

VIIHDEYHTEISKUNTA, MONIKULTTUURISUUS JA NURKKA-KUNTAISTUMINEN: MEDIATUTKIMUKSEN SUURET HAASTEET

LIESBET VAN ZOONENIN HAASTATELU

Amsterdamin yliopiston viestinnän laitoksen johtaja ja Oslon yliopiston mediatutkimuksen professori Liesbet van Zoonen tunnetaan tieteen monitieteilijänä. Van Zoonen on alun perin politologi, mutta myös naistutkimuksen uranuurtaja ja monille tuttu miltei klassikoksi muodostuneesta *Feminist Media Studies* -kirjastaan.

Viime vuosina van Zoonen on gender-tutkimuksen ohella yhdistänyt kulttuurintutkimuksen ja yhteiskuntatieteiden lähestymistapoja muun muassa *Big Brother* -ilmiön analyysissä sekä laajemmin populaarikulttuurin ja politiikan yhteyksien tarkastelussa. Hän on esimerkiksi hiljattain julkaissut artikkelin tunteista ja kansalaisuudesta (yhdessä Mervi Pantin kanssa). Viimeisimmässä kirjassaan *Entertaining the Citizen* (2005) van Zoonen haastaa perinteisen politiikatutkimuksen muun muassa käsittelemällä todellisuustelevision ”fani-demokratiaa” ja liputtamalla populaarin poliittista kansalaisuutta rakentavien ominaisuuksien puolesta. Van Zoonenin toinen tämänhetkinen kiinnostuksen kohde on jalkapallo populaarikulttuurina: hän on tarkastellut pelin poliittista taloutta sekä hollantilaisia faneja.

Mediatutkimuksen päivillä helmikuussa 2006 van Zoonen luennoi teemasta *New audiences, new money? New television, new questions?*, esimerkkinään *Big Brother* -formaatti. Hän osallistui myös kommentaattorina ”Todellisuuden tuotteistaminen” -työryhmään. Päivien Media ja raha -teema inspiroi van Zoonenia pohtimaan tämän päivän viihdeyhteiskuntaa niin perinteisen politiikan kuin akateemisen kulttuurin kannalta.

Miten näet median ja talouden suhteen tämän päivän yhteiskunnassa?

– Nykyään puhutaan paljon huomiotaloudesta: yleisöjen, kuluttajien tai kansalaisten huomion saavuttaminen on kullannarvoista. Elämme viihdeyhteiskunnassa, jossa ihmiset ovat tottuneet siihen, että heidän huomiotaan kosiskellaan populaarikulttuurista tutuin keinoin.

– Kaikkien yhteiskunnan instituutioiden on tänä päivänä koukuttettava yleisönsä. Esimerkiksi museot eivät enää järjestä näyttelyitä, vaan ne tuottavat elämyksiä, joukkotapahtumia, speksaakkeleista, joita potentiaalisilla kävijöillä ei olisi varaa sivuuttaa. Akateeminen maailma ei myöskään ole vapaa



http://users.fmg.uva.nl/lvanzoonen/main_open.html

viihdeyhteiskunnan logiikasta. Luennon on nykyään oltava visuaalisesti näyttävä ja luennoitsijan heittäydyttävä tilanteeseen, muuten opiskelijoiden huomio herpaantuu.

Kuinka perinteinen politiikka pärjää viihdeyhteiskunnassa?

– Jos yhteiskunnan viitekehystenä on pääasiassa viihde, on myös poliittisten instituutioiden mukauduttava tilanteeseen. Tilanne sotii niitä perinteisiä käsityksiä vastaan, joita meillä on kansalaisuudesta ja demokratiasta. Nyt esimerkiksi vaaleista on tullut tapahtumia, joihin otetaan osaa ja siirrytään sitten sujuvasti seuraavaan tilaisuuteen. Kuinka poliitikko voi

toimia tapahtumalogiikan mukaisesti hukkaamatta matkan varrella perimmäisiä näkemyksiään ja tavoitteitaan?

– Zygmunt Bauman on puhunut narikkayhteisöllisyydestä, joka kokoaa ihmiset naulakkojen äärelle vain hetkeksi ennen ja jälkeen spektaakkelin – kunnes taas on uuden tapahtuman aika. Kielikuva ei ole täysin vedenpitävä siinä mielessä, että julkisuuden henkilöt muodostavat oman melko tiiviin yhteisönsä, julkisuuselitit. Samat poliitikot, artistit ja vaikkapa urheilutahdet osallistuvat niin vaalivalvojaisiin kuin elokuvan ensi-iltaankin.

Tulisiko perinteisen politiikan siis ottaa mallia populaarikulttuurilta, esimerkiksi tosi-tv:ltä, kuten olet viimeisimmässä kirjassasi todennut? Toimisiko ”fanidemokratia”?

– Julkkiseliitin aikakaudella ei mielestäni ole ihme, että nykypäivän poliittista julkisuutta verrataan populaarikulttuurin ilmiöihin, esimerkiksi todellisuustelevision. Usein rinnastus tehdään kovin ironisin ja kyynisin äänenpainoin, joista voi päätellä, että kyseessä on varsin huolestuttava käänne. Toisaalta: mitä jos vaalit sitouttaisivat ja aktivoisivat ihmisiä yhtä voimakkaasti kuin todellisuustelevision fanejaan? Tosi-tv-yleisöistä oletamme tietenkin, että heitä kiinnostavat vain persoonat, eivät asiat, mutta fanit seuraavat tapahtumia, keskustelevat kiivaasti, tekevät päätelmiä ja muodostavat mielipiteitä. Emmekö halua kansalaisilta juuri tuollaista toimintaa?

– Ehkäpä demokratialla on kuin onkin jotain opittavaa todellisuustelevisionta. Brittiläinen asiantuntijaryhmä, *Hansard Society*, on jopa kartoittanut asiaa empiirisesti. Se teetätti haastattelututkimuksen, jossa kysyttiin *Big Brotherin* faneilta ja poliittisesti aktiivisilta kansalaisilta, olisiko tosi-tv:llä annettavaa politiikan käytänteille. Poliittikkaa aktiivisesti seuraavat olivat kysymyksestä kauhuissaan ja pitivät rinnastusta naurettavana. *BB:n* fanit puolestaan korostivat formaatin ja siihen osallistumisen läpinäkyvyyttä.

– Läpinäkyvyys on varmasti kynnyskysymys myös osallistumisessa perinteiseen politiikkaan. Tavallisten kansalaisten kannalta asiat ovat tulleet liian monimutkaisiksi, eikä heillä ole aikaa saati mahdollisuuksia ottaa itse niistä selvää. Ei siis ihme vaan pikemminkin järkeenkäypää, että osa kansalaisista vetäytyy täysin pois politiikan piiristä, osa taas etsii oikopolkuja ymmärtyseen keskittymällä asioiden sijaan poliitikkoihin. On helpompi yrittää arvioida politiikon persoonallisuutta, luotettavuutta ja aitoutta kuin hahmottaa politiikan alati monimutkaistuvaa luonnetta.

Olet myös kirjoittanut paljon sukupuolirepresentaatioista ja poliittisesta julkisuudesta. Kuinka viihdeyhteiskunta kohtelee naisia?

– Viihdeyhteiskunta ja politiikan kompleksisuus nostavat esiin teeman, joka kiinnostaa minua erityisesti feministisen mediatutkimuksen näkökulmasta. Kysymys on autenttisuuden kulttuurista, itsen esittämisestä ja naisuudesta. Niin *Big Brother* kuin monet muutkin esimerkit mediajulkisuudesta todentavat, että kulttuurimme odottaa julkisuuden valokeilassa olevilta tunteiden esille tuomista ja niiden reflektointia. Jos kykenet siihen, olet autenttinen.

– Kuitenkin autenttisuuden rakentaminen toimii huomattavasti tehokkaammin miesten kuin naisten hyväksi. Perinteisen vallan piirissä toimivat naiset kuten Hillary Clinton tai Angela Merkel näyttäsivät eliminoivan julkisesta kuvastaan tunteellisuuden ja yksityisen alueen miltei kokonaan. Tunteitaan ilmaiseva nainen, on hän sitten presidentti tai *Big Brotherin* kilpailija, tulkitaan näet heti stereotypian kautta: hän on heikko eikä osaa kontrolloida itseään. Tunteensa näyttävä mies taas on autenttinen, moderni ihminen, joka pystyy sekä rationaalisuuteen että tunteellisuuteen.

– Haluaisin tutkia autenttisuuden tuottamista lähemmin, sillä se kertoo paljon siitä, miten viihdeyhteiskunta toimii ja mitä odotamme julkisuuden henkilöiltä. Minusta näyttää siltä, että kuuluisuuksien tulisi käydä keskitietä, on kyseessä sitten tunteellisuus ja rationaalisuus tai feminiinisyys ja maskuliinisuus.

– Kiehtovaa on myös, miten metroseksuaalisuus David Beckham -ilmiöineen on muodikasta, mutta miten naisille ei ole tarjolla mitään vastaavaa. Oikeastaan päinvastoin: tällä hetkellä esiin nousee erilaisia ääri-feminiinisiä ilmiöitä, kuten vaikkapa gootti-alakulttuuri tai toisaalta muslimityttöjen hunnut. Onkohan niin, että kun miesten sukupuoliroolit ovat muuttuneet joustavammiksi, naisille on auennut vain kaksi tapaa rakentaa identiteettiä, joko ääriasiallinen tai ääri-feminiininen vaihtoehto.

Vastaako tämän päivän feministinen mediatutkimus viihdeyhteiskunnan asettamiin tutkimushaasteisiin?

– Feministisellä mediatutkimuksella on edelleen paljon työtä tehtävänä. Olen yhtäältä iloinen, että tieteenalalla on nyt oma joutaali. Se merkitsee sitä, että feministinen mediatutkimus on oma erikoisalansa siinä missä organisaatioviestintä tai poliittinen kommunikaatio. Toisaalta tämä tarkoittaa, että sukupuolen merkityksellistäminen tapahtuu omissa lokerossaan, ei niinkään yhtenä valtavirtaistettuna osana esimerkiksi poliittisen viestinnän tutkimusta.

– Feministisen mediatutkimuksen haaste on aina ollut kehittää omaa tutkimusala ja samalla tehdä muita aloja tietoisiksi sukupuolisidonnaisista kysymyksistä. Nyt näyttää siltä, että moinen kaksoistaakka on kadonnut – enkä välttämättä ole siitä pelkästään iloinen.

Et siis kannata erikoistumista?

– Lokeroituminen ja nurkkakuntaistuminen ei ole yksin feministisen tutkimuksen ongelma, vaan yleisempi ilmiö varsinkin anglo-amerikkalaisessa tiedemaailmassa. Olen siitä pahoillani ja näen sen jopa vaarallisena kehityksenä.

– Toisaalta olen kovin tietoinen siitä, miten vaikeaa monitieteinen tutkimus ja tieteiden välinen liikkuminen on. Kun teen mielestäni tutkimusta poliittisen kommunikation piirissä, kuulen usein kommentteja siitä, miten työni ei ole lainkaan poliittisen viestinnän tutkimusta. Kun taas teen gender-orientoitunutta tutkimusta, saan palautetta siitä, ettei lähestymistapani istu alan tutkimusperinteeseen.

– Jos lokeroitumisen välttely on vaikeaa minulle, se on sitä taatusti myös aloitteleville tutkijoille, väitöskirjan tekijöille. Kyse on tavallaan akateemisesta tuotteistumisesta: monitieteisyys on käymässä vähiin, koska julkaisupaineet ovat valtavat ja korkeasti rankatut jurnaalit erikoistuneita. Kapea-alaisuudella pääsee helpommalla.

Mitkä ovat yleisemmin mediatutkimuksen suurimmat harhakuvat?

– Mediatutkimuksen piirissä elää edelleenkin kaksi vanhaa harhaluuloa. Toinen on medioiden vaikutusten paisuttelu ja siihen liittyvät helpot toteamukset, malliesimerkkinä *Big Brotherin* kaltaisen monimediaalisen populaarikulttuurin ilmiön moraalisesti rappeuttavat vaikutukset nuorisoon ja yhteiskuntaan. Tällaista tulkintaa tapahtuu melko usein poliittisen viestinnän tutkimuksen piirissä, kun suuria kehityskaaria sysätään miltei täysin media-kentän tai tietyn viestimen kuten television syyksi. Toinen harhakuva tai yli-lyönti on edellisen vastinpari eli arkielämän ja aktiivisten yleisöjen resistanssin romantisointi. Kuinka ollakaan, nämä kaksi ovat usein törmäyskurssilla.

– Ymmärrän kummankin position lumon, sillä ne ovat selkeitä ja helppoja lähtökohtia. Paljon vaikeampaa on yrittää hahmottaa monimutkaista kontekstia ja löytää median tiettyjen voimauttavien vaikutusten edellytykset ja taustatekijät. Moinen tarina ei ole helppoa kerrottavaa, koska se ei ole koskaan tarpeeksi yleistettävää. Toki me tutkijat olemme kuin kaikki muutkin ihmiset ja kaipaamme selkeitä tarinoita, joihin samastua.

Entä mikä on tämän ajan suurin tutkimushaaste?

– Mediatutkimuksen tärkein tutkimuskohde on mielestäni ehdottomasti monikulttuurisuus. Toki kiinnostukseni on osaltaan kulttuurisidonnaista. Yhtäältä on olemassa alankomaalainen etnisen toleranssin tai jopa välinpitämättömyyden perinne. Toisaalta Hollannista on äärettömän nopeasti, muutamassa vuodessa, tullut hyvin polarisoitunut yhteiskunta. Haluan ymmärtää miksi.

– Teen tällä hetkellä paljon hallinnollista työtä ja siksi saan usein inspiraatioita opiskelijoitteni töistä. He tutkivat juuri nyt muun muassa sitä, kuinka etniset ryhmät käyttävät omia medioitaan sekä hollantilaista mediaa löytääk-

seen oman paikkansa hollantilaisessa yhteiskunnassa. Teema inspiroi, mutta myös huolestuttaa minua suuresti. En ole vakuuttunut siitä, että todellisen monikulttuurisuuden eteen tehdään riittävästi edes Euroopan unionin tasolla. Esimerkiksi EU:n tai eri maiden julkishallinnon palveluksessa ei juuri ole pohjoisafrikkalaista alkuperää olevia työntekijöitä. En usko, että ongelmaa on tiedostettu. Nykyään keskitytään niin paljon internetiin ja siihen, kuinka se edistää ja uusintaa demokratiaa. Ehkä, mutta lopulta edistetään vain rajatun eliitin osallistumisen mahdollisuuksia; heidän, jotka olivat aktiivisia ja kiinnostuneita jo alun perin.

Kuinka arvioisit Mediatutkimuksen päivien perusteella suomalaista alan tutkimusta?

– Oli ilo saada vieraillla Suomessa. Jatko-opiskelijaseminaari osoitti, että täällä on tahtoa sekä intellektuaaliseen reflektioon että empiiriseen tutkimukseen. Se yhdistelmä on mielestäni hiipumassa alankomaalaisesta viestinnän tutkimuksesta.

– Minua ilahdutti myös se, että Mediatutkimuksen päivät toivat takaisin käsittelyyn median ja rahan suhteen, sekä laajemmin yhteiskuntavastuun teemat viestinnän tutkimuksessa. Olen huomannut saman kriittisen kiinnostuksen myös opettaessani Oslon yliopistossa.

– Kun minua alun perin pyydettiin osallistumaan, ajattelin kieltäytyä, sillä media ja raha ei tuntunut lainkaan omalta teemalta. Hetken miettimisen jälkeen sain aiheen avulla uuden näkökulman *Big Brotheriin*: olin aiemmin keskittynyt yleisöjen kokemuksiin, mutta alustukseni laajensi perspektiiviä todellisuuden tuottamiseen osana viihdeteollisuutta ja kuluttamisen kulttuuria. Samoin David Hesmondhalgin oivaltava luento avasi uuden näkökulman tekijänoikeuksien tärkeyteen myös mediatutkimuksen aiheena.

– Lisäksi pidin siitä, että kulttuurispesifiset piirteet tulivat niin selvästi esiin päivien annissa. Kansainvälisissä konferensseissa pitäydytään aina yleisessä anglo-amerikkalaisuudessa ja oletetaan sen olevan normi. Suomalaiset mediatutkimuksen päivät muistuttivat minua kulttuurisidonnaisuudesta ja viestinnän tutkimuksen moninaisuudesta tieteenalana.