisilla ollut taipumus kuvata "toista" oman näkökulmansa hallitsemana. Antropologien 1800-luvun lopulla ottamat kuvat kolonisoiduista maista olivat täynnä romanttista eksotiikkaa. Alusmaiden ihmiset haluttiin kuvata villeinä pakanoina. Tällä oikeutettiin osaltaan eurooppalaisten hallintoa ja heidän mieltymystään levittää omaa kulttuuriin sivistymättömien kansojen keskuuteen. Valokuvat olivat myös siirtomaahallinnon väline. Eurooppalaisille emämaalle oli tärkeää tietää, mitä niiden alusmaissa tapahtui.

Sittemmin kuva kehitysmaista on muuttunut vähemmän romanttiseksi. Nykyajan tapaa kuvata kehitysmaita voidaan kutsua "kurjuusdokumentarismiksi". Kuva kehitysmaista on kovin stereotyyppinen. Maat tunnetaan kurjuuden pesäkkeinä, joissa riehuvat sodat, luonnonkatastrofit ja nälänhädät. Kansa kuvataan kärsivänä, passiivisena massana, jota diktaattorit hallitsevat. Kehitysmaissa tapahtuvia muutoksia ja parannuksia kuvataan harvoin, puhumattakaan myönteisistä tapahtumista.

Tyyppillisissä Afrikka-kuvissa luurangonlähät ihmiset rituvat nälkäireillä ja joissa pömppövatsaiset lapset istuvat karpasten syötävinä. Nälkäkuvia on nähty länsimaaisissa lehdissä 1960-luvun Biafrasta lähtien. Nälkäkuvat ovat vakiintuneet eräänlaisiksi ulkomaansivujen ikoneiksi.

Tällaisten kuvien näkeminen päivästä toiseen turruttaa katsojan. Kuvat alkavat näyttää ikään kuin väistämättömiltä ja luonnollisilta. Saksalaisen valokuvantutkijan *Susan Sontagin* sanoin valokuvat kuohuttavat vain silloin, kun niissä on jotain uutta. Mutta valokuvilla on yksi selkeä etu liikkuvaan televisiokuvaan verrattuna. Ne pakottavat ihmisen katso-



Toisenlaista kuvaa kehitysmaista antaa Kehitysyhteistyön palvelukeskuksen Kepa ry:n julkaisema Kumppani-lehti. Kumppanin kuvissa ihmisten tavallinen arkinen elämä pääsee esiin vaikeuksien keskellä. Tässä kuvassa guatemalalainen pakolaisnainen ompelee vaatteita pakolaisleirillä Meksikossa. Leirillä asuu väliaikaisissa asumuksissa 31 Guatemalan armeijan vainoija paennutta perhettä.

maan, pysähtymään. Nopeasti liikkuva televisiokuva on helpompi ohittaa. Yksittäinen valokuva voi koskettaa paljon enemmän kuin televisiokuva.

Suomalaisten sanomalehtien kuva-aineisto on peräsin etupäässä suurilta kuvatoimistoilta, kuten Reutersilta ja AP:ltä. Yhdelläkään suomalaisella sanomalehdellä ei ole vakituista kuvaajaa kehitysmaissa. Siksi kuvat ovat pääasiassa

Iman kuvia

Kuva kehitysmaista on muuttunut

Sanomalehti Keski-suomalaisen ulkomaanosastolla käytetään Reutersin, AFP:n ja DPA:n kuvia. Silloin tällöin lehti käyttää omien kuvaajiansa ottamia kuvia. Heitä on noin kaksikymmentä ympäri maailmaa, mutta ei juurikaan kehitysmaissa.

Lehteen laitettavat kuvat valitsee taittovuorossa oleva toimittaja. Kuvien valinnasta ei toimituksessa juurikaan keskustella. Kiireisissä työtahdissa on luotettava kollegojen ammattitaitoon.

– Yleinen uutistilanne vaikuttaa kuvien valintaan. Jos tapahtumalla on painoarvoa, kuva laitetaan sivulle. Myös visuaalisuus on keskeinen tekijä valinnassa; kuvien on oltava houkuttelevia katsojille, kertoo Keski-suomalaisen ulkomaanosaston toimittaja *Tapani Luotola*.

Ongelmana kuvien suhteen on, että uutiset ja kuvat eivät useinkaan kohtaa, koska ne ovat peräisin eri lähteistä. Jutut tulevat useimmiten STT:lta tai kehitysmaauutisiin erikoistuneelta IPS:lta, kuvat puolestaan suunnitella kuvatoimistoilta. Myös arkistokuvaa käytetään sopivan kuvan puutteessa.

Keski-suomalaisen kuvaaja *Kari Rouhiainen* toivoo muutosta lehden käyttämiin kuviin. Omien kuvaajien lähettäminen ulkomaille on hänen mukaansa lehdistö rahakysymys. Kulut ovat usein liian suuret kuvaajien lähettämiseksi paikan päälle.

– Kehitysmaihin pitäisi lähettää enemmän suomalaisia kuvaajia. Olisi tärkeää saada kehitysmaakuviin suomalaisia näkökulmaa.

Kehitysmaakuvat ovat muuttuneet parinkymmenen viime vuoden aikana.

– 1960–1970-luvuilla kuviin haluttiin eksotikkaa. Nykyään kuvilla halutaan enemmänkin herätellä ihmisiä huomaamaan maailman tapahtumia. Kriisien yhteydessä voidaan esittää ihmisten normaalista elämästä kertovia kuvia, sanoo Rouhiainen.

Luotolan mukaan kehitysmaakuvien tarjonta on lisääntynyt ja ne ylittävät helpommin uutiskynnyksen kuin parikymmentä vuotta sitten. Hän kuitenkin myöntää, että kuvat ovat edelleen melko stereotyyppisiä nälkä- ja kriisikuvia.

Rouhiainen on itsekin kuvannut kehitysmaissa, mm. Egyptissä ja Kuubassa.

– Kehitysmaissa kuvatessani pyrin katsomaan ihmisten perustasoa. Kuvaan esimerkiksi vedensaantia, lasten työtä ja leikkiä sekä toimeentulon vaikeutta. Kaikkea sitä, mikä kertoo katsojalle, että kyseessä on kehitysmaa.

amerikkalaisesta tai englantilaisesta näkökulmasta otettuja.

Kehitysmaissa työskentelevä uutiskuvaaja saapuu kiireessä kohteeseen, ottaa muutaman rullallisen kuvia, joiden arvelee miellyttävän tilaajaa ja poistuu nopeasti paikalta suunnatakseen seuraavaan kriisipesäkkeeseen.

Kiireen lisäksi kehitysmaakuvien yksipuolisuutta selittävät myös länsimaiset uutiskriteerit. Negatiivinen, ajankohtainen tapahtuma ylittää uutiskynnyksen helpommin kuin pidempiaikainen prosessi tai pieni arjen onnistuminen. Siksi esimerkiksi vallankaappauksen läpikäyneen kehitysmaan olojen vakiintumista ei jakseta seurata.

Kehitysmaat jäävät helposti jalkoihin lehtien ulkomaansivuille, koska niitä pidetään suomalaisille kaukaisina ja vähämerkityksisinä alueina. Ulkomaansivujen tila on rajattu, ja esimerkiksi EU:ta käsittelevät jutut ajavat monesti kehitysmaauutisten ohi. Kun

kehitysmaat pääsevät esille on niissä tapahtunut jotain kauheaa. Tavallisen arjen kuvaamiseen ei lehdissä useinkaan ole tilaa.

Kysymys on siis valinnoista. Toimitukset ovat rutinoituneet ja kiireinen työtahti jättää vain vähän aikaa kiinnostukselle ja empatialle kehitysmaita kohtaan.

Kirjallisuus: Sanna-Maria Räsänen, Myönteisen kehitysmaauutisen metsästyksen (1999). Saija Mäkinen, Kolmas maailma suomalaisessa televisio-ohjelmistossa 1958–84 (1998).

Uusi journalismi

– faktaa fikti

Yhdysvalloissa 1960-luvulla syntynyt uusi journalismi yhdisti journalismin faktapohjaisuuden ja kaunokirjallisuuden ilmaisukeinot non-fiktioksi. Nykyään tuo kiistanalainen tyyli on lähinnä ohimenevä viittaus journalismin historiikeissa, suomalaisissa alan kirjoissa ei yleensä edes sen vertaa. Esimerkiksi nimet Tom Wolfe, Norman Mailer, Gay Talese ja Truman Capote kuitenkin elävät tavalla tai toisella edelleen – ja nyky-Suomessakin harjoitetaan uutta journalismia.

Seksuaalinen vapautuminen, hipit, huumeet – Yhdysvalloissa oli 1960-luvulla meneillään valtava muutos. Yhteiskuntaan syntyi aivan uusia ilmiöitä, joista perinteisen joukkoviestinnän oli vaikea antaa kansalle todellista tietoa, totuudenmukaista kuvaa. Ilmiöillä ei ollut virallisia lähteitä, ei instituutiota, joka olisi osannut kertoa toimittajalle, mistä on kyse.

Myös moni romaani kirjailija turhautui, sillä todellisuus oli yhtäkkiä ylittänyt ihmisten vilskeimmätkin kuvitelmat. Kirjailijoiden mielikuvitus ei yksinkertaisesti riittänyt kertomaan tarua, joka olisi ollut senhetkisiä todellisia tapahtumia ihmeellisempi.

Joukko toimittajia ja kirjailijoita päätti yrittää kuvata todellisuuden tapahtumia uusin keinoin, koska vanhat eivät enää auttaneet. Kyse ei ollut yhtenäisestä ryhmästä, vaan yksittäisistä kirjoittajista. Uutta journalismia ei voi niputtaa suureen pieneen pakettiin, koska lajista on käytännössä yhtä monta versiota kuin on kirjoittajakin. Yhdistäviä tekijöitä on kuitenkin sen verran, että on ylipäänsä mahdollista puhua ilmiöstä nimeltä uusi journalismi.

Uusi suuntaus käsitteli aiheita, joihin perinteinen journalismi ei puuttunut. Uusi journalismi kertoi asiat fiktion keinoilla, mitä perinteisessä journalismissa ei harrastettu. Uusi journalisti rakensi tekstiään kohtaus kohtaukselta ja käytti realistista dialogia. Hän saattoi kertoa karmean rikoksen rikollisen, ei yhteiskunnan näkökulmasta, ja käyttää kymmenittäin sanoja pienten konkreettisten yksityiskohtien, kuten henkilöiden,

eläiden tai vaatteiden kuvaamiseen. Hän teki tämän havainnollistaakseen henkilön statusta ja määrittääkseen tämän paikan ympäröivässä kulttuurissa. Joskus uusi journalisti saattoi jopa keksiä juttuunsa henkilön: keskivertonyrkkeilijän tai -prostituoidun, jossa yhdistyivät nyrkkeilijän tai prostituoidun tunnusmerkit, yleisimmät ominaisuudet. Ja toisinaan uusi journalisti jopa ajatteli päähenkilönsä puolesta.

Kaikkien näiden keinojen tarkoituksena oli antaa todempi ja elävämpi kuva kerrottavasta asiasta. Tämä edellytti todellista perehtymistä aiheeseen. Uudet journalistit saattoivat pysytellä henkilöidensä elämässä viikko-, jopa kuukausikaupalla pystyäkseen muodostamaan heistä tarpeeksi hyvän kuvan. Eräs nyky-Suomen uusi journalisti, vapaa kirjoittaja *Panu Rätty*, tyytyy hiukan vähempään. Hän tapaa päähenkilönsä muutamaan kertaan, mielellään eri ympäristöissä, jotka kaikki liittyvät henkilön elämään. Esimerkiksi Ismo Alangon henkilökuussa (*Image 2/1998*) Rätty haastattelee Alankoa tämän kotona ja studiossa.

Fakthan ja fiktion piirteitä sekoittava suuntaus sai valtavasti kritiikkiä osakseen, ja yksi suurimmista haukkujen aiheista oli lajin viihteellisyys, pinnallisuus. Uuden journalismin guru *Tom Wolfe* ei vastusta tyylin kutsumista viihdyttäväksi, mutta pinnallisuuden hän kieltää. Journalismin viihteellistäminen oli kieltämättä uuden journalismin tekijöiden tavoite, mutta tärkeämmäksi tavoitteeksi nousi suuremman objektiivisuuden saavuttaminen, niin ristiriitaiselta kuin se saattaakin tuntua. Uudet journalistit ovat Wolfen mukaan analysoineet hyvin syvällisesti yhteiskunnallisia aiheita, kuten Vietnamin sotaa ja rotuselkkauksia, ja he harjoittivat lähes poikkeuksetta hyvin ankaraa lähdekritiikkiä.

Vihteellistyminen on yksi journalistisen keskustelun huolista myös tämän päivän Suomessa. Journalismin kahtajakaminen asiaan ja viihteeseen on yleistä. Uutinen on totista asiaa, joka harvoin kyseenalaistetaan. Moni tuntuu kuitenkin samastavan viihteeseen vain 7päivä-lehteen tai iltapäivälehtien juorusivuihin, keltaiseen journalismiin.

Tällainen mustavalkoinen asia-viihde-jaottelu tuntuu melko hedelmättömältä. Edellä mainitun näkemyksen perusteella uusi journalismi varmasti sijoittuisi viihteeseen puolelle.

Eikö harmaan sävyä ole lainkaan? Entä jos asia olisikin

ion keinoin

viihdyttävää? Jos joku osaisi puhua politiikasta hiukan elävämmiin, nuorison ei ehkä tarvitsisi luulla Kokoomusta vasemmistopuolueeksi tai Suomen sanomalehdistöä valtion omistamaksi. En puolustele nuorisoa sanoessani tämän, haluan vain osoittaa sormella hieman myös median suuntaan. Ovatko vallitsevat käytännöt sittenkään ne parhaat, ainoat oikeat?

Mitkä vallitsevat käytännöt sitten ovatkaan?

Faktat ovat vallalla journalismissa. *Journalistin ohjeiden* mukaan lehden lukijan tulee voida erottaa helposti toisistaan fakta ja fiktio; tosiasiat mielipiteistä, sepitetystä tekstistä. Jo sanavalintaa voisi väittää arvottavaksi: millaisia mielikuvia *tosiasiat* herättävät *sepitteellisen aineiston* rinnalla?

Edelleen *Journalistin ohjeiden* mukaan toimittajan on pyrittävä totuudenmukaiseen, olennaiseen ja monipuoliseen tiedonvälitykseen. Eritoten monipuolisuuden vaatimus mielestäni juuri puhuu uuden journalismin ja muiden vaihtoehtoisten menetelmien puolesta. *Journalistin ohjeissa* todetaankin, ettei toden ja tarun erottamisen tarvitse rajoittaa journalistisen tyylilajin tai muodon valintaa.

On totta, että uuden journalismin objektiivisuus ei vastaa esimerkiksi *Heikki Kuulin* ja *Jukka-Pekka Puron* määritelmää objektiivisuudesta: "Objektiivinen joukkoviestintä on väänstelemättömästi, ilman journalistien henkilökohtaista subjektiivista katsomusta, näkemystä tai asennoitumista tapahtuvaa joukkoviestintää. Objektiivisessa joukkoviestinnässä on kysymys siitä, miten todenmukaisesti, yleispätevästi, asiallisesti, puolueettomasti tai ei-värittyneesti joukkoviestintä pystyy kertomaan ympäröivästä todellisuudesta."

Mutta tarkoittaako objektiivisuus prosessia vai sen lopputulosta? Entä jos subjektiivisilla keinoilla ja fiktiivisillä muodoilla saataisiin aikaan totuutta, joka todellisen, yhteiskunnallisen tiedon lisäksi välittäisi myös elämyksiä? Kauheaa ajatus? Journalismin rappio?

2000-luvun Suomessakin tehdään uutta journalismia. Onko se kuolemassa sukupuuttoon vai nousemassa kuriositeetista valtavirran varteenotettavaksi vaihtoehdoksi?

Kirjallisuutta: Pannu Rätty, Henkilökuvaa ajan kuvana (1998). Ronald Weber, The Reporter As Artist (1974). Tom Wolfe, The New Journalism (1973).

Mediapeli tuhosi minut

Uutinen kertoo, että suomalaisnuoret eivät erota oikeistoa vasemmistosta. Vieressä on yhdeksäsluokkalaisten *Essi Pokelan* kommentti. "Mediassa keskitytään lähinnä henkilökuviin ja imagoihin. Yleistietoa on vaikea saada ympäröivästä maailmasta", Pokela selittää nuorten tietämättömyyden syitä.

Siinä näkyy taas nuorison vastuuttomuus. Pistävät syyn joukkoviestimille, jaloille tiedon tuottajille. Ottakoot selvää asioista! Katsokoot välillä uutisia Jyrkin lisäksi!

Ruokakaupan lihatskillä kaksi vanhaa rouvaa päivittelee *Helsingin Sanomien* pääkirjoituksesta lukemaansa pöyristyttävää asiaa, josta he ovat aivan eri mieltä.

"Mutta täytyyhän sitä kai uskoa, onhan sen oltava totta, kun sentään *Helsingin Sanomissa* niin sanottiin", toinen pohti. Toinen nyökyttelee myöntävästi. Niin, tottahan se.

Kyllä ovat mammat ajastaan jäljessä, kun lukevat sanomalehteä kuin jumalan sanaa. Ja vielä pääkirjoitusta. Opettelisivat journalistisia käytäntöjä sen verran, että tietäisivät, missä on kannanottoa ja missä ei.

Journalistiikan ainejärjestömme Lööppi on painattanut vuoden aikana kahta erilaista haalarimerkkiä. Molemmissa on sensaationkeltaisella pohjalla politiikon lausuma.

"Mediapeli tuhosi minut."

"Minä juon nyt kahvia."

Väyrysen ja *Holkerin* sitaattit ovat molemmat mediakriittisiä. Toinen on näkemys presidentinvaalissa epäonnistumisen syistä, toinen tuhtumusta kinterellä ravaavaan, mielipidettä penääväan toimittajaan.

Mediakriittisiä lentäviä lauseita on niin paljon, että haalarimerkki-ideoiden ei ainakaan luulisi äkkiä loppuvan, jos samassa teemassa pitäydytään.

Ei pitäisikään. Toimittajien tehtävänä on olla kriittisiä vallanpitäjiä kohtaan. Vahtikoiria, pahan paljastavia, ärhäkästi räksyttäviä rakkeja. Jottei totuus unohtuisi. Vaikka sitten joskus mentäisiinkin kohtuuttomuuksiin, haukuttaisiin väärää puuta kun kerran ollaan makuun päästy.

Tai ainakin samaa puuta koko ajan. Kyllä se syytönkin enemmän tai myöhemmin älähtää ja paljastaa syyllisyytensä.

