

Numeron voima, sanan valta - kuka kuuntelee köyhää? –seminaari

Aika ja paikka: **10.-11.4.2008, Stakes, auditorio (Lintulahdenkuja 4, Helsinki)**

Järjestäjät: **Stakes & Tiede, taide ja köyhä kansa ry & Elämäntapaliitto**

Kari Raivio (Stakes 11.4.2008)

Mikä mediaa kiinnostaa?

Köyhyys mediassa

Uutis- ja ajankohtaisjournalismi heijastelee erityisesti talouden maailmaa. Elinkeinoelämästä on tullut yhä tärkeämpi osa uutisvirtaa. Alkuvuoden 2008 perusteella voi väittää, että media välittää uskollisesti ne tapahtumat, joihin pörssit ja pörssikurssit reagoivat.

Media heijastelee ylätasoa maailmaa. Kansalaisen, kuntalaisen, asiakkaan, potilaan, kuluttajan äänivaltaa käyttävät mediassa korkeat virkamiehet, poliitikot: ministerit, puolueiden puheenjohtajat ja eduskuntaryhmien puheenjohtajat. Johtavat ammattilaiset ja tutkijat saavat edustaa uskalluksensa rajoissa kriittistä näkökulmaa.

Köyhyydestä raportoidaan mediassa etupäässä hallinnollisena, tilastollisena ja tutkimuksellisenä ilmiönä. Köyhyysohjelmat ja niiden sama arvostelu ovat ikään kuin piikkejä uutisvirran normaalipulssissa. Onko niin, että kun poliittinen kiinnostus kaikkein heikoimmassa asemassa olevien aseman parantamiseen laimenee, he joutuvat marginaaliin myös mediassa?

Julkisuuden pinnallistuminen, viihteellistyminen, intimisoituminen ja seksuaalisoituminen vievät tilaa asiajournalismilta. Kaupallisuus, keveys ja kuvallisuus saattavat peittää köyhyyden kaltaisten ilmiöiden näkymisen mediassa.

Me tarvitsemme juttuja, uutisia ja reportaaseja myös sosiaali- ja terveysalan asiakkaiden ja potilaiden asemasta ja heidän saamastaan kohtelusta. Niillä voidaan yrittää korjata kaupallisen median ”taittovirhettä” ja ”yksisilmäisyyttä”. Voidaksemme yhdessä tarttua sosiaalisiin epäkohtiin meidän on saatava kuvaan koko yhteiskunta.

Kaupallisuus mediassa vahvistaa kovia asenteita yhteiskunnassa, murentaa solidaarisuutta ja häivyttää köyhyyden näkyvistä. Kaupallinen media ylläpitää ja kasvattaa sosiaalista etäisyyttä eliittien ja kansan välillä.