



KIRKKO MEDIAN KUVASTIMESSA

Kristinuskon ja kirkollisten asioiden käsittely
sanomalehdissä

Juho Rahkonen

SISÄLLYS

1. JOHDANTO.....	3
2. AINEISTO, MENETELMÄT JA TEOREETTINEN TAUSTA	4
3. TUTKIMUSKOhteena JOURNALISMI	8
4. KIRKKO JA LIBERALISTINEN MEDIA – VÄISTÄMÄTÖN RISTIRIITA?	11
5. AINEISTON KÄSITTELY	15
6. JUTTUJEN MÄÄRÄ VAIHTELEE VIKOTTAIN	16
7. KESKISUOMALAINEN PANOSTAA PAIKALLISUUTEEN	21
8. PUHEENAIHEIDEN KIRJO ON LAAJA	22
9. HENGELLISET JUTUT VOIVAT OLLA MYÖS KRIITTISIÄ	25
10. TAPAUSTUTKIMUS: JOULU 2005	30
11. TIERNAPOIKAJOURNALISMI TUKEE PERINTEITÄ	32
12. PÄÄTELMÄT	35
KIRJALLISUUS.....	39
LIITE 1. Koodausrunko määrällistä analyysiä varten	41

1. JOHDANTO

Moderneissa länsimaisissa yhteiskunnissa uskonto on menettänyt aikaisemman hegemonisen asemansa ja muuttunut enemmänkin yhdeksi toiminnalliseksi elämänalueeksi muiden joukossa (Lehikoinen 2003, 82). Kirkon aseman heikentymisestä keskustellaan paljon, on jopa puhuttu kansankirkon purkamisen ajoista. Toisaalta samaan aikaan ihmisten uskonnollisuus ja tarve hengellisiin kokemuksiin eivät näytä häviävän mihinkään, vaan jopa vahvistuvan epävarman ja sekavan maailman myllerryksessä. Kirkon ja kristinuskon tulevaisuutta viitoittavat siis erilaiset, jopa vastakkaiset kehityssuunnat. Mutta näinhän on ollut aina: historia ei koskaan lopu, vaan asiat kehittyvät aina johonkin suuntaan. Mikä on median osuus tässä kehityksessä? Miten tiedotusvälineet käsittelevät kristinuskkoa ja kirkollisia asioita? Tukeeko vai horjuttaako media kristinuskon asemaa nykypäivän Suomessa?

Näistä ajankohtaisista kysymyksistä käytetään julkisuudessa paljon puheenvuoroja, mutta keskustelu ei aina ole kovin varmallalla pohjalla, sillä tutkimustietoa kirkon ja median suhteista on yllättävän vähän. Liberalistisen näkemyksen mukaisesti journalismi on lähtökohtaisesti sekulaaria eli maallista, joten se on periaatteellisessa ristiriidassa uskonnon edustamien arvojen kanssa. Tämän pohjalta muodostetaan usein olettaus, että kristinuskoon ja kirkkoon liittyvät kysymykset kehystetään mediassa enimmäkseen negatiivisesti. Julkisessa keskustelussa on viime aikoina noussut esiin näkemyksiä, joiden mukaan media on uskontoa kohtaan valtaosin kriittinen, jopa kielteinen. Mutta onko näin todella? Tähän peruskysymykseen ja samalla moneen muuhun kirkon ja median suhdetta koskevaan asiaan pyritään löytämään lisävalaistusta nyt käsillä olevassa tutkimuksessa.

Tutkimuksen on toteuttanut yhteiskuntatieteiden tohtori Juho Rahkonen Tampereen yliopistosta.

2. AINEISTO, MENETELMÄT JA TEOREETTINEN TAUSTA

Tutkimuksen aineistona ovat kaikki kirkkoa ja kristinuskoa käsittelevät artikkelit *Aamulehdestä*, *Helsingin Sanomista*, *Iltä-Sanomista*, *Kalevasta* ja *Keskisuomalaisesta* tammikuun alusta huhtikuun loppuun 2006. Näitä juttuja on yhteensä 1081. Lisäksi on erillisaineisto, johon on kerätty kaikki joulua ja kristinuskoa käsittelevät jutut kolmestakymmenestä sanomalehdestä joulukuulta 2005. Tämä aineisto analysoidaan omana tapauksenaan tutkimuksen loppupuolella.

Aineistoon on kelpuutettu kaikki sellaiset jutut, joissa on maininta kirkosta ja/tai kristinuskosta. 729 jutussa kirkko/kristinuskko on selvästi pääaiheena, ja sitä käsitellään koko jutussa tai ainakin otsikossa, ingressissä ja kolmessa ensimmäisessä kappaleessa. Nämä jutut koodataan määrällisten muuttujien mukaan (koodausrunko liitteenä 1). Loput 352 juttua ovat sellaisia, että kirkko/kristinuskko on niissä vain lyhyenä mainintana. Näitä juttuja ei koodata kaikkien määrällisten muuttujien mukaan, mutta ne ovat mukana, kun tarkastellaan kirkkoa/kristinuskkoa koskevien juttujen kokonaismäärää tutkimusjaksolla 1.1.–30.4.2006.

Määrällisessä analyysissä havaintoyksikkönä on lehtiartikkeli eli juttu. Se voi olla esimerkiksi uutinen, pääkirjoitus, kolumni, pakina, reportaasi, teoksen arvostelu tai yleisönosastokirjoitus. Mainoksia, kuolinilmoituksia ja tapahtumatiedotteita ei ole otettu mukaan, koska ne eivät ole varsinaisesti journalismia. Tutkimuksen aineisto koostuu vain sanomalehtien artikkeleista. Sähköisen median mukaan ottaminen olisi luonnollisesti avartanut tutkimuksen näkökulmaa, mutta se olisi paisuttanut työmäärän niin suureksi, etteivät projektin resurssit olisi riittäneet. Toisaalta katsottiin, että jo viiden suuren sanomalehden systemaattinen analyysi antaa aineksia yleistäviin havaintoihin ja vastaa tutkimuksen asettamiin kysymyksiin.

Tutkimuksen kohde rajataan kristillisiin kirkkoihin, kuten evankelis-luterilaiseen ja muihin protestanttisiin kirkkokuntiin sekä ortodoksiseen ja roomalaiskatoliseen

kirkkoon, pienempiä kristillisiä yhteisöjä unohtamatta. Ateismia ja vapaaajattelijoita koskevat jutut koodataan omaksi luokakseen. Muita uskontoja koskevien juttujen mukaan ottaminen olisi laajentanut tutkimuksen asetelmaa liian paljon, joten eivät kuulu tämän tutkimuksen piiriin – esimerkiksi islam on ollut näkyvästi esillä viime aikoina kristittyjen maiden medioissa. Islamin ja kristinuskon suhdetta käsittelevät jutut sen sijaan kuuluvat aineistoon, koska ne vaikuttavat osaltaan siihen kuvaan, joka kristinuskosta syntyy julkisuudessa.

Kirkko ei ole täysin sama asia kuin kristinusko tai uskonto. Jotkut ihmiset voivat olla hyvinkin uskonnollisia, vaikka he suhtautuisivat kielteisesti kirkkoon instituutioon. Mutta lähtökohtaisesti on niin, että journalismissa kirkko ja kristinusko kulkevat käsi kädessä. Kristillistä kulttuuria, siinä muodossa kuin se nykyisin ymmärretään, ei ole olemassa ilman kirkollista instituutiota. Kylän tai kaupungin keskellä seisova kirkontorni on yksi osoitus siitä, että kyseessä on kristilliseen kulttuuriin pohjautuva yhteiskunta. Jos joku ei pidä kirkonkellojen kuminasta tai siitä, että kirkko hallitsee katukuvaa, hän todennäköisesti suhtautuu kielteisesti koko kristinuskoon tai uskontoihin ylipäänsä. Näin ollen kirkkoa ja kristinuskoa on mielekästä käsitellä saman ilmiön, eli kristillisen kulttuurin, osina.

Tutkimuksessa haetaan vastausta siihen yleiseen peruskysymykseen, onko media myönteinen vai kielteinen kirkkoa/kristinuskoa kohtaan. Vain harvassa jutussa kuitenkin otetaan suoraan kantaa uskonnon puolesta tai sitä vastaan; nämä jutut ovat enimmäkseen yleisönosastokirjoituksia. Koska useimmista jutuista ei pysty suoraan päättelemään, ovatko ne myönteisiä tai kielteisiä, lehdistön suhtautumista täytyy selvittää tavallaan mutkan kautta, erilaisten teorioiden avulla.

Tämän tutkimuksen tärkein teoreettinen lähestymistapa on kehysanalyysi. Kehystäminen on nykyaikaisen mediatutkimuksen eräs keskeisimpiä käsitteitä. Daniel Riffen (2004, 2) mukaan yksinkertaisesti ilmaistuna kehystäminen on ”prosessi, joka on kätkettynä kerronnassa”: raportoidessaan maailman asioista journalistit valitsevat näkökulmia ja järjestävät tai painottavat niitä tavalla, joka luonnehtii käsiteltävänä olevaa asiaa ja antaa ymmärtää kuka on vastuussa siitä. Kehystämällä jutun tietyllä tavalla journalisti saattaa tulla myös epäsuorasti suositelleeksi jotain ratkaisuvaihtoehtoa (esimerkiksi liberalisoituminen voidaan esittää kirkon keinoksi säilyttää kannatuksensa nykymaailmassa).

Median vastaanottoa koskeva tutkimus on osoittanut, että *ihmiset yleensä unohtavat mediassa julkaistujen juttujen yksityiskohdat, mutta sitäkin paremmin he muistavat yleiset ilmaukset*. Ajan kuluessa ne muuttuvat osaksi heidän maailmankuvaansa ja tapaansa hahmottaa todellisuutta. (Kensicki 2004, 51). Nämä yleiset ilmaukset voivat tarkoittaa esimerkiksi sitä, että kirkko kuvataan hyvän tekijänä, ihmisläheisenä tai etäisenä, maailman muutosta tai pysyvyyttä korostaen. Sanalla sanoen, kun journalisti kehystää jutun, hän antaa lukijalleen ymmärtää: ”näin asiat ovat” ja ”tästä on kysymys”. Journalismi siis käyttää yhteiskunnassa määrittelyvaltaa. Usein kyse ei kuitenkaan ole journalistin tietoisesta valinnasta tai pyrkimyksestä vaikuttamiseen, vaan kehukset tulevat juttuihin automaattisesti tai ainakin puoliautomaattisesti – journalististen työtapojen ja vakiintuneiden rutiinien tuloksena (ks. Bourdieu 2005). Kehystämisen sijaan journalismissa voitaisiinkin oikeastaan puhua kehystymisestä.

Kehys voidaan ymmärtää niin, että se on *kuva todellisuudesta*. Kuvan käsite tässä merkityksessä on peräisin filosofi Ludwig Wittgensteinilta. Mika Aaltolan (2000, 141) Wittgenstein-esimerkissä kansainvälinen politiikka kuvataan yleensä pelinä: ”peli kansainvälisen politiikan kuvana keskittyy tuomaan esiin ristiriita- ja konfliktikäyttäytymisessä vallitsevia säännönmukaisuuksia”. Sama ajatus pätee myös kristinuskoon ja kirkollisiin asioihin: aina kun puhumme tai kirjoitamme kirkosta tai kristinuskosta, meidän täytyy valita jokin *kuvaamisen tapa*, sillä ei ole olemassa mitään yhtä ja ainoaa, yhteiskunnallisista ja kulttuurisista arvoista riippumatonta tapaa kuvata sitä, mikä on kirkko ja mikä on kristinusko. Ne ovat hyvin laajoja, osittain abstrakteja käsitteitä, joihin liittyy monenlaisia ideologioita ja poliittisia intressejä. Käsitteet näyttävät varsin erilaisilta riippuen siitä, mistä suunnasta niitä katsoo, eikä missään kuvauksessa voida tuoda esiin kaikkia mahdollisia käsitteeseen liittyviä näkökulmia.

Wittgenstein päätyi kieltä koskevissa tutkimuksissaan siihen, että kuva tavallaan vangitsee kielen käyttäjän: ”Kuva piti meitä vankeina. Emmekä voineet päästä ulkopuolelle, sillä kuva oli kielessämme ja kieli näytti vain itsepintaisesti toistavan sitä meille” (Wittgenstein 1981). Jumalan olemukseen kuuluu, että hän on täydellinen ja ikuinen, mutta tämä ei päde kirkkoon eikä uskontoon, koska niissä on myös maallisia ja inhimillisiä piirteitä. Kuitenkin kirkosta ja

kristinuskosta on epäilemättä olemassa jokin vakiintunut kuva tai kuvia, jotka määrittävät tapaamme ymmärtää nämä käsitteet. Nämä kuvat ovat tavallaan kvasi-ontologisia, eli näyttää niin kuin niillä olisi jokin määrätty ja pysyvä olemus, mutta tarkemmin ajateltuna kuvat määräytyvät ajassa ja kulttuurissa. Tämän tutkimuksen tehtävänä on selvittää media-aineiston analyysin perusteella, millaiset kuvat ovat vallalla nykyajan suomalaisessa lehdistössä.

On vielä paikallaan huomauttaa, että tässä tutkimuksessa ei ole ollut mahdollista selvittää, miten media todella vaikuttaa ihmisiin. Tässä tutkimuksessa saadaan tietoa siitä, *millaista sisältöä media tarjoaa yleisölle*. On sitten yksilöllistä, miten kukin kohdallaan tulkitsee tätä sisältöä ja käyttää sitä maailmankuvansa muodostamiseen. Koko mediatutkimus kuitenkin pohjautuu perimmiltään siihen olettamukseen, että tiedotusvälineillä on vaikutusta ihmisten mieliin ja yhteiskunnalliseen elämään – miksi mediaa muuten kannattaisi tutkiakaan? (McQuail 1987, 251). Silti vaikutusten voimakkuutta ja suuntaa ei läheskään aina pystytä pitävästi osoittamaan. Aina ei ole myöskään varmaa, onko esimerkiksi ihmisten mielipiteiden muutoksen aiheuttanut nimenomaan media, vai johtuuko se jostakin muusta tekijästä, kuten henkilökohtaisista kokemuksista tai muiden ihmisten puheista. Suoraa yhtäläisyysmerkkiä median sisällön ja ihmisten käsitysten välille ei voida siis vetää, mutta medialla on vaikutusta, kuten seuraavassa kappaleessa todetaan.

3. TUTKIMUSKOHTENA JOURNALISMI

Journalismi on organisoitua toimintaa, joka valikoi, järjestelee, yhdistää ja lopulta välittää erilaisia ajankohtaisia tapahtumia ja puhetekeja koskevia kuvauksia ennalta rajaamattomalle yleisölle. Journalismi pohjautuu ranskan sanaan *journal*, joka tarkoittaa päiväkirjaa. Journalismi on siis jo nimensä mukaisesti ajankohtaista – kiinni tässä päivässä. Lisäksi journalismiin on perinteisesti liitetty sellaisia ominaisuuksia kuin faktapohjaisuus ja yleinen merkittävyys. Journalismin ydinaluetta ovat uutiset, mutta journalismin piiriin lukeutuvat myös taustajutut ja reportaasit sekä mielipiteiden ilmaisuun tarkoitettut pääkirjoitukset, kolumnit, pakinat, yleisönosastokirjoitukset ja muut artikkelit. Mainokset eivät kuulu journalismiin. Joukkoviestintä on laajempi käsite kuin journalismi: kaikki journalismi on joukkoviestintää, mutta kaikki joukkoviestintä ei ole journalismia. Media tarkoittaa määritelmäni mukaan joukkoviestimien järjestelmää. Latinan sana *media* merkitsee välineitä tai keinoja. Media tarkoittaa myös viestintävälinettä tai -kanavaa yleisemminkin, mutta tässä tutkimuksessa rajaan sen vain journalistiseen joukkoviestintään.

Joukkoviestimillä on keskeinen rooli nykyajan ihmisten maailmankuvan muodostumisessa. Useimmista maailman tapahtumista ei ole mahdollista saada suoraa tietoa, vaan ihmiset ovat paljolti median välittämän tiedon varassa. Suomalaiset viettävät erilaisten joukkoviestinten äärellä lähes kolmanneksen ajastaan, yli seitsemän tuntia vuorokaudessa. Tästä lehtien osuus on noin tunti ja 20 minuuttia, television osuus lähes kolme tuntia ja radion osuus yli kolme tuntia. Tosin nuorten ikäluokkien keskuudessa internet valtaa yhä enemmän alaa perinteisiltä joukkoviestimiltä. (Tilastokeskus 2002, 109; 139; 173.)

Toisaalta kirkko ja kristinusko ovat asioita, joihin lähes kaikilla meistä on jonkinlainen henkilökohtainen suhde, ja tämä suhde vaikuttaa luonnollisesti siihen, miten tulkitsemme median välittämiä viestejä. Median vaikutusta koskevassa tutkimuksessa on havaittu, että media pikemminkin vahvistaa olemassa olevia käsityksiä kuin muuttaa niitä. *Media on tehokas ylläpitäjä, muttei kovin etevä käännyttäjä.* Jos henkilöllä on valmiiksi myönteinen käsitys kirkosta ja kristinuskosta, hän todennäköisesti sivuuttaa monet negatiiviset jutut ja lukee innokkaasti positiiviset jutut. Ihmiset siis tulkitsevat viestejä valikoivasti.

Tieteellisessä tutkimuksessa yritetään päästä tällaisen arkisen epätarkkuuden yli ja muodostaa kohteesta systemaattinen kokonaiskuva.

Yksi journalismin tutkimuksen keskeisimmistä kysymyksistä on, määräytyykö juttujen sisältö enemmän yksilöiden vai organisaatioiden kautta. Vaikka toimittajat tekevät yksilöllisiä ratkaisuja, he ovat aina myös riippuvaisia ammattikunnan sisäisistä, kirjoittamattomista säännöistä ja työnantajan linjasta. Mediatutkijat Peter Golding ja Philip Elliot (1979, 207) ovat havainneet, että *vaikka journalismia tekevät yksilöt vaihtuvat, itse journalismi muuttuu hyvin vähän*. Journalismi on siis rutiinien ja käytäntöjen ohjailemaa toimintaa, eikä yksittäisellä toimittajalla ole suurta vaikutusta siihen kokonaiskuvaan, mikä esimerkiksi kirkosta ja kristinuskosta välittyy yleisölle.

Aikaisemmassa median ja kirkon suhdetta käsittelevässä tutkimuksessa huomio on usein kiinnittynyt uskonnon ja sen erilaisten harjoittamistapojen välittymiseen median, pääasiassa sähköisten viestimien, kautta. Tutkijat ovat tarkastelleet erityisesti medioidun uskonnon ja uskonnollisen viestinnän systeemejä ja mekanismeja sekä kytkeneet niitä laajempiin yhteiskuntateorioihin (esim. Sumiala-Seppänen 2001; Lehikoinen 2003; 2006). Tässä tutkimuksessa näkökulma on hieman erilainen. Tutkimuksen keskiössä on media nimenomaan journalistisen työn perspektiivistä. Tutkimus koskee sitä, miten kirkko ja kristinusko välittyvät *tavallisessa, jokapäiväisessä uutistarjonnassa*.

Tutkimuksen kohteena on valtavirran tiedotusvälineiden kautta välittyvä *yleisjulkisuus*. Esimerkiksi *Kotimaan* ja seurakuntalehtien analysoiminen ei olisi tämän tutkimuksen kysymyksenasettelun kannalta yhtä kiinnostavaa, sillä onhan tutkimattakin selvää, että kirkolliset asiat ovat niissä runsaasti esillä.

Journalismia on perinteisesti pidetty tiedonvälityksenä. Jonkin yksiselitteisen uutistapahtuman kuten liikenneonnettomuuden raportoimisessa journalismi saattaa toimia varsin puhtaasti ja objektiivisesti, mutta heti kun on kyse vähänkään monimutkaisemmasta tapahtumasta tai ilmiöstä, journalismin omat toimintatavat alkavat vaikuttaa siihen kuvaan, joka yleisölle välittyy. Yleensä onkin perusteltua ymmärtää journalismi niin, että sen tehtävänä on *kerätä, yhdistellä ja välittää muiden yhteiskunnallisten toimijoiden tekoja ja puheita koskevia kuvauksia*.

Journalismin luonnetta kuvaa hyvin seuraava satunnaisesti valittu esimerkki. Yle Radio 1:n Ykkösaamu-ohjelmassa 14.9.2006 käsiteltiin naispappetta. Näillä sanoilla ohjelma avattiin:

Papin virka päätettiin avata naisille 20 vuotta sitten, mutta suhtautuminen naispapputeen puhuttaa edelleen evankelis-luterilaista kirkkoa. Naispappuden vastustajat pelkäävät virkojensa puolesta. Naispappeja puolestaan uhkaillaan. Miten pitkään epämiellyttävä riitely voi jatkua yhteisöissä, joissa rakkaudesta, ymmärtämisestä ja anteeksi antamisesta puhutaan usein ja hartaasti? Aiheesta keskustelevat Naisteologit ry:n puheenjohtaja, Malmin seurakunnan pastori Pirkko Poisuo ja Kankaanpään kirkkoherra Keijo Rainerma.

Toimittaja Sakari Kilpelä haki juttuun vauhtia kahdenkymmenen vuoden takaa. Vuonna 1986 naispappudesta päätettäessä oli hyväksytty ponsi, joka antoi naispappuden vastustajillekin mahdollisuuden tulla nimitetyksi papin virkaan. ”Käydäänkö tätä samaa keskustelua vielä 20 vuoden kuluttuakin?” Kilpelä kysyi.

Ykkösaamun ohjelma on kuvaava esimerkki siitä, millä tavoin journalistit pyrkivät löytämään ristiriitoja ja katkoksia. Länsimaisissa yhteiskunnissa on vallalla sellainen arkijärkinen, itsestään selvänä pidetty oletamus, että kehitys menee eteenpäin suoraviivaisesti ja lineaarisesti. Tästä kertoo esimerkiksi se, että talouskasvu on lähes kaikessa uutisoinnissa kyseenalaistamattomana lähtökohtana. Kehityksen suoraviivaisuus on vallalla erityisen selvästi anglo-amerikkalaisissa maissa, ja sieltä monet journalismin tekemisen opit ovat kulkeutuneet Suomeenkin. Kun siis *myönteinen kehitys on kulttuurisena lähtöoletuksena, kielteiset asiat nousevat helpommin uutisiksi*. Tämä journalismia koskeva lainalaisuus vaikuttaa myös kristinuskoa ja kirkkoa koskevaan uutisointiin. Se, että kirkko ja kristinusko näyttävät nousevan usein uutisiksi negatiivisessa valossa, ei välttämättä tarkoita, että journalismi olisi jotenkin kirkon- tai uskonnonvastaista. Sama ilmiö pätee muuhunkin uutisointiin.

4. KIRKKO JA LIBERALISTINEN MEDIA – VÄISTÄMÄTÖN RISTIRIITA?

Länsimaisten yhteiskuntien kehitystä on jo pitkään kuvattu niin sanotulla sekularisaatioteorialla. Sen mukaan elintason nousun ja modernin elämäntavan myötä ihmisten maailmankuva muuttuu aiempaa rationaalisemmaksi. Tieteen ja teknologian kehittyessä eksistentiaalinen turvallisuudentunne lisääntyy niin paljon, ettei maailman selittämiseen enää tarvita mitään ylliluonnollista, kuten Jumalaa. Lisäksi individualisoituminen heikentää ihmisten perinteisiä yhteisöllisiä siteitä, ja tämä näkyy muun muassa seurakuntien toiminnassa. Sekularisaatioteorian mukaan uskonnon asema siis heikkenee väistämättä.

Jossain määrin sekularisaatioteorian ennustukset ovat käyneet toteen, sillä kirkon jäsenmäärät ovat vähentyneet ja kirkossa käyminen harventunut. Sekularisaatioteorian kriitikot ovat tosin huomauttaneet, että kirkkojen aseman heikentyminen ei välttämättä tarkoita uskonnon merkityksen häviämistä. Pikemminkin näyttää siltä, että uskonnollisuus on vain muuttamassa muotoaan. Erilaiset uskonnolliset liikkeet houkuttelevat uusia jäseniä, jotka haluavat uskonnollisuutensa ja henkisyytensä toteuttamiseen enemmän yksilöllistä valinnanvaraa kuin valtakirkko voi heille tarjota¹. Erään näkemyksen mukaan länsimainen uskonto on itämaistumassa, ja tuonpuoleisen jumaluuden korostamisesta ollaan siirtymässä yhä enemmän tämänpuoleiseen jumaluuteen. Länsimaisellekaan ajattelulle ei ole enää kovin vierasta nähdä esimerkiksi, että Jumala on läsnä kaikkialla luomakunnassa ja että puissa tai vuorissa voi olla pyhyyttä. Tämäntapaisen ajattelutavan yleistyminen näkyy muun muassa 1900-luvun loppupuolella vahvistuneessa ympäristöliikkeessä.

Joka tapauksessa näyttää siltä, että uskonto on siirtynyt yhä enemmän julkisista instituutioista yksityisen elämän piiriin, ja uskonto on muuttunut yhdeksi elämänalueeksi muiden joukossa. Pierre Bourdieun teorian mukaisesti voidaan

¹ Erilaisten uskonnollisten yhdyskuntien suosio on noussut esille mediassa varsin näkyvästi. Tämänkaltaisen aihe onkin journalismille otollinen, koska siinä on kysymys muutoksesta; se tarjoaa journalisteille mahdollisuuden kertoa jotakin uutta. Esimerkiksi Ylen TV1:n pääuutislähetyksessä 16.9.2006 kerrottiin, että Suomeen on perustettu uusia uskonnollisia yhteisöjä. Uutisessa haastateltu Kirkon tutkimuskeskuksen tutkija Kimmo Ketola kommentoi ilmiötä toteamalla, että se on osa yhteiskunnan moniarvoistumista.

jopa ajatella, että uskonto on yksi kenttä siinä missä muutkin. Bourdieun mukaanhan yhteiskunta koostuu erilaisista kentistä, kuten politiikan, journalismin, talouselämän ja tieteen kentistä. Jokainen kenttä on eräänlainen mikrokosmos, jossa vallitsevat kyseiselle kentälle ominaiset säännöt ja lainalaisuudet. (Bourdieu 2005.) Tämä tarkoittaa, että esimerkiksi journalismin kentällä olevaa toimijaa koskettavat ensisijaisesti journalismin kentän muodostamat voimat ja odotukset, kuten uutiskilpailu. Sen sijaan journalistiin eivät vaikuta tieteen kentän tai politiikan kentän voimat, koska hän ei toimi näillä kentillä. Sekularisaatioteorian ohella toisen maailmansodan jälkeen yhteiskunnallista kehitystä on kuvattu differentiaalioteoriolla: sen mukaan yhteiskuntaelämän osa-alueet muuttuvat yhä eriytyneemmiksi. Esimerkiksi journalismia koskevat tutkimukset osoittavat, että journalismi on muuttunut yhä enemmän itsenäiseksi ammattikunnaksi, ja sen professionaalisuus on vahvistunut (Barnhurst & Nerone 2001). Uskontokin näyttää kokeneen eriytymistä.

Koska journalismi käsittelee muiden toimijoiden asioita, journalismi on lähtökohtaisesti kaikkien ajatussuuntien ja instituutioiden edustaja. Sen vuoksi mikään instituutio, ei myöskään uskonto tai kirkko, ei ole sillä erikoisasemassa. Tästä seuraa loogisesti se johtopäätös, että journalismissa on tavallaan sisäänrakennettuna vapaamielinen ja maallinen orientaatio. Taisto Lehikoisen (2003, 302) mukaan moderni media voidaankin nähdä jopa uskonnon haastajana ja kilpailijana, sillä media esittää liberaali-sekulaareista arvolähtökohdistaan käsin joka päivä väitteitä, jotka haastavat uskonnon tarjoaman maailmankuvan. Toisaalta, koska journalismi on liberaali instituutio, se ei myöskään ole lähtökohtaisesti uskonnonvastainen, vaan tarjoaa uskonnon runsaasti välineitä ”vastaiskuun” eli mahdollisuuksia uskonnon universaalien ja auktoritatiivisen maailmankuvan viestimiseen (emt.).

Olisi kuitenkin liiallista yksinkertaistamista väittää, että journalismi on vain ja ainoastaan sekulaaria. Esimerkiksi Suomessa Yleisradiolla ja evankelis-luterilaisella kirkolla on ollut historiallisesti läheiset siteet, ottihan Yle uskonnolliset ohjelmat ohjelmistoonsa heti ohjelmatoiminnan alettua 1926, ja hengellistä sisältöä kuullaan ja nähdään edelleen Ylen taajuuksilla. Voidaan oikeastaan puhua Yleisradion ja kirkon yhteisistä intresseistä (Sumiala-Seppänen 2001, 92).

Yhdysvalloissa on käyty keskustelua siitä, miten journalistien arvot sopivat muun yhteiskunnan arvoihin. Monet ovat nähneet ristiriidan siinä, että journalistit ovat paljolti liberaaleja ja maallistuneita, vaikka Yhdysvalloissa on teollistuneista länsimaista poikkeuksellisen vahva kirkossakäynnin traditio. Vastakommenttina tähän on huomautettu, että uskonnollisilla ja konservatiivisilla piireillä on Yhdysvaltojen mediaan suuri vaikutusvalta. (Shchudson 2005). Tämäkin keskustelu osoittaa, että journalismi ei ole sinänsä uskontokielteinen tai -myönteinen, vaan journalismia voivat hyödyntää monenlaiset ajatussuunnat. Viime kädessä kysymys on vallasta: siitä, kenen määritelmä todellisuudesta saa hegemonisen, yleisesti hyväksytyyn aseman. Media voidaan nähdä pohjimmiltaan avoimena ja arvovapaana areenana (mitä se ei tietenkään käytännössä ole, sillä mediassa toimivilla ihmisillä ja instansseilla on omat arvomaailmansa, jotka vaikuttavat heidän käyttäytymiseensä).

Kuten jo alussa todettiin, yleisen arkikäsitteen mukaan media on varsin kriittinen kirkkoa ja kristinuskkoa kohtaan. Seuraavat katkelmat ovat tyypillisiä esimerkkejä tästä käsityksestä:

”Helsingin Sanomat jatkaa nuivaa linjaansa kirkkoja kohtaan poimimalla lehteensä pääasiassa negatiivisia uutisia.”

Aidantakaahuuteli

”Todellakin. Miksi Hesari puhuu jatkuvasti vain ikäviä asioita kirkosta?”

Pääkaupunkiseudulla kirkonvastaisuus ja kirkkoon kuulumattomuus on paljon yleisempää kuin muualla Suomessa. Median osuus tähän voi olla yllättävänkin suuri. Hesari muuttaa mielipiteitä pikkuhiljaa nakertamalla, mutta miksi? Tänä päivänä kirkosta saatetaan erota hyvinkin heppoisin perustein, koska se on juuri nyt muotia.”

Sir M

Edellä olevat mielipiteet ovat Helsingin Sanomien verkkosivuilta vuonna 2006 käydyistä keskustelusta, joka liittyi kirkollisia asioita koskevaan uutisointiin. Nämä mielipiteet julkaistiin myös lehden mielipidesivulla. Nimimerkkien kirjoituksista paistaa esiin oletamus, että Helsingin Sanomat suhtautuu kirkkoon negatiivisesti. Olettamukselle voi löytää perusteita sekä nykyajasta että lähihistoriasta: jo vuosikymmenten ajan Helsingin Sanomat on vaatinut evankelis-luterilaisen kirkon erottamista valtiosta. Esimerkiksi päätoimittaja Simopekka

Nortamo selvensi omaa ja lehtensä linjaa 5.2.1986 ilmestyneessä kolumnissaan kirjoittamalla, että ”kirkon ja valtion selvä ero olisi ainoa täysin demokraattinen pitkän tähtäimen tavoite”. Hän tosin huomautti, ettei tämän vaatimuksen tarvitse tarkoittaa kirkko- tai uskontovihamielisyyttä:

Kirkon – meillä jopa kahden kirkon – ja valtion eron asettaminen tavoitteeksi ei merkitse, ettei arvostaisi kirkon vuosisataisia ansioita Suomen sivistyshistoriassa tai että tahtois katkaista kirkon osallisuuden ja vaikutuksen suomalaiseen yhteiskunta- ja yksilömoraaliin tai ettei kunnioittaisi lähimmäistensä vakaumuksia, myös uskonnollisia. Ei kuitenkaan voi olla oikein, että valtio säätää jopa perustuslaeilla yhdelle aatteelle, yhdelle uskonnolle, etuoikeutetun aseman ja että kirkko on osa julkishallintoa. (...) Varmana siitä, että oma usko on paras ja jopa ainoa oikea, kavahdetaan muutoksia, jotka saattaisivat käytännössä lisätä toisten ihmisten ajattelun ja valinnan vapautta. (...)

(Nortamo 1986)

Vapauden korostaminen sopii hyvin Helsingin Sanomien liberalistiseen linjaan. Usko vapauteen ja sen autuaaksi tekevään voimaan on länsimaisen median keskeinen opinkappale. Kriittisestä näkökulmasta voidaan tosin kysyä, onko sananvapaus kaikille yhtä merkittävä asia. Puhuisiko Helsingin Sanomat niin ahkerasti sananvapauden puolesta, jos sillä itsellään ei olisi niin paljon valtaa ja resursseja? Vahvassa asemassa olevilla toimijoilla – olivatpa he sitten rikkaita yritysjohtajia tai vaikutusvaltaisia mediataloja – on luonnollinen intressi korostaa negatiivista vapautta, siis vapautta *jostakin*. Vahvassa asemassa oleva ei ymmärrettävästi kaipaa yhtä paljon rajoituksia ja sääntelyä kuin vähemmän vahvassa asemassa oleva, koska vahva toimija pystyy itse määrittelemään kentän pelisääntöjä. Negatiivinen vapauskäsitys on luonteenomaista angloamerikkalaiselle, liberalistiselle ja yksilöä korostavalle traditiolle, kun taas eurooppalaisessa perinteessä on korostettu enemmän positiivista vapautta, siis vapautta *johonkin*.

5. AINEISTON KÄSITTELY

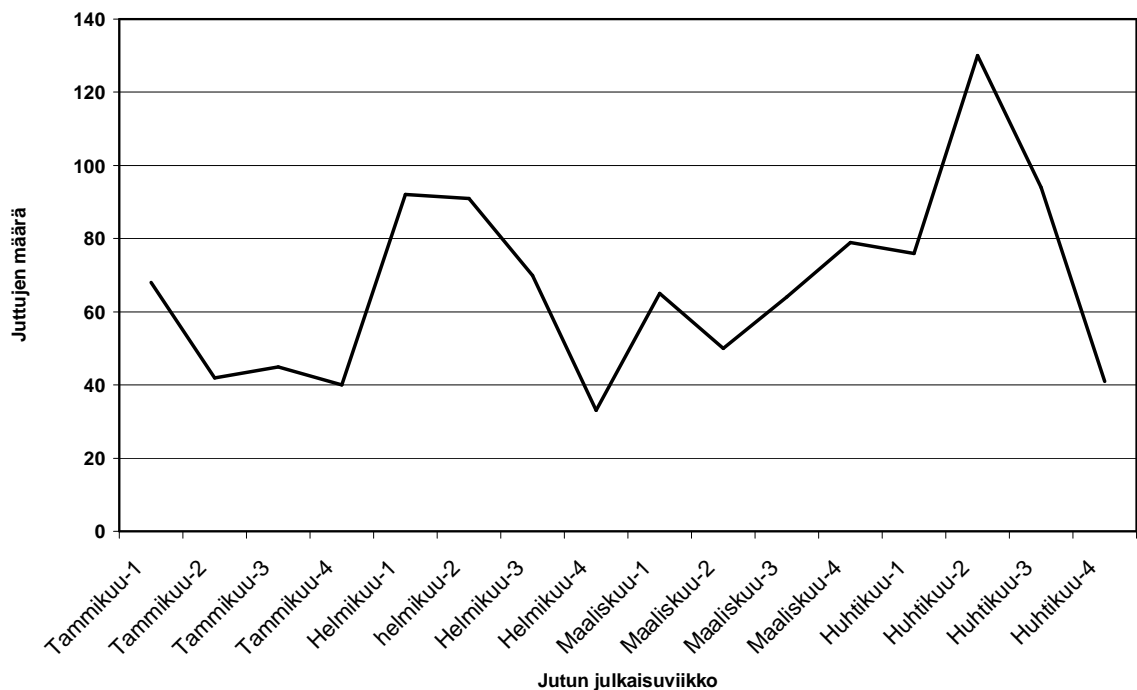
Aineistona tässä tutkimuksessa on 1081 sanomalehtiartikkelia. Tämä aineisto on niin suuri, että siitä voidaan tehdä tilastollista analyysiä ja yleistäviä johtopäätöksiä. Vaikka tutkimusote on määrällinen, se ei silti ole täysin objektiivinen eikä tutkijasta riippumaton. Määrällisessä tutkimuksessa, niin kuin kaikessa empiirisessä tieteessä, joudutaan tekemään operationalisointia, ja siinä tutkijan oma tulkinta on aina mukana. Operationalisointi tarkoittaa sitä, että *abstrakti käsite* (tässä tapauksessa kristinuskon ja median suhde) muutetaan asteittain *konkreettisemmiksi väitteiksi ja kysymyksiksi* tavalla, joka mahdollistaa havaintojen keräämisen todellisuudesta (tässä tapauksessa lehtijuttujen luokittelu muuttujien perusteella). Tavallaan voidaan sanoa, että aineisto heijastaa – muuntuneena – takaisin tutkijan käsitysmaailmasta tehdyt kysymykset. Siinä mielessä aineisto ei ole vain empiriaa, vaan materialisoitunut kaiku. (Ronkainen 1999, 125.)

Edellä kuvattu merkitsee sitä, että määrällinen menetelmä ei pelkästään mittaa kohdettaan, vaan se myös heijastaa tutkijan käsityksiä maailmasta. Tämä ei kuitenkaan vähennä määrällisen tutkimuksen arvoa. Tilastollinen analyysi antaa tutkijan käyttöön mainioita välineitä, joiden avulla voidaan kuvata ja tiivistää informaatiota. Tuloksia vain täytyy tulkita niiden ennako-oletusten ja teoreettisten lähtökohtien valossa, joiden pohjalta operationalisointi ja aineiston kerääminen on tehty.

6. JUTTujen MÄÄRÄ VAIHTELEE VIIKOITTAIN

Aloitan määrällisen analyysin kuvailemalla aineiston yleisiä piirteitä. Ensimmäiseksi tarkastelen, miten kirkkoa ja kristinuskoa käsittelevien juttujen määrä on vaihdellut tutkimusjakson aikana koko aineistossa (kuvio 1) sekä lehdittäin (kuviot 2 ja 3). Näkyvin havainto on, että juttujen määrä vaihtelee viikoittain varsin voimakkaasti: helmikuun viimeisellä viikolla juttuja oli vain 36, kun pääsiäisviikolla (huhtikuun toisella viikolla) juttujen määrä kohosi 130:een. Kuitenkin juttuja on tietty määrä koko ajan, mikä kertoo siitä, että kirkko ja kristinusko eivät nouse lehtien palstoille vain silloin, kun jotain poikkeuksellista tapahtuu.

Kuvio 1. Kirkkoa ja kristinuskoa käsittelevät jutut viidessä sanomalehdessä 1.1.–30.4.2006 (N=1 081).



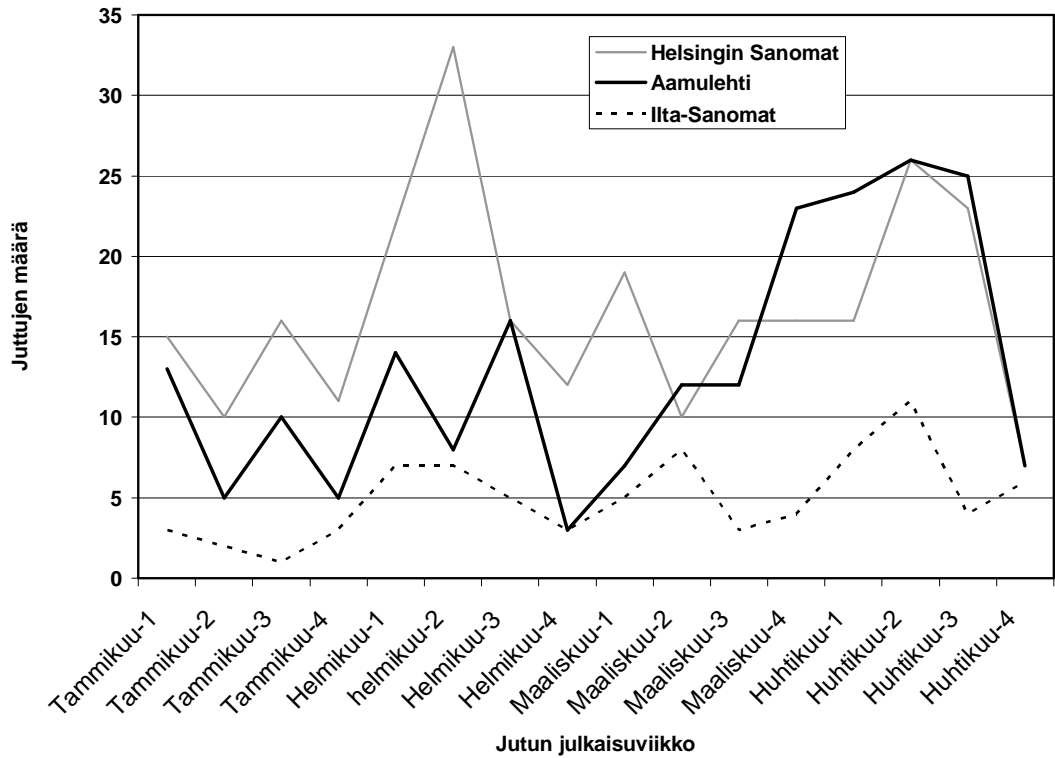
Kuviosta 1 näkyy, miten juttujen kokonaismäärä on vaihdellut tutkimusjakson aikana. Kun juttujen määrä (1 081) jaetaan tutkimusjakson pituudella (120 päivää), havaitaan että juttuja on ollut keskimäärin yhdeksän päivässä eli 63 viikossa. Juttujen määrät lehdittäin näkyvät seuraavassa.

Aamulehti	Helsingin Sanomat	Ilta-Sanomat	Kaleva	Keskisuomalainen
210	268	80	169	354

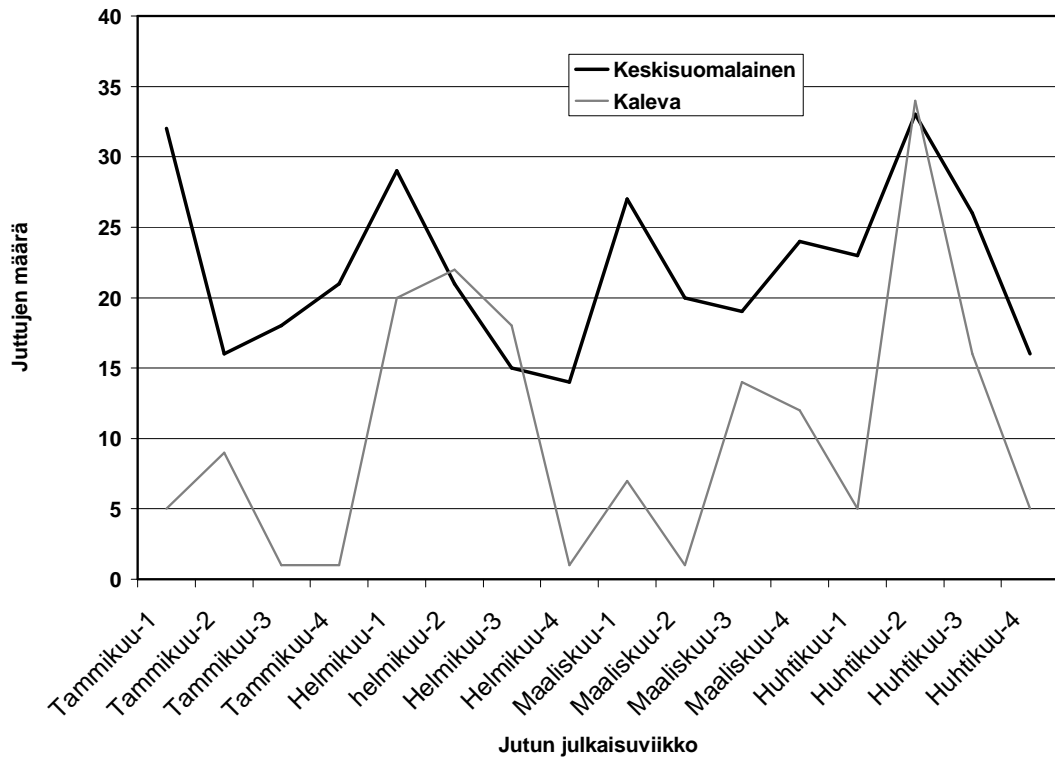
Kuviossa 1 näkyy kaksi selvästi erottuvaa juttujen tihentymää. Helmikuussa paljon keskustelua herätti tanskalaislehdessä julkaistuista profeetta Muhammedia esittävistä pilakuvista noussut maailmanlaajuinen kohu. Vaikka kiista koski etupäässä islamia, monissa jutuissa tapahtuma kehystettiin kristillisen länsimaailman ja islamilaisen maailman välisenä arvojen törmäyksenä. (Tässä tutkimuksessa ei ole mukana islamia tai muita uskontoja koskevia juttuja, ellei samassa jutussa ole käsitelty myös kristinuskkoa.) Toinen tihentymä huhtikuussa johtui luonnollisesti pääsiäisestä, jolloin kirkkoa ja kristinuskkoa käsitteleviä juttuja oli noin kaksinkertaisesti enemmän kuin normaaliaikana.

Kuva kirkkouutisoinnista muuttuu hieman toisenlaiseksi, kun tarkastellaan kunkin lehden juttuja erikseen (kuviot 2 ja 3). Lehdet on jaettu tässä kahteen kuvioon, jotta luotettavuus säilyisi.

Kuvio 2. Kirkkoa ja kristinuskoa käsittelevät jutut Helsingin Sanomissa, Aamulehdessä ja Ilta-Sanomissa 1.1.–30.4.2006.



Kuvio 3. Kirkkoa ja kristinuskoa käsittelevät jutut Kalevassa ja Keski-suomalaisessa 1.1.–30.4.2006.



Kuvioita 2 ja 3 kannattaa tarkastella rinnakkain, koska siten lehtien profiilit tulevat esiin havainnollisesti. Helmikuun alkupuolen juttupiikki oli kaikkein terävin Helsingin Sanomissa, joka niin sanotusti otti kaiken irti Muhammed-pilakuvista nousseesta kohusta. Tätä piikkiä selittää osaltaan se, että Helsingin Sanomilla on tutkituista lehdistä selvästi parhaiten resurssoitu ulkomaantoimitus, ja lehden orientaatio on muutenkin hyvin kansainvälinen. Mutta Muhammed-pilakuvakohu ei näkyisi tässä tutkimuksessa, ellei sitä olisi kytketty kristinuskoon tavalla tai toisella. Lähempi tarkastelu osoittaa, että Helsingin Sanomien jutuissa kristinusko ja uskonnot ylipäänsä kehystettiin helmikuussa 2006 hyvin usein konflikteilla. Näin Helsingin Sanomien jutut tulivat – joko tarkoituksellisesti tai tarkoittamatta – luoneeksi sellaista kuvaa, että uskonnot ovat ristiriitojen lähde ja sen vuoksi haitallinen ilmiö. Taulukosta 1 nähdään, että Helsingin Sanomissa on lehtiviisikosta eniten kristinuskon ja islamin suhdetta käsitteleviä juttuja.

Tämä on toki linjassa sen seikan kanssa, että Helsingin Sanomat on arvolahtokohdiltaan urbaani ja liberaali. Vaikka Helsingin Sanomat avoimesti kannattaa Suomen Nato-jäsenyyttä ja läheisiä suhteita Yhdysvaltoihin, maan nykyisen presidentin George W. Bushin ja hänen republikaanihallintonsa avoin uskonnollisuus – ja uskonnollinen retoriikka – ovat ilmeisessä ristiriidassa Helsingin Sanomien liberalistisen arvomaailman kanssa. Tämän vuoksi tuntuu luontevalta, että nimenomaan Helsingin Sanomat tuo kristillisestä uskonnosta eniten esiin negatiivisia puolia kytkemällä sen Muhammed-konfliktiin. On kuitenkin todennäköistä, että tämä on seurausta pikemminkin toimituksen vakiintuneista työtavoista ja rutiineista kuin intentionaalisesta pyrkimyksestä esittää uskonnot kielteisessä valossa.

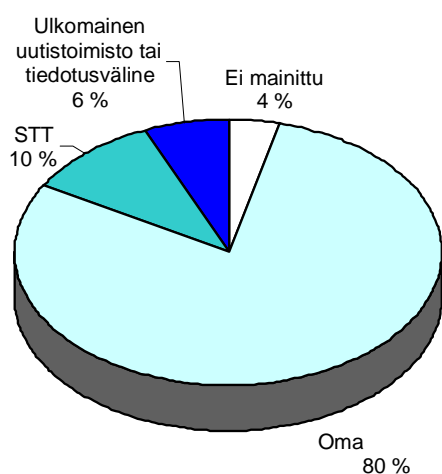
Keskisuomalainen on viisikosta selvästi uskonnollisin ja uskontomyönteisin lehti: tämä näkyy sekä juttujen määrässä että sisällössä (jota tarkastellaan myöhemmin). Keskisuomalaisessa kirkkoa ja kristinuskoa käsitteleviä juttuja on jatkuvasti paljon, kun taas Kalevassa niiden määrä vaihtelee viikoittain hyvinkin jyrkästi. Tämä on sikäli yllättävää, että Kalevan levikkialueella Pohjois-Pohjanmaalla on paljon lestadiolaisia ja muuta uskonnollisuutta. Ilta-Sanomissa kristinuskoa ja kirkollisia asioita käsitellään selvästi vähemmän kuin muissa lehdissä, eikä pääsiäinen näy selvästi erottuvana piikkinä. Tämä johtuu paitsi lehden urbaani-

populaarista linjasta myös sen pienestä koosta: Ilta-Sanomat on viisikon ainoa tabloid-lehti, kun taas muut ovat leveää ja tuhtia broadsheet-kokoa.

Yleinen havainto kuvioista 2 ja 3 on, että käyrät eivät juuri seuraile toisiaan; ainoastaan pääsiäisen kohdalla kaikki käyrät nousevat yhtä aikaa. Tämä viestii siitä, että kirkkoa ja kristinuskkoa käsittelevä journalismi ei pyöri kovin paljon joidenkin yleisten puheenaiheiden ympärillä.

Mistä jutut sitten tulevat? Kuviossa 4 tarkastellaan, onko jutun tekijänä ensisijaisesti lehden oma toimittaja/avustaja vai uutistoimisto. Tärkein havainto on, että selvä enemmistö jutuista on lehtien omien toimittajien käsialaa. Tämä tarkoittaa sitä, että lehdillä itsellään on – ainakin periaatteessa – varsin paljon mahdollisuuksia määritellä sitä, miten ne aiheitaan käsittelevät. Kuvioista 4 ei näy sitä, mistä jutun idea on alun perin lähtenyt. Monet tahot, esimerkiksi Kirkon tiedotuskeskus, vaikuttavat siihen, mitä kirkkoon ja kristinuskoon liittyviä asioita mediassa nostetaan esiin, mutta yleensä tiedotteiden lähteitä ei mainita jutun yhteydessä. Monet, varsinkin lyhyet, hallinnollisia asioita käsittelevät uutiset kuitenkin laaditaan toimituksissa lähes sanasta sanaan tiedotteiden pohjalta, jos tiedotteet on laadittu ammattitaitoisesti ja journalistien uutiskriteerit huomioon ottaen.

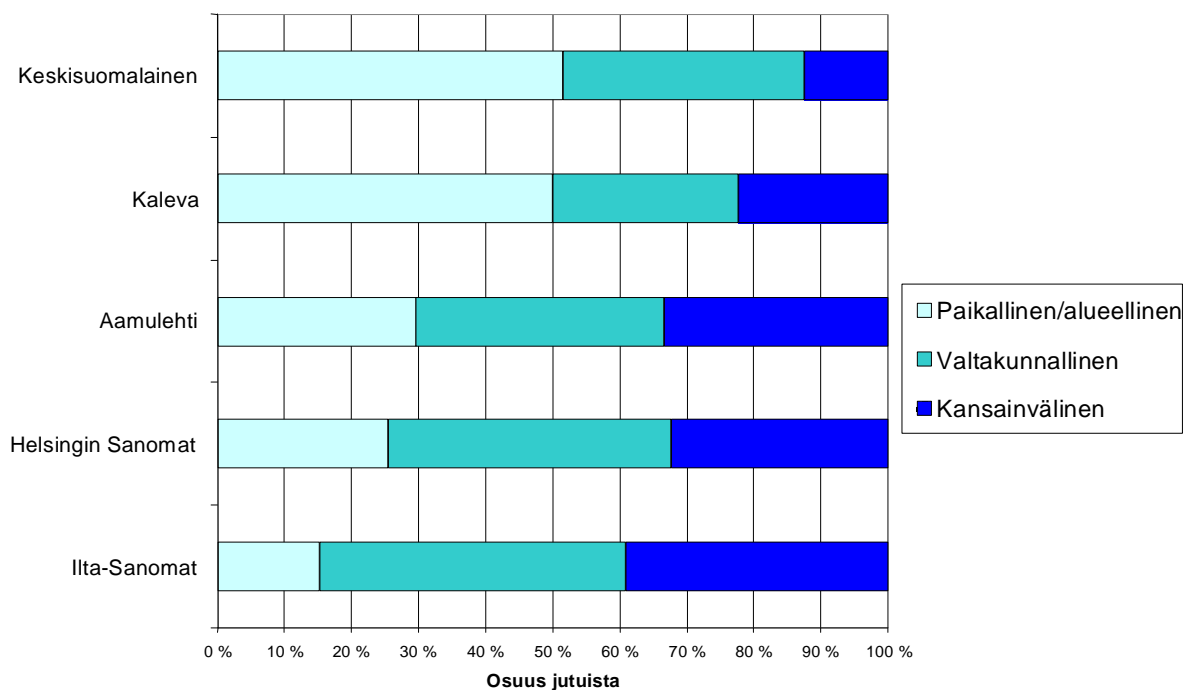
Kuvio 4. Kirkkoa ja kristinuskkoa koskevien juttujen laatijat.



7. KESKISUOMALAINEN PANOSTAA PAIKALLISUUTEEN

Kuviosta 5 näkyy, miten paljon kukin lehti painottaa kirkkoutisoinnissaan kansainvälisyyttä, valtakunnallisuutta ja alueellisuutta/paikallisuutta. On toki luontevaa, että maakuntalehdissä kuten Kalevassa ja Keskisuomalaisessa on paljon paikallisia ja alueellisia juttuja. Samalla tavoin on luontevaa, että Iltä-Sanomissa niitä on vähän. Valtakunnallisten juttujen osuus vaihtelee lehdittäin vähemmän kuin paikallisten/alueellisten ja kansainvälisten juttujen osuus. Tämä viittaa siihen, että valtakunnallisessa julkisuudessa aiheet ovat verrattain yhdenmukaisia; kansainvälisissä ja paikallisissa/alueellisissa jutuissa lehdet valitsevat juttunsa enemmänkin omilla perusteillaan.

Kuvio 5. Paikalliset/alueelliset, valtakunnalliset ja kansainväliset jutut.



8. PUHEENAIHEIDEN KIRJO ON LAAJA

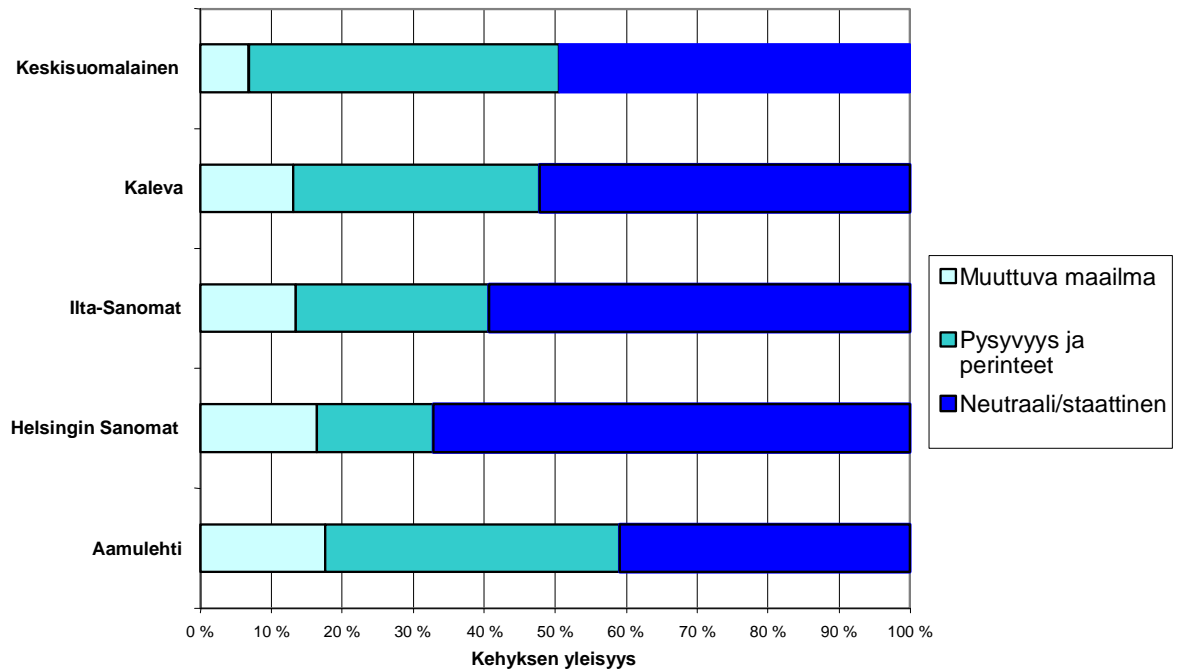
Missä yhteydessä kirkosta ja kristinuskosta puhutaan? Tämä kysymys on syytä esittää sen vuoksi, että siihen vastaamalla voidaan saada vihiä lehtien uskontomyönteisyydestä ja -kielteisyydestä, jota muuten on vaikea selvittää. Taulukon puheenaiheista vain kymmenkunta ensimmäistä ovat saaneet niin monta osumaa, että niiden pohjalta voidaan tehdä yleistyksiä aineiston ulkopuolelle. Loput puheenaiheet ovat taulukossa lähinnä sen havainnollistamiseksi, miten monenlaisessa yhteydessä kristinusko ja kirkolliset asiat tulevat lehtien sivuilla esiin. Yleisenä havaintona voidaan todeta, että kristinuskosta ja kirkollisista asioista puhutaan journalismissa useimmiten arkisessa yhteydessä: yleisin juttutyyppi koskee seurakuntien rakennetta ja toimintaa.

Taulukko 1. Pääasiallinen puheenaihe kirkkoa ja kristinuskoa käsittelevissä lehtijutuissa.

Puheenaihe	Aamulehti	Helsingin Sanomat	Ilta-Sanomat	Kaleva	Keskisuomalainen	Yhteensä
Sielu ja hengellisyys	24	6	1	4	136*	181
Seurakuntien rakenne ja toiminta	21	22	4	25	50	122
Historian/oppien tulkinta	24	18	9	13	7	70
Kristillinen opetus	8	18	3	3	15	47
Kristinuskon ja islamin suhde	8	18	6	10	4	46
Rituaalit/juhlamenot	13	7	2	16	7	45
Moraaliset kysymykset	10	8	8	4	11	40
Kirkkorakennukset, kiinteistöt	9	13		3	8	33
Kirkosta eroaminen	2	12	1	5	4	23
Naispappeus	3	10	2	4	4	23
Rikos/rikosepäily/skandaali	5	3	3	5	5	21
Kirkko ja yhteiskunta laajasti	6	5	2	1	7	20
Kirkko hyväntekijänä	4	5	2	2	7	20
Uskontokuntien erot	9	4	2	5	2	20
Kristinusko mediassa/taiteessa	2	5	9	4	4	19
Nuorisotyö, rippikoulut yms.	2	5	1	2	8	18
Kristilliset perusarvot	3	2		1	12	17
Kristilliset symbolit, tavat tms.	4	4		3	4	15
Uskonnon ja politiikan suhde	2	8	1	1	3	15
Uskonnottomuus	4	5			5	13
Kirkon ja valtion suhde	2	8				10
Lähetystyö	3	1	1	2	7	9
Keinohedelmöityslaki	1	2		1	4	8
Saatananpalvonta	1	2	2	3	1	9
Kirkolliset vaalit	2	5		3	2	9
Poliitikon suhde uskontoon	1	2	2		2	7
Kristillinen fundamentalismi		3		2	2	6
Luostarielämä				6		6
Jumalanpalvelusten sisältö		1		5		6
Uskonnon ja tieteen suhde		4		1		3
Homoseksuaalisuus ja kirkko		2				2
Muu aihe	1	2	3	2	3	11
Uskonto vain sivumainintana	32	58	16	32	30	168
Yhteensä	210	268	80	169	354	1081

* Keskisuomalaisesta on mukaan laskettu päivittäin ilmestyvä Päivän sana -juttu, mikä nostaa sielua ja hengellisyyttä käsittelevien juttujen osuuden huomattavan suureksi

Kuvio 6. Juttujen kehystäminen muutoksella/pysyvyydellä.



Kuviosta 6 käy ilmi, että noin puolet jutuista voidaan luokitella muutos-pysyvyys-ulottuvuudella. Tällä mittarilla Keski-suomalainen on lehdistä perinteisin, kun taas Helsingin Sanomissa ja Aamulehdessä useammassa jutussa on muuttuva maailma -kehys. Odotetusti Helsingin Sanomissa on eniten neutraaleiksi/staattisiksi luokiteltavia juttuja.

9. HENGELLISET JUTUT VOIVAT OLLA MYÖS KRIITTISIÄ

Edellä on määrällisestä analyysistä esitelty korkeintaan kahden muuttujan yhdistelmiä. Määrälliseen tutkimukseen on kuitenkin kehitetty myös sofistikoituneempia menetelmiä, joiden avulla voidaan käsitellä monia muuttujia kerrallaan ja saada aineistosta esiin piirteitä, joita ei paljaalla silmällä näe. Tässä kohdassa kirkollisten juttujen tutkimukseen sovelletaan faktorianalyysia.

Faktorianalyysi on jo vuosikymmenten ajan ollut yhteiskuntatieteissä käytetyimpiä monimuuttujamenetelmiä. Tavallisesti sitä käytetään esimerkiksi mielipidekyselyiden lomakevastausten analysointiin, mutta tietyin varauksin sillä voidaan tutkia myös journalistisia tekstejä. Tärkeätä on, että muuttujilla voi ainakin periaatteessa olla korrelaatiota (esim. lehden linja ja ilmestymisalue voi vaikuttaa sen suhtautumiseen kristinuskoon ja siihen, miten paljon jutuissa käsitellään hengellisiä kysymyksiä). Faktorianalyysillä voidaan löytää muuttujista sellaisia korrelaatorakenteita, joita ei voida suoraan havaita. Kun tavallisessa ristiintaulukoinnissa voidaan tutkia kerrallaan kahden muuttujan välistä yhteyttä, faktorianalyysissä muuttujia voi olla vaikka kuinka monta. Faktorianalyysi on eräänlainen ”mustan laatikon koe”: laitetaan muuttujia laatikkoon eli tietokoneeseen ja sitten katsotaan, mitä tulee tulokseksi (Metsämuuronen 2001, 17).

Taulukko 2. Kriittiset ja hengelliset jutut.

Muuttuja	Faktori 1. Kriittisyys	Faktori 2. Hengellisyys
1) Lehden levikkialue	0,260	0,079
2) Jutun asetelma ylipäänsä	0,854	-0,008
3) Kehys suhteessa kirkkoon/kristinuskoon	0,507	-0,032
4) Vastakkainasettelu	0,630	0,047
5) Opillisten kysymysten käsittely	-0,095	0,808
6) Jumala-sanana käyttö	0,056	0,390
7) Jeesus- tai Kristus-sanana käyttö	0,059	0,369

Analyyssissä on käytetty painottamatonta pienimmän neliösumman menetelmää (unweighted least squares). Faktorianalyysin tulokset on muutettu helpommin tulkittavaan muotoon Varimax-rotatiolla.

Aineistoa koodattaessa jutuille esitettiin ”kysymyksiä”, hieman samaan tapaan kuin kyselytutkimuksessa haastatteli ja esittää haastateltavalle. Kukin juttu ”vastasi” kysymyksiin alla olevan kaavan mukaan.

Muuttujien taustalla olevat kysymykset:

- 1) Onko lehden levikkialue enemmän 1=urbaani (IS ja HS) vai 2=maaseutumainen (KSML, AL, Kal)?
- 2) Onko jutun asetelma ylipäänsä 1=kriittinen vai 2=affirmatiivinen?
- 3) Onko jutun kehys suhteessa kirkkoon/kristinuskoon
1=horjuttava/kyseenalaistava
vai 2=säilyttävä/neutraali?
- 4) Onko jutussa selvä vastakkainasettelu joidenkin toimijoiden tai näkemysten kesken? 1=on, 2=ei ole
- 5) Käsitelläänkö jutussa uskontoon tai hengellisyyteen liittyviä opillisia kysymyksiä? 1=ei, 2=kyllä
- 6) Mainitaanko jutussa sana Jumala? 1=ei mainita, 2=mainitaan kerran tai useammin
- 7) Mainitaanko jutussa sana Jeesus tai Kristus? 1=ei mainita, 2=mainitaan kerran tai useammin

Analyysin tuloksena saadaan kaksi faktoria, jotka kertovat siitä, millaiset ominaisuudet jutuissa liittyvät toisiinsa. Tärkein faktorianalyysin tulos tässä tapauksessa on kuitenkin se, mitkä ominaisuudet *eivät* liity toisiinsa: jutun hengellisyyttä kuvaavat muuttujat (5–7) latautuvat kaikki omalle faktorilleen. Tämä merkitsee, että hengellisyydellä ei ole paljonkaan tekemistä sen kanssa, onko jutun asetelma kriittinen tai onko siinä vastakkainasettelu (muuttujat 2–4). Toisin sanoen hengellisiä juttuja on sekä urbaaneissa että maaseutumaisemmissa lehdissä, ja opillisia pohdintoja löytyy niin kriittisistä kuin affirmatiivisistakin jutuista. Myös hengellisissä jutuissa on usein vastakkainasettelua. Lehden levikkialueella näyttää olevan jonkin verran yhteyttä kriittisyyteen, mutta lataus on liian vähäinen, jotta siitä voisi tehdä tulkintoja. Faktorianalyysissä pidetään tavallisesti tulkintaan riittävän latauksen alarajana 0,3:a (Metsämuuronen 2001, 31). Taulukossa itseisarvoltaan yli 0,3:n suuriset lataukset on lihavoitu.

Sinänsä ei ole yllättävää, että hengellisyyttä kuvaavat muuttujat (5–7) latautuvat samalle faktorille; näinhän asian luulisikin olevan. Faktorianalyysiin liittyikin usein konfirmatorinen puoli, eli sillä testataan ja varmennetaan jotain olettamusta, joka voi olla varsin hyvin tiedossa jo etukäteen. Ottamalla useita muuttujia kuvaamaan yhtä ominaisuutta voidaan parantaa tulkintojen luotettavuutta. Jos olisin yrittänyt suoraan päätellä kunkin jutun kohdalla, onko se maallinen vai hengellinen ja kriittinen vai myönteinen, tulkinta olisi ollut alttiimpi satunnaisille vaihteluille, sillä aineiston koodaaminen kesti yhteensä lähes kaksi viikkoa. Mutta kun yhtä ominaisuutta kuvaa kolme muuttujaa, kuva jutuista tarkentuu.

Faktorianalyysistä on hyötyä myös siinä, että sen avulla voidaan karsia jatkoanalyysistä pois sellaisia muuttujia, jotka eivät liity toisiin muuttujiin. Alun perin faktorianalyysissä oli mukana 12 muuttujaa (ne on lueteltu tutkimuksen lopussa olevassa liitteessä). Ensimmäiset faktoreita tuli neljä, ja kahdella faktorilla vain yksi muuttuja latautui kunnolla – tämä merkitsee, että kyseinen muuttuja ei liittynyt muihin muuttujiin. Data-ajoja tehtiin niin monta kertaa, että faktorien määrä supistui kahteen. Lopulta muuttujia jäi jäljelle 7, ja ne ovat mukana taulukossa. Nyt kun faktorianalyysin avulla on selvitetty, mitkä juttujen ominaisuudet liittyvät toisiinsa, voidaan katsoa, miten yleisiä kriittiset ja hengelliset jutut ovat eri lehdissä. Muuttujista 2–4 muodostetaan uusi muuttuja, joka kuvaa jutun kriittisyyttä; muuttujista 5–7 saadaan puolestaan hengellisyyttä kuvaava muuttuja.

Kun muuttujat ristiintaulukoidaan lehtien kanssa, saadaan tulokseksi, että enemmistö jutuista on maallisia. Yllättävää on, että maallisten ja hengellisten juttujen määrä ei näytä juurikaan vaihtelevan eri lehdissä. Tosin jos otetaan huomioon Keski-suomalaisessa joka päivä julkaistava Päivän sana, Keski-suomalaisen hengellisyysaste kohoaa selvästi muita lehtiä suuremmaksi. Näitä juttuja ei ole kuitenkaan sisällytetty faktorianalyysiin, koska ne eivät ole journalistisia tekstejä siinä mielessä kuin vaikkapa uutiset, pääkirjoitukset ja mielipidekirjoitukset.

Taulukko 3. Hengellisten juttujen määrä suhteessa maallisiin juttuihin, N=729.

Hengelliset jutut %	
Aamulehti	47
Helsingin Sanomat	29
Ilta-Sanomat	33
Kaleva	36
Keskisuomalainen*	27
Keskiarvo	34

* Tässä taulukossa ei ole laskettu mukaan päivittäin ilmestyvää Päivän sana -juttua

Taulukko 4. Kriittisten juttujen määrä suhteessa myönteisiin ja neutraaleihin juttuihin, N=729.

Kriittiset jutut %	
Aamulehti	30
Helsingin Sanomat	63
Ilta-Sanomat	67
Kaleva	31
Keskisuomalainen*	28
Keskiarvo	44

* Tässä taulukossa ei ole laskettu mukaan päivittäin ilmestyvää Päivän sana -juttua

Pääkaupunkiseudulla ilmestyvissä lehdissä kirkko ja kristinusko kehystetään useammin negatiivisesti kuin muualla Suomessa ilmestyvissä lehdissä. Kuten faktorianalyysistä käy ilmi, kriittisyys ei kuitenkaan tarkoita sitä, että jutuissa ei käsiteltäisi hengellisiä ja uskonnollisia kysymyksiä – kriittisyys ja hengellisyys ovat selvästi erillisiä asioita.

Suurin osa kirkkoa ja kristinuskua käsittelevistä jutuista on myötäsukaisia ja maallisia: niissä käsitellään aihetta kohteliaan välinpitämättömästi. Varsin paljon on kuitenkin sellaisia juttuja, joissa otetaan kantaa johonkin opilliseen tai hengelliseen kysymykseen.

Kuvitusta on määrällisessä analyysissä tutkittu omalla muuttujallaan. Yli puolessa jutuista (545) ei ole kuvitusta. Yleisimmät kuvituksen lajit ovat henkilökuva

kirkonmiehestä tai -naisesta (74), jonkun ihmisen kasvokuva (51), ihminen ja kirkko (47), ihmisiä muuten vain (43) ja kirkkorakennus (23). Piirroskuvitus on 17:ssä ja Raamatun kuvastoa 13 jutussa. Muuten kuvituksen aiheet (samoin kuin taulukossa 1 esitellyt puheenaiheet) ovat hyvin monenkirjavia, ja useimpia niistä ei voi koodata mihinkään luokkaan muiden kanssa.

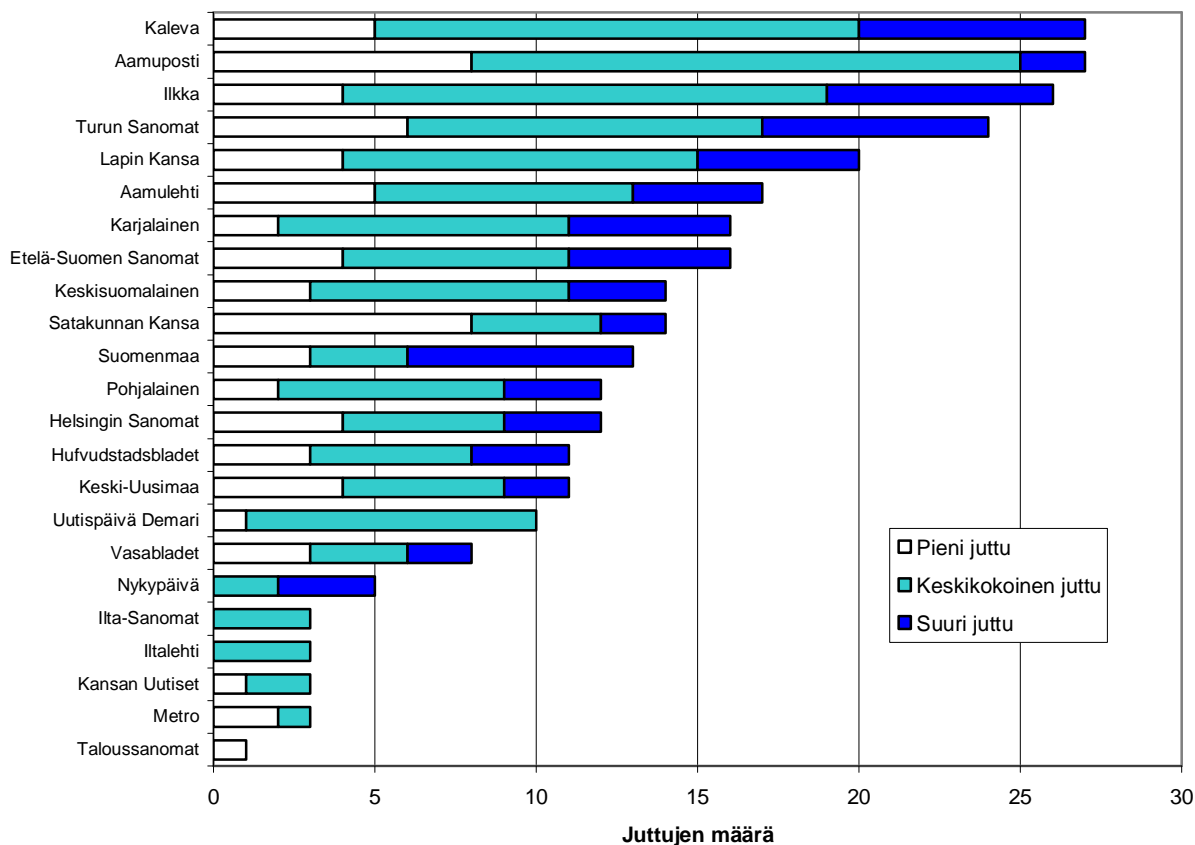
Taulukko 5. Päätoimijat kirkkoa ja kristinuskoa käsittelevässä journalismissa.

Päätoimija	Aamu- lehti	Helsingin Sanomat	Ilta- Sanomat	Kaleva	Keskisuo- malainen	Yhteensä
Pappi/pastori/kirkkoherra	34	39	6	28	32	139
Tavallinen kansalainen	34	34	9	23	37	137
Tutkija/muu asiantuntija	17	27	3	14	10	71
Seurakunnan työntekijä	17	13	3	6	24	63
Kirkon hallinnon edustaja	9	17	2	12	16	56
Taiteilija	9	4	15	10	9	47
Toimittaja	10	14	9	6	5	44
Poliitikko	6	13	3	2	13	37
Piispa	11	9	5	5	4	34
Paavi	5	6	1	3	2	17
Munkki tai nunna	3	1	1	9	3	17
Vapaa-ajattelija/ateisti	1	3	2		5	11
Kristillisen koulun opettaja	1	3	1	1	4	10
Kirkon luottamushenkilö	1			1	3	5
Viranomainen	2	3				5
Teollisuusjohtaja	1		2	1	1	5
Jehovan todistaja				1		1
Saatananpalvoja		1				1
Muu toimija/ei käy ilmi	49	82	18	46	185	375
Yhteensä	210	268	80	169	354	1081

10. TAPAUSTUTKIMUS: JOULU 2005

Saadakseni kuvan joulua koskevasta lehtikirjoittelusta tutkin 40 suomalaisen sanomalehden jouluuutisointia joulukuun 2005 ajalta. Mukana olivat lähes kaikki 4–7-päiväiset Sanomalehtien liiton jäsenlehdet sekä muutama muu tässä yhteydessä kiinnostava lehti. Aineisto oli kerätty Kirkon tiedotuskeskuksen mediaseurannan yhteydessä. Juttuja kertyi kaikkiaan 467, eli lehteä kohden hieman yli 10, ja tutkin niitä sekä määrällisesti että laadullisesti.

Kuvio 7. Joulua käsittelevät kristinuskoon viittaavat jutut eräissä sanomalehdissä joulukuussa 2005.



Kuviossa jokainen juttu on koodattu yhden kerran, ja etusivun vinkki on laskettu omaksi jutukseen. Pieni juttu tarkoittaa joko yhden palstan juttua tai kahden palstan kuvatonta juttua. Suuri juttu on sivun pääjuttu tai muu vähintään puolen sivun juttu. Keskikokoiset jutut jäävät pienten ja suurten juttujen väliin. Kuvat on laskettu mukaan jutun kokoon, koska kuvitus lisää merkittävästi jutun huomioarvoa.

Kuvio 7 kertoo, kuinka näkyvästi joulu oli lehtien sivuilla joulukuussa 2005. Mukaan on otettu nimenomaan kristillistä joulua käsittelevät jutut eli sellaiset, joissa kirkkoa tai kristinuskkoa ainakin sivutaan.

Kuvion 7 takana oleva määrällinen analyysi pohjautuu joukkoviestinnän tutkimuksessa keskeisellä sijalla olevaan agenda setting -teoriaan. Agenda setting -käsitteen ottivat käyttöön viestinnän tutkijat Maxwell McCombs ja Donald Shaw (1972) tutkiessaan Yhdysvaltojen vuoden 1968 presidentinvaalikampanjan uutisointia ja ihmisten mielipiteitä erilaisten vaaliteemojen tärkeydestä: tutkimuksen mukaan medialla oli selvästi havaittava vaikutus siihen, mitä puheenaiheita ihmiset pitivät tärkeimpinä. Teorian mukaan median merkittävimpiä vallankäytön muotoja on, että media valitsee muutamia aiheita julkiselle asialistalle ja näin tehdessään se samalla jättää suuren joukon asioita agendan ulkopuolelle. Agenda setting tarkoittaa suomennettuna ”päiväjärjestyksen asettamista”. Oletuksena siis on, että mitä enemmän palstatilaa tiedotusväline antaa joululle, sitä suuremman painoarvon joulu saa välineen asettamassa päiväjärjestyksessä ja sen myötä yleisön mielissä. Koska ylivoimaisesti suurin osa tutkitusta kirjoittelusta on joulua ja kristinuskkoa kohtaan myönteistä, voidaan tulkita, että paljon joulujuttuja julkaiseva lehti on myönteisempi kirkollisia asioita kohtaan kuin vähän joulujuttuja julkaiseva lehti.

Näin muodostetulla määrällisellä mittarilla kristillisimpiä lehtiä ovat Kaleva ja Aamuposti. Molemmat julkaisivat joulukuun 2005 aikana 27 joulukirjoitusta, lähes yhden päivässä. Myös Ilkka ja Turun Sanomat pääsivät yli 20 jutun. Kuviosta 7 tehtävä tärkeä havainto on, että pääkaupunkiseudulla ilmestyvät lehdet antoivat jouluun liittyville aiheille selvästi vähemmän tilaa kuin muualla maassa ilmestyvät lehdet, eritoten suuret maakuntalehdet.

On tosin pohdinnan arvoista, että joulujournalismissa Kaleva näyttää olevan selvästi kristillisempi kuin normaaliajan journalismissa. Tähän on vaikea löytää muuta selitystä kuin se, että joulun aikana Kaleva on poikkeuksellisen kiinnostunut raportoimaan erilaisista juhlista ja näytelmistä, mutta arkisempaan aikansa kristillinen ja kirkollinen uutiskynnys on korkeammalla.

11. TIERNAPOIKAJOURNALISMI TUKEE PERINTEITÄ

Jouluna kristinusko on näkyvästi esillä lehdistössä. Pääkirjoituksissa korostetaan joulun sanomaa ja hiljentymisen tärkeyttä, piispat ja muut kirkon edustajat kirjoittavat vierailevina kolumnisteina joulutervehdyksiä, ja tiernapoikien esitykset sekä muut perinteiset menot saavat runsaasti palstatilaa suurien kuvien kera. Lehtijuttujen yleissävy joulua ja kristinuskoa kohtaan on affirmatiivinen eli myönteinen ja vahvistava. Harvassa ovat sellaiset jutut, joissa jotenkin horjutetaan tai kyseenalaistetaan joulun kristillistä perustaa. Tällaisia juttuja löytyi oikeastaan vain kolmesta pääkaupunkiseudun lehdestä, Helsingin Sanomista, Uutispäivä Demarista ja Kansan Uutisista.

Suomessa viestintäjärjestelmän kehittyminen on ollut läheisessä yhteydessä kansallisvaltiolliseen ajatteluun. Suomalainen sanomalehdistö kehittyi 1800-luvun lopulla kansallisen heräämisen aikoihin ja hieman myöhemmin toimi maan itsenäisyyden ajamisen kanavana. Myös yleisradiotoiminta on alusta asti tähdännyt muun muassa kansakunnan kulttuuriseen yhdistämiseen. Lisäksi julkisuuden tavoitteena on usein jännitteiden ja ylipäänsä kaiken epänormaalin, ”kunnan kansalaisuuteen” kuulumattomien piirteiden ja tendenssien välttäminen. (Nieminen 1998, 277; 287).

Tätä taustaa vasten on ymmärrettävää, että ateistit ja muut uskonottomien edustajat ovat julkisuudessa vähemmän edustettuina, tosin heidän todelliseen määräänsä suhteutettuna he saavat joskus varsin runsaastikin julkisuutta. Normalisoivan ja konformistisen valtajulkisuuden keskellä vapaa-ajattelijoiden esiintymiset näyttävät anomioina, satunnaisina protesteina, jotka eivät juuri vaikuta normaaliin (luterilaiseen) päiväjärjestykseen. Tämä pätee etenkin maakuntalehtiin, kun taas Helsingin Sanomissa luterilaiselle valtakulttuurille nousee enemmän vaihtoehtoja, jopa haasteita, kuin muissa lehdissä.

Sumiala-Seppäsen (2001, 99) mukaan pyhyys, uskonto ja hengellisyys saavat nykyisessä julkisuudessa aikaisempaa enemmän sijaa, mutta näitä sisältöjä tuottavat ja määrittelevät ensisijaisesti muut kuin evankelisluterilaisen kirkon

omat tahot. Käsitys valtauskonnon marginalisoitumisesta ja uusien uskonnon muotojen esiinmarssista ei kuitenkaan saa tukea ainakaan tämän tutkimuksen aineistosta.

Kuten taulukosta 7 näkyy, ylivoimaisesti suurin osa jutuista käsittelee ensisijaisesti evankelisluterilaista kirkkoa. Muita protestanttisia suuntauksia (baptisteja ja anglikaaneja) sekä Jehovan todistajia käsitellään kutakin vain yhdessä jutussa. Suuret kirkkokunnat, ortodoksinen ja katolinen, näkyvät julkisuudessa sentään kymmenien juttujen verran, mutta pienemmät uskontokunnat ovat edustettuina vain muutamassa jutussa. Gnostilaisuutta käsittelevät jutut liittyivät huhtikuussa 2006 julkistettuun papyruslöytöön, joka aiheutti keskustelua Juudaksen asemasta. Aineistoa kerätessä kiinnitettiin huomiota myös sellaisiin juttuihin, joissa käsitellään ns. uususkontoja. Tällaisia juttuja löytyi yli tuhannen artikkelin joukosta vain yksi, Ilta-Sanomissa julkaistu skientologiaa käsittelevä juttu.

Ainakaan tämän aineiston valossa luterilainen valtakulttuuri ei näytä olevan murenemassa siinä määrin kuin monet tutkijatkin ovat jo ehtineet ennustaa. Tällaiset tulkinnat saattavat osaltaan johtua siitä, että pienet marginaaliryhmät saattavat aika ajoin saada julkisuudessa paljonkin huomiota, jolloin niiden painoarvo helposti näyttää suuremmalta kuin se valtajulkisuuteen laajemmin suhteutettuna oikeastaan onkaan. Uudet, vaihtoehtoiset uskonnon harjoittamisen tavat näyttävät sanomalehtien kuvastimessa todellakin vaihtoehtoisilta ja marginaalisilta.

Taulukko 7. Eri uskontokunnat ja uskonnottomat ryhmät sanomalehtijutuissa.

Uskontokunta, jota juttu ensisijaisesti koskee	Aamu-lehti	Helsingin Sanomat	Ilta-Sanomat	Kaleva	Keskisuomalainen	Yhteensä
Evankelis-luterilainen	95	99	32	77	119	422
Roomalaiskatolinen	21	18	5	8	9	61
Ortodoksinen	8	9	4	13	9	43
Ateistit, vapaa-ajattelijat ym.		5	2		8	15
Helluntaiseurakunta			2	1	5	8
Gnostilaisuus	1	4		1		6
Vapaaseurakunta	1				4	5
Herätysliikkeet		2		1		3
Jehovan todistajat				1		1
Lestadiolaisuus				1		1
Baptistit					1	1
Anglikaaninen kirkko		1				1
Skientologia			1			1
Kristillinen kirkko yleensä, ei määriteltä tarkemmin	47	66	15	31	48	207
Yhteensä	173	204	61	134	203	775

Tulkinnat uskonnon merkityksen heikkenemisestä ja sen muotojen dramaattisesta muuttumisesta saattavat myös olla osa nykyaikana vallalla olevaa ajattelutapaa, joka korostaa muutoksen ja uudistumisen välttämättömyyttä. Tällaisen ajattelutavan juuret ovat varsin helposti jäljitettävissä uusliberalistiseen, taloutta ja kilpailua korostavaan ajattelutapaan, joka on viime vuosina noussut julkista keskustelua ohjaavaksi, kaiken läpäiseväksi mantraksi. Kirkko on eräs nyky-yhteiskunnan viimeisiä saarekkeita, joissa voi puhua perinteiden ja pysyvyyden puolesta saamatta otsaansa kehityksen jarruttajan leimaa. Muutos on eräs kehys, jota journalismissa käytetään varsin paljon. Tämä tutkimus kuitenkin osoittaa, että kristinuskoa ja kirkollisia asioita käsittelevässä journalismissa muutos-kehys ei ole kovin yleinen. Useimpia juttuja ei voida lainkaan luokitella muutos-pysyvyydeluottuvuudella.

12. PÄÄTELMÄT

Journalismia kommentoivien ihmisten keskuudessa on varsin yleisesti hyväksytty se ajatus, että journalismin ihanteet pohjautuvat ”länsimaisiin arvoihin”, joihin kuuluu muun muassa mielipiteenvapaus, suvaitsevaisuus ja jokaisen ihmisarvon kunnioittaminen, riippumatta tämän yhteiskunnallisesta asemasta, ihonväristä, vakaumuksesta tai muista ominaisuuksista. Näiden arvojen alkuperästä käydään kuitenkin kiistelyä. Esimerkiksi kun Euroopan unionin perustuslailliseen sopimukseen yritettiin saada maininta Euroopan kristillisistä juurista, monet ajattelivat tämän olevan modernien eurooppalaisten arvojen vastaista. Näin ajattelevien mukaan eurooppalaiset arvot ovat pikemminkin valistuksen järkipäisyyttä ja rationaalisuutta korostavissa opeissa.

Uskonnon ja median suhdetta tutkineen Taisto Lehikoisen (2006, 253–255) näkemys nykyajan valtamediasta on jokseenkin lohduton: hän kutsuu sitä ”arvohuuhteluksi”. Hänen mukaansa media on niin läpeensä kaupallistunut ja maallisia arvoja korostava, että siihen ”tarvitaan kristillisestä uskosta ja arvoista nousevaa oppositiopolitiikkaa”. Tällaista oppositiopolitiikkaa kuitenkin esiintyy lehdistössä jonkin verran. Esimerkiksi Keski-suomalaisessa julkaistaan päivittäin hengellinen Päivän sana, ja Aamulehdessäkin tällaisia juttuja on suunnilleen kerran viikossa. Myös suhteellisen maallistuneen pääkaupunkiseudun lehdissä on etenkin kirkollisten juhlapyhien aikaan hengelliseksi luettavaa materiaalia. Samaan aikaan on syytä muistaa, että ateistien ja vapaa-ajattelijoiden ääni kuuluu julkisuudessa vain vähän, jos se suhteutetaan kirkon ja kristinuskon saamaan myönteiseen tai neutraaliin julkisuuteen. Tosin ryhmän kokoon suhteutettuna vapaa-ajattelijat saavat varsin paljon julkisuutta. Tätä selittää jo aikaisemmin mainittu median mieltymys poikkeamiin: kun jokin asia poikkeaa oletetusta valtavirran menosta, se herättää median kiinnostuksen. Toisaalta media kokonaisuudessaan pitää poikkeamat ruodussa.

Toimittajan henkilökohtaiset arvot ja maailmankuva vaikuttavat selvästi uskontoa käsittelevään journalismiin. Esimerkiksi tutkija-toimittaja Taisto Lehikoinen on itse laatinut Keski-suomalaiseen useita näkyviä juttukokonaisuuksia, joissa korostetaan kristillisen uskon ja perinteiden merkitystä. Toisenlaista näkemystä edustaa esimerkiksi Helsingin Sanomien toimittaja Annamari Sipilä, joka on

kolumneissaan vaatinut jopa, että uskonto pitäisi poistaa ”elämää pilaamasta”. Hänen laatimissaan uutisissa uskonto on usein kehystetty negatiivisesti. Tosin Sipilällä oli vuonna 2006 toinen kolumni, jossa hän pohti kirkosta eroamista mutta päätti jäädä ainakin toistaiseksi Helsingin tuomiokirkon vuoksi. Kummallakaan näistä toimittajista ei voi sanoa olevan kovin neutraali suhtautuminen uskontoon. Vaikka journalistien ammatillinen itseymmärrys kovin mielellään korostaa, että heidän työnsä on neutraalia tiedonvälitystä, edellä olevat esimerkit osoittavat, että tämä ei kuvaa ainakaan koko journalismia.

Toimittajille tehdyt haastattelututkimukset kertovat siitä, että journalistit eivät useinkaan ehdi tai ymmärrä pysähtyä pohtimaan työnsä taustalla olevia ideologisia ja aatteellisia vaikuttimia, vaan he kirjoittavat juttujaan varsin rutiininomaisesti ja usein myös kiireessä. Tämän vuoksi voidaankin sanoa, että useimmiten journalistit eivät ajattele työkäytäntöjä vaan nämä työkäytännöt ajattelevat heidän puolestaan. (Esim. Shoemaker & Reese 1991.)

Tiivistetysti voidaan sanoa, että valtamedian suhde kristinuskoon ja kirkollisiin asioihin on perusmyönteinen ja kunnioittava, joskin etäisyyttä ottava. Varsin vähän on sellaisia juttuja, joissa suoraan tai epäsuorasti kyseenalaistetaan tai horjutetaan uskonnon merkitystä. Pohjimmiltaan valtamedia tulee toiminnallaan tukeneeksi ja vahvistaneeksi historian kuluessa muotoutuneita traditioita. Tämä näkyy etenkin kirkollisten juhlapyhien aikaan. Selitys tälle ilmiölle löytyy kaikella todennäköisyydellä siitä, että media on elimellinen osa sen yhteiskunnan vakiintunutta tapakulttuuria ja päiväjärjestystä, jossa se toimii. Tätä päiväjärjestystä vakiintuneet tiedotusvälineet eivät hevin lähde horjuttamaan, koska silloin ne tulisivat sahanneeksi oksaa, jolla istuvat.

”Ajatellaan, että on jouluaatto ja olemme jumalanpalveluksessa. Jossain vaiheessa seremoniaa luetaan teksti, joka alkaa sanoilla: ’Ja tapahtui niinä päivinä...’. Kyse on eittämättä viestinnästä. Mutta siirtyykö tai vaihtuuko sanoman välittämisessä oikeastaan yhtään mitään?” Näin pohtii viestinnän yhteisöllistä luonnetta journalistiikan professori Risto Kunelius (1998, 11–12). Vaikka joulu-evankeliumin lukeminen ääneen ei tuo seurakuntalaisille mitään uutta tietoa, se on silti merkityksellistä viestintää: se luo ja ylläpitää yhteisöllisyyttä. Kunelius

toteaakin, että kommunikaation (eli viestinnän) kantasana on latinan *communicare*, joka tarkoittaa yhteiseksi tekemistä.

Tuloksia tulkittaessa on otettava huomioon, että tutkitut lehdet ovat erikokoisia ja niiden yleisötkin poikkeavat toisistaan. Yli 400 000 kappaleen levikillään ja miljoonaluokan lukijakunnallaan Helsingin Sanomat on koko Euroopan mittakaavassa poikkeuksellisen suuri lehti, varsinkin suhteutettuna maan väkilukuun. Vaikka Helsingin Sanomat on Helsingin paikallislehti ja Uudenmaan maakuntalehti, joka muiden lehtien tapaan toimii oman alueensa äänenkannattajana, Helsingin Sanomat on myös valtakunnallinen tiedotusväline. Niinpä sen kirkkoa ja kristinuskoa verrattain kriittisesti ja etäisesti kohteleva journalismi leviää laajemmalle yleisölle kuin pienempien lehtien journalismi. Maakuntalehtien suhde kirkkoon ja kristinuskoon on läheisempi kuin Helsingin Sanomien.

Toisaalta on muistettava, että tämän tutkimuksen maakuntalehdet, Aamulehti, Keski-suomalainen ja Kaleva, ovat nekin levikiltään suuria – 100 000 kappaleen molemmin puolin ja omalla alueellaan merkittäviä vallankäyttäjiä. Pääkaupunkiseudun ulkopuolella tilataan toki Helsingin Sanomiakin, mutta maakuntalehdet ovat yleensä alueillaan kiistattomia ykkösiä. Maan keski- ja pohjoisosista katsottuna pääkaupunkiseutu ja sille tyypilliset urbaani-liberaalit arvot näyttävät monelle kaukaisina. Tämä unohtuu helposti, jos arvioidaan tiedotusvälineiden merkitystä pelkästään levikkilukujen perusteella

Ilta-Sanomat, Suomen toiseksi suurin sanomalehti, poikkeaa muista tutkituista lehdistä muun muassa siten, että se ei ole kotiin tilattava vaan perustuu irtonumeromyyntiin. Ilta-Sanomilla ei ole muiden lehtien tapaan paikallista tai alueellista yleisöä; se pyrkii puhuttelemaan lukijakuntaansa yleisemmällä tasolla, pienimmän yhteisen nimittäjän mukaan. Tämän vuoksi on merkittävää, että Ilta-Sanomissa kirkkoa ja kristinuskoa käsitellään pohjimmiltaan varsin kunnioitavasti ja myönteisesti; kristillisyyden – joskin melko laimeassa ja arkisessa muodossa – katsotaan kuuluvan tavalliseen suomalaiseen elämäntapaan eli siihen, mistä Ilta-Sanomat ammentaa päivittäisen yleisöpohjansa.

Tietty tuttuus, turvallisuus ja ennustettavuus kuuluvat valtamedian sisällön ominaispiirteisiin. Joulurauhan julistamisesta kertova uutinen ei tuo varsinaisesti

mitään uutta tietoa, mutta se vahvistaa olemassa olevaa asiaintilaa, status quota. Median jokapäiväiseen käyttöön liittyy paljon rituaalisia piirteitä: useimmille ihmisille sanomalehden lukeminen aamukahvipöydässä on erottamaton osa päivän aloittamista. Se on osa nykyihmisen tapaa uudistaa ja ylläpitää perinteitä. Ilmeisesti nykyinen individualistisen kulutusyhteiskunnan ihminenkin sisimmässään tarvitsee traditioita ja haluaa tuntea kuuluvansa johonkin suurempaan kokonaisuuteen ja historialliseen jatkumoon. Tutkimuksen loppuun sopiikin sitaatti unkarilaiselta Mihály Hoppálilta (2005, 143). Hänen sanansa selvittävät sitä, miksi sekularisaatioteorian ennustama uskonnon vähittäinen häviäminen ei ole toteutunut edes länsimaisissa yhteiskunnissa eikä niiden mediassa:

”Antropologina, etnologina ja uskonnon historian tutkijana voin vakuuttaa, että nyt ja tulevaisuudessa toimivat vain ne yhteiskunnat, jotka harjoittavat traditioitaan. (...) Niin kutsutut traditioon perustuvat yhteiskunnat toimivat hyvin, koska rikas paikallinen kulttuurinen tieto ja tietämys antavat yhteisön jäsenille mielekkään perustan. Traditio toimii siis perustana yhteisölle, kun se rakentaa vahvaa kollektiivista kulttuurista identiteettiään.”

KIRJALLISUUS

Aaltola, Mika

- 2000 Lumottu aika. Peli, aika ja kansainvälinen politiikka Wittgensteinin valossa. Teoksessa Lindroos, Kia & Palonen, Kari (toim.): Poliitiikan aikakirja. Ajan politiikan ja politiikan ajan teoretisointia, Tampere: Vastapaino.

Barnshurst, Kevin G. & Nerone, John

- 2001 The Form of News. A History, New York, London: The Guilford Press.

Bourdieu, Pierre

- 2005 The Political Field, the Social Science Field, and the Journalistic Field. Teoksessa Benson, Rodney & Neveu, Erik (toim.): Bourdieu and the Journalistic Field, Cambridge, Malden: Polity Press.

Golding, Peter & Elliot, Philip

- 1979 Making the News. London: Longman Group Ltd.

Hoppál, Mihály

- 2005 Šamanistinen media ja pyhän kommunikaation arkaaiset tekniikat. Teoksessa Sumiala-Seppänen, Johanna (toim.): Pyhä media, Jyväskylä: Atena Kustannus.

Kensicki, Linda Jean

- 2004 No Cure for What Ails Us: The Media-Constructed Disconnect between Societal Problems and Possible Solutions, Journalism & Mass Communication Quarterly, 81/1.

Kunelius, Risto

- 1998 Viestinnän vallassa. Johdatusta joukkoviestinnän kysymyksiin, Helsinki: WSOY.

Lehikoinen, Taisto

- 2003 Religious Media Theory. Understanding Mediated Faith and Christian Applications of Modern Media, Jyväskylä: Jyväskylä Studies in Humanities 4.

Lehikoinen, Taisto

- 2006 Median valtakunta, Jyväskylä: Aikamedia.

McCombs, Maxwell & Shaw, Donald

- 1972 The Agenda-Setting Function of Mass Media, Public Opinion Quarterly 36

McQuail, Denis

1987 Mass Communication Theory. An Introduction, London: Sage Publications

Metsämuuronen, Jari

2001 Monimuuttujamenetelmien perusteet SPSS-ympäristössä. Metodologia-sarja.
Helsinki: International Methelp Ky

Nieminen, Hannu

1998 Viestintä ja demokratia. Kohti pluralistista julkisuutta? Teoksessa Kivikuru,
Ullamaija & Kunelius, Risto (toim.) Viestinnän jäljillä, Helsinki: WSOY.

Riffe, Daniel

2004 An Editorial Comment. Journalism & Mass Communication Quarterly 81/1.

Ronkainen, Suvi

1999 Ajan ja paikan merkitsemät. Subjektiviteetti, tieto ja toimijuus. Helsinki:
Gaudeamus.

Schudson, Michael

2005 Autonomy from What? Teoksessa Benson, Rodney & Neveu Erik (eds.):
Bourdieu and the Journalistic Field, Cambridge, Malden: Polity Press.

Shoemaker, Pamela J. & Reese, Stephen D.

1991 Mediating the Message. Theories of influences on mass media content
London, New York: Longman Publishing Group

Sumiala-Seppänen, Johanna

2001 Nomadit rippituolissa. Medioidun uskonnon moraalisen järjestyksen dynamiikka
(post)modernin television ja kulttuurin kontekstissa. Jyväskylä: Jyväskylä Studies
in Communication 15.

Tilastokeskus

2002 Joukkoviestimet, Finnish Mass Media 2002. Helsinki: Tilastokeskus

Wittgenstein, Ludwig

1981 Filosofisia tutkimuksia, Helsinki: WSOY.

LIITE 1.

Koodausrunko määrällistä analyysiä varten

Havaintoyksikkönä on aina yksi juttu (kokonaismäärä 1 081). Jutuista koodataan muuttujia alla olevan koodausrungon mukaan. Lopuksi tiedot käsitellään Excel- ja SPSS-ohjelmilla. Osassa jutuista koodataan vain neljä ensimmäistä muuttujaa (sarakeet A–D). Nämä ovat sellaisia juttuja, joissa kristinusko ja kirkolliset asiat ovat vain pienenä sivumainintana jossakin päin juttua. Suurimmassa osassa jutuista (729) kristinusko ja kirkolliset asiat ovat selvästi pääaiheena, jolloin niistä koodataan kaikki alla luetellut muuttujat.

Sarake	Muuttuja
A.	Jutun numero
B.	Kuukausi
C.	Viikko
D.	Lehti
E.	Juttutyyppi
F.	Koko
G.	Kuvitus
H.	Päätoimija
I.	Lähde
J.	Puheenaihe
K.	Jutun tekstin tyyli

Faktorianalyysin muuttujien taustalla olevat kysymykset:

L. Onko lehti levikkialueeltaan

1) urbaani, 2) agraari, 3) siltä väliltä

M. Onko jutun orientaatio

1) kansainvälinen, 2) paikallinen/alueellinen, 3) valtakunnallinen

N. Onko jutun asetelma ylipäänsä

1) kriittinen, 2) affirmatiivinen, 3) neutraali

O. Onko jutun kehys suhteessa kirkkoon/kristinuskoon

1) horjuttava/kyseenalaistava, 2) säilyttävä, 3) neutraali

P. Onko jutun yleinen kehys

1) muuttuva maailma, 2) pysyvyys/perinteet, 3) ei kumpikaan

Q. Käsitelläänkö jutussa opillisia kysymyksiä?

1) ei käsitellä, 2) käsitellään paljon, 3) viitataan vain ohimennen

R. Onko kirjoittajan rooli jutun teossa

1) aloitteellinen, 2) reagoiva, 3) jatkava

S. Onko kirjoittajan suhde tietolähteisiin

1) itsenäinen, 2) riippuvainen, 3) täydentävä

T. Mitä kirkkokuntaa juttu ensisijaisesti käsittelee?

1) muut uskonnolliset liikkeet, vapaa-ajattelijat ym., 2) evankelis-luterilainen tai ortodoksinen, 3) roomalaiskatolinen

U. Käytetäänkö jutussa Jumala-sanaa?

1) ei käytetä lainkaan, 2) käytetään 3 kertaa tai enemmän, 3) käytetään 1–2 kertaa

V. Käytetäänkö jutussa Jeesus-sanaa?

1) ei käytetä lainkaan, 2) käytetään 3 kertaa tai enemmän, 3) käytetään 1–2 kertaa

W. Onko jutussa toisilleen vastakkaisia näkemyksiä?

1) on selvä vastakkainasettelu, 2) ei lainkaan, 3) useita rinnakkaisia näkemyksiä