

Teksti: TEIJO PYYKKÖNEN

TAUTISTA MENOJA

Ulla Järvi (toim.): *Tautinen media*. 175 sivua, Duodecim 2014.



Mediassa sairaudet peittoaivat terveyden. Tautien merkitystä korostetaan myös niiden hintalapuilla. Taistelua käydään enemmän sairautta vastaan kuin terveyden puolesta.

Näin ronskisti ruoditaan aikamme terveysjournalismia Ulla Järven toimittamassa *Tautinen media* -kirjassa. Kirjaan on koottu 12 tutkijan ja terveystoimittajan näkemykset mediävä-

litteisestä terveysviestinnästä.

Kun liikunta on nykyään korostetusti osa terveyttä, Tautinen media -kirjaa voi lukea myös "tautisen liikuntapuheen" näkökulmasta: liikuntapuheessa liikkumattomuus peittoa liikunnan, liikuntatarinat rakennetaan diabetesuhan ympärille, ja liikkumattomuuden hinnan arvuuttelu on liikuntapolitiikan ytimessä. Taistelua käydään enemmän liikkumattomuutta vastaan kuin liikunnan puolesta.

Tautisen median useimmat päätelmät sopivat valitettavan hyvin myös aikamme liikuntapuheeseen: kansalaisen arvo on taloudellisessa tuottavuudessa; terveys tiivistyy elintapoihin ja kehon biokemiaan; kansalaiset nähdään valistavan viestinnän passiivisiksi kohteiksi; uutisointi on ongelmalähtöisestä; lihava ihminen on "vähemmän ihminen".

Kerro, kerro mittari, ken on maassa tervehin

Median terveys perustuu teknisesti mitattavaan maailmaan, tiivistää **Vienna Setälä**. Terveyspuheen sanastoja hallitsevat bio-, lääke- ja ravitsemustiede. Mittarikeskeistä näkemystä löytyy myös liikuntasektorilta: tutkijoiden into on aitoa heidän esittellessään "objektiivisia tietoja", joita on saatu kytkemällä ihminen uuden sukupolven lähes kaiken paljastaviin aktiivisuusmittareihin.

Terveysviestinnässä mieli esitetään alisteisena mitattavalle keholle. Jos "mitä minulle kuuluu" voidaan todella tietää mittaamalla sykettä ja verenpainetta, järjelle ja rakkaukselle uhkaa jäädä kovin vähän tilaa, muistuttaa Setälä. Tämän huomautuksen soisi löytävän tiensä myös liikuntalaboratorioiden huoneentauluksi.

Setälän esittelemät terveyden mediakentän neljä arkkityyppiä löytyvät

nekin liikunnan edistämisen (media) kentiltä: a) *Esikuva* on arvostetussa asemassa oleva henkilö (esim. yritysjohtaja), joka liikuntafoorumilla esittelee tieteellisellä sanastolla höystettyjä näkemyksiä sopivista elintavoista ja terveydestä; b) *Tulokas* asettuu tyypillisesti teknologia-avusteiseen seurantaan, jossa kenttäasiantuntijan (ks. alla) konsultaatio rytmittää häpeänsekaista toiviomatkaa kohti terveyttä; c) *Kenttäasiantuntijat* ovat terveyttä ja menestystä koskevan tiedon ja mielikuvien kaupallistajia, kuten ravitsemusterapeutteja, kuntovalmentajia, kilokonsultteja ja elämäntaidon opettajia; d) *Pudokas* kuuluu uhkakuviiin, joihin harva meistä haluaa samastua. Hänet esitetään ilman omaa ääntä, toimittajan tai muun dominoivan tahon määrittelemänä. Hän on hukannut pallon maassa, jossa kaikilla on samat mahdollisuudet, napauttaa Setälä sarkastisesti.

Pudokkailta puuttuu terveyden ostovoima, eikä markkinavetoistuvan terveysjournalismin kannata puhutella sosiaalisesti osattomia ihmisiä, kirjoittaa Setälä. Myös liikuntapuheen kohteina ovat he, joilla on vähintään kohtuullisesti resursseja ja terveyttä. Liikuntatietoa myös hakevat aktiivisimmin he, jotka jo tietävät.

Mihin sitten pudokkaita tarvitaan? Setälä vastaa: Heitä tarvitaan rajaamaan terveyden ihannetta. Jos haluamme erottautua onnettomasta pudokkaasta, meidän on samastuttava tieteen puheenparteen tai terveyden esikuviin, vaikka niiden mukana kulkevat arvot paljastuisivat vähemmän ihmisrakkaiksi. Meidän on opittava, että fyysinen tulee aina ennen psyykkistä: laihduta, tulet onnellisemmaksi.

Yllättävää ei liene, että myös liikuntapuhe keskittyy fyysiseen eli liikkeen lisäämiseen tässä ja nyt tavoitteena virallisten terveysliikuntasuosittelusten saavuttaminen. Näin siitä huolimatta, että mitä vähemmän liikkuvista on

Joukkoviestinnässä faktarivejä karsitaan, jotta saadaan tilaa tunteille ja tarinoille. Tiedeusko ja valistushenki ovat vaihtuneet yksilöllisyyden ja kuluttamisen korostamiseen.

kyse, sitä enemmän tulisi keskittyä vähäisen liikkumisen taustalla oleviin syihin.

Terveydellä hallitseminen ei ole mennyttä historiaa, muistuttaa **Sinikka Torkkola**. Suorien pakkotoimien sijaan nykykansalaisia suostutellaan toimimaan kunnon terveyskansalaisen tavoin eli huolehtimaan terveydestään. Esittämällä mikä on terveellistä ja mikä ei ole, media luo normaaliuden ja kelvollisen elämän ihanteita.

Ihannekansalaisuutta, johon yksilöitä mediassa suostutellaan, kuvaa **Anna-Maria Mäki-Kuutti** terveyskurin käsitteellä. Tämä on meille suomalaisille tuttua, sillä jo keskiajalla esivalta pyrki kurinalaistamaan alamaisia. Julkinen sektori asettuu yhä viestinnässään automaattisesti opastamaan, holhoavaan, jopa paternalistiseen asemaan, huomauttaa Järvi. Olemme tilanteessa, jossa kansalaisen paikkaa yhteiskunnassa määritellään entistä enemmän hänen terveytensä ja liikuntansa perusteella.

Sosiaalinen media sekoitti viestintäpakan

Kansalaisten suhde asiantuntijoiden hallitsemaan tietoon on internetin myötä nopeasti muuttunut. Verkkojen keskusteluryhmissä ja vertaisyhteisöissä horjutetaan ujostelematta lääketieteen auktoriteettia sekä toimittajien ja tiedottajien viestintä-

valtaa. Vaikka somediagnoosit eivät korvaa lääkäreitä, verkkojen vertaistuki ja uskoa lujittavat tarinat tarjoavat jotain sellaista, johon lääkärit eivät yllä. Lääkäreiden on vähitellen ollut tyytyminen asiantuntijoiksi muiden asiantuntijoiden rinnalle, viestittävät Tautinen media -kirjan kirjoittajat.

Sosiaalinen media on haastanut paitsi asiantuntijat myös asiantuntijaorganisaatiot muuttumaan. **Eija Hukan** mukaan sosiaalisen median omaksuminen edellyttää viranomaisilta ja asiantuntijaorganisaatioilta hierarkioiden madaltamista ja nopeaa päätöksentekoa, epätäydellisyyden sietämistä, nopeaa reagoitua sekä interaktiivisuuden lisäämistä. Terveys- ja liikunta-alan organisaatioissa tarvitaan verkostoja, joissa ovat mukana kaikki: kansalaiset omine yhteisöineen, tietohuollosta vastaavat asiantuntijalaitokset, palveluorganisaatiot, järjestöt ja yritykset. Ennen kaikkea tarvitaan ymmärrystä siitä, miten sosiaalinen media toimii.

Toistaiseksi sosiaaliseen mediaan suhtaudutaan julkishallinnossa ja asiantuntijaorganisaatioissa – myös liikunnan alueella – varovasti. Varovaisuus on vaara, sillä organisaatio, joka ei näy sosiaalisessa mediassa, menettää näkyvyytensä verkossa. Jos asiantuntijat puuttuvat sieltä, missä ihmiset keskustelevat, joutuvat tiedon hakijat muodostamaan näkemyksensä ja tekemään päätöksensä sen tiedon perusteella, mitä on saatavissa, muistuttaa Hukka.

Terveyden ja liikunnan markkinoilla käydään kovaa kilpailua mielikuvista. Siinä verkon ”toisinajattelijat” ovat vahvoilla, arvioi **Ilpo Salonen**. He osaavat myyntipuheet, joita kansa haluaa kuulla. Heiltä asiantuntijoiden on syytä ottaa nopeasti oppia – ei siinä *mitä* sanotaan, vaan *miten* sanotaan.

Tautinen media nostaa esiin perinteisen terveysvalistuksen ja nykymedian – erityisesti sosiaalisen median – painotuserot ja ristiriidat. Joukko- viestinnässä faktarivejä karsitaan, jotta saadaan tilaa tunteille ja tarinoille. Tiedeusko ja valistushenki ovat vaihtuneet yksilöllisyyden ja kuluttamisen korostamiseen.

Kirjan takakansi mainostaa Tautista mediaa kokonaisuutensa terveysjournalismista Suomessa. Ehkei artikkelikokoelmasta sentään kokonaisuutensa ole, mutta tervetulleeksi ja kantaaottavaksi keskustelunavaukseksi kyllä.

Kirjan tärkeimpiä viestejä on terveyslukutaidon merkityksen korostaminen. Medikalisoitunut maailma lisää sekä terveysviestinnän kysyntää että tarjontaa. Median viestien analysoiminen on välttämätöntä, jotta ymmärrämme, miten media meitä puhuttelee – mitä on terveys- ja liikuntaviestien takana?

TEIJO PYYKKÖNEN
Tutkimus- ja julkaisupäällikkö
Liikuntatieteellinen Seura
Sähköposti: teijo.pyykkonen@lts.fi

Jos asiantuntijat puuttuvat sieltä, missä ihmiset keskustelevat, joutuvat tiedon hakijat muodostamaan näkemyksensä ja tekemään päätöksensä sen tiedon perusteella, mitä on saatavissa.