

# Tehtävänasettelu diskurssianalyysille\*

JULKISUUS JUTUSTELEE JA  
VIIHDYTTÄÄ ENTISTÄ ENEMMÄN

Vuoden 1994 ensimmäisen puolikkaan aikana, kun työskentelin tämän tekstin parissa, tapahtui neljä asiaa: Silvio Berlusconiin Forza Italia -puolue voitti vaalit Italiassa; Tony Blair valittiin työväenpuolueen johtoon Ison-Britanniassa; yhdestä kahteen miljoonaa hutupakolaista pakeni parin päivän aikana Ruandasta Zaireen; ja Rupert Murdoch vieraili viikon Delhissä.

Forza Italian tiedettiin yleisesti olevan medialogo (Berlusconi perusti puolueen tammikuussa, ja jo maaliskuussa se voitti vaalit). Berlusconiin voitto oli pitkälti sen seurausta, että hän hallitsi italialaisia tiedotusvälineitä – hänen omistukseensa on kolme televisiokanavaa, jotka kattavat 40 prosenttia katsojakunnasta, yksi kansallinen sanomalehti ja Italian suurin kustannusyhtiö. Paljon ennen työvä-

Norman Faircloughin mukaan kieli on erittäin tärkeä yhteiskunnallisen vaikuttamisen väline. Niinpä myös tiedotusvälineiden käyttämisen vallan tutkiminen tulisi aloittaa kielestä eli median diskurssin analysoimisesta. Esimerkeillään Fairclough valottaa sitä, kuinka tiedotusvälineet voivat kielellisillä valinnoilla vaikuttaa esitettyihin asioihin, kuvattuihin hahmoihin ja julkisuuden luonteeseen. Faircloughin mielestä viihteellistyminen, kaupallistuminen ja puhekielen lisääntynyt käyttö ovat tärkeimpiä esitystavoissa tapahtuneita muutoksia. Kulutuskulttuurin konsumeristinen eetos ja populaarikulttuurin arvonnousu vaikuttavat tiedonvälitykseenkin, joten julkisen tiedottamisen ja kuluttajien viihtyttämisen välillä on ristiriita. Fairclough pohtii tämän tilanteen ideologisia vaikutuksia – onko tiedonvälityksen kansanomaistuminen todellista demokratisoitumista vai vallankäyttöä?

enpuolueen puheenjohtajuuskilvan virallista alkamista suurin osa Ison-Britannian tiedotusvälineistä oli valinnut nyt jo edesmenneen John Smithin sijaan voittajaksi Tony Blairin. Blairin kampanjan suunnitteli työväenpuolueen oma ”takapiru” Peter Mandelson, joka sai pestin nimenomaan mediakarismansa ansiosta. Ruandan sisällissotaa oli aiemmin uutisoitu sattumanvaraisesti, mutta heinäkuun puolivälissä siitä tuli yhtäkkiä pääuutinen päiviksi ja järkyttävät kuvat lukuisten hutupakolaisten kärsimyksestä ja kuolemasta täyttivät tiedotusvälineet. Murdochin vierailu Delhiin liittyi hänen pyrkimyksiinsä hankkia hallintaansa viisi satelliittikanavaa, jotka on suunnattu 2,5 miljardille ihmiselle viidessäkymme-

nessä maassa – eli suuremmalle joukolle kuin 2/3 maailman väestöstä.

Näitä tapahtumia yhdistää joukkotiedotuksen vaikutusvalta, joka kykenee muokkaamaan valtioita ja puolueita, muuttamaan etelän riistoon perustuvan kärsimyksen pohjoisen viihteeksi, lähettämään pohjoisamerikkalaista ja länsieurooppalaista populaarikulttuuria Intian lihasvoimalla pyöriviin maanviljelysyhteisöihin. Tiedotusvälineillä on kyky vaikuttaa tietoon, uskoon, arvoihin, sosiaalisiin suhteisiin, sosiaalisiin identiteetteihin. Ne kykenevät tekemään asioista

\* Artikkelin on lyhennetty ja toimitettu versio Norman Faircloughin *Media Discourse* -kirjan (1995) ensimmäisestä luvusta. Teos ilmestyy tämän kevään aikana suomeksi nimellä *Miten media puhuu* Vastapainon kustantamana. Artikkelin otsikko ja välitsikot ovat toimituksen laatimia.

merkityksellisiä sen avulla, miten ne esittävät asiat. Viestinnän voima on ennen kaikkea kielessä, muttei pelkästään siinä: Ruanda oli lyhyen aikaa heinäkuussa 1994 ”hyvää tv-ohjelmaa”, koska tyrmistyttävästä inhimillisestä kärsimyksestä oli tarjolla kosolti hyvälaatuista kuvamateriaalia.

Tiedotusvälineiden kielen erittely – johon yhteiskuntatieteissä kiinnitetään yhä enemmän huomiota – on merkittävä osa käynnissä olevien sosiaalisten ja kulttuuristen muutosprosessien tutkimusta. Viittaa esimerkiksi keskusteluun, jota käydään ”modernista” ”postmoderniin” tai ”kypsästä modernista” ”myöhäismoderniin” yhteiskuntaan siirtymisestä; tai tutkimukseen kulttuuristen arvojen muuttumisesta (esimerkiksi siirtymisestä kohti individualismia tai pr-kulttuuria); tai keskusteluun sosiaalisten identiteettien muodostumisesta, ”traditioiden purkautumisesta” ja valtasuhteiden muutoksista jne. (ks. esim. Beck 1992, Featherstone 1991, Giddens 1991, Lash 1990, Wernick 1991). Sosiokulttuurisia muutoksia tarkasteltaessa viestinnän tutkimisen mielekkyyttä tuskin voi kiistää, niin keskeinen sen asema on nykyisissä yhteiskuntajärjestelmissä. Vähemmän itsensäenselvä ja yhteiskuntatieteilijöiden keskuudessa usein kiistelty väite taas on se, että joukkotiedotuksen kielen analysointi voisi antaa merkittävän lisän aiheen tutkimukseen.

## Tarkastelun kohde on kieli ”julkisten asioiden mediassa”

Keskityn tarkastelussani sellaiseen kieleen, jota käytetään ”julkisten asioiden mediassa”. Tähän kuuluvat uutiset ja dokumentit sekä politiikkaa, yhteiskunnallisia kysymyksiä, tiedettä, jne. käsittelevät makasiiniohjelmat. Hahmotellakseni pääkysymykset ja muodostaakseni jonkinlaisen lähtökohdan teoreettiselle pohdinnalle, esitän aluksi kolme lyhyttä esimerkkiä.

Ensimmäinen esimerkkini on BBC:n ajankohtaisohjelman *Panoraman* erään jakson alku. Jakso käsitteli muualta tuodun ydinpolttoaineen jälleenkäsittelyä Ilosa-Britanniassa (BBC1, 10.8.1992). Esimerkissä toimittaja John Taylor esiintyy otoksessa kasvot kameraa kohti; hän nojaa veneen reelingiin ja tekstissä mainittu laiva näkyy ankkuroituna taustalla.

Tulevalla viikolla tämä laiva, Shikishimi, lähtee vaaralliselle matkalle maailman ympäri mukanaan tappava lasti. Sillä on rahtinaan plutoniumia, joka on yksi maailman myrkyllisimmistä aineista ja ydinaseiden raakamateriaalia. Matka on alku kansainväliselle plutoniumkaupalle, joka on keskittynyt British Nuclear Fuel -yhtiön jälleenkäsittelylaitokseen Sellafielidissä. Arvostelijat sanovat, että jokainen laivallinen voi olla kelluva Tshernobyl. Tänä iltana Panorama kysyy: Onko plutoniumkauppa liian suurta riskibisnestä?

Tätä seuraa *Panorama*-ohjelman tavanmukainen alkujakso, jonka taustalla kuuluu ohjelman tunnusmusiikki, näkyy ohjelman tunnus (pyörivä maapallo) ja ydinvoiman riskejä esittävä kuvasarja (ydinpommin räjähdys, joku mittaamassa radioaktiivisuutta Geiger-mittarilla).

Viimeistä kysymyslauseetta (*Onko plutoniumkauppa liian suurta riskibisnestä?*) lukuunottamatta esimerkiksi sisältää ilmoituslauseita – "väitelauseita". (Aion käyttää mahdollisimman vähän kielitieteen terminologiaa ja selittää termit sitä mukaan kun käytän niitä.) Esimerkin ensimmäiset kolme lausetta ovat toteamuksia siitä, mitä tulevaisuudessa tapahtuu. Siitä huolimatta, että tulevaisuuden tapahtumat riippuvat monista asioista ja ovat tämän vuoksi epävarmoja, tuleviin tapahtumiin viitataan selkeillä, kategorisilla lausumilla. Niihin ei sisälly ehdollisuutta, eikä niissä käytetä esimerkiksi sellaisia sanoja kuin "mahdollisesti" tai "ehkä". Tällaiset kategoriset toteamukset ovat eräs tapa, jolla toimittajan ja yleisön välinen suhde sekä kummankin sosiaaliset identiteetit tulevat julki ohjelmassa alusta pitäen. Toimittaja esitetään arvovaltaisena hahmona joka tietää, jolla on "tosiasiat" hallussa ja jolla on myöskin oikeus kertoa. Kieli ja kuva tukevat toistensa vakuuttavuutta – tunnettu toimittaja puhuu päin kameraa suoraan katsojille. Myös esittämistapa on vakuuttava: pään ja käsien eleet ovat samanaikaisesti sekä empaattisia että vakavia. Yleisö kuvastuu vastaanottajaksi, joka haluaa tietää ja odottaa että sille kerrotaan.

Edellä kerrottu selittää kuitenkin vain osan toimittajan ja yleisön identiteeteistä ja monimutkaisesta suhteesta. Sen lisäksi, että tässä on läsnä tietäväinen toimittaja, joka informoi kiinnostunutta kansalaista, läsnä on myös – tässä esimerkissä ei niin selvästi kuin seuraavassa – media-artisti, joka viihdyttää katsojaa kuin kuluttajaa. Jälkimmäisestä asetelmasta kielivät tietyt retoriset yksityiskohdat, jotka on syytä huomata: lopussa esitetty suora kysymys ja metafora "kelluvasta Tshernobylistä", jonka ansiosta ydinpolttoaineen jälleenkäsittely tulee liitettyksi Tshernobylin onnettomuuteen mieleenpainuvalla ilmauksella. Myös valittu kerrontatapa tukee tätä: "kansainvälinen plutoniumkauppa" esitetään kertomuksena, tarinana yksittäisen laivan matkasta – ei jonakin, mikä on jo tapahtunut (niin kuin useimmissa kertomuksissa on laita) vaan jonakin, jonka oletetaan tapahtuvan. Tällainen tarina, jota höyrytetään kuvalla olemassa olevasta laivasta, luo dramaattisemman ja viihdyttävämmän vaikutelman kuin se, että suunnitellusta kaupankäynnistä olisi kerrottu tavanomaisempaan tyyliin, kuten myös olisi voitu tehdä.

## "Arvostelijat sanovat, että plutonium on myrkyllistä"

Representoinnissa valitaan aina se, mitä kuvaukseen sisällytetään ja mitä jätetään pois, mikä asetetaan ensi- ja mikä toissijaiseksi. Tässä esimerkissä yksityiskohdat, jotka olisivat voineet jäädä taka-alalle tai kokonaan pois (koska niiden olisi voinut olettaa olevan *Panoraman* katsojien yleisessä tiedossa) on nostettu etualalle: laivan lasti kuvataan *tappavaksi* ja matka *vaaralliseksi*, plutoniumin mainitaan olevan *yhden maailman myrkyllisimmistä aineista* ja *ydinaseiden raakamateriaalia*. Näitä katsojan levottomaksi tekeviä yksityiskohtia korostetaan toimittajan esiintymisellä: sanoja *tappava*, *vaarallinen* ja *myrkyllinen* painotetaan. Kyseessä on sensaatiohakuisuus, jonka avulla ohjelman alusta alkaen rakennetaan kielteistä näkökulmaa plutoniumkauppaan, joka esitetään nimenomaan *kauppana* ja *bisneksenä*, eikä esimerkiksi maiden välillä tapahtuvana kuljetuksena. Huomattavaa on myöskin, että kauppa *on keskittynyt* huonomaineiseen Sellafieldin jälleenkäsittelylaitokseen, se ei *liity* Sellafieldiin tai tapahdu Sellafieldin ja Japanin välillä.

Virke, joka alkaa "Arvostelijat sanovat..." on erityisen kiinnostava. Mikäli oletetaan, että ohjelmassa on jo asetettu samalle puolelle arvostelijoiden kanssa,

lauseen rooli on ´modaalinen´, se lieventää ja kieltää osallisuuden lausuttuun tuomioon, jonka sanominen vieritetään nimeämättömien muiden niskoille. Esityksen kriittinen asenne on epäsuora ja peitelty; siinä näkyy jännite, joka on muodostunut vanhakantaisen, arvovaltaisen ja tasapuolisuuteen pyrkivän tietoa jakavan toimittajan ja sensaatioon pyrkivän viihdyttäjät-toimittajan välille. Tiedon jakamisen ja viihdyttämisen välille muodostunut jännite on tiedotusvälineissä nykyään hyvin yleinen ilmiö.

Tämän lyhyen esimerkin myötä paljastuu se, miten mediatekstien kielen – sekä puhutun että kirjoitetun – analysointi voi valaista tiedotusvälineiden tarjontaan liittyviä kysymyksiä kolmelta eri kannalta:

1. Miten maailma (tapahtumat, suhteet, jne.) representoidaan?
2. Minkälaisia identiteettejä on annettu niille, jotka esiintyvät ohjelmassa tai tarinassa (toimittajat, yleisöt, ”kolmannet osapuolet” joihin viitataan tai joita haastatellaan)?
3. Mitä suhteita on rakennettu osallistujien välille (esimerkiksi toimittajan ja yleisön, asiantuntijan ja yleisön tai poliitikon ja yleisön välille)?

Mikä tahansa osa mistä tahansa tekstistä (tiedotusvälineistä tai muualta) samanaikaisesti representoi maailmaa, rakentaa identiteettejä ja muodostaa suhteita.

## Insinööritaitoa yläasteille

Seuraava esimerkkinä on BBC:n opetusohjelmasarjasta *The Works*, joka käsittelee insinööritaitoa. Ohjelma oli tarkoitettu lähinnä ylä-asteen oppilaille, ja se oli tuotettu yhteistyössä insinöörikoulutuksesta vastaavien viranomaisten kanssa. Sarjan oli tarkoitus ”esittää koneenrakennusta luovasti”. Poimimani jakson aiheena oli neste, otsikolla ”Slippery When Wet” (”Märkänä liukas”, BBC2, 1.9.1992). Esimerkiksi ottamani pätkä tulee heti sarjan alkujakson jälkeen. Alkujakso on tehty ”popvideon” tyyliin, välähdyksissä vaihtuvat tiuhaan tekniikkaa ja tiedettä esittelevät kuvat ja taustalla soi syntetisaattorimusiikki.

Neste: muotoaan muuttava aine, joka ei laajene eikä tiivisty. Nämä ominaisuudet antavat nesteille erityisen roolin teknologian voittokulussa. Tämän valtavan lentokoneen painosta on puolet nestettä, enimmäkseen kerosiiniä, mutta myöskin vettä, nestemäistä öljyä, moottoriöljyä, vessojen huuhteluvettä, puhdistusaineita, viinaa ja tietenkin matkustajia, joista kaksi kolmasosaa on nestettä. Ihme, että se ollenkaan lentää. Mutta ilman nesteitä se ei toimisi.

Esimerkin taustalla puhuu näkymätön lukija. Puhetta rydyttää joukko toisiinsa liittyviä kuvia, musiikkia ja äänitehosteita, jotka luovat ohjelmalle tavallisista televisiossa esitetyistä tiedeohjelmista poikkeavan tyylin. Lyhyen otoksen aikana näkyvät seuraavat kuvat: vesipisara putoaa hidastetusti lammikkoon, suurennettu kuva vesimolekyyleistä, sammioon valuu nestettä, lasiin valuu öljyä, nopeassa tahdissa pyörivä moottori, hammastahnaa pursottuu hammasharjaan sekä käsi, jonka takaa paljastuu pyörivä moottori ja lentokoneen nousu. Päällekkäin meneviin kuviin liittyy useimmiten asiaankuuluva äänitehoste ja enemmän aikaa taustalla soi musiikki. Tulokseksi saadaan kovaääninen, nopealiikkeinen ja huomiota herättävä pätkä. Tässä esimerkissä informaation ja viihteen välinen jännite on ratkaistu sillä, että tiedeohjelmalle annetaan epätavallisempi, viihdyttävä muoto.

Otoksesta käy ilmi toinenkin jännite, joka muodostuu yleisen ja yksityisen välille: tiede ja teknologia kuuluu yleiseen, institutionaaliseen elämään, kuten myös tv-ohjelmien tuottaminen. Ohjelmat kuitenkin vastaanotetaan ja kulutetaan en-

sisijaisesti yksityisissä ympäristöissä, kotona perheen kera. Julkisessa ja yksityisessä elämässä kielenkäyttö on erilaista ja tässä esimerkissä edellä mainittu jännite tulee esiin yksityisen ja julkisen kielen sekoittumisena. Yksityiseen liittyvä elementti – puhetapa – ei itse asiassa käy kovin hyvin ilmi kirjallisesta esimerkistä. Toimittaja käyttää esimerkissä sellaista puhekieltä, jota sähköisissä viestimissä käytetään pikemmin draamallisissa kuin poliittisissa, tieteellisissä tai opetusohjelmissä. Useimmat ihmiset liittävät tällaisen kielen paremminkin yksityisen kuin julkisen elämän piiriin.

Tässä kielen tarkoitus on madaltaa yleisen ja yksityisen välistä aitaa sekoittamalla tieteen ja teknologian julkinen maailma jokapäiväisen elämän ääneen. Esitystapa on myöskin rytmin, intonaation ja painotuksen puolesta huomattavan juttusteleva. Julkisen ja yksityisen sekoitus tulee ilmi myöskin litteroinnissa. Osin kieli on puoliteknillistä, sellaiset termit kuin *aine*, *ominaisuudet* ja *neste* kuuluvat tieteelliseen sanastoon ja muodollisten määrittelyjen tarjoaminen (kuten nesteen määritelmä heti alussa) on tieteellistä, ei tavallista kielenkäyttöä. Mitään sellaista erityissanastoa ei kuitenkaan käytetä, jota järkevä, koulutettu ihminen ei ymmärtäisi. Esimerkissä on myös jutteluun kuuluvaa kieltä: *viina*, *ei toimisi*, lentokoneen kuvaaminen *valtavaksi* (sanaa myöskin alleviivataan painottamalla sitä) ja idiomilla *ihme että se ollenkaan...* (tässä tapauksessa *lentää*). Tätä voi nimittää tieteen ja tekniikan julkisen kielen *jutustelunomaistamiseksi*. (Julkisen kielen jutustelunomaistamisesta ks. Fairclough 1994).

## Kilpailu uutisten katsojaluvuista

Viimeinen esimerkkini on ohjelmasta *Today*, jota BBC Radio 4 lähettää joka arki-aamu. Esimerkkinä käyttämäni jakso lähetettiin 8. 4. 1992, jolloin Isossa-Britanniassa oli vaalikampanjoinnin aika. Toimittaja Brian Redhead (BR) kysyy kolmen pääpuolueen (konservatiivit, työväenpuolue, liberaalit) ehdokkailta, miksi kuvitellun ”liikkuvan äänestäjän” tulisi antaa äänensä juuri heille.

BR: nyt liikkuva äänestäjämme kääntyy sinun puoleesi Brian Gould ja sanoo että (BG: niin) en tosiaankaan haluaisi toista konservatiivihallitusta tässä on ollut jo kylliksi mutta en saa äänestetyksi sinuakaan koska sinä olet ollut niin kauan pois virasta että kokemus ei riitä että jos sinä pääsisit rahamaailman keskukseen niin eväät ei ehkä riittäisi en ehkä uskalla äänestää sinua koska se voisi merkitä rahan karkaamista ulkomaille.

(Brian Gouldin vastaus, BR:n kysymys Des Wilsonille ja tämän vastaus on jätetty väliin.)

BR: Des Wilson kiitos tästä ... ajatelkaa että tämä liikkuva äänestäjä itse asiassa on teidän kaikkien kaveri ... tuntee teidät henkilökohtaisesti ... ja hän on ihan eri jätkä tämä on ollut täällä koko vaalien ajan kuunnellut joka hiton lähetystä (joku paneelista: onnenpoika) hän on korviaan myöten täynnä (joku paneelista: niin kuin me kaikki) ... ja hän soittaa ja sanoo saman kysymyksen teille jokaiselle ja haluaa lyhyen vastauksen jokaiselta ... hän sanoo ... hei Chris ... (...ööö...)... sun kamppanja on ollut kauhea ... olet aliarvioinut äänestäjän älykkyyttä ja erityisesti minun ... mitä sinä mikä meni pieleen.

Tässä tapauksessa jutustelunomaistaminen tulee paremmin esiin. Toimittaja esitetään tavallisena jätkänä, joka juttelee tavallisille ihmisille ja jakaa näiden kanssa yhteisen ”elämismaailman” (Habermas 1984), arkikokemuksen ”tervejärkisen” maailman. Eräs jutustelunomainen piirre esimerkissä on muiden puheen suora esittäminen, johon sisältyy yritys matkia sanojan (todellisen tai kuvitellun) ääntä. Koko esitys onkin rakennettu toimittajan simuloiman liikkuvan äänestäjän äänen varaan. Jutustelunomaistaminen tulee esille myöskin useissa kielenkäytön

piirteissä. Ilmeisimmin se näkyy sanoissa, jotka kuuluvat puhekieleeseen (*huvita, kaveri, jätkä, hiton*) ja arkisessa idiomissa *korviaan myöten täynnä*. Myös *ihan* on puheenomainen sanonta, joka liitetään sanaan *eri*, tarkoittaen ”kokonaan” toinen. Esimerkissä näkyy myös demonstratiivipronominin *tämä* käyttö, jolla viitataan johonkuhun aiemmin mainittuun (*ajatella että tämä liikkuva äänestäjä itse asiassa on teidän kaikkien kaveri*). Myös *tapa*, jolla preesensia käytetään, on juttelulle ominainen.

Näissä esimerkeissä tulee esille kaksi nykyisessä mediakielessä näkyvää jännitettä:

- informaation ja viihteen välinen jännite
- julkisen ja yksityisen välinen jännite

Ne ilmentävät kahta suuntausta: ”julkisten asioiden median” muuttumista yhä enemmän jutustelunomaiseksi ja ”julkisten asioiden median” liikkumista kohti viihdettä – sen kaupallistumista.

Suuri osa tiedotusvälineiden tarjonnasta on tietenkin selvästi suunniteltu viihdeksi (draamat, saippuaoperaat, hupailut, visailut ja niin edelleen). Näkyvissä on kuitenkin median sisäisen rakenteen muutos, asiaohjelmien ja viihteen välisen rajan höltyminen. Tällaisen muutoksen voi nähdä osaksi tiedotusvälineiden yleistä kiihtyvää ”kaupallistumista”. Kilpailun paineessa media toimii yhä selvemmin markkinavoimien lakien mukaan osana ”vapaa-aikateollisuutta” ja tähän liittyy yhä suurempi viiheteellisyys paine jopa asiaohjelmia tehtäessä. Kaupallistuminen ei koske vain joukkoviestimiä. Ison-Britannian *thatcherismi*n ja muiden maiden vastaaviin poliittisiin komentoihin liittyvä piirre on se, että yhä suurempi ala yhteiskunnallisesta elämästä on pakotettu toimimaan yhä selvemmin markkinoiden armoilla – koulutus, yliopistot, terveydenhuolto, taiteet.

Taloudellisen muutoksen keralla on tapahtunut kulttuurinen muutos, joka on johtanut siihen, että aikamme yhteiskuntia nimitetään kulutus- tai pr-kulttuuriksi (Featherstone 1991, Wernick 1991). Monien muiden lailla olen huolissani tästä kehityksestä. Onko esimerkiksi tiedonvälityksessä (erityisesti televisiossa) lähes ohjelmasta riippumatta esiin tuleva lakkaamattoman viihdyttämisen kaupallinen imperatiivi (Postman 1987) sopusoinnussa lähetystoiminnan julkisen palvelun tradition kanssa? Mikäli jopa uutisten ja ajankohtaisohjelmien yleisöt nähdään ja niistä kilpaillaan kuluttajina, eikö se käännä pääläelleen väitettä, jonka mukaan sähköiset viestimet muodostavat julkisuuden (Habermas 1989), jossa ihmiset kansalaisina osallistuvat vakavaan keskusteluun päiväkohtaisista aiheista? Ja jos tiedotusvälineet eivät pidä yllä poliittista julkisuutta, missä muualla se voisi rakentua medioituneessa yhteiskunnassamme? (Ehkä ”verkostumisen” kautta harjoitettava kansalaisaktiivisuus viittaa muidenkin mahdollisuuksien olemassa oloon.)

## Pop on nyt pop

Juttelunomaistaminen vaikuttaa myös moniin muihin joukkotiedotuksen piiriin kuuluviin alueisiin – se on ilmeistä lääketieteen, kasvatuksen, politiikan ja monien muiden alojen ammattilaisten ja heidän yleisöjensä tai ”asiakkaidensa” välisessä kanssakäymisessä. Yleisten ja yksityisten käytäntöjen laaja yhteensulautuminen on nykyisen yhteiskunnallisen elämän tunnusmerkki. Viittasin aiemmin joukkoviestimille ominaisen kommunikaation erityisiin rakenteellisiin ominaisuuksiin, jotka suosivat jutustelunomaistamista – ristiriitaan tiedotusvälineiden tuotannon julkisen luonteen ja kulutuksen yksityisen luonteen välillä (Cardiff 1980, Scannell 1992). Siirtymisessä kohti viihdettä on kuitenkin kysymys myös yleisemmistä sosiaalisista ja kulttuurisista muutoksista. Traditio yhteiskuntia järjestävänä periaatteena on tullut ongelmalliseksi (Giddens 1991), mikä tuo mukanaan auktoriteet-

tisuhteiden ongelmallisuuden, sosiaalisten suhteiden avautumisen ja demokratisoitumisen, "tavallisten" arvojen ja käytäntöjen sekä populaarikulttuurin uuden arvonnousun.

Myös jutustelunomaistumisen ja kaupallistumisen välillä voi nähdä yhteyden (siirtyminen kohti kohti kuluttajamallia ja viihdettä). Erään katsantokannan mukaan (Abercrombie 1991) painotus on nykyisessä talouselämässä siirtynyt tuotannosta kulutukseen. Tämä on tuonut mukanaan muutoksen auktoriteettisuhteisiin, jotka suosivat kuluttajia tuottajien sijaan. Sosiaalisissa suhteissa on yleisemminkin siirrytty suosimaan tavallisia ihmisiä ja heidän käytäntöjään, kulttuuriin ja arvojaan, joihin voidaan lukea mukaan jutustelunomainen kieli. Itse näen yhteyden näiden kahden jännitteen ja suuntauksen välillä, jotka ovat erillisiä, mutta limittäisiä.

Olen edellä tuonut esille kaksi aspektia joukkoviestinten ja niitä ympäröivien yhteiskunnallisten instituutioiden verkoston välillä: toisaalta joukkotiedotuksen suhteen arkielämään (elämismaailma) ja perheeseen, toisaalta sen suhteen liike-elämään ja kaupankäyntiin. (Jälkimmäinen on osin sisäinen suhde, koska joukkotiedotus itsessään nähdään yhä enemmän kaupankäynniksi.) Uskon, että viestimet toimivat sosiaalisen *järjestelmän* sisällä (Blackwell ja Seabrook 1993). Tästä syystä sen eri aspekteja, kuten mainittua kahta suuntausta, ei ole syytä käsitellä erillään siitä, miten mainitut aspektit ovat muotoilleet tiedotusvälineitä ja toisaalta miten tiedotusvälineet ovat muotoilleet järjestelmän kokonaisuutta.

Olen jo maininnut olevani huolissani valtaa koskevasta kysymyksestä: siitä, miten yhteiskuntajärjestelmissä toimivat valtasuhteet vaikuttavat joukkotiedotukseen ja miten joukkotiedotus toisaalta vaikuttaa valtasuhteisiin, esimerkiksi luokkaa, sukupuolta ja etnisyyttä koskeviin suhteisiin sekä tiettyjen erityisryhmien kuten poliitikkojen tai tiedemiesten ja suuren yleisön välisiin suhteisiin. Näistä kysymyksistä on mediatutkimuksen piirissä puhuttu *ideologiana* (Hall 1977, Hall *et al.* 1978). Tässä yhteydessä tärkeä kysymys on, miten tiedotusvälineiden kieli toimii ideologisesti (Fowler *et al.* 1979, Hodge ja Kress 1979). Tähän kysymykseen vastaamisen kannalta representaatiot, identiteetit ja suhteet ovat tärkeitä: tiedotusvälineiden kielen ideologisuuteen sisältyy tiettyjä tapoja, joilla maailma esitetään (esimerkiksi arabien tai talouselämän tietynlainen representointi), sosiaalisten identiteettien tietynlainen rakentaminen (esimerkiksi radio- tai televisio-ohjelmissä esiintyvien tieteen asiantuntijoiden tietynlainen konstruointi) ja sosiaalisten suhteiden rakentaminen tietyllä tavalla (esimerkiksi poliitikkojen ja kansan suhteen konstruointi niin kuin olisi kysymys saman elämismaailman jakavien ihmisten välisistä suhteista).

## Ideologian välitystä vai demokratiaa?

Jännitteisiin ja tendensseihin liittyvistä kysymyksistä olen korostanut erityisesti sitä, miten ne vaikuttavat valtasuhteisiin yhteiskunnallisen järjestelmän sisällä ja sitä, kuinka ne toimivat ideologisesti. Yleisöjä kohdellaan yhä enemmän kuluttajien tapaan ja tuottajia puristaa kasvava viihdyttämisen paine. Molemmat seikat liittyvät kaupallistumiseen ja niiden voidaan katsoa olevan osa kulutus-kulttuurin normalisointia ja luonnollistamista, johon osaltaan liittyy mm. mainostaminen ja se, miten ihmisiä representoidaan erilaisissa ohjelmissa (visailuissa, saippua-ohjelmissa, urheilussa, draamoissa, uutisissa jne.) Näissä ohjelmissä ilmenee lukuisa määrä keskenään erilaisia puhetapoja, mutta kokonaisuutena ne vastaanpanemattomasti tukevat kulutusta ja konsumerismia arvostavaa järjestelmää. Kaupallistuminen vähentää tiedotusvälineiden julkisuutta ja siksi huomio siirtyy poliittisista ja yhteiskunnallisista kysymyksistä toisaalle – osaltaan tästä syystä vallitsevia valtasuhteita ei kyseenalaisteta. Yleisöt konstruoidaan katsojiksi, jotka seuraavat

tapahtumain kulkua sen sijaan, että he olisivat osallistuvia kansalaisia.

Juttelunomaistaminen on kuitenkin kaksipiippuinen ilmiö. Yksinkertaistaen on kysymys siitä, heijastaako diskurssikäytäntöjen jutustelunomaistuminen sellaista todellista muutosta valtasuhteissa, josta tavallinen kansa hyötyy, vai tulisiko muutokset nähdä pikemminkin vallanhaltijoiden strategiaksi, jonka avulla ihmisiä yhä tehokkaammin värvätään yleisöksi ja onnistutaan näin manipuloimaan sekä yhteiskunnallisesti että poliittisesti? Fowler (1991:57) kallistuu jälkimmäisen kannalle: ”juttelun ideologinen funktio on naturalisoida ne tavat, joilla todellisuutta representoidaan”. Hän tarkoittanee tällä jotakin sellaista, mikä tuli ilmi *Today* -ohjelman esimerkissä: *kokemus ei riitä että jos sinä pääsisit valtaan niin eväät ei ehkä riittäisi en ehkä uskalla äänestää sinua koska se voisi merkitä rahan karkaamista ulkomaille*. Tässä oletetaan, että mikäli pääoma äkillisesti siirtyy ulkomaille, se johtuu ennemminkin hallituksen kyvyttömyydestä kuin voitonpyynnistä. Erityisen merkillepantavaa tässä on puheen sisäkkäisyys: lause on ”liikkuvan äänestäjän” puhetta, joka on upotettu vallan asiantuntijan ääneen ja nämä puolestaan on istutettu kertojan ääneen. Esimerkin tekee mielenkiintoiseksi se, että kaikki nämä puheäännet on jutustelunomaistettu samalla tavoin ja tästä syystä ideologiset alkuoletukset luonnollistuvat helposti. Esimerkissä on näkyvillä myöskin se ideologinen alkuoletus, että kertoja, ”liikkuva äänestäjä” ja vallan asiantuntija kuuluvat kaikki samaan elämismaailmaan, yleisön kanssa yhteiseen arkikokemuksen maailmaan.

Jutustelunomaistamisen ei kuitenkaan voi sanoa olevan vain ideologinen kysymys: se voi olla ideologisesti ladattua tai palvella tiettyä tarkoitusta ja näin usein onkin, mutta silti se representoi jonkinasteista kulttuurista demokratisoitumista. *The Works* -ohjelman esimerkissä jutustelunomaistamisella demokratisoitiin tekniikkaa, siitä tehtiin helpommin lähestyttävää vahvistamalla arkikielen ja -kokemuksen arvoa. Tieteestä puhuttiin arkikielen termein ja tällä tavoin torjuttiin tietty elitismi ja mystifiointi, jonka asiantuntijoiden tekninen kieli olisi tuonut puheeseen. Saman tyyppisiä huomioita voisi tehdä esimerkiksi politiikan jutustelunomaistumisesta. Jutustelunomaistuminen on aidosti kaksipiippuinen asia: kyse ei ole vain siitä, että sillä on joskus ilmeinen ideologinen tehtävä ja toisinaan se taas on tasa-arvoista.

Koska juttelunomaisuutta hyödynnetään niin usein ideologisesti tarkoitushakuisesti, tämä luo helposti epäuskottavuuden ilmapiirin aivan viattomienkin ja tärkeiden keskustelujen ympärille. Kääntäen voisi sanoa niin, että silloinkin kun jutustelunomaistamisella on ilmeinen ideologinen tarkoitus, se kuitenkin nostaa julkisen keskustelun aiheiksi jaettuun kokemukseen ja tasa-arvoon liittyviä kysymyksiä. Joskus esitettyjä väitteitä voidaan kyseenalaistaa ja muuttaa – näin ei voisi käydä, mikäli niitä ei otettaisi esille lainkaan. Poliitikot voivat esimerkiksi yrittää olla ”tavallisia kansalaisia” ja osoittautua ”tavallisiksi kuolevaisiksi”; he saattavat langeta omaan kuoppaansa, kun eivät voi enää turvautua poliittiseen retoriikkaan ja entiseen karismaansa. Vaikka populistinen poliittinen retoriikka onkin pinnallista ja media systemaattisesti manipuloikin ”kansan valtaa”, tietystä mielessä poliitikot ovat nykyään entistä enemmän tavallisten ihmisten käsissä.

## Ideologia on valtaa palveleva merkitys

Käsitän ideologian ”merkitykseksi, joka on vallan palveluksessa” (Thompson 1984, 1990) – ideologiat ovat väittämiä, jotka käyvät tekstistä ilmi epäsuorasti ja esiintyvät yleensä sen alkuoletuksissa (itsestäänselvyydet) myötävaikuttaen eriarvoisten valta- ja hallintasuhteiden ylläpitämiseen ja muotoutumiseen. Ranskalaisen diskurssianalytikkojen tapaan (Pêcheux 1982, Williams [ilmestyy]), ymmärrän oletukset tekstin ”esirakentuneiksi” elementeiksi, jotka on konstruoitu toisaalla



etukäteen. Ideologia liittyy näin toisten, aiempien tekstien läsnäoloon tekstissä. Ideologia on epäsuorasti läsnä myöskin niissä tavoissa, joilla tietyt vuorovaikutuksen muodot on luonnollistettu (esimerkiksi puheen vuorottelu haastatteluissa). Jotta merkitysten ideologisuus voitaisiin osoittaa, on osoitettava, että merkitykset todellakin joskus palvelevat valtasuhteita. Metodologiseksi periaatteeksi käy se, että analyysoijan tulisi jokaisen tekstin kohdalla kysyä toimiiko se ideologisesti ja jos niin miten. Vastaukset kuitenkin vaihtelevat: jotkut tekstit ovat ideologisesti ladattumpia kuin toiset.

Epäsuorien väittämien ideologisuutta voidaan tarkastella osana kysymyssarjaa, jota voidaan soveltaa tarkasteltaessa mitä tahansa valittua representaatiota tai identiteettien ja suhteiden konstruointia. Nämä kysymykset ovat (a) mikä on esitetyn vaihtoehdon yhteiskunnallinen alkuperä, mistä se tulee ja kuka sen esittää? (*kenen* tekemä representaatio se on?) (b) mikä voisi motivoida tällaisen valinnan? (c) mitä valinnasta seuraa, miten se vaikuttaa asianosaisten pyrkimyksiin?

Voimme arvioida yksittäisten representaatioiden, suhteiden tai identiteettien merkitystä valtasuhteissa kajoamatta totuutta koskeviin kysymyksiin. Kysymys siitä, edesauttavatko itsestäänselvinä esitetyt väitteet tuottamaan ja uusintamaan valtasuhteita, on eri asia kuin kysymys näiden väitteiden totuudellisuudesta tai valheellisuudesta. Tästä huolimatta kriittinen analyysi ei voi suhtautua välinpitämättömästi totuutta koskeviin kysymyksiin (Dews 1987, Norris 1992), valheellisiin ideologioihin oletuksiin tai vääristelyyn, joka aiheutuu siitä, että asioista kerrottaessa jätetään pois jotakin, mitä on tehty tai sanottu (Herman ja Chomsky 1988). Jos tekstissä esimerkiksi oletetaan, että naiset ovat vähemmän älykkäitä kuin miehet tai mustat vähemmän älykkäitä kuin valkoiset, on analyysin tärkeä osa osoittaa, että tekstin ideologinen oletus on väärä.

## Miksi ihmeessä analyysin pitäisi keskittyä kieleen?

Olen toivoakseni onnistunut vakuuttamaan, että vallan ja ideologian kysymyksiin on syytä tarttua, ja että viestimissä esiintyviä julkisen ja yksityisen, informaation ja viihteen välisiä jännitteitä on syytä tutkia.

Joitakuita voi kuitenkin askarruttaa se, miksi mainittuja asioita pitäisi lähestyä nimenomaan kieltä ja vieläpä suht' vähäisen tekstimäärän toisarvoisilta näyttäviä yksityiskohtia tutkimalla. Kielen analysoiminen on todellakin muutamien tekstipätkien yksityiskohtaista erittelyä, mutta kielianalyysi onkin vain yksi tutkimustapa monien joukossa. Viestinnän tutkimuksessa on sovellettava rinta rinnan ja toisiaan täydentävinä erilaisia lähestymistapoja, joista joidenkin avulla voidaan ottaa haltuun suuret määrät tiedotusvälineiden tarjontaa (esimerkiksi jotkut sisälönanalyysin muodot tai kulttuuritutkimukselliset ja sosiologiset lähestymistavat). Kielen analysoimisella on kuitenkin tiettyjä etuja muihin analyysimuotoihin nähden. Sellaiset jännitteet ja ristiriidat, joihin olen viittannut, ilmenevät nimenomaan tekstuaalisen merkityksen ja muodon moniaineksisuutena. Yleensä tekstit tarjoavat ihmisille väliaikaisia ratkaisuja sellaisissa ristiriitatilanteissa, jotka ympäröivät tekstien muodostumista. Tekstianalyysin avulla voidaan päästä seikkaperäisesti käsiksi sosiaalisiin ristiriitoihin ja niiden joskus mutkikkaaseenkin kehitykseen, kuten myös niihin tapoihin, joilla ristiriidat koetaan elävässä elämässä.

Jotkut tiedotustutkijat suhtautuvat kielianalyysiin varautuneesti siitä syystä, että siinä heidän mielestään korostetaan kohtuuttomasti pelkkää tekstianalyysia. Tiedotustutkimuksessa onkin ollut trendinä tutkia itse tekstin sijaan sitä, kuinka yleisöt vastaanottavat tekstejä (Allen 1992, Corner et al. 1990). Näkyvissä on kuitenkin merkkejä paluusta jälleen tekstien pariin (Brunsdon 1990). Mainittu trendi oli reaktio sitä vastaan, että merkityksiä ja vaikutuksia – esimerkiksi tekstien ideo-

logisia vaikutuksia – oltiin pidetty tiedotusvälineiden tekstianalyyseissa selviöinä eikä huomioon oltu lainkaan otettu sitä, millä tavoin yleisöt ottavat tekstit vastaan. Vastaanottotutkimuksen mukaan teksteillä ei ole yhtä tiettyä merkitystä, vaan eri yleisöt ja yleisöjen jäsenet voivat tulkita tekstejä vaihtelevasti ja niiden vaikutuksetkin voivat olla hyvin vaihtelevia.

Vastaanoton tutkiminen on tärkeää, jotta tekstien merkityksiä ja vaikutuksia voitaisiin ymmärtää, mutta joskus vastaanottotutkimus johtaa siihen, että itse teksti jätetään täysin huomiotta. Mielestäni on itsestäänselvää, että vaikka luennot voivatkin vaihdella, jokainen luenta on tekstin ominaisuuksien sekä tulkitsijan tekstiin tuottamien tulkinnallisten mahdollisuuksien ja käytäntöjen jakopinta. Mahdollisten tulkintojen kirjoa rajoittaa kuitenkin tekstin luonne (Brunsdon 1990) ja siksi tekstianalyysi on yhä tiedotusvälineiden analyysin keskeinen elementti, vaikka sitä onkin täydennettävä vastaanottotutkimuksella sekä tekstin tuotannon analysoimisella.

## Kontekstin huomioonottava diskurssianalyysi

Kielen analyysillä voidaan yhdistää yhteiskunnallinen ja kulttuurinen tutkimus sekä tiedotusvälineiden tarjonnan yksityiskohtainen ymmärtäminen, mutta tämä on mahdollista vain tietynlaisen kielianalyysin avulla. Lingvististä tutkimusta hallitsee yhä usein sosiaalisesta kontekstistaan erotettu kuluttanut kielianalyysi, jollaiselle tehokas, poikkitieteellinen tiedotustutkimus ei voi perustua. Näkemykseni mukaan tiedotusvälineiden kieltä on analysoitava *diskurssina* ja analyysin tulee olla osa tiedotusvälineiden diskurssianalyysia. Lingvistiksessä analyysissa teksti käsitellään laajasti: sanomalehden artikkeli on teksti, mutta niin on myös radio- tai televisio-ohjelman litteraatio.

Diskurssianalyysia käytettäessä kiinnitetään huomiota yhtä lailla käytäntöihin kuin teksteihin, sekä *diskurssikäytäntöihin* että *sosiokulttuurisiin* käytäntöihin. Diskurssikäytännöllä tarkoitetaan esimerkiksi niitä tapoja, joilla tiedotustyöläiset tuottavat tekstejä, joilla yleisöt (lukijat, kuulijat, katsojat) ottavat tekstit vastaan sekä tiedotusvälineiden tekstien yhteiskunnallista jakautumista. Diskurssikäytännön kontekstin osat voivat muodostua useista sosiokulttuurisen käytännön tasoista. Itse jaottelen tasot ”tilannekohtaisiin”, ”institutionaalsiin” ja ”yhteiskunnallisiin” eli erityisiin sosiaalsiin tilanteisiin, institutionaalsiin viitekehyksiin, ja laajempaan yhteiskunnalliseen yhteyteen. Diskurssianalyysi on yritys jäljittää tekstien, diskurssikäytäntöjen ja sosiokulttuuristen käytäntöjen välisiä systemaattisia yhteyksiä.

Termiä diskurssi käytetään laajalti useilla tieteenaloilla, joskus hämmentävilläkin tavoilla (Fairclough 1992a, Foucault 1980, van Dijk 1985). Kannattaa erottaa kaksi merkitystä, joista toinen on kielitieteissä vallitseva: diskurssi sosiaalisena toimintana ja vuorovaikutuksena, ihmisten kanssakäymisenä todellisissa sosiaalisissa tilanteissa. Toista merkitystä käytetään poststrukturalistisessa yhteiskuntateorias- sa (esim. Foucault’n tuotannossa): diskurssi todellisuuden sosiaalisena konstruktiona, tiedon muotona. Itse käytän termiä ”diskurssi” molemmissa merkityksissä liittäen nämä kaksi itse asiassa yhteen. Ensiksi mainitussa mielessä termi liittyy lähinnä kielen intersubjektivaaliseen funktioon ja genren käsitteeseen. Jälkimmäisessä mielessä termi taas liittyy kielen ideationaaliseen funktioon. On syytä huomata, että käsitettä ”diskurssi” käytetään paitsi puhuttaessa yleisesti kielestä sosiaalisessa käytössä, myös tekstien intertekstuaalisen analyysin sisäisenä kategoriana ”lajityypin” tapaan, jolloin diskursseja voi olla useita (*tämä diskurssi, monet diskurssit*, jne.).



## Kielen monifunktioisuus

Tarkennan vielä sitä, mitä tekstillä tässä viitekehyksessä tarkoitetaan. Käytän termiä kuten kielitieteilijät sitä usein käyttävät, tarkoittaen sekä puhuttua että kirjoitettua kieltä – litterointi on yhä lailla teksti kuin sanomalehden artikkeli. Television kohdalla tekstin osiksi voi lukea myös visuaalisen aineiston ja äänitehosteet – tällöin kielianalyysi voidaan nähdä osaksi ”sosiosemioottista” analyysia (Hodge ja Kress 1988, Kress ja van Leeuwen 1990). Kirjallinen teksti on nyky-yhteiskunnissa kaiken kaikkiaan muuttumassa yhä visuaalisemmaksi – sanomalehdissä liitetään yhteen sanoja ja valokuvia, karttoja tai graafisia esityksiä, ja kirjoitetun sivun suunnittelussa tekstin sommittelu ja visuaalinen vaikutelma ovat yhä merkittävämpiä tekijöitä.

Tällaisessa viitekehyksessä tekstiä tarkastellaan ”monifunktioisesta” näkökulmasta, joka on saatu ”systeemisestä” kieliteoriasta. Hallidayn (1978) mukaan kielen ”ideationaaliset”, ”interpersonaaliset” ja ”tekstuaaliset” funktiot toimivat tekstissä tai missä tahansa sen virkkeessä tai lauseessa aina samanaikaisesti. Itse mainitsin aiemmin, että tekstissä on aina kyse samanaikaisesti representaatioista, suhteista ja identiteeteistä: kielen ideationaalinen funktio on se kielen funktio, joka tuottaa representaatioita maailmasta; interpersonaalinen funktio taas sisältää kielen suhteita ja identiteettejä luovan funktion. (Tekstuaalinen funktio liittyy siihen, millä tavoin teksti koostuu yksittäisistä lauseista.)

Tällaisen näkökulman avulla kielen analyysi voidaan yhdistää yhteiskunnallisen analyysin perusasioihin, kysymyksiin tiedosta, uskomuksista ja ideologiasta (representaatiot – ideationaalinen funktio), kysymyksiin sosiaalisista suhteista ja vallasta, ja kysymyksiin identiteeteistä (suhteet ja identiteetit – interpersonaalinen funktio). Tiedotusvälineiden puolueellisuudesta, manipuloiuudesta ja ideologiasta käytävässä keskustelussa kysymys representaatioista on pysyvä aihe, mutta identiteetteihin ja suhteisiin on sen sijaan kiinnitetty vähemmän huomiota. Tiedotusvälineiden laajempi yhteiskunnallinen vaikutus ei liity vain siihen, miten valikoivasti maailmaa niissä representoidaan – vaikka tämä onkin tärkeä aihe – vaan sillä on tekemistä myöskin sen kanssa, minkälaisia sosiaalisia identiteettejä, mitä ”itsen” versioita ne projisoivat ja minkälaisia kulttuurisia arvoja ne tuovat mukanaan (esimerkiksi konsumerismi, individualismi tai persoonallisuuden kultti). Tämä kaikki liittyy myöskin siihen, miten sosiaaliset suhteet tulevat määritellyiksi, erityisesti suuren yleisön suhteet esimerkiksi poliitikkoihin, tutkijoihin, kirkonjohtoon tai tiedonvälittäjiin itseensä.

Systeemisen näkökulman vahvuus piilee edelleen siinä, että sen puitteissa tekstit nähdään vaihtoehtojen kokoelmaksi. Vaihtoehdot, jotka ovat valikoituneet tekstiin, kuuluvat paljon isompaan mahdollisten vaihtoehtojen joukkoon. Yhdellä tasolla valinta tapahtuu käsillä olevien kielellisten muotojen, sanastollisten ja kieliopillisten vaihtoehtojen valikoimasta: tämä sana tuon sijasta, tai tämä kieliopillinen rakenne pikemmin kuin jokin toinen (esimerkiksi passiivilause aktiivilauseeseen sijaan tai väitelause kysymys- tai käskylauseeseen sijaan – ks. Quirk et al. 1972). Nämä muodolliset valinnat määräävät sen, mikä merkitys valitaan, kuinka tiettyä tapahtumaa tai asiaintilaa representoidaan, millä tavoin teksti osoitetaan jollekulle ja mitä identiteettejä tuodaan esiin. Nämä valinnat liittyvät puolestaan toisella tasolla tapahtuviin valintoihin: mitkä genret tulevat nostetuiksi esille kun tekstiä tuotetaan (tai tulkitaan), mitä diskursseja käytetään. Tällainen näkökulma tarkoittaa tutkijan huomion tehtyihin valintoihin sekä siihen, mitä tekstistä puuttuu (vaihtoehtoihin, joita ei valittu) ja näiden keskinäiseen vertailuun (eli millä muulla tavalla tämä olisi voitu ilmaista?) Tarkoitus ei kuitenkaan ole johtaa harhaan puhumalla ”valinnaisuudesta” ja ”vaihtoehtoisuudesta”: kysymyksessä on

ennen kaikkea viitekehys, jonka avulla kielen vaihtelevuutta sekä sen sosiaalista määräytyneisyyttä ja vaikutuksia voidaan analysoida.

SUOMENNOS VIRPI BLOM JA KAARINA HAZARD.

## Kirjallisuus:

- Abercrombie, N. (1991)  
The privilege of the producer. Teoksessa Keat, R. ja Abercrombie, N. (toim.), *Enterprise culture*. London: Routledge.
- Allen, R.C. (1992)  
Audience-oriented criticism and television. Teoksessa Allen, R.C. (toim.), *Channels of discourse reassembled*. 2.p. London: Routledge.
- Althusser, Louis. (1971)  
Ideology and ideological state apparatuses. Teoksessa Althusser, Louis, *Lenin and Philosophy*. London: New Left Books.
- Beck, Ulrich. (1992)  
Risk society: towards a new modernity. Trans. M.Ritter. London: Sage Publications.
- Blackwell, T. ja Seabrook, J. (1993)  
The revolt against change: towards a conserving radicalism. New York: Vintage.
- Brunsdon, C. (1990)  
Television: aesthetics and audiences. Teoksessa Mellancamp, P. (toim.), *Logics of television*. Bloomington: Indiana University Press.
- Cardiff, D. (1980)  
The serious and the popular: aspects of the evolution of style in radio talk, 1928-1939. *Media Culture and Society*, 2 (1980):1.
- Corner, J., Richardson, J. ja Fenton, N. (1990)  
Nuclear reactions: form and response in public issue television. London: John Libbey.
- Dews, P. (1987)  
Logics of disintegration. London: Verso.
- Fairclough, N. (1992a)  
Discourse and social change. Cambridge: Polity Press.
- Fairclough, N. (1994)  
Conversationalization of public discourse and the authority of the consumer. Teoksessa Keat, R., Whiteley, N. ja Abercrombie, N. (toim.), *The authority of the consumer*. London: Routledge.
- Featherstone, M. (1991)  
Consumer culture and postmodernism. London: Sage Publications.
- Foucault, M. (1980)  
Tarkkailla ja rangaista. Käänt. Eevi Nivanka. Helsinki: Otava
- Fowler, R., et al. (toim. 1979)  
Language and control. London: Routledge.
- Fowler, R. (1991)  
Language in the News: discourse and ideology in the press. London: Routledge.
- Giddens, A. (1991)  
Modernity and self-identity. Cambridge: Polity Press.
- Habermas, J. (1984)  
Theory of Communicative action. Vol. 1. Käänt. T. McCarthy. Oxford: Heinemann.
- Habermas, J. (1989)  
The Structural Transformation of the Public Sphere. Käänt. T. Burger. Cambridge: Polity Press.
- Hall, S. (1977)  
Culture the media and the ideological effect. Teoksessa Curran, J. et al. (toim.), *Mass communication and society*. London: Edward Arnold ja Open University Press.
- Hall, S. et al. (1978)  
Policing the crisis: mugging, the state, and law and order. London: Methuen.
- Halliday, M. (1978)  
Language as social semiotic. London: Edward Arnold.
- Herman, E. ja Chomsky, N. (1988)  
Manufacturing consent: the political economy of the mass media. New York: Pantheon Books.
- Hodge, R. ja Kress, G. (1979)  
Language as ideology. London: Routledge.
- Hodge, R. ja Kress, G. (1988)  
Social semiotics. Cambridge: Polity Press.
- Kress, G. ja van Leeuwen, T. (1990)  
Reading images. Deakin University: Deakin University Press.
- Lash, S. (1990)  
Sociology of postmodernism. London: Routledge

- Norris, C. (1992)  
Uncritical theory. London: Lawrence & Wishart.
- Pêcheux, M. (1982)  
Language, semantics and ideology: stating the obvious. Käänt. H. Nagpal. London: Macmillan.
- Postman, N. (1987)  
Huvitamme itsemme hengiltä. Julkinen keskustelu viihteen valtakaudella. Käänt. Ilkka Rekiaro. Helsinki: WSOY.
- Quirk, R., Greenbaum, S., Leech, G. ja Svartvik, J. (1972)  
A grammar of contemporary English. London: Longman.
- Scannell, P. (1992)  
Public service broadcasting and modern public life. Teoksessa Scannell, P. et al. (toim.), Culture and power. London: Sage Publications.
- Thompson, J.B. (1984)  
Studies in the theory of ideology. Cambridge: Polity Press.
- Thompson, J.B. (1990)  
Ideology and modern culture. Cambridge: Polity Press.
- van Dijk, T. (toim. 1985)  
Handbook of discourse analysis. London: Academic Press.
- Wernick, A. (1991)  
Promotional Culture. London: Sage Publications.
- Williams, G. [ilmestyy]  
French discourse analysis. London: Routledge.