

Ikävän teorian metafora

Täsmälleen kaksikymmentä vuotta sitten *Tiedotustutkimus* julkaisi teemanumeron kulttuuriteollisuudesta tarjoten käännökset muun muassa Theodor Adornon ja Frederic Jamesonin artikkeleista. Leena Paldán totesi tuolloin pääkirjoituksessa, että käänносartikkelien tarkoitus on paitsi merkitä muistiin kulttuurikeskustelun historiaa tarjota ajankohtaiseen keskusteluun vielä osin hyödyntämättömiä aineksia ja virikkeitä. Sama kaksinainen motiivi on edelleen pätevä lehden julkaistessa tänään ns. Frankfurtin koulukunnan¹ joukkoviestintä- ja massakulttuuriajattelua olennaisimmillaan edustavan kulttuuriteollisuusesseen.

Kuusikymmentäluvulla uusvasemmistolaisuuden myötä länsimaiseen keskusteluun murtautunut ajatus kulttuuriteollisuudesta on ollut suomalaisessa viestintätieteellisessä julkisuudessa vähintäänkin ikävän teorian asemassa. Siitäkin huolimatta, että frankfurtilaisten voi selvästi nähdä monella tavalla kehittäneen nykyisen kulttuurintutkimuksen metodologista perustaa muun muassa osoittamalla, etteivät määrälliset menetelmät sellaisenaan sovi laadullisten suhteiden tutkimiseen. Frankfurtilaisten helmasynteinä on pidetty seikkoja, joihin Veikko Pietiläkin viittaa johdannossaan: teoreettinen monoliittisuus, tiukka kahtiajako korkeaan ja matalaan kulttuuriin sekä massakulttuurin näkeminen yksipuolisesti vain ideologisena ja kuluttajia passivoivana.

Esimerkiksi Raymond Williams ja muut Birminghamin koulukunnan jäsenet hylkäsivät marxilaisuudestaan huolimatta termin massakulttuuri liian elitistisenä, monoliittisena ja homogeenisena käsitteenä. Käsite paitsi halveksi ”massoja” ja niiden kulttuuria, myös häivytti näkyvistä ihmisten mahdollisuuden tulkita elokuvia ja televisiosarjoja vastahankaan ja käyttää niitä välineinä oman identiteettinsä rakentamiseen. Massakulttuurin tilalle lanseerattiin termi populaarikulttuuri, joka yhtäältä viittasi ”kansasta lähtöisin” olevaan työväenkulttuuriin, mutta toisaalta suurille yleisöille suunnatun kulttuurin, ennen muuta elokuvien, rock-musiikin ja television kuluttamiseen. Käsite hegemonia haastoi vaikuttavasti monoliittista ajatusta ideologiasta, joka yksipuolisesti vain alistaisi ihmiset median valtaan; hegemonian avulla oli mahdollista tutkia, miten erilaiset sanomamuodot (kuten ajankohtaisohjelmat) joko palvelevat status quota tai voimistavat ihmisen kykyä vastustaa sitä.

Birminghamin koulukunnan ajatuksista erottuva Screen-teoria puolestaan piti frankfurtilaisten tapaan populaarikulttuurin kaavoihin kangistettuja muotoja ideologisina. He vastustivat esimerkiksi saippuaopperoiden edustamaa realismia. Ajatukset tekstin muodon vallasta ovat kuitenkin hiljakseen väistyneet takavasemmalle kahdeksankymmentäluvulla Suomeen rantautuneen viestinnän symbolisia merkityksenantoja korostaneen tutkimuksellisen käänteen myötä. Brittiläisessä viestintätutkimuksen kentässä edelleen vahvana vaikuttava politekonominen suunta on jäänyt vähemmälle huomiolle populaarikulttuurin tutkimuksen painottuessa taloudellisten rakenteiden asemesta viestin merkityssisältöihin ja niiden kulttuuriseen vastaanottoon.

Meillä ehkä tunnetuin yhdysvaltalainen populaarikulttuurin tutkimuksen puoltaja, John Fiske, määrittelee "populaarin" siksi, mitä yleisöt tekevät kulttuuriteollisuuden tuotteilla ja tuotteista. Näin hän pyrkii antamaan käsitteelle edistysellisen sisällön. Frankfurtin koulukunnan ajattelua omassa teoretisoinnissaan hyödyntänyt Douglas Kellner puolestaan näkee fiskeläisen populaarikulttuurikäsitteen kantavan muassaan yleisöfetisismiä, toisin sanoen kuvitelmaa, että yleisö tai lukija yksin tuottaisi tekstin merkityksen. Puhumattakaan siitä, että se tuottaa hänestä vastarinnan ja mielihyvän palvontaa pitämällä mitä tahansa vastustukselta näyttävää käyttäytymistä ja mielihyvää sinänsä tavoiteltavana ilman, että vastarinnan ja mielihyvän muotoja eroteltaisiin toisistaan. Mielihyvähän voi olla yhteisön näkökulmasta tuottavaa silloin, kun sen hedelmät kantautuvat hedonismin asemesta esimerkiksi toisiin ihmisiin.

Kellner on pyrkinyt kehittämään omaa teoretisointiaan sekä kulttuuriteollisuuden kritiikistä että kulttuurintutkimuksen perinteestä ammentavan mediakulttuuri-käsitteensä kehyksessä. Meillä tunnetuin kulttuurituotannon taloudellisia ja symbolisia puolia metodologisesti yhdistävä teos ei kuitenkaan ole häneltä. Sen on kirjoittanut Mediatutkimuspäivillä pari vuotta sitten vierailut norjalainen Jostein Gripsrud: *The Dynasty Years: Hollywood Television and Critical Media Studies* (Routledge 1995). Gripsrudin teosta voi yhtäältä pitää nykyaikaisena kulttuuriteollisuuden kritiikkinä ja toisaalta vaikuttavana analyysinä ylikansallisen tuotteen vastaanotosta kansallisissa viestintäpoliittisissa suhdanteissa.

Kulttuuriteollisuuden kritiikki nousi voimallisesti esille angloamerikkalaisessa keskustelussa 1960-luvulla kytkeytyneenä uusvasemmistolaisen liikkeen nousuun. Mikään yhteiskuntaa tai kulttuuria koskeva teoria ei kuitenkaan ole vielä onnistunut vastaamaan kaikkia tyydyttävällä tavalla esimerkiksi siihen, miten pitkälle medioiden valta ihmismielissä ulottuu. Niinpä kulttuuriteollisuuden kritiikkikin kohtasi aikanaan haastajansa. Tästäkin huolimatta sillä voi olla vielä annettavaa aikalaiskritiikille. Veikko Pietilän johdattamana kulttuuriteollisuusesseen soisi avautuvan uudella vuosituhanellamme, jossa Adornon ja Horkheimerin kritisoima "välineellinen järki" näyttää porskuttavan ja voivan pidäkkeettömästi hyvin.

Viitteet

- 1 Veikko Pietilän Joukkoviestintätutkimuksen valtateillä (1997) on ansiokas johdatus Frankfurtin koulukunnaksi nimetyin, muitakin nimiä kuin Adorno ja Horkheimer kantavan tutkijajärjestyksen ajatteluun.