

## Kirjaesittely

*Tarmo Malmberg*

# Mistä kaikki alkoi eli mediatutkimuksen perustanlasku 1900-luvun taitteessa

Ernst Löbl. *Kultur und Presse*. Leipzig: Duncker & Humblot, 1903.

Mediatutkimus, tiedotusoppi tai joukkoviestintätiede – mitä nimitystä suomeksi käytetäänkin – syntyi omana alanaan 1900-luvun taitteessa. Hyvä esimerkki alan noususta on Ernst Löblin vuonna 1903 ilmestynyt *Kultur und Presse*. Siinä tekijä käsittelee kokonaisvaltaisen sanomalehtitutkimuksen periaatteita. Hän luonnostelee samalla sitä keskeistä ongelmanasettelua, joka on runsaan sadan vuoden ajan suunnannut alan tutkijoiden huomiota. Tältä kannalta on sivuseikka, että hänen kohteenaan on sanomalehdistö. Sama lähestymistapa on luonnehtinut tutkimusta, on kyse ollut sitten elokuvan, television tai internetin tutkimuksesta.

Löblin kanta sanomalehtiopin (*Zeitungskunde*), kuten hän sitä kutsuu, eli mediatutkimuksen luonteeseen on yksinkertainen, selkeä ja edelleen perusteltu. Lähtökohtana on, että sanomalehteä voi tutkia lukuisin eri tavoin. Löblille tällaisia eri näkökulmia ovat sanomalehden historiallinen, filosofinen, poliittinen, esteettinen ja julkisuustarkastelu (*Publizistik*, sana tarkoittaa julkiseen elämään osallistumista ja julkisuuteen vaikuttamista). Nykyään sanottaisiin, että sanomalehtitieto tai -oppi on monitieteinen tutkimusala. Tämä on Löblille kuitenkin vasta asian toinen puoli. Toinen puoli on se, että ainoastaan sanomalehtioppi käsittelee sanomalehteä kokonaisuutena. Tämä piirre määrittää alaa erityistieteenä. Toisin sanoen erityistiede ja monitieteinen tutkimus eivät ole toistensa vastakohtia, kuten nykyään yleisesti ajatellaan. Ne päinvastoin edellyttävät toisiaan. Se että mediatutkimus on monitieteinen tai tieteidenvälinen tieteenala, on siten ollut itsestäänselvyys alusta alkaen.

Peruskysymyksen muodostaa se, minkälaisen ongelmien tutkimuksen ympärille sanomalehtioppi kokoaa eri tutkimusalueiden tietoa. Löbl näkee sanomalehtiopilla olevan kaksi pääkysymystä, lehdistön ominaislaadun (*an sich*) sekä lehdistön vaikutuksen kulttuuriin ja yhteiskuntaan. Edellinen kysymys muodostaa sen, mitä suomeksi kutsuttiin välineopiksi silloin, kun media-sana ei ollut vielä vakiintunut alan käyttöön. Mediatutkimuksen toisena pääkysymyksenä on siis eri medioiden – sanomalehden, elokuvan, radion, television, internetin – luonne joukkoviestiminä. Toisena taas on näiden medioiden suhde, varsinkin vaikutussuhde ympäröivään maailmaan. Esittelen Löblin tapaa käsitellä kumpaakin ongelma-aluetta. Tuon samalla esiin sen, miten hän myös ennakoiki alan tulevaa kehitystä. Erotan sanomalehden

logiikan, psykologian ja sosiologian sekä politiikan. Ne huipentuvat sanomalehden kokonaisperspektiivissä, joka muodostaa Löblin tarkastelun aikalaisdiagnostisen puolen.

Sanomalehtiopin välineoppi tai välinelogiikka tarkastelee sanomalehden määritelmää ja eri tyyppejä. Jotta sanomalehdestä voi puhua, se on erotettava muista ilmiöistä. Löbl käyttää tähän erotteluun kriteerejä, jotka ovat tuttuja hänen jälkeisestään saksalaisesta sanomalehtitieteestä (*Zeitungswissenschaft*). Näitä ovat lehden määräaikainen ilmestyminen, sisällön yleinen kiinnostavuus, ajankohtaisuus ja pyrkimys osallistua julkisuuteen (*Publizität*). Tämän lisäksi Löbl käsittelee sanomalehden eri juttutyyppejä ja niissä sovellettuja diskurssitapoja (kuten kertomista, argumentointia ja esteettistä ilmaisua). Näitä asioita käsittelemällä Löbl luonnostelee kysymyksiä, jotka liitetään humanistiseen mediatutkimukseen. Ne ennakoivat siten vaikka viime vuosikymmenten narratologista ja genreteoreettista journalismitutkimusta. Nämä kysymyksethän ovat olleet saksalaisessa tutkimusperinteessä pitempään esillä kuin anglosaksisessa.

Löblin mediapsykologiset pohdinnat sanomalehden lukemisen luonteesta ovat nekin edelleen kohdallisia ja internetin oloissa ajankohtaisia. Kyse on siitä, että sanomalehden on käytettävä eri keinoja vangitakseen lukijoidensa huomion. Ihmisillä on tuhansia mielenkiinnon kohteita, ja lehden on puhuteltava potentiaalisia lukijoitaan tavalla, joka saa heidät tarttumaan lehteen sekä käymään sitä läpi. Lukijasuhteen luonti ja lukijauskollisuus eivät olleet itsestään selviä asioita sata vuotta sittenkään. Löbl mainitsee, että esimerkiksi vuonna 1881 Pariisissa ilmestyi 69 ja vuonna 1902 Berliinissä 28 poliittista sanomalehteä (berliiniläisillä lehdillä oli lisäksi lukuisia painoksia vuorokauden aikana). Kilpailu ihmisten huomiosta oli siis ankaraa jo ennen 2000-luvun taitetta ja internetiä. Löbl kiinnittää myös huomiota miesten ja naisten erilaiseen lukijaprofiiliin tavalla, joka on tuttua 1900-luvun loppupuolen kulttuuritutkimuksesta.

Yhteiskuntatieteellisen mediatutkimuksen vakioaiheita Löbl käsittelee kysymyksinä sanomalehden yhteiskunnallisesta ja poliittisesta merkityksestä (Löbl puhuu politiikasta sanan suppeassa eli valtiokeskeisessä ja laajassa eli yhteiskuntaa muuten koskevassa merkityksessä). Löblin keskeisenä, edelleen käypänä premissinä on, että sanomalehdistö on oman aikansa tuote. Tämä tarkoittaa sitä, että yleinen yhteiskunnallinen kehitys määrää lehdistöä enemmän kuin päinvastoin. Tästä myös seuraa, että lehdistön vaikutus riippuu aina monista tekijöistä, joihin se itse ei pysty vaikuttamaan. Lehdistö ei kykene koskaan synnyttämään tyhjästä yhteiskunnallista liikettä. Sanomalehdet toimivat ainoastaan kaikupohjana vaikutuksille, joiden ensisijaiset aiheuttajat ovat niiden ulkopuolella. Tosin koska sanomalehdistä on tullut kaikista mielipiteen vahvistamisen menetelmistä voimakkain ja menestyksekkäin, sillä on mielipiteiden suuntaamisessa keskeinen asema. Tämä liittyy yleiseen yhteiskunnalliseen kehitykseen. Sitä käsitellessään Löbl siirtyy sanomalehtiopin kokonaisperspektiiviin ja oman aikansa kehityspiirteiden diagnoosiin.

Löbl erottaa kaksi yleistä kehityspiirrettä, jotka selittävät lehdistön luonnetta 1900-luvun taitteessa: kapitalismin ja massojen nousun. Edellinen tarkoittaa, että lehdistön on menestyäkseen otettava huomioon kaupalliset intressit. Jälkimmäinen tarkoittaa puolestaan sitä, että yhä laajemmat väestönosat ottavat osaa poliittiseen elämään. Tämä antaa lehdistölle tiedonvälityksen, mielipiteenmuokkauksen ja yleisen mielipiteen ilmaisijana hallitsevan aseman politiikassa. Kuten nykyään sanotaan: politiikanteko modernissa yhteiskunnassa ei ole mahdollista ilman joukkoviestimiä. Löbliltä löytyy toinenkin oman aikamme mediatutkijoiden suosima ajatus. Hän toteaa, että koska

sanomalehdillä on tosiasiasanomien monopoli, se mitä lehdet eivät kerro, ei suurelle yleisölle ole olemassa.

Löbl näkee myös sanomalehdistön yleisen yhteiskunnallisen funktion tavalla, joka on tuttua hänen jälkeensä tulleesta tutkimuksesta. Hän katsoo, että ilman lehdistöä yhteiskunta atomisoituisi. Sanomalehdet ovat tekijä, joka yhdistää kansakuntia ja maailmaa, koska mistä tahansa maan- ja maailmankolkasta saadaan lehtien välittämänä nopeasti tietoa. Itse asiassa tiedonjanosta on tullut modernin ihmisen pakonomainen tarve. Yleislakon aikainen Tukholma vuonna 1901 osoitti Löblille, etteivät ihmiset osaa enää elää ilman sanomalehtiä. He tuskastuvat, elleivät tiedä, mitä ympärillä tapahtuu. Sata vuotta myöhemmin vastaava pakko- tai tapakäyttäytyminen liitetään älypuhelimeen. Löbl katsoo, ettei ole sattuma, että juuri saksalaisten ja englantilaisten kansojen lehdistö on pisimmälle kehittynyt: näissä kansoissa ovat edistyneet pisimmälle tiedonjano, tarve olla vuorovaikutuksessa maailman kanssa ja kaupalliset intressit. Ero saksalaisten kansojen eduksi on Löblin mukaan silti siinä, että ne pitävät lehdistön siveellis-moraalista ja henkistä tehtävää tärkeämpänä kuin rahan valtaa.

Löbl sivuaa kirjassaan monia muitakin puheen- ja tutkimusaiheita, jotka ovat edelleen mediatutkijoiden päiväjärjestyksessä. Pari niistä koskee mediakasvatusta. Saksan kouluissahan oli jo 1600-luvun jälkipuoliskolla opetettu sanomalehtien lukua. Myös Löbl katsoo, että ihmisiä on harjaannutettava lehden kriittiseen omaksumiseen. Toinen Löblin huomioista koskee kirjan ja sanomalehden lukemisen suhdetta. Hän toteaa, että aikuiset lukevat yhä vähemmän kirjoja ja että ilman sanomalehdistöä ihmisten suuri enemmistö ei lukisi enää mitään. Toisin sanoen kirjan aika oli hänen arviossaan vaihtunut sanomalehden ajaksi. Samalla myös lukemisen käsite muuttui, koska sanomalehteä luetaan eri tavalla kuin kirjaa.

Ernst Löbl (1863–1942) oli kirjansa ilmestymisen aikoihin wieniläisen *Wiener Zeitung* -lehden toimittaja, vuodesta 1909 päätoimittaja. (Lehti on perustettu vuonna 1703, ja se on maailman vanhin edelleen ilmestyvä sanomalehti.) Hän kuuluu mediatutkimuksen akatemisoitumista edeltäneeseen pioneerivaiheeseen. Vastaava vaihe esimerkiksi elokuvatutkimuksessa oli se, kun 1920-luvulta 1950-luvulle Sergei Eisensteinin tapaiset elokuvaohjaajat tai André Bazinin tapaiset elokuva-arvostelijat edustivat alan asiantuntemuksen kärkeä. Löblin kirjan arvo ei jäänytkään huomaamatta aikalaisilta. Max Weber, sosiologian suuri nimi edelleen, kehui Löbliä tunnetussa puheessaan, jonka hän piti Saksan sosiologiyhdistyksen ensimmäisillä sosiologipäivillä lokakuussa 1910. Saksalaisella kielialueella työ onkin säilynyt muistissa näihin päiviin saakka. Muualla se ei valitettavasti ole saanut ansaitsemaansa huomiota. Yhden poikkeuksen muodostaa Veikko Pietilän *Joukkoviestintätutkimuksen valtateillä* -teos (1997), joka käsittelee myös saksalaista sanomalehtitiedettä. Pietilän tulkinta Löblin työn asemasta tosin poikkeaa huomattavasti tässä esitetystä.

Löblin kirjassa on vielä yksi piirre, joka tekee siitä nyt ajankohtaisemman kuin vaikka vain kaksi–kolmekymmentä vuotta sitten. Löbl näet pitää ihanteena saksalaista hajakeskitettyä lehdistöä, jolle on ominaista moninaisuus ja suuri paikallislehtien määrä. Siksi hän ajatteli vuonna 1903, että 1900-luvun kehitys kulkisi samaan suuntaan. Hän oli lyhyellä tähtämellä väärässä, mutta ehkä pitemmässä katsannossa oikeassa. Internetin myötä puhe paluusta ”germaaniseen” monimuotoisuuteen, jota luonnehtii ilmaisukanavien runsaus, on nyt monien ”löbliläisten” mediatutkijoiden kielen kärjellä.