

Katsaus fenomenologian lupaukseen viestinnän tutkimuksessa

Heideggerin *Olemisen ja Ajan* suomennoksen (1999) myötä on auennut odotettavissa ollut keskustelu. Helsingin Sanomissa viime keväänä käyty väittely fenomenologian henkilöhistoriasta ei kuitenkaan ole kiinnostavaa niinkään Heideggerin kansallissosialistisen historian vuoksi kuin siksi, että aihe nousee puitavaksi jälleen kerran, yhä uudestaan, tällä kertaa suomennoksen seurauksena. Päättymätön paluu Heideggerin monikasvoisuuteen on fenomenologian kannalta ongelmallista. Liittyvätkö fenomenologia ja natsismi jotenkin yhteen, miten yhteys mahdollisesti näkyy ja miten tähän – fenomenologia kun nyt kuitenkin on ennen kaikkea filosofinen traditio – pitäisi esimerkiksi viestintätieteiden muiden tieteenalojen rinnalla ottaa kantaa tai olla sitä ottamatta? Yritän seuraavassa pohtia, mitä fenomenologia käsittääkseni voisi olla ja miten Heidegger henkilönä siinä vaikuttaa.

Lyhyesti ilmaistuna, fenomenologia on yksi kuudesta. Se on Niiniluodon ja Saarisen (1987) tunnetun peruslinjauksen mukaan analyyttisen filosofian, marxismin, pragmatismien, eksistentialismin ja hermeneutiikan rinnalla merkittävimpiä 1900-luvun filosofisia suuntauksia. Jaottelu on raaka karkeistus, eikä kerro oikeastaan muuta kuin sen, että fenomenologia tulisi epäilemättä ottaa eri tieteenalojen metateoreettisissa keskusteluissa vakavasti. Fenomenologialla ja sen tunnetuimmilla edustajilla onkin ollut merkittävä vaikutus siihen, millaisiksi ihmistieteet ovat viimeisten vuosikymmenten aikana muodostuneet. Tätä kautta fenomenologian vaikutus myös viestinnän tutkimukseen on hyvin olennainen – fenomenologia on vaikuttanut ratkaisevasti siihen, millaiseksi ymmärrämme subjektin aseman erilaisissa viestintätilanteissa.

Fenomenologia on ollut koko olemassaolonsa ajan niin tieteenfilosofisessa kuin epistemologisessakin mielessä hankala ja ennen kaikkea, kuten Spiegelberg (1978) on todennut, äärettömän monitulkintainen suuntaus. Voisikin ehkä puhua "fenomenologisesta liikkeestä" mieluummin kuin yhdestä fenomenologiasta. Etenkin fenomenologian niin sanottu ranskalainen suuntaus on vienyt ajattelua lähelle eksistentialismia. Toisaalla taas fenomenologia koskettaa läheisesti hermeneutiikkaa. "Fenomenologian idea" – seuraten Husserlin (1995) sanavalintaa – onkin monesti hämärtynyt. Viime vuosina yleistynyt jako sosiaalisen ja klassisen fenomenologian välillä on jossain mielessä jäsentänyt fenomenologiaa, toisaalta taas hajaannuttanut perinnettä entisestään. Fenomenologian vaikutukset näkyvätkin usein välillisesti, yksittäisinä viittauksina tai ilmaisutapoina – kuuluisana esimerkkinä vaikkapa elämismaailman ('Lebenswelt') käsite – ennemminkin kuin todellisena sisällöllisenä valintana.

Myös viestinnän tutkimus joutuu säännöllisesti kosketuksiin fenomenologian eri ulottuvuuksien kanssa. Tätä nykyä fenomenologia tulee viestinnän tutkimuksessa tavallisimmin vastaan Habermasin, Gadamerin, Giddensin tai esimerkiksi

Baudrillardin ja Derridan kautta. Kuitenkin vain harva tutkimus on pureutunut varsinaisiin fenomenologieihin, kuten Husserliin, Heideggeriin, Schutziin tai Merleau-Pontyyn. Toisaalta voidaan tietysti kysyä, miksi fenomenologiaa pitäisikään lähestyä "suurten" fenomenologioiden kautta, koska henkilöitä keskeisempää on lopulta se käsiteavaruus, jonka fenomenologia tutkimukselle avaa. Se, että fenomenologian arvo esimerkiksi viestintätieteille näyttäytyy parhaiten vaikkapa Merleau-Pontyn kautta – ja tämä on oma, puheviestinnän ja retorikasta taustasta kumpuava näkemyseni – on lopulta kuitenkin vain avaus. Fenomenologia ei oikeastaan koskaan lopeta keskustelua, vaan aloittaa sen ja ohjaa ymmärtämisen suuntaa.

Fenomenologia viestinnän tutkimuksessa

Ajatus fenomenologian löytämisestä viestinnän tutkimuksessa ei ole mitenkään uusi. Kansainvälisesti tunnetuin esimerkki fenomenologisesti suuntautuneesta viestinnän tutkimuksesta löytyy Yhdysvalloissa 1970-luvulla aloittaneen ja 80-luvulla toistaiseksi hedelmällisimmän kautensa kohdanneen *Center for Advanced Research in Phenomenology*:n piiristä. Keskus toimii aktiivisesti edelleen (ks. esim. Embree et al. 1997), mutta viestinnän tutkimuksen osalta viime vuodet ovat olleet suhteellisen hiljaisia. Keskukseen toimintaan liittyen tunnettuja ovat esimerkiksi Deetzin (1973), Hyden (1980; 1982; Hyde & Smith 1979), Tuchmanin (1978), sekä Stewartin (1972; 1986) tutkimukset. Vuoden 1979 artikkelissa Hyde ja Smith onnistuivat tuomaan selkeästi esille, mihin fenomenologiaa tarvitaan. Hyde ja Smith (1979, 363) toteavat, että fenomenologian tarkoitus on "syventää" viestinnän teorioita. Erityistä huomiota he kiinnittävät kriittisen teorian kehittämiseen; fenomenologia näyttäisi tarjoavan mahdollisuuksia syventää käsitystämme siitä, miten tulkinnat tapahtuvat ja mikä on se subjektiivisuuden rakenne, jossa ihmiset tulkintoja heitä ympäröivästä maailmasta tekevät.

Syventäminen on kuitenkin kovin itsestään selvä ja sellaisenaan vaarallisen yksioikoinen luonnehdinta. Ongelmallista on, mikä on käytännössä syventämisen suunta ja miten syventäminen ilmenee. Hyde ja Smith näyttävät, esimerkiksi Tuchmanin tavoin, painottavan nimenomaan subjektiivista kokemusten ulottuvuutta. Tämän teesin mukaan teorian syventäminen on sidoksinen siihen, kuinka se ymmärtää subjektia. Käsittääkseni syventämisen suunnan on kuitenkin oltava ennemminkin yleistä, luonteeltaan tieteenfilosofista ja metateoreettista, kuin yksittäisten tutkimuskohteiden kautta eteen tulevaa. Yksittäisen kohteen edessä syventäminen johtaa väistämättä vertailuun, jossa jokin aiemmin käytetty metodi näyttäytyy "pinnallisena" ja fenomenologia "syvällisenä", mikä on paitsi epämieliekästä, myös usein vääristävää.

Viestinnän ja fenomenologian välistä metateoreettista yhteyttä on viime vuosina tarkastellut ansiokkaasti eritoten Desilet (1991). Desiletin pääkysymys on, miten viestintä voisi lähestyä fenomenologiaa nimenomaan traditiona. Mielenkiintoista kuitenkin on, että Desilet on Hyden ja Smithin kaltaisesti lähestynyt teemaa diskursiivisesti, pääasiassa tekstin kriittisen ja retorisen tulkinnan kautta. Desiletin (1991, 155) ajatuksena näyttää olevan, että fenomenologia avaa uusia mahdollisuuksia ymmärtää sitä, mitä kieli viestintätapahtumassa on. Desiletin tulkinnan mukaan Heideggerin käsitys siitä, että subjekti elää kielessä ja että hänen kielenensä ja olemisensa liittyvät erottamattomasti toisiinsa, muuttaa merkittäväällä tavalla käsitystämme viestin ymmärtämisprosessista. Keskeistä on, että viestintätilanteet ovat subjektille elämämaailmaa, jossa oleminen ja tulkintatapahtuma ovat yhtä. Kieli on osa sitä sosiaalista maailmaa, jossa subjekti itse elää. Desiletin näke-

mykset ovat tältä osin läheisiä Careyn (1989) ajattelulle. Heideggerin tuotanto on ollut epäilemättä se suurin innoituksen lähde myös viestinnän fenomenologian kehittämisessä. Innoitus on kuitenkin johtanut myös ongelmiin. Esimerkiksi Corcoranin, Francesconin, McGeen, Megillin, Rosenfieldin, Hillin ja Wanderin vuosina 1983-84 *Central States Speech Journal* -lehdessä käymä heideggerilaisen ideologia-käsitteen pohdinta osoittaa, että Heideggerin tausta johtaa herkästi syvällisiin erimielisyyksiin. Vaikka Heideggerin ideologian käsite on yhteisöllisen ymmärtämisen kannalta enemmän kuin mielenkiintoinen, sen ottaminen osaksi keskustelua näytti edellyttävän kannanottoa käsitteen syntyhistorian aikaan ja paikkaan. Se innostus, joka ideologiaan Heideggerin kautta löytyi, näytti kaatuvan siihen, että käsite soveltui jopa liian hyvin peilaamaan omaa natsismin ajan syntyhistoriaansa.

Heideggerin vaikutukset ja haasteet näkyvät hyvin myös 1990-luvun lopun keskustelussa. Erityisen mielenkiintoista on ollut Scannellin (1996) Heideggeriin liittyvä työ. Osin ehkä juuri Scannellin ansiosta, osin kaikkeen tulkitsevaan lähestymistapaan liittyvän metodologisen keskustelun myötä, fenomenologia näyttää nimenomaan traditiona löytäneen uusia käyttöyhteyksiä. Suuntaus on mielekäs jo siksi, että se vapauttaa henkilöhistorian painolastista. Esimerkiksi Pietilä (1997) viittaa osuvasti teoksessaan 1970- ja 80-luvun fenomenologiseen uutistutkimukseen. Vaikka kyseiset tutkijat itse eivät välttämättä leimanneet itseään erityisen fenomenologisiksi, heidän työssään on nähtävissä tietty olemisen ja subjektin ymmärtämisen kädenjälki. Samaa voitaneen todeta viime vuosien osalta juuri esimerkiksi Careyn ympärillä pyörineestä keskustelusta. Vaikka Carey (1989, 13-15) tuo itse hyvin selkeästi esille pragmatistisen taustansa, löytää hänen lähestymistavastaan huomattavissa määrin fenomenologian vaikutuksia.

Edellä mainittujen "viestinnän tutkijan" epiteetillä varustettavissa olevien kirjoittajien lisäksi osa etenkin 1960-luvun fenomenologisesta virtauksesta oli myötäsyttyisestikin viestinnän suuntaan painottunutta. Tästä kirjallisuudesta on käsitteäkseni enemmän ammennettavaa kuin ensin saattaisi näyttää. Se on hengeltään Heideggerin henkilöstä vapautunutta ja sisällöllisesti moniulotteista, mikä lisää soveltamisen mahdollisuuksia. Angloamerikkalaisessa keskustelussa merkittävän aseman saavutti esimerkiksi Gusdorfin *La Parole* (1965), joka pyrkii tulkitsemaan kielen filosofiaa yksilön sosiaalisten tavoitteiden ja toiminnan kautta. Ajatuksena on, että heideggerilainen näkemys kielestä olemisen yhtenä muotona johtaa käytännössä siihen, että viestintää on mahdotonta lähestyä "objektiivisena systeeminä" (emt., 35). Gusfordin käsitteistö ei eksplisiittisyyden suhteen yllä lähellekään Heideggeria, mutta hän on onnistunut osoittamaan – Merleau-Pontyn tavoin – miten kielen kohtaaminen on aina jonkin maailman kohtaamista. Samalla Gusdorf tuo esille, miten viestintätapahtumat ovat erottamaton osa sitä heideggerilaista olevan problematisointia, josta fenomenologia on tullut yleisesti tunnetuksi.

Gusdorfiakin merkittävämmäksi 1960-luvun lopulla muodostui kuitenkin Alfred Schutzin (1967) *The phenomenology of the social world*. Schutz julkaisi tämän fenomenologian sosiaalisia ulottuvuuksia tarkastelevan teoksensa alkujaan jo vuonna 1932, mutta vasta vuoden 1967 englannin kielisen painoksen myötä se saavutti viestinnän tutkimuksessa nykyisen asemansa. Schutz painottaa tilanteiden ja kokemusten merkitystä subjektin elämismaailmassa. Viestinnän yhteydessä erityistä huomiota on kiinnitetty siihen, miten nämä kokemukset tulevat jaetuiksi ja mikä merkitys niillä on yhteisyyden luomisessa (Lanigan 1988). Tätä kautta Schutz on tarjonnut mahdollisuuden irtautua niistä solipsismi -syytöksistä, joita fenomenologiaan on sen olemassaolon ajan kohdistunut. Vaikka fenomenologian tarkastelun kohteena on itsestään tietoinen subjekti, kuuluu jokaisen elä-

mismaailmaan erottamattomasti se sosiaalinen ympäristö, jossa olemassaolo toteutuu.

Moni "aito" fenomenologi suhtautuu Gusdorfiin ja Schutziin epäillen. Kriittisten lasien läpi katsottaessa niiden voi nähdä edustavan sitä 1960-luvulle ominaista läpivalaisevaa pyrkimystä yksilön "aitoon" ymmärtämiseen, jossa käsitteellinen epätarkkuus ja epistemologinen epäselvyys kulkevat käsi kädessä avoimen soveltavuuden kanssa. Nimenomaan Gusdorfin ja Schutzin yhteydessä tämä kritiikki on kuitenkin mielestäni aiheetonta. Näkisin esimerkiksi Gusdorfin ensisijaisesti eräänlaisena eksemplaarina: hän tarjoaa viitteitä siitä, miten fenomenologia on sovellettavissa ja millaiseen analyysiin se vaikkapa kieltä lähestyttäessä johtaa. Kuten myöhemmin esimerkiksi James Edien loistava *Speaking & Meaning* -teos (1976) on osoittanut, avatun eksemplaarin sisällä on tehtävissä syvää heideggerilaista analyysia ilman että tarkastelu on enää – ainakaan yksinomaan – Heideggerin tarkastelua.

Fenomenologian anarkistisuus ja etikettitutkimus

Vaikka osa fenomenologisesta viestinnän tutkimuksesta on liittynyt selkeästi johonkin tiettyyn kohteeseen tai kontekstiin, leimaa-antavaa tarkasteluille on ollut niiden abstraktiivisuus. Käsittäkseni fenomenologia tarjoaakin – hermeneutiikan tavoin (Malmberg 1984) – hedelmällisiä mahdollisuuksia etenkin epistemologiseen kritiikkiin ja metateorian kehittämiseen. Fenomenologia kohdistuu – ainakin heideggerilaisessa muodossaan – kaiken ainutkertaisuuteen ja -laatuisuuteen: viestin ymmärtäminen ja tulkinta ovat aina subjektin olemisen tavasta riippuvaisia. Tässä mielessä fenomenologia näyttäisi anarkistiselta. Se pitää mahdollisena muodostaa sellaisia analyttisiä lainalaisuuksia, joihin esimerkiksi perinteiset viestinnän systeemitteoreettiset kehittelyt ovat pyrkineet.

Tähän anarkistiseen tulkintaan on myös poikkeuksia. Viime vuosina näyttää yleistyneen ajattelutapa, jonka mukaan fenomenologian ja viestinnän tutkimuksen suhde on määriteltävissä käytännön edellyttämällä tavalla. Tämän suuntauksen perusidea on hahmoteltu Ihden keskustelua herättäneessä teoksessa *Experimental phenomenology* (1979). Ihden periaattein toteutetuissa tutkimuksissa toimitaan, kuten Pietilä (1997) asian ilmaisee, suhteellisen vapaamielisesti "fenomenologisen ajattelun pohjalta" pikemmin kuin pyrkien tavoittelemaan "puhdasta" fenomenologiaa. Ihden edustama fenomenologinen pragmatismi on näin ollen tietoisesti epäortodoksista. Ajatuksena on, että fenomenologia toimii ennemminkin tutkimuksen kuvitteellisena ihanteena kuin aitona, teoreettisesti ja käsitteellisesti olemassaolevana tutkimustraditiona.

Ihden periaate on johtanut ymmärrettävällä tavalla keskusteluun siitä, mikä sitten on fenomenologiaa. Kokeellisen fenomenologian periaatteiden on nähty johtavan siihen, että fenomenologia menettää hedelmällisen muotonsa ja muuttuu käytännössä etiketiksi, jonka avulla tutkija pystyy perustelemaan kiinnostuksensa subjektiin ja tulkintaan tarvitsematta perustella epistemologisia ja ontologisia sitoumuksiaan siinä määrin kuin tutkimuskohteen ymmärtämisen kannalta olisi välttämätöntä. Kokeellisesti fenomenologiaa lähestyvien "etikettitutkijoiden" suusta puolestaan kuulee väitteen, ettei niin syventyvää ja ymmärtävää empiiristä tutkimusta olekaan, että se pystyisi täyttämään odotukset, joita ortodoksisen fenomenologian idean sisäistänyt itselleen asettaa.

Etikettitutkijoiden näkökulma on epäilemättä täysin perusteltu. Empiirinen fenomenologi on alati pettynyt niin itseensä kuin tuloksiinsakin. Fenomenologia johtaa päättymättömään kiistaan siitä, missä määrin transsendentaalifilosofisen

järjestelmän ja empiirisen havainnoinnin raja on ylitettävissä. Tämä kysymys tulee käytännössä esimerkiksi jokaisen viestinnän epistemologian vakavasti ottavan jatko-opiskelijan kohdattavaksi. Useimmat fenomenologian ja viestinnän välistä suhdetta pohtivista perusteoksista – sellaiset kuin Pilottan ja Mickunasin *Science of Communication: Its phenomenological foundation* (1990) tai Laniganin *Phenomenology of Communication* (1988) – eivät tarjoa kosketuspintaa tähän kysymykseen. Ne eivät esittele sitä, miten fenomenologia sitten – Hyden ja Smithin lupauksen mukaan – syventäisi niitä tutkimuksia, joita teemme viestinnän eri osa-alueilla.

Heideggerin tuotannon lukeminen lisää yleissivistystä länsimaisesta filosofias-ta, ja kenties avaa näkemään sen, mitä oleminen tarkoittaa, mutta se ei anna työkaluja viestimien, viestien tai niiden tulkinnan työstämiseen. Tätä eivät myöskään tee Pilottan ja Mickunasin tai Laniganin teokset. Ne esittelevät saksalaisen ja ranskalaisen fenomenologian laajan ja moniulotteisen käsitteistön, mutta eivät tuo niitä viestintään niin, että voisin omaksua jonkin valmiin, olemassaolevan tulkintakehityksen.

Fenomenologia tutkijan omatuntona

Näkemykseni viestinnän jatko-opiskelijan kohtaamasta ongelmasta on omakoh-tainen. Tavoitteenani oli vuonna 1996 tulkita yhtä viestinnän tutkimuksen osa-alueista – keskinäisviestintää – fenomenologian tarjoaman otteen avulla (Puro 1996). Valmistunut väitöskirjani on samalla tavoin ongelmallinen kuin esimerkiki-si Dennistonin (1988) vastaava opinnäyte. Fenomenologia on toki mahdollista tuoda osaksi jotain viestinnän osa-aluetta ja tulkita kyseistä aluetta fenomenolo-gian mahdollistaman kriittisen otteen avulla. Ongelmia tulee vastaan pohdittaes-sa tutkimuksen etiketinomaisuutta sekä soveltamisen ja fenomenologian syvem-pää "henkeä". Tämä hegeliläinen termi sopii transsendentaalisen filosofian yh-teyteen harvinaisen hyvin: se, että tuon jonkin tradition keskeiset käsitteet ja ideat niille vieraaseen ympäristöön, johtaa lopulta ainoastaan havaintoon siitä, että käsitteet on siis mahdollista tuoda vieraaseen ympäristöön. On kokonaan toi-nen asia saattaa yhteen fenomenologian ja viestinnän tutkimuksen käsitykset sii-tä, mitä tieto, totuus ja yksilö ovat ja mihin käsitteillä tähdätään.

Tässä mielessä fenomenologinen tutkielma ajautuu herkästi tautologiseksi. Tautologisuus toki sisältyy, kuten Kusch (1986) aivan oikein huomauttaa, feno-menologialle ominaiseen argumentaatioon. Kysymys siis kuuluu, miten esittää esimerkiksi *Olemiselle ja Ajalle* ominainen ja välttämätön jatkuva paluu olemi-seen sinänsä niin, että se tyydyttäisi viestinnän tutkimuksen traditiota. Lakatosin (1970) ajattelua seuraten voisimme sanoa, että traditioiden yhteensaattaminen edellyttää käsitteiden purkamista ja keskustelua niiden ontologiasta. Toisaalta tiedämme, että tämän tyyppinen käsitteiden rekonstruktio johtaa usein vain uu-teen tautologiaan: havaitsemme, että jokin käsite on syytä tulkita uudelleen, kos-ka se on uudelleentulkittavissa. Tällöin se, että voimme osoittaa viestintätilatei-den ilmiömaailman olevan subjektiivista luonteeltaan, johtaa juuri subjektiivisuu-teen. Niin itselleni kuin Dennistonillekin aukeava kysymys kuuluu, mihin näiden tautologioiden jälkeen pitäisi jatkaa.

Tähän kritiikkiin voi luonnollisestikin vastata kuten Feyerabend (1994). Ken-ties fenomenologian tehtävä on juuri toimia tieteenfilosofisena omatuntonam-me. Fenomenologia muistuttaa siitä, että löytäessäni analyttisessä mielessä mie-lekkään lainalaisuuden jostain tarkastelemastani viestintätilanteesta, minun on kohdistettava mielenkiintoni siihen totuuteen, joka tilanteessa muodostuu siihen

osallistuvalla. Se totuus, jonka subjekti tilanteessa antaa jollekin tulkitsemalleen viestille, on hänelle se ainoa jolla on merkitystä. Näin se, että tulkitsemalla viestintätilanteen esimerkiksi Husserlin esittelemän noema-analyysin kautta, pikemmin kuin Bostromin ja Donohew:n (1992) uusempiristisen selitysmallin kautta, on kenties lopulta palkitsevaa. Se, että kaikki kääntyy subjektiin itseensä, johtaa pohdintaan siitä, miten subjekti ymmärtää oman olemisensa ja sen mitä viestinnässä tapahtuu suhteessa hänen olemassaoloonsa. Vaikka en viestinnän tutkijana voi luodata olemista siinä mielessä kuin mikä on fenomenologian tavoitteille ominaista, voin muistuttaa itseäni siitä, että jokainen tarkastelemani viesti, sanoma tai ilmaisu on tulkitsejalleen elämisen tapahtuma, yksilön olemista jossain viestintätilanteessa.

Tässä mielessä fenomenologia on mielekästä ymmärtää Feyerabendin kaltaisesti osana päättymättömäksi tarkoitettua metateoreettista keskustelua. Fenomenologia pakottaa ymmärtämään, että viestinnän tutkimuksen ääriempirismi on vaarallista, aivan kuten O'Keefe (1975) kuuluisassa loogista empirismistä vastaan hyökkäävässä artikkelissaan on poleemisesti todennut. Toisaalta myös fenomenologian lupaukseen on suhtauduttava varauksella. Fenomenologia avaa mahdollisuuksia viestinnän tutkimuskohteiden aitoon ja "haltuun ottavaan" ymmärtämiseen, mutta saattaa johtaa myös vaikeaselkoiseen ja muiden kuin "fenomenologian todellisen hengen sisäistäneiden" kannalta hankalasti ymmärrettävään käsitteiden viidakkoon. Se subjektin aito ymmärtäminen, joka fenomenologialle on ominaista, jää tällöin nimenomaan ja vain lupaukseksi.

Voisimmekin ajatella, että Heidegger, Schutz, Merleau-Ponty ja Gusdorf – joiden sosiaalista ja kielellistä käsittelevä argumentaatio liittyy useilta osin viestinnän tutkimuskohteisiin – ovat tutkijalle hänen moraalisensa ja itsekriittisyytensä perään heristävä etusormi. Fenomenologia muistuttaa tutkijaa siitä, että ymmärtääksemme subjektin aseman viestintätilanteessa meidän on nähtävä, koettava ja tunnettava se maailma, jossa subjekti on. Siluuttaessamme ne yksilötranssendentit ja aksiologiset kysymykset, jotka kuuluvat erottamattomasti subjektin elämään, siluutamme myös ihmistieteen ytimen. Samalla menetämme otteen siitä, mikä on – Kenneth Burken (1984) ajatuksenjuoksua seuraten – nimenomaan ihmiselle kaikessa valinnan ja toiminnan maailmassa olennaista.

Fenomenologia vaihtoehtona

Fenomenologia ei ole selkeä vaihtoehto siinä mielessä kuin millaiseksi esimerkiksi Pearce (1977;1991) on vaihtoehtoisen tieteenfilosofian ymmärtänyt. Keskeistä fenomenologiassa on, että sitä on vaikea ymmärtää ohjelmaksi. Fenomenologian nimissä on mahdollista tehdä empiiristä tutkimusta, mutta kysymys siitä, pystyykö yksikään empiirinen työ toteuttamaan niitä ihanteita, joita fenomenologia peräänkuuluttaa, on toinen asia. Kokonaan toinen kysymys on sekin, miten kukin tutkija asemoi fenomenologian ja sen kantamat ihanteet suhteessa itseensä. Fenomenologia on tutkijalle monoliitti. Se on sisäisesti johdonmukainen ja tiivis ajatusmalli, mutta vain yhtenä kiinteänä kokonaisuutena. Tutkijan perusongelma onkin käsittääkseni siinä, että fenomenologiasta ei voi "ottaa jotain" ja "jättää jotain" sen mukaan, mikä näyttäisi soveltuvan viestinnän tutkimukseen.

Tässä mielessä perusongelmaksi näyttää muotoutuvan kysymys siitä, voiko fenomenologia astua eri ihmistieteissä käytäntöön siinä mielessä kuin mihin Ihdeen nojautuva tutkimus on pyrkinyt. Kriittistä näkökantaa mukaillen voisimme ajatella, aivan kuten Krippendorff (1994) rekursiivisen teorian yhteydessä, että fenomenologia on itsessään päättymätöntä aitoon ymmärrykseen tähtäävää käsitteel-

listämistä, eikä siitä voi muotoilla teoriaa teoretisoimatta jatkuvasti fenomenologiaa itseään. Tällöin käy Spiegelbergin (1978) kuvailemalla tavalla: jatkuva tulkinta ja uudelleentulkinta muotoilee tietyn "fenomenologisen periaatteen", jolle on leimaa-antavaa hermeneuttinen kehämäisyys, mutta ei pysyvien ja kestävien konstruktioiden muotoileminen.

Tältä osin voimme väittää, että ortodoksinen fenomenologia on pikemmin teitä sulkeva kuin niitä avaava traditio. Fenomenologia pakottaa lopulta kohdistamaan huomion olemiseen sinänsä. Voimme Heideggerin myöhäistuotantoon tutustumalla havaita, että viestintä on yksilön silta sosiaaliseen, mahdollisuus ylittää olemisen asettamat rajat. Mutta emme voi, kuten Thayer (1983) on asian ilmaissut, *tehdä* fenomenologialla oikeastaan mitään. Mikäli fenomenologiaa pyritään "kokeilemaan" viestinnän eri osa-alueilla, kokeilu ei voi toimia, koska fenomenologia ei ole koeteltavissa – on mahdotonta sanoa, sopiiko fenomenologia johonkin vai ei, koska fenomenologiassa ei näyttäisi olevan mitään minkä soveltuvuutta voisi testata.

Kokeellisuutta vastustavalle näkökulmalle on luonnollisestikin myös vasta-argumenttinsa. Selkeimmin tämän on muotoillut Scannell tuodessaan fenomenologian osaksi radio- ja tv-tutkimusta. Scannellin (1996, 144-178) otteessa on kuitenkin olennaista se, että tutkimuksessa käytettävät arkipäiväisyyden, kielen ja olemisen käsitteet ovat itsessään tutkimuksen teoreettinen perusta. Tässä mielessä näkökulma poikkeaa huomattavasti esimerkiksi Hyden, Deetzin tai Pilottan ja Mickunasin aiemmin mainituista töistä. Scannell toimii käsitteiden ehdoilla, pyrkimättäkään avaamaan niitä jonkin tietyn, ennaltamäärätyn perspektiivin määrittämin ehdoin. Keskeisimpään asemaan edellä mainituista Scannell asettaa arkipäiväisyyden: miten olemisemme heijastuu päivittäisissä suhteissamme viestimiin, miten ajallistumme ja paikallistumme suhteessa viestintäkulttuuriimme, miten viestimet vaikuttavat olemisen avoimuuteen ja sosiaalisen kohtaamiseen ja lopulta kykyymme kohdata tietoisuutemme katoavaisuudestamme.

Scannellin kaltainen näkökulma on löydettävissä myös joistain retoriikan lähestymistavoista. Selkeimmin ja tunnetuimmin retoriikan ja fenomenologian välistä mahdollisuuksia on painottanut Grassi, joka teoksessaan *Rhetoric as philosophy* (1980) on pyrkinyt käyttämään fenomenologiaa nimenomaan metodiikan tieteellistämiseen, husserlilaisen analyttisen periaatteen mukaisesti. Grassin yhteys fenomenologiaan on tiivis. Hän työskenteli 1920-luvulla noin vuosikymmenen ajan Heideggerin oppilaana tämän laatiessa *Sein und Zeitia*, ja myöhemmin tämän yhteistyökumppanina (Foss & Foss & Trapp 1991). Tämä on jättänyt jälkensä Grassiin erityisesti siinä, että hänen retoriikkansa seuraa fenomenologian ensimmäisten tulkintojen otetta.

Niin Scannellin kuin Grassinkin otteet ovat ilmeisen onnistuneita. Scannell on onnistunut saavuttamaan sen keskusteluyhteyden viestinnän tutkimuskohteiden ja subjektin elämismaailman välille, josta esimerkiksi Carragee (1990) on puhunut. Scannell ei kuitenkaan edes pyri siihen, että fenomenologia avautuisi tässä keskustelussa koeteltavaksi tai metateoreettisesti arvioitavaksi. Sama on havaittavissa Grassilla. Fenomenologian yhteydessä esimerkiksi 'metodi' on hyvin väljä käsite. Saattaa olla, niin poleeminen kuin tämä arvio onkin, että useiden fenomenologiaa lähestyvien tutkimusten ongelma piileekin juuri 'metodin' tyyppisten käsitteiden ymmärtämisessä. Fenomenologia näyttäisi löytävän erityisen huonosti paikkansa niillä viestinnän tutkimuksen osa-alueilla, jotka ovat toimineet lähinnä angloamerikkalaisen tieteenfilosofian varassa. Puhe- ja keskinäisviestintä, jotka edustavat omaa erityisaluettani, ovat tässä tyyppiesimerkkejä. Fenomenologia on näillä tutkimusalueilla monessakin mielessä kuin huono teoria. Se keskustelee viestinnän metateorian kanssa, mutta emme voi rakentaa "toimivaa fenomenolo-

gista viestinnän teoriaa", niin ihailtava kuin tällainen teoria olisikin, koska fenomenologian tavoitteena ei ole "toimia" siinä mielessä kuin ensinäkemältä voisi ajatella.

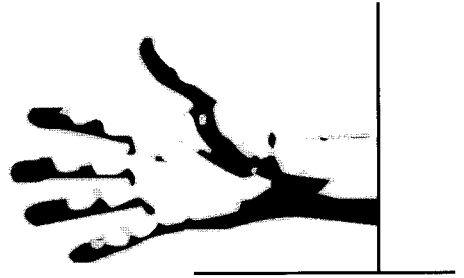
Tämä saattaa johtaa tutkijan sangen fataalin luonteisiin päätelmiin. Tutkija voi ajatella kulkevasa fenomenologian osoittamaa tietä ja sisäistävänsä fenomenologian hengen, mutta voiko hän koskaan tuntea todella tekevänsä fenomenologista tutkimusta? Fenomenologia voi toimia, kuten Grassilla, rationaalisen deduktion välineenä, mutta ei käytännön validina menetelmänä. Tutkija on tässä mielessä alati kohteensa ulkopuolella, hän ei pääse – ilman hegeliläisen hengen sisäistämistä – siihen maailmaan, jota hänen on fenomenologian nimissä tarkasteltava. Näin ollen voidaan perustellusti väittää, että fenomenologia osoittaa sen kätketyn puolen, joka kaikkeen ihmisen ja viestinnän välisen suhteen tutkimukseen kuuluu, ja samalla pitää tuon kätketyn puolen tutkimuksen ulottumattomissa.

Kirjallisuus

- Bostrom, R. & L. Donohew (1992)
The case for empiricism: Clarifying fundamental issues in communication theory. *Communication Monographs* 59(1992):2.
- Burke, Kenneth (1984)
Permanence and change. Berkeley: University of California Press.
- Carey, James W. (1989)
Communication as culture. New York: Routledge.
- Carragee, Kevin (1990)
Interpretive media study and interpretive social science. *Critical Studies in Mass Communication* 7(1990):1.
- Deetz, Stanley (1973)
Words without things: Towards a social phenomenology of language. *Quarterly Journal of Speech* 59(1973):1.
- Denniston, D. (1988)
Heidegger's understanding of language. Ann Arbor: UMI.
- Desilet, George (1991)
Heidegger and Derrida: The conflict between hermeneutics and deconstruction in the context of rhetorical and communication theory. *Quarterly Journal of Speech* 77(1991):2.
- Edie, James (1976)
Speaking & Meaning. The phenomenology of language. Bloomington: Indiana University Press.
- Embree, Lester et al. (1997)
Encyclopedia of phenomenology. Dordrecht: Kluwer.
- Feyerabend, Paul (1994)
Against method. London: Verso.
- Foss, Sonja & Foss, Karen & Trapp, Robert (1991)
Contemporary perspectives on rhetoric. Prospect Heights: Waveland.
- Grassi, Ernesto (1980)
Rhetoric as philosophy. University Park: Pennsylvania University Press.
- Gusdorf, Georges (1965)
Speaking (La Parole). Evanston: Northwestern University Press.
- Heidegger, Martin (1999)
Oleminen ja aika. Suom. Reijo Kupiainen. Vastapaino 1999.
- Husserl, Edmund (1995)
Fenomenologian idea. Helsinki: Loki.
- Hyde, Michael (1980)
The experience of anxiety: A phenomenological investigation. *Quarterly Journal of Speech* 66(1980):2.
- Hyde, Michael (1982)
Transcendental philosophy and human communication. Teoksessa Pilotta, J. (ed.) *Interpersonal communication: Essays in phenomenology and hermeneutics*. Washington, D.C.: University Press of America.
- Hyde, Michael & Smith, Charles (1979)
Hermeneutics and rhetoric: A seen but unobserved relationship. *Quarterly Journal of Speech* 66(1979):2.
- Ihde, Don (1979)
Experimental phenomenology. New York: Paragon.
- Krippendorff, Klaus (1994)
A recursive theory of communication. Teoksessa Crowley, David & Mitchell, David (eds.): *Communication theory today*. Cambridge: University Press.
- Kusch, Martin (1986)
Ymmärtämisen haaste. Oulu: Pohjoinen.

- Lakatos, Imre (1970)
Falsification and the methodology of scientific research programmes. Teoksessa Lakatos, Imre & Musgrave, Alan (eds.): *Criticism and the growth of knowledge*. Cambridge: University Press.
- Lanigan, R. (1988)
Phenomenology of communication. Pittsburg: Duquesne University Press.
- Malmberg, Tarmo (1984)
Viestinnän teoria ja tutkimus: tekstejä. Tampereen yliopiston tiedotusopin laitoksen julkaisu C(1984):4.
- Niiniluoto, Ilkka & Saarinen, Esa (1987)
Vuosisatamme filosofia. Juva: WSOY.
- O'Keefe, Daniel (1975)
Logical empiricism and the study of human communication. *Speech Monographs* 42(1975):2.
- Pearce, W. Barnett (1977)
Metatheoretical concerns in communication. *Communication Quarterly* 25(1977):1.
- Pearce, W. Barnett (1991)
On comparing theories. *Communication Theory* 2(1991):2.
- Pietilä, Veikko (1997)
Joukkoviestintätutkimuksen valteilla. Tampere: Vastapaino.
- Pilotta, Joseph & Mickunas, A. (1990)
Science of communication: Its phenomenological foundation. Hillsdale: Erlbaum.
- Puro, Jukka-Pekka (1996)
Towards a phenomenological theory of interpersonal communication. *Jyväskylä: Jyväskylä studies in communication* 6.
- Scannell, Paddy (1996)
Radio, television and modern life. Oxford: Blackwell.
- Schutz, Alfred (1967)
The phenomenology of the social world. Evanston: Northwestern University Press.
- Spiegelberg, Herbert (1978)
The phenomenological movement. Nijhoff: Hague.
- Stewart, James (1972)
Concepts of language and meaning: A comparative study. *Quarterly Journal of Speech* 58(1972):2.
- Stewart, James (1986)
Speech and human being: A complement to semiotics. *Quarterly Journal of Speech* 72(1986):1.
- Thayer, Lee (1983)
On 'doing' research and 'explaining' things. *Journal of Communication* 33(1983):1.
- Tuchman, Gaye (1978)
Making news: A study in the construction of reality. New York: Free Press.

interaktiivinen
tulevaisuus &



IHMINEN

Konferenssi 15.-16.11.2000, Tampere-talo

Interaktiivinen tulevaisuus & ihminen -konferenssi tarjoaa kahden päivän aikana tiiviissä paketissa tiedettä, taidetta, viihdettä, tekniikkaa ja mielenkiintoisia tapaamisia. Osallistujilla on mahdollisuus tutustua alan viimeisiin tutkimuksiin sekä kurkistaa tulevaan.

Konferenssi on osa MindTrek'00 -viikkoa, joka järjestetään 13.-19.11.2000.

Rinnakkaisessiot 15.11

Henkilökohtainen navigointi
Yhteisöllisyys digitaalisessa kulttuurissa
Maailma tulitikkuaikana - Mobiilikäyttöliittymien suunnittelun haasteet
Peliteollisuus nyt - Pokemonista Quake-pelaajiin
Päällepuettavat käyttöliittymät
Learnativity - Oppimisteollisuuden vallankumous

Rinnakkaisessiot 16.11

Uusmedia, rasite vai rahasampo? - Paneelikeskustelu
Mobiili keinotodellisuus
Tietoverkkopohjaisten oppimisympäristöjen parhaat käytännöt
Teknoflirttiä ja etäyhteisyyttä
Tulevaisuuden älykäs koti
Digitaalisen kodin viihdepalvelut

Interaktiivinen tulevaisuus & ihminen -konferenssista löydät lisätietoa osoitteesta:

www.uta.fi/hyper/projektit/iti.

Ilmoittautuminen:

Konferenssiin voit ilmoittautua [www-lomakkeella](http://www.lomakkeella) osoitteesta:

www.tsgcongress.fi/iti

tai lataamalla verkosta paperilomakkeen ja palauttamalla sen kongressitoimistoon fax. 03 3142 9444.

Hinnat:

Konferenssin hinta 1000mk per päivä. Hintaan lisätään alv 22 %.

Viimeinen ilmoittautumispäivä on 30.10.2000.

Lisätietoja:

TaY, Hypermedialaboratorio/HyperActive, puh. 050-329 8543, sposti hyperactive@uta.fi

MindTrek
Tampere Media Week

Tutustu MindTrek-viikon ohjelmaan!
www.mindtrek.org