

- a) Kenellä on valtaa (kuka valtasubjekti)
  - b) Kuka vallan kohde (valtaobjekti)
  - c) Mikä vallan perustana (vallan käyttämät keinot)
  - d) Kuinka suurta valta (määrä)
  - e) Kuinka laaja on valta (käyttöalue)
- 

## 1. Kohut

Ei keltaista lehdistöä, vaan vuorovaikutusta.

Vuorovaikutus median, median kuluttajan ja median kohteen välillä on käynyt välittömäksi.

### Case Arhinmäki

1.1) "Facebookryhmä vinoilee medialukutaidottomalle medialle, ei ministerille." –nimim. *Haloo? Iltasanomat 3.9.2012 "Siellä Armstrong, missä Arhinmäki? Ministeristä tuli kulttihahmo"*

Monet tiedotusvälineet toistivat väitteet sellaisenaan, ilman minkäänlaisia lisätarkistuksia.

#### Rikkinäinen levysoitin:

Jutut noudattivat toistuvaa kaavaa: milloin kenenkin tunnetun oopperan tai klassisen musiikin edustajan kerrottiin paheksuvan Arhinmäen poisjääntiä. Tällä kaavalla tuotettiin juttuja vielä kaksi kuukautta itse tapauksen jälkeen

Arhinmäki muistutti tänään, että hän oli kyseisenä päivänä valtioneuvoston raha-asiainvaliokunnan kokouksessa – yhtenä viidestä ministeristä, ja viisi tarvitaan päätösvaltaisuuteen, hän painotti."

**tämän jutun jälkeen toimittajien olisi pitänyt tajuta ettei tässä ole kokuun enää aihetta**

**Silti tämän jälkeen jälkeen saatiin vielä julkiksia kommentoimaan**

**Sofi oksanen-arhinmäki kipeänä-lehdet ignore-kohu-lenita airisto kommentoi että pitäisi vaihtaa jopa ministeri-facebook ryhmä arhinmäki ei ollut täälläkään**

**mtv 3 uutisoi pienen kaveripiirin inside vitsistä lähteneestä facebook ryhmästä: "Arhinmäen toiminta on saanut tuohtuneet kansalaiset aktivoitumaan"**

Vastareaktio uutisoinnille ja politiikkaan kohdistuneelle kritiikille – lähtöisin lukijoista. Kritisoi kritiikkiä arhinmäen toimintaa kohtaan. Jegni on kyllästynyt kohuille, sarkasmin kautta halutaan herättää keskustelua.

Sarkasmin ja vitsailun kautta saadaan asia näyttäytymään vitsiniä. Lukija oivaltaa vitsin ja

omaksuu sen ajatusmaailman.

Huomionarvoista on myös, että jotkut tiedotusvälineet, ainakin Iltalehti, Aamulehti ja MTV3, ovat myöhemmin kaikessa hiljaisuudessa vaivihkaa peitelleet virheitään. Ne ovat korjailleet ja muokanneet joidenkin räikeimpien juttujen nettiversioita hyvinkin laajasti ja otsikointia myöten – ilman, että tämä kävisi selvästi ilmi korjatusta jutusta. Osa jutuista on poistettu verkosta kokonaan. Todellista vastuunkantoa olisi ollut julkaista uusi oikaisu, jossa aiempi virhe olisi tuotu esiin. Tällaista suoraselkäisyyttä ei tämän tapauksen yhteydessä ole kuitenkaan nähty.

Journalistin eettisyys????

-pyrkii totuudenmukaisuuteen ja tarkistaatiedot vaikka ne olisi jo julkaistu

taustat:[http://tampub.uta.fi/bitstream/handle/10024/68074/journalismikritiikin\\_vuosikirja\\_2013.pdf?sequence=1](http://tampub.uta.fi/bitstream/handle/10024/68074/journalismikritiikin_vuosikirja_2013.pdf?sequence=1)

## Case guggenheim.

Guggenheim kouvolaan. Kouvola säästää ja vähentää kulttuuripalveluissa ja kontrastina guggenheim nähdään valtavana investointina. Pohjatietona täytyy tietää viime vuonna käyty guggenheim keskustelu.

Satiirin ja huumorin kautta on joskus helpompi ja tehokkaampi osallistua poliittiseen keskusteluun. Esim. Guggenheimia Helsingissä vastustaville Kouvola –yhteisö oli mainio kanava.

Guggenheim Kouvolaan – jäseniä 3200, mielenosoitus 2.10. – paikalla vain muutamia ihmisiä. “Tykkäys ei ole sama kuin toiminta.”

Kaikki yhteisön jäsenet eivät ole mukana yhteisön diskursiissa (eivät tajua mistä on kysymys). Herättää keskustelua jo lakkautettavien esim. koulujen ja museoiden asemasta verrattuna uusiin investointeihin.

Markus:

“Toki sitten niinkun keskustelu Guggenheimista Helsinkiin oli hyvä sivutuote ja kyllä me tiedostettiin, että tällasella on luultavasti kysyntää Guggiksen vastustajien piirissä. Kouvolan imagon rakentaminen ja keventäminen tuli mukaan motiiveihin vähän myöhemmin, mutta muodostui meille ainakin ajatuksen tasolla aika tärkeäksi. Oli siistiä, että meistä puhuttiin jossain yhteyksissä "hulluina kouvolaalaisina".”

---

ajankohtaisuus – ilmiöt ohimeneviä.

vt. kansalaisaloitteet, kohujen rakentaminen vaikuttaa mielipiteisiin ja herättää huomiota/keskustelua.

<http://nyt.fi/20131004-mitae-ajattelin-taenaeaen-haekissae-viruvaa-sini-saarelaa-ei-pidae-saeaeli-ae/> – Sini saarela / Green Peace, käyttää hyväksi tehokkaasti kohujulkisuutta. Kuitenkin kohu kohdistuu henkilöihin ja toimintaan, eikä halutusti kohteeseen.

Snowden

Snowdenin tapauksessakin, kohu ja julkisuus keskittyi henkilön edesottamuksiin, vaikka julkistetuissa dokumenteissa olisi merkittävää infoa. (viitteellisyys vs. vaikuttaminen)

YHTEENVETO

Julkinen keskustelu on vapaana vellova massa, jota ei voi kontrolloida.