

## ”Joskus on kiva olla vähemmän aikuinen”

KULTTUURISEN MÄÄRITTELYVALLAN  
SIIRTYMÄT JA JULKISEN PUHUTTELUN AREENAT

Keväällä 2004 suomalaisia ilahdutettiin makeismainoksella, jonka viestinä oli: ”Joskus on kiva olla vähemmän aikuinen!” Mainoksen televisioversioissa aikuisiksi pyyntäytyneet lapset purskahtivat kesken totisten leikkiensä hersyvään maitohammashihitykseen. Jos valistus oli Kantille pääsemistä eroon itse aiheutetusta alaikäisyydestä, makeismainos korosti romantiikan tapaan sitä, että jokaisessa

Mediatutkijoille näyttää olevan tarjolla kaksi vaihtoehtoista tapaa hahmottaa yhteiskunnallisen hegemonian rakentumista. Habermasilaisessa demokraattisen julkisuusteorian traditiossa yksilöitä tarkastellaan järkeilevinä kansalaisina. Fiskeläisessä versiossa kulttuurintutkimukset yksilöt taas näyttäytyvät kuluttajina. Erittelemällä julkisuutta, meditoimista, kansalaisuutta ja kuluttajuutta koskevien keskustelujen päälinjoja ja ongelmia artikkelissa hahmotellaan joko–tai-asetelman sijaan sekä–että-mallia, jossa niin kansalaisuutta kuin kuluttajuutta koskevat näkemykset saatettaisiin hedelmälliseen keskinäiseen vuoropuheluun. Tätä havainnollistetaan konstruomalla hahmotelma suomalaisista julkisen puhuttelun areenoista, jonka avulla tutkimus voisi saada otetta myös ”vakavan” ja ”populaarin” julkisuuden nykyisistä suhteista.

meissä asuu pieni lapsi. Aikuista voi toki leikkiä ja siitä voi saada iloakin, mutta joskus on hyvä riisua tuo velvollisuuksien viitta hetkiseksi yltään, mainos opastaa. Paitsi leikki ja peli, myös tunnustus, tiittäminen, kilpailu, kohu ja skandaali leimaavat aikamme mediajulkisuutta. Tutkimuksessa nämä mediajulkisuuden muodot tulevat kuitenkin näkyviin hitaasti – jos ollenkaan.

Mediatutkimusta näyttää usein ohjaavan ajatus, että julkisuuden, kulttuurisen määrittelyvallan ja normittamisen kysymyksistä sekä hegemonioiden ja vastahegemonioiden rakentumisesta kiinnostuneille on tarjolla kaksi vaihtoehtoista lähestymistapaa.

Yhtäällä on demokraattisen julkisuusteorian traditio, joka tiivistyy Jürgen Habermasin (1962/2004) tutkimuksissa ja niiden kysymyksenasettelujen edelleen kehittäjissä. Tässä perinteessä yksilöitä tarkastellaan *kansalaisina* ja yhteisöjä järkeilevinä *julkisoina*. Vastapoolin habermasilaiselle perinteelle muodostaa kulttuurintutkimus, jossa yksilöitä tarkastellaan kulttuurin *kuluttajina* ja osana *kansaa*. John Fiskin (1989) medioita ja populaarikulttuuria koskevat tutkimukset nähdään usein tämän lähestymistavan ikoneina. Siinä missä edellinen traditio tarkastelee mediakulttuuria alueena, jossa talouden ja hallinnon intressit (kulttuuriteollisuudesta mediatalouden rakenteisiin ja politiikan voimasuhteisiin) häiritsevät ja kahlitsevat julkison suhteellisen autonomista järkeilyä (yhteiskunnallista merkityksenmuodostusta, päätöksentekoa), jälkimmäistä traditiota kuvataan mediapositiiviseksi uskoksi kuluttajien mahdollisuuksiin tuottaa erilaisia merkityksiä kahlituissakin konteksteissa. Usein näillä karikatyyreillä kuvataan myös modernin ja postmodernin asenteen eroja.<sup>1</sup>

Molempia vaihtoehtoja vaivaa käsittääksemme problemaattinen ymmärrys julkisuudesta, mikä palautuu julkisen ja yksityisen moninaisesti määrittäviin suhteisiin.

Kumpaakin niistä halvaannuttaa tässä yksinkertaistavassa vastakkainasettelussa myös vallan ja vastarinnan problemaattinen käsittäminen. Jotta mediatutkimus kykenisi nykyisen mediakulttuurin mielekkääseen ja kriittiseen ymmärtämiseen, sen täytyykin ylittää hegemoninen vastakkainasettelu kansalaisen ja kuluttajan välillä. Sekä kansalaisuus että kuluttajuus on ymmärrettävä samaan aikaan sekä vallanalaisiksi että valtaa tuottaviksi. Molemmat ovat niin toimijuuden kuin normittamisen kohteena olemisen asemia, ja molemmat koskevat sekä julkista että yksityistä näiden eri merkityksissä.

Erittelemme seuraavassa julkisuutta ja medioitumista, kansalaisuutta ja kuluttajuutta sekä julkisuutta ja yksityisyyttä koskevien keskustelujen päälinjoja ja ongelmia ja päädymme artikkelin lopuksi esittämään hahmotelman suomalaisista julkisista puhuttelun areenoista. Tarjoamme hahmotelmamme esimerkkinä lähestymistavasta, joka problematisoi mediatutkimuksen julkilausutut tai -lausumat strukturoivat vastakkainasettelut. Korostamme johtopäätöksissämme myös populaarijulkisuuden tutkimisen tähdellisyyttä.

## Mediajulkisuuden muutostarinat

Samalla kun puhe medioista lisääntyy ja media ymmärretään yhä useammin julkisuuden synonyymiksi, mediasta on vaikea saada otetta keskellä sen ristiriitaisia rakenteellisia ja laadullisia muutoksia.<sup>2</sup> Median rakenteellisiin muutoksiin liittyy joukko sisällöllisiä ja temaattisia prosesseja. Yhtäältä huomio kiinnittyy siihen, miten mediajulkisuus laajasti ymmärrettynä globaalistuu ja moninaistuu ja tarjonta kasvaa. Yleisöt sekä kasvavat että erilaistuvat (segmentoituvat) ja pirstaloituvat. Toisaalta mediaomistus keskittyy niin kansallisesti kuin globaalisti, ja kun mediasisältöjen kierrättämisestä (konvergensi, remediaatio) on tullut Suomessakin päivittäismedian tuttu piirre, mediatarjonnan on ajateltu yhdenmukaistuvan ja samanlaistuvan.<sup>3</sup>

Mediakentän ja -yleisöjen pirstaloituminen vihjaa yhtäältä siihen mahdollisuuteen, että julkisuus laajassa mielessä moniarvoistuisi ja monikulttuuristuisi. Saattaa kuitenkin olla, että julkisuus paitsi erilaistuu, myös riitautuu, polarisoituu ja hierarkisoituu.<sup>4</sup> Toisaalta esimerkiksi Suomessa kasvoi 1990-luvun kanavauudistusten ja yleisökilpailujen myötä puhe mediajulkisuuden popularisoinnista (vrt. van Zoonen 2004, 276), viihteellistymisestä ja draamallistumisesta, mutta myös sen yhdenmukaistumisesta muiden muassa taloudellisten paineiden alla. Pitkin 1990-lukua esitettiin väitteitä julkisuuden intimoitumisesta (Berlant

1997; Näre 1999). Julkinen keskustelu onkin yhä henkilöityneempää, ja Ruotsissa vuoden 1999 demokraatiaselvitys otsikoitiin nasevasti ”Politiikan medioituminen” (SOU 1999: 126; ks. myös Karvonen 1999). Todellisuustelevision suosion myötä faktan ja fiktion rajaa koetellaan ja hälvennetään edelleen (Hautakangas 2004) samaan aikaan kun laadun ja ”hyvän maun” määreitä kyseenalaistetaan ja muotoillaan uudelleen.

Näiden hypoteesien laadullinen tutkimus odottaa edelleen tekijöitään, mutta ohjelmistotutkijat ovat osoittaneet, ettei tv-tarjonnan kasvu Suomessa ole merkinnyt kokonaistarjonnan monipuolistumista (Hellman 2001, 201). Ohjelmistotutkimus osoittaa kuitenkin myös, ettei televisiokanavien lisääntyminen Suomessa ole lisännyt kanavien yhdenmukaistumistakaan (Aslama, Hellman & Sauri 2004, 126). Yhtä kaikki, niin Suomessa kuin myös esimerkiksi Britanniassa ja Ruotsissa julkisen palvelun radio- ja tv-toimintaa vaivaa rahoitus- ja legitimaatiokriisi. Toisaalta, kuten keskustelut Ylen radiouudistuksesta tai Pro Yleisö -liikkeestä osoittavat (ks. Helimäki, Pavas & Riuttu 2004), puhe julkisen palvelun luonteesta ja merkityksestä elää kiihkeänä.<sup>5</sup>

Näissä mediajulkisuuden muutostarinoissa ei ole kyse ”vain” mediasta itseltään vaan laajemmin talouden, yhteiskunnan, kulttuurin ja julkisuuden muutoksista – vallasta, kansalaisuudesta ja kuluttajuudesta.<sup>6</sup> Tämä käy selvästi ilmi, kun tarkastellaan television muuttumista kuvaavia jäsennyksiä: ne kaikki kertovat tarinan, jossa kansallisvaltioiden kontrollissa ja säätelyn alaisena oleva, suhteessa kansalaisuuden ideaaliin kuviteltu yleisö murentuu omaan identiteettityöhönsä keskittyneiden kuluttajien muodostamiksi osayleisöiksi, joita valtioiden asemesta ohjaavat markkinatrendit. Umberto Eco (1985, 167–186) kirjoitti 1980-luvulla siirtymästä paleotelevisiosta uustelevision: säädellystä ja yhdenmukaisesta julkisen palvelun televisiosta keskenään kilpailevien kaupallisten kanavien aikakauteen eli vähän katsottavan ajasta kanavasurffailun kauteen. Brittitelvisiota tutkineen John Ellisin (2000) tarkastelussa television historia niveltyy eksplisiittisesti kuluttajuuden historiaan ja kapitalismin eri vaiheisiin. Ellis nimeää vaiheet niukkuuden (*scarcity*), saatavuuden (*availability*) ja runsauden (*plenty*) aikakausiksi. (Mt., 45–50, 63–66, 162–171.) Tässä kehityksessä kansakunnaksi kuviteltu yhtenäisyleisö murenee erilaisiksi vähemmistöiksi ja kuluttajiksi, jotka tekevät ohjelmavalintoja osana identiteettityötään, ja televisionkatselu muuttuu yhteisöllisyyteen osallistumisesta erityisyyden osoittamiseksi. Samalla kun television kansalaiskatsojasta tulee kuluttaja, tarina kertoo myös julkisuuden muuttumisesta.

Samaa muutostarinaa kertoo norjalaisin esimerkein Trine Syvertsen (2004, 366–374), jonka analyysissä julkisen palvelun ytimessä oleva broadcasting-järjestelmä jäsentyy erilaisiksi yleisösuhteiksi. Siinä missä julkisen palvelun median kulta-ajan tapa puhutella katsojiaan ja kuulijoitaan kansalaisiksi ja demokraattisen yhteiskunnan jäseniksi tiivistyi luennon metaforaan, viihtymistä janoavan yleisön käsite hahmotti television show’ksi. Katsojien käsittäminen asiakkaisiksi ja kuluttajiksi taas liittyy ajatukseen televisiosta kauppana, ja uuden median vaikutuksesta syntynyt ajatus katsojista pelaajina hahmottaa median bileiksi, sosiaaliseksi tapahtumaksi.

Medioitumiskertomus on jännitteinen muutostarina: toisaalta julkisuus moninaistuu, moniäänistyy ja moniarvoistuu. Toisaalta muutos samaan aikaan merkitsee julkisuuden yhdenmukaistumista, yksiäänistymistä ja yksiarvoistumista. Liekö moninaistumista vaiko köyhtymistä, mutta arkisten havaintojemme mukaan media puhuu yhä enemmän mediasta. Medioituminen ei merkitse vain sitä, että aremme ja kokemusmaailmamme olisi yhä mediavälitteisempää, vaan se merkitsee myös sellaista median itseheijastelua (*itsereflexio* olisi tässä ehkä liian optimistinen ilmaus), jossa yhä suuremman osan median agendasta täyttää median itsensä kä-

sittely. Enää emme ole yksin radion sanomalehtikatsauksen varassa, vaan iltapäivälehtien lööpit viittaavat televisio-ohjelmiin ja synnytetty keskustelut jatkuvat sähköisen ja printtimedian nettisivuilla. Kasvava osa kulttuurisesta normittamisesta tapahtuu oletuksemme mukaan sitä kautta, että mediassa normitetaan toisia median toimijoita.

Todellisuusteleviatio on monessa mielessä kuvaava esimerkki siitä, miten media tuo monet aiemmin yksityisinä pidetyt asiat julkiselle alueelle. Samalla se arkistaa monia yleensä pyhinä pidettyjä alueita. Media tarjoaa kurkistusaukon, josta rahvas voi katsella eliittiä, lapset ja nuoret vanhempia, naiset ja miehet kuka ketäkin. Käynnissä on muutos, joka ravistelee julkisen ja yksityisen, poliittisen ja henkilökohtaisen, virallisen ja intiimin samoin kuin eliittikulttuurin ja populaarikulttuurin suhteita. Julkisuuden hahmoihin kohdistuva tarkkailu voi paljastaa sen suuren salaisuuden, että me ollaan taviksia kaikki, kun oikein silmin katsotaan. Sitä paitsi todellisuusteleviatioissa ja erilaisissa visailuissa tähtinä eivät enää ole vain julkkikset, vaan myös tavikset.

Eliitin paikka ja eliittiyhteisöjen suhteet muihin yleisöihin ovat monin tavoin muuttumassa. Kasvava osa laajoista yleisöistä on aiempaa vähemmän taipuvainen käyttämään aikaansa "poliittisten uutisten" seuraamiseen (Davis 2003, 671). Joukkotiedotuksen fragmentoituminen yhdistyy massapolitiikan fragmentoitumiseen, ja poliittisten puolueiden toimintaan osallistuu aiempaa vähemmän ihmisiä. Näissä oloissa laajan yleisön kiinnostuksen väheneminen poliittisia uutisia kohtaan ei olekaan yllätys. Eliittilähteet hallitsevat poliittisten uutisten tuotantoa, ja yhä suurempi osa poliittisesta julkisuudesta liittyy siihen, kuinka eliitit ovat julkisuudessa keskinäisessä neuvonpidossa ja myös konfliktissa.

Hallitukset, puolueet, työmarkkinajärjestöt ja yritykset pyrkivät yhä useammin käyttämään julkisuutta omien poliittisten ja taloudellisten päämääriensä ajamiseen. Tästä yhtenä merkinä on Aeron Davisin mukaan se, että tiedottajien määrä on nopeasti kasvanut Ison-Britannian julkisessa hallinnossa (mt., 677). Suuri osa näiden toiminnasta ei kuitenkaan tähtää vaikuttamiseen "suureen yleisöön", vaan toisiin, kilpaileviin eliittiryhmiin. Näin eliitit ovat sekä uutisten päälähteitä että niiden keskeisiä yleisöjä. Useiden brittitutkimusten mukaan esimerkiksi yritykset pitävät osakkeenomistajia, markkina-analyytikkoja ja valtion virkamiehiä tärkeämpänä yleisönä kuin valtavirtamediaa ja suurta yleisöä (mt., 674). Kehityksessä on eliitin suljettuja viestintäverkostoja. Tähän liittyy myös toinen tendenssi: toimittajille ja suurelle yleisölle julkaistua informaatiota pyritään rajoittamaan. Davisin haastattelema toimittaja kuvasi asiaa näin (mt., 678): "Jos julkisivusta tulee tärkeämpi asia kuin toimintalinjan muotoilusta, on selvää, ettei kiistoja haluta käydä julkisuudessa. Jos se, miltä asiat näyttävät, on avainasemassa, eikä se mitä saadaan aikaan, on joko tukahdutettava eriävät mielipiteet tai saatava erimielisyydet pois yleisön silmistä." Kaikki tämä on tietenkin yhteydessä ilmiöön, josta puhutaan politiikan epäpolitisoitumisena – sen näyttäytymisenä vaihtoehdottomuuden hallinnoinniksi.

Davisin väittämät rinnastuvat Anu Kantolan (2002; 2003) tutkimustuloksiin Suomen 1990-luvun talouskriisin poliittisesta hallinnasta. Kantolan tutkimissa haastatteluissa ilmeni, että päättäjät pitivät kansalaisia poliittisen järjestelmän häiriötekijöinä ja vaaleja "järkevän politiikan" kannalta riskaabeleina (Kantola 2003, 209–210).

Davisin johtopäätös on, että julkinen keskustelu merkittävistä kysymyksistä ja päätöksistä on heikkenemässä. Samaan aikaan valtaeliittien keskinäisestä ei-julkisesta keskustelusta on tulossa yhä tärkeämpää, ja julkisuuden hallinnasta eliitin avainkysymys (ks. Kantola 2003). Julkisuuden piiri siis kyllä laajenee privaattiin, mutta samalla "julkisen" itsensä julkisuus kaventuu ja privatisoituu. Myös niin

sanotuissa tunnustuksellisissa televisio-ohjelmissa tunnustaminen kohdistuu intii-meihin asioihin, ei esimerkiksi markkinavoimien toimiin tai eliittien keskinäisiin juonitteluihin.

## Kansa, kansalaisuus, kuluttajuus – ja kaunis elämä?

Puhe mediajulkisuuden muutoksista on keskeisesti puhetta markkinoitumisesta (esim. Nieminen & Pantti 2004, 22–25), mikä niveltää mediaa koskevan kertomuksen osaksi laajempaa kertomusta modernisaation etenemisestä. 1900-luvun sosiokulttuurista historiaa nimittäin kerrotaan usein kahden siirtymän kautta: ensin tapahtui siirtymä kansasta kansalaiseen (yksilöityminen), minkä jälkeen, kun yksilöityminen eteni edelleen, oli vuorossa siirtymä kansalaisuudesta kuluttajuuteen (markkinoituminen). Pasi Mäenpää (2004, 314) esittää, että "[p]oliittinen kansalaisuus yksilön julkisena suhteena yhteiskuntaan, valtioon, on muuntunut markkina-yhteiskunnalle ominaiseksi kuluttajuudeksi". Mäenpään mukaan markkinayhteiskunnan kuluttajuudessa on kollektivismin sitomaan kansalaisuuteen verrattuna kyse valinnoista: "Kansan valta on kehkeytynyt yksilöiden vallaksi liittyä yhteiskuntaan valitsemillaan tavoilla." Lisäksi hän kytkee – monien mediayhteiskunnan diagnostikkojen tapaan – kansalaisuuden muuttumisen kuluttajuudeksi viihteellistymiseen ja yksilöllistymiseen: "Edistys ja paremman elämän tavoittelu ovat nyt yksilön valintoja ja henkilökohtaisia hyvän elämän ehtoja." (Mt.)

Saksalaisen sosiologin Gerhard Schulzen mukaan (1997, 39) aikamme moraalinen diskurssi kiteytyy kahden aiheen vaiheille. Ne ovat *ottaminen* ja *hylkääminen/luopuminen*. Schulzen mukaan suuri osa moraalista diskursista on perinteisesti kiertynyt hylkäämisen/luopumisen teemojen ympärille. Moraaliset pyrkimykset ovat tähänneet ennen muuta kaikkinaisen kohtuuttomuuden estämiseen. Klassinen ilmaus tästä on ollut saarna. Omaa kieltään kertoo se, että "saarna" on alkanut tarkoittaa myös karikatyyriä moralisoinnista, joka pyrkii pilaamaan toisten ihmisen ilon. (Mt.) Ottaminen on näin Schulzen analyysin mukaan nykyään automaattisesti hyvää, kun taas hylkäämisen/luopumisen puolesta on esitettävä vakuuttavia argumentteja. Vuosittain vietettävä "Älä osta mitään" -päivä ei ainakaan toistaiseksi ole muuttunut populaariksi kansanhuviksi.

Kuluttajuuden nousua korostavien tulkintojen (ks. Sulkunen ym. 1997) rinnalla on esitetty teorioita nykyelämän kaikinpuolisesta estetisoitumisesta. Schulze (1992, 33) puhuu elämisyhteiskunnasta (*Erlebnissesellschaft*), jossa tarpeiden tyydytys sinänsä ei riitä, vaan tarpeiden tyydyttämisen tavat on alistettava "kauniin elämän" ideaalille – eikä tämä kauneus tule subjektiin ulkoa, vaan subjekti nimeää objektit ja tilanteet "kauniiksi" (mt., 39). "Kaunis elämä" merkitsee estetisoitunutta elämää, jonka taas voisi ajatella niveltävän osaksi kulttuurin kuvallistumisena tunnettua ilmiötä. Sen lisäksi "kaunis elämä" on ruumiillista. Jos kansalaisuus tuottajuuteen läheisesti liittyvänä kategoriana merkitsee suunnitelmallisuutta, mielihyvän lykkäämistä, osallisuutta sosiaalisessa järjestyksessä ja koordinoitua toimintaa, kuluttajuus on "tässä ja nyt" (Sulkunen 1997, 2). Jos ruumiista oltiin ennen kiinnostuneita *tuotavina* ruumiina, on nyt huomion kohteena *elämyksiä kokeva*, aistimellinen ellei peräti eroottinen ruumis. Kun kuntien kulttuurisihteeritkin puhuvat elämysten tarjoamisesta, voidaan ajatella, että tässä ja nyt tapahtuvasta *jouissancesta* on tullut nykykulttuurin keskeinen arvo. Kiinnostavaa ilmiössä on sekin, että elämysdiskurssi näyttää elävän sulassa sovussa työelämän raskautta ja yleistä epäviihtyvyyttä koskevan puheen kanssa.

Ottamisen suosiminen liittyy tietysti myös valinnanmahdollisuuksien kasvuun. Näissä oloissa niukkuuden ajoilta peräisin oleva vanha moraalisto-pelaaianinen

sanasto menettää vakuuttavuuttaan. Paradigmaattinen hahmo onkin nykyään Schulzen (1997, 42) mukaan "valitsija". Hän ei pyri vaikuttamaan siihen, mitä on saatavilla. Vaikuttaminen edellyttäisi vallitsevan tilanteen työstämistä, ehkä jopa pyrkimistä tilanteen muuttamiseen. Valitsija sen sijaan tyytyy pyrkimään hallitsemaan käsillä olevaa tilannetta. Niukkuuden oloissa ajattelu keskittyy sen arvioimiseen, kuinka tilannetta voisi parantaa. Monien vaihtoehtojen ollessa tarjolla ajattelu sen sijaan ei enää suuntaudu tilanteeseen ja sen muuttamiseen, vaan keskittyy subjektiin itseensä. (Mt., 43.)

Kuten modernisaatiotarinat yleensä, kansalaisuudesta kuluttajuuteen -tarinat ovat olemukseltaan kiihtyvän muutoksen ja rappiokehityksen kuvauksia ja tällaisina syvästi normatiivisia.<sup>7</sup> Medioitumistarina eri variaatioineen tuottaakin koko joukon vastinpareja, jotka näkökulmasta riippuen voidaan käsittää myös siirtymiksi, kehitykseksi parempaan – mutta yleensä huonompaan:

|                       |                   |
|-----------------------|-------------------|
| kansalaisuus          | kuluttajuus       |
| velvollisuus          | nautinto          |
| todellisuusperiaate   | mielihyväperiaate |
| niukkuus              | runsaus           |
| tarpeet               | halut             |
| eilen/tänään/huomenna | nyt               |
| jättää/hylätä/luopua  | ottaa             |
| me                    | minä              |
| yhteisöllisyys        | yksilöllisyys     |
| velvollisuudet        | oikeudet          |
| julkinen              | yksityinen        |
| tuottaja              | kuluttaja         |
| mieli                 | ruumis            |
| alamainen/toimija     | toimija           |

Kuten kaikki kaksinapaiset asetelmat, myös tämä määrittelee kriittisyyden rajat: kriittisyys on kriittisyyttä joko kansalaisuuden konstruktioita tai kuluttajuuden malleja kohtaan, mutta mitä tällainen suuri tarina lopultakaan kertoo mediaajakisuudesta moninaisuuksineen? Mitä tarina kertoo kulttuurisesta normittamisesta tai määrittelyvallassa tapahtuneista muutoksista? Ja onko kuitenkaan niin, kuten Jukka Relander (2000, 282) kirjoittaa, että "tulevaisuuttaan ennakoiva, itsestään ja toisistaan vastuuta kantava, elämäänsä suunnitteleva ja päämäärilleen lojaali persoonallisuus on käynyt harvinaiseksi"? Eikö vilkas keskustelu niin sanotusta kolmannesta sektorista tai tosi tarinat "arjen sankareista" näyttäisi viittaavan siihen, että vastuuta kantavia ja lojaaleja kansalaisia löytyy runsaastikin, kun jaksaa raaputtaa kulttuurin pintaa? Ja eivätkö samaan suuntaan viittaa myös toistuvat gallup tulokset, joiden mukaan ihmiset maksavat iloisesti veroja hyvinvointiyhteiskunnan nimissä ja pitävät elämänsä keskeisenä sisältönä perhettä, ystäviä ja työtä?

Pääministeri Matti Vanhanen toisti pian virkaanastumisensa jälkeen vision suomalaisesta yhteiskunnasta, jonka hän oli alkujaan kirjannut teokseensa *Vaikeita valintoja* (2002): "Suomen dynaamisen kehittämisen pitää nojata siihen, että yhteiskuntaa rakennetaan ahkeran, töistänsä pitävän, pihaansa siivoavan ja lastensa perään katsovan tavallisen suomalaisen elämää kannustaen. Jos siinä onnistutaan, riittävät yhteiset varat myös muista apua tarvitsevistä huolehtimiseen." (*Suomenmaa* 3.7.2003.) Onko topeliaaninen kansalaisuus edelleen keskeinen normittamisen mittapuu? Mitä tapahtui oletetulle kuluttajuuden keskeisyydelle?

## Järkelevä julkiso

Julkisuus laajassa mielessä ymmärretään niin arki- kuin tutkimuspuheessa ”yhteiskuntarakenteelliseksi tilaksi, jossa kansalaiset voivat käsitellä yhteisiä asioitaan” ja ”areenaksi, jossa erilaiset yhteiskunnalliset näkökulmat kamppailevat”, kuten Kaarina Nikunen (2003, 79) hiljattain tiivisti. Määritelmässä kuuluu Jürgen Habermasin (2004) teoria porvarillisesta julkisuudesta, jossa kansalaiset järkeillen keskustelevat yhteisistä asioistaan. Tällaisen julkisuuskäsityksen implikoima kansalainen ei ole kuluttaja, vaan hänet on pikemminkin suojattu kaupallisuudelta ja viihteellisyydeltä (Pietilä 1999). Muotoilu on lähellä Laurie Ouelletten (1999, 62) analysoimaa yhdysvaltaisen julkisen palvelun television sisältämää ymmärrystä katsojuudesta ”hyvänä kansalaisuutena”, jonka journalistisen professionalismin, järkeilyn, kohteliaisuuden ja etäännyttävän objektiivisuuden vaatimukset tuottavat (ks. myös Ang 1991, 21). Perinteinen joukkoviestinnän tutkimus onkin paljolti rakentunut ”polis-kansalaisuuden” (Kantola 2003, 211) ihanteelle, jolloin kansalaisuus on ymmärretty osallistumiseksi ja politiikka keskusteluksi julkisesta päätöksenteosta (Syvertsen 2004, 366–368).

Jos julkisuus muuttuu – markkinoituu, medioituu, viihteellistyy ja niin edespäin – onko kansalaisuutta suojeltava medialta tai *aitoa* julkisuutta *väärältä*? Media-*maiseman* muutokset ja erityisesti visiot tietoverkkojen mahdollisuuksista uudenlaisten julkisuuksien rakentajina ovat innoittaneet suomalaiset tiedotustutkijat (Pietilä, Ridell, Kunelius & Heikkilä 1999; Pietilä 1999; Ridell 1999) esittelemään uudissanan ja -käsitteen *julkiso*, jolla pyritään tavoittamaan englanninkielisen *public*-sanan ei-medialähtöisiä ulottuvuuksia. Siinä missä *yleisön* käsitteen nähdään viittaavan median yksisuuntaisesti määrittämään, yhteiskunnallisen eliitin keskenään käymiä keskusteluja seuraavaan ja mediasanomiam vastaanottavaan massaan, julkison käsitteellä halutaan korostaa kansalaisuutta, joka toimii mediajulkisuuteen päin, siis aktiivista, aloitteellista ja omaehtoista kansalaiskeskustelua ja -toimintaa. Samalla kun käsite peräänkuuluttaa ruohonjuuritason aktivismia ja visioi kansalaisuutta eliitin rinnalla aloitteellisena julkisuuden osapuolena, se visioi yhteisöllisyyden muodon, jota eivät määrää organisaatiot, säännöt tai ideologiat, vaan akuutit ongelmat ja kysymykset, jotka vaativat ennakkoluulottomia ratkaisuja. (Ruoho & Ridell 2003; Ridell 1999; Ridell 2004.)

Yleisön ja julkison erottelu ei ole selvä ja ongelmaton, mutta julkisokeskustelu on osa kansalaisuudesta käytävää keskustelua, jossa eksplikoidaan *hyvän kansalaisen* ja *hyvän julkisuuden* normeja. Erottelu kertoo myös siitä, miten vaikeaa oikeuksien, velvollisuuksien ja tarpeiden sanastolle rakentuvassa, julkisuutta ja kansalaisuutta koskevassa keskustelussa on käsitteellistää affekteja, haluja, ruumiillisuutta, viihtymistä tai kuulumista. Poliittisena, sosiaalisena ja taloudellisena ymmärretyin kansalaisuuden rinnalle onkin viime vuosien keskustelussa nostettu *kulttuurisen kansalaisuuden* käsite. Graham Murdockin (1999, 11–12) jäsenyyksessä kulttuurinen kansalaisuus liittyy ”kulttuuriin oikeuksiin” saada informaatiota, kokemuksia, jäsentynyttä tietoa ja päästä osallistumaan. Joke Hermesin (2000, 363) analyysissä käsite taas liittyy läheisesti identiteettipoliittikkaan: erilaisten ryhmien ja identiteettien ”oikeuteen” tulla julkisiksi, esitetyiksi ja näkyviksi. Toby Miller (2001, 2–4) puolestaan näkee kulttuurisessa kansalaisuudessa olevan kyse kulttuuristen jatkumojen tuottamisesta ja ylläpitämisestä monikulttuurisissa ja globaalistuneessa maailmassa kasvatuksen, tapojen, kielen ja uskonnon samoin kuin yhteisten merkitysten ja normien kautta (ks. myös Stevenson 2003; Rowe 2004, 383). Anne Cronin (2002, 307–308) on lähestynyt kysymystä osoittamalla, miten poliittisen kansalaisuuden, kulttuurisen kuulumisen sekä kuluttamisen diskurssit ovat kiertyneet toisiinsa Euroopan Unionin erilaisissa policy-dokumenteissa.

Näissä puheenvuoroissa kansalaisuuden käsitteen alaa laajennetaan samalla kun sen ulosulkevaa ja erottelevaa voimaa kyseenalaistetaan. Kuten Cindy Patton ja Robert L. Caserio (2000, 1) johdannossaan *Cultural Studies* -lehden teemanumeroon kysyvät: "Mitä on hyvä kansalaisuus? Kuka sen omistaa, määrittää ja myöntää? Kuka pääsee osalliseksi sen statuksesta ja toimijuudesta? Kenen tulisi päästä?" Globaalistuvassa maailmassa kansalaisuuden ja ei-kansalaisuuden erottelu niveltyy omistamisen/ei-omistamisen, työllisten/työttömien, sukupuolien, etnisyyksien ja kansallisuuksien erotteluun tavalla, joka pakottaa – tai jonka ainakin tulisi pakottaa – arvioimaan uudelleen habermasilaisen julkisuuskäsityksen perintö mediatutkimukselle. (Ks. myös Kantola 2003.)

Kansainvälisesti ajatellen kansalaisuus on 1990-luvulla noussut suosituksi tutkimuskysymykseksi juuri suhteessa tähän siirtymään: Onko julkisen keskustelun ytimessä sosiaalisen ja poliittisen tasa-arvon sijaan kysymys identiteettien ja erojen esittämisestä, edustamisesta ja tunnistamisesta? Onko keskustelu kansalaisuudesta Suomessakin yhä enemmän keskustelua normeista, ei niinkään poliittisista oikeuksista? Kuten Harvardin yliopistossa helmikuussa 2004 pidetty symposium kysyi, "onko kansalaisuus nykyään yhtä paljon kulttuurinen velvollisuus kuin poliittinen oikeus?"<sup>8</sup>

Michael Warner on teoksessaan *Publics and Counterpublics* (2002) ehdottanut habermasilaisen julkisuuskäsityksen päivittämiseksi, että julkisuutta (*public*) tulisi ajatella *sosiaalisen mielikuvituksen* muotona, eräänlaisena fiktiona, sillä julkisuudessa on aina kyse sosiaalisista ja kulttuurisista suhteista. Kun ajattelemme kuuluvamme tiettyyn yleisöön/yhteisöön tai osaksi tiettyä julkisuutta, ajattelemme itsemme tietynlaisiksi henkilöiksi, jotka elävät tietynlaisessa yhteiskunnassa. Yleisöön tai julkisuuteen kuuluminen tarkoittaa tiettyjen viestimien ja median lajityyppien käyttöä, osallisuutta tietyssä arvoperspektiivissä ja tietynlaisessa kieltä koskevassa ymmärryksessä (*language ideology*). Näin julkisuus on markkinoinhin tai kansaan rinnastuva kulttuurinen muoto. Julkisuus ei ole itsestään selvä sosiaalinen olio, vaan se syntyy ja jäsentyy toistuvissa puhutteluissa. Samalla nuo puhuttelut asettavat sen aina uudelleen kyseenalaiseksi: millainen julkisuus/yleisö tämä oikein on? (Warner 2002, 10–11.)

Siinä missä "järkeilevän julkison" käsite olettaa valistuksen itseidenttisen subjektin, Warner (1992, 377–379) on kiinnittänyt huomiota subjektiuden kahdentumiseen: "julkisuuden subjekteina – kuulijoina, puhujina, katsojina ja tekijöinä – meillä on erilainen suhde itseemme, erilainen affekti, kuin muissa yhteyksissä". Warnerin mukaan julkisen subjektiuden kokemusta voidaan kuvata niin universaaliksi transsendenssiksi, ideologiseksi tukahduttamiseksi, utooppiseksi toiveeksi, skitsokapitalistiseksi huimaukseksi kuin yksinkertaiseksi eri rekisterien käytöksikin, mutta yhtä kaikki julkisuuteen osallistuminen merkitsee asettumista itseä ja toisia koskevaan *imaginaariseen* suhteeseen. Näin ollen julkisuus on monimääreinen ilmiö, joka ei koskaan palaudu vain siinä esittäytyvään informaatioon, keskusteluihin ja tahdonmuodostukseen, vaan jossa on läsnä myös subjektin suhde omaan itseensä.

Myös mediatutkija Daniel Dayanin (2001, 744–745) mukaan englannin kielen termi *public* edellyttää hienosyistämistä. Dayan korostaa, että "public" on sekä substantiivi (yleisö) että adjektiivi (julkinen). Hänen mukaansa adjektiivinen ulottuvuus on erityisen keskeinen: julkisuuteen ei liity ainoastaan se, että itse näkee, vaan siihen kuuluu olennaisesti myös se, että tulee itse nähdyksi. Jokainen julkisuus suhteutuu toisiin julkisuuksiin, jotka näkevät sen. Dayanin ajatus monisyistä keskustelua kansalaisuudesta: kansalaisuus ei ole vain osallisuutta politiikkaan ja päätöksentekoon, vaan siinä on kyse myös tunnistamisesta, tunnustetuksi tulemisestä ja kuulumisesta erilaisiin me-yhteisöihin. Ketkä ja mitkä julkisot, yleisöt ja julkisuudet ovat näkyviä ja miten?



Nick Couldry ja Sonia Livingstonen mediakäyttöä selvittävässä tutkimuksessa polis-kansalaisuuden normatiiviset piirteet ovatkin kyseenalaistuneet. Ne eksplisiit-  
tisesti hyläten Couldry (2004, 25) tiivistää, ettei julkisuudella ole annettua muotoa  
ja laatua: hän jäljittää ”tuottavia kuluttajia” ja ”hajamielisiä kansalaisia”. Couldry  
ja Livingstone *eivät* oletta, että muodolliset politiikan areenat, kansalliset liittymät  
tai tietyt mediat ovat muita julkisuuden areenoja tärkeämpiä. He eivät myöskään  
oletta, että saatavilla olevat mediat merkittävästi vaikuttaisivat ihmisten kokemuk-  
seen omasta niveltymisestään osaksi laajempaa julkisuutta – he eivät edes oletta,  
että ihmisillä välttämättä on mitään tuollaista julkisuuden kokemusta – tai että  
heillä *tulisi* olla mainitun kaltaisia kokemuksia. (Mt.) Samalla tavalla habermasi-  
laista julkisuuden, median ja kansalaisuuden hierarkkista ja normatiivista kytköstä  
purkaa Liesbet van Zoonen (2004) esittäessään, että televisio-ohjelmien tai tähtien  
ympäriille rakentuvat faniyhteisöt noudattavat monessa suhteessa samoja periaat-  
teita kuin poliitikkojen, puolueiden tai ideologioiden ympärille konstituoituvat  
poliittiset ryhmät – ja päinvastoin.

## Monet julkisuudet

Mediatutkimuksen puheavaruuksissa kansalaisuus ja kuluttajuus tulevat usein ar-  
tikuloiduiksi siten, että kansalaisuus kytkeytyy siihen mikä on ”julkista”, kun taas  
kuluttajuus niveltyy siihen, mitä pidetään ”yksityisenä”. Näissä artikulaatioissa  
kaikuvat tietenkin moderniteetille ominaiset jaot julkisiin valtioon ja kansalaisyhtei-  
teiskuntaan ja privaattiin talouteen. Kun väittämän mukaan yksityinen muuttuu  
yhä julkisemmaksi ja julkinen taas privatisoituu, kuluttajuus näyttäisi valtaavan jo  
hallitsemansa yksityisen alueen lisäksi kasvavasti myös julkisen piirin.<sup>9</sup>

Vaikka 1900-lukua luonnehti huoli valtion ja markkinoiden vallasta yksityiselä-  
mään nähden ja vaikka tämä huoli nyt näyttää kääntyneen huoleksi julkisuuden  
rapautumisesta ja privatisoitumisesta, Mimi Sheller ja John Urry (2003) ovat esit-  
täneet, että privaatin ja julkisen suhteita on tarkasteltava monimääritteisinä. Kun  
mediatutkijat – kuten myös me edellä – käyvät aina vain keskustelua julkisuuden  
katoamisesta, esittävät Sheller ja Urry, että julkisuuksien ja privaattien muutokset  
ovat moninaisia ja monensuuntaisia. Ensimmäinen ymmärrys yksityisestä ja jul-  
kisesta rakentuu valtion ja markkinoiden, julkisten ja yksityisten *intressien* – tai  
sektorien – väliselle vastakkainasettelulle. Toisessa jäsenyyksessä kyse on *sfäärien*  
erottelusta: yhtäällä nähdään valtio ja järjellisen alue, toisaalla kansalaisyhtei-  
skunnan, perheen ja taloudellisten suhteiden alue, jota luonnehtivat moraali ja solidaa-  
risuuden ihanne. Kolmannessa, tilallisessa ja toiminnallisessa hahmotuksessa on  
kyse konkreettisten julkisten ja yksityisten *tilojen* tai julkisen ja yksityisen *elämän*  
välisestä erottelusta: politiikan areenoiden, työpaikan, kirkkojen ja koulujen suh-  
teesta perheen, henkilökohtaisen, ruumiillisen, intiimin ja yksilön sisäisen elämän  
kotoisiin alueisiin. Neljännessä jaottelussa julkisuus on synonyyminen *mediajulkis-  
suudelle* ja ”paljastumiselle”; yksityisyys taas tarkoittaa oikeutta olla julkisuuden  
ulkopuolella. (Mt., 108–113.)

Shellerin ja Urryn tapa tarkastella yksityistä ja julkista sysää liikkeeseen tavan  
ajatella mediaa tilallisesti: voiko julkisuutta jäsentää dikotomisesti yksityisen ja  
julkisen tai eliitin ja populaarin kategorioilla? Julkisuus/julkiso onkin syytä käsit-  
teellistää uudelleen. Jos julkisuuksia on tähän mennessä tarkasteltu voittopuoli-  
sesti itseensä rajoittuvina säiliöinä (”sfäärihän” tarkoittaa palloa ja piiriä, joilla  
kummallakin on selkeät rajansa), on niitä aika tarkastella suhdekimppuina. Säiliö-  
mäinen julkisuus nähdään autonomiseksi, kohtalaisen pysyväksi ja merkityksensä  
omasta itsestään saavaksi olioksi. Julkisuus suhteiden kimppuna sen sijaan avaa

uuden kohteen, joka ei ole muusta riippumaton eli autonominen vaan riippuvainen eli *heteronominen*. Suhdekimpuna julkisuudet eivät saa identiteettiään omasta itsestään vaan suhteistaan muihin julkisuuksiin ja muuhun sosiokulttuuriin elämään. Niillä ei ole niistä itsestään lähtöisin olevaa perimmäistä luonnetta, vaan niiden identiteetit muotoutuvat jatkuvassa neuvottelussa toisten kanssa. (Ks. säiliön ja suhdekimpun metaforista Lehtonen 2004, 12–14.)

Shellerin ja Urryn esille nostamat erottelut korostavat entisestään julkisuuden käsitteen monikerroksisuutta – ja myös sen hierarkkisuutta – sekä sen implikoiman kansalaiskäsityksen ulosulkevuutta. Michael Warner esimerkiksi kiinnittää huomiota julkisuuden retorisiin muotoihin ja niiden eroihin erilaisissa virallisissa, populaari- tai ”massakulttuurisissa” ja alakulttuurisissa konteksteissa. Hän nimeää *ruumiillisuuden* keskeiseksi eroksi virallisen ja ”massojen” kulttuurien välillä. Siinä missä niin kutsuttua porvarillista julkista sfääriä on luonnehtinut tietty ruumiittomuus ja abstraktius, ”massakulttuurinen” julkinen sfääri esittäytyy juuri ruumiillisiksi kuviksi, jotka ovat näytteillä kaikissa mediakonteksteissa. (Warner 1992, 382, 385.) Erottelu heijastelee länsimaista sukupuolieron historiaa: julkisuuden olettamana kansalaisen normina on ruumiittomaksi, sukupuolettomaksi, ”rodottomaksi” ja seksittömäksi merkitty valkoinen, keskiluokkainen heteromies. Siinä missä porvarillinen julkisuus keskittyy rationaaliseen normikansalaiseen, ”massakulttuuri” spektakelisoi normin kääntöpuolen – ruumiinsa, sukupuolensa ja seksuaalisuutensa kautta läsnä olevat naiset (erityisesti naisvartalat), seksuaaliset tai ”rodulliset” toiset. Erottelu toistaa järjen ja ruumiin samoin kuin järjen ja affektien vastakkainasetteluja.

Julkisuuden käsite siis niveltyy kansalaisuutta koskeviin sukupuolittuneisiin käsitteisiin. Kuten Habermasin julkisuusteorian feministiset kriitikot (esim. Fraser 1992) ovat korostaneet, naiset ovat voineet perinteisesti päästä porvarilliseen julkisuuteen vain äiteinä ja kasvattajina, tosin vain yksityisen alueelle liittyvissä kysymyksissä. Näihin rooleihin vedoten naisille on peräänkuulutettu kansalaisen statusta eli oikeutta julkiseen keskusteluun ja poliittiseen vaikuttamiseen niin republikaanisessa (*civic-republican*) kuin kommunitaristisessa kansalaisuuskeskustelun perinteessä (Bussemaker & Voert 1998). Naisten näkyvyys on viime vuosikymmeninä lisääntynyt myös ammattien ja virka-asemien edustajina porvarillisen julkisuuden piirissä. Liberalistisen, tasa-arvoa korostavan kansalaisuusikäsitteen pohjalta taas on esitetty vaatimuksia niin naisten kiintiöimisestä (enemmän naisia esimerkiksi television tuottamaan julkiseen keskusteluun) kuin heidän positiivisesta erityiskohtelustaan (naisiasiantuntijoiden käyttäminen myös talous- ja ulkopoliittikkaa koskevissa keskusteluissa, ei vain sosiaali-, terveys- ja koulutusksymyksissä). Jälkimmäiseen periaatteeseen vedoten tosin voidaan perustella myös miesruumiin ja miesseksuaalisuuksien ”tasa-arvoista” spektakelisoimista ”massakulttuurisessa” julkisuudessa.

Jos klassinen porvarillinen julkinen sfääri puhutteli rationaalisia (mies)kansalaisia, ”massakulttuurisessa” julkisessa sfäärissä kuluttajuus toimii keskeisenä viitepisteenä. Siinä missä klassinen porvarillinen julkisuus oli eksklusiivista, on ”massakulttuurinen” kapitalistinen julkisuus inklusiivista – ainakin imaginaarisesti. Angloamerikkalaiset feministitutkijat ovat osoittaneet, miten naiset olivat kuluttajina (toisin kuin kansalaisina) puhuttelun kohteina jo 1900-luvun alusta saakka. Tästä ”habermasokismista” (Dean 1999, 162) vapauttavasta oivalluksesta ponnistaen feministinen mediatutkimus onkin 1970-luvulta saakka pyrkinyt horjuttamaan kapeaa julkisuus-, politiikka- ja kansalaisuusikäsitystä suuntautumalla populaareihin, myös ja erityisesti naisyleisöjä puhutteleviin mediateksteihin (esim. Brunson, D’Acci & Spigel [toim.] 1997). Siinä missä kansallinen valtajulkisuus ei Yhdysvalloissa tai Isonsa-Britanniassa historiallisesti tunnustanut naisia – ja muita kapeasta ihanne-

kansalaisen mallista ulos suljettuja ryhmiä – kansalaisiksi tai edes määrittänyt monia elämäntilanteita julkiseen ja poliittiseen keskusteluun kuuluviksi, markkinat ja populaarijulkisuus tunnistivat heidät kuluttajina.

Jako miehiseen julkiseen ja naisiseen privaattiin on monin tavoin tunnistettava myös Suomessa. Kuinka moni suomalainen julkisuustutkija on esimerkiksi ollut kiinnostunut naistenlehdistä julkisuuden areenana? (Ks. kuitenkin Kivikuru 1996.) Vaikka laajoille naisyleisöille myytävät kuluttaja-kansalaisen mallit ja ihanteet ovat kiisteltyjä, sukupuolen näkökulmasta kansalaisen ja kuluttajan vastakkainasettelu ei ole lainkaan ongelmaton. Kun pohditaan julkisuutta identiteettien rakentamisen alueena, kansalaisen ja kuluttajan erottelun ongelmallisuus korostuu.

Puhe julkisuudesta tai sen muutoksista on siis aina puhetta vallasta, hallinnasta, sisään- ja ulossulkemisesta – ja normeista. Yhdysvaltalaisessa julkisessa keskustelussa on juuri tässä suhteessa nähty suuria muutoksia, ja keskustelu käy hyvänä esimerkkinä siitä, mitä pidetään tärkeänä ja keskeisenä. Esimerkiksi presidentti Clintonin ”seksiskandaali” tai Bushin jo toisissa vaaleissa menestyksekkäs sota abortteja ja homoavioliittoja vastaan osoittavat, että yksilöä, seksuaalisuutta ja perhettä koskevat eettiset ja moraaliset kysymykset ovat nousseet kansallisen ja kansainvälisen poliittisen elämän keskiöön. Intiimistä elämästä on tullut julkisen elämän keskeinen alue, väittää kulttuurintutkija Lauren Berlant (1997, 3–10). Linda Nicholson (1999) puolestaan kirjoittaa julkisuuden emotionaalitumisesta: samalla kun järjestä on tullut yhä vähemmän julkista, tunteesta on tullut yhä julkisempaa. Riitta Jallinojan (2000, 182) mukaan yksityiselämä saattaa tämän seurauksena olla hajoamassa kahteen osaan, julkiseen ja yksityiseen: ”Julkinen yksityiselämä näkyy mediassa yksityisen pysyessä yleisön katseelta piilossa.” Ehkä yksityiselämä on aiemminkin jakautunut kahteen tai useampaan osaan, mutta uutta tässä on varmasti julkisen yksityiselämän aiempaa laajempi *kantama*.

Monet aikalaisdiagnostikot tulkitsevat intimisoitumiskehitystä viihteellistymiseksi ja pinnallistumiseksi. Esimerkiksi Zygmunt Bauman valittaa teoksessaan *Notkea moderni* (2002, 49) ”julkisen mielenkiinnon” redusoitumista uteliaisuudeksi, joka kohdistuu julkisten hahmojen yksityiselämään sekä julkisen elämän muuttamista yksityiselämän esittelyksi ja yksityisten tunteiden julkiseksi tunnustamiseksi. Linda Nicholson (1999, 145 eteenpäin) sen sijaan tarkastelee ”terapeuttiseksi käänteeksi” nimeämäänsä muutosta yhdysvaltalaisen poliittisen elämän demokratisoitumisena. Poliitiikan tutkija Jodi Dean (1999, 161–164) puolestaan on kääntänyt juuri Clinton–Lewinsky-”skandaalin” esimerkiksi, jolla hän kritisoi habermasilaisen julkisuuskäsitteen romantisoimista. Deanin mukaan ”seksiskandaalin” paljastaminen, käsitteleminen ja tuomitseminen ovat irvikuva habermasilaisen julkisen sfäärin ytimessä olevasta paljastamisen logiikasta. ”Yleisöllä on oikeus tietää” -periaate yhdistää hänen mukaansa niin habermasilaista julkisuutta kuin nykypäivän kaupallisia medioitakin, jotka molemmat rakentuvat salaisuuksien ja niiden julkittomisen väliselle dynamiikalle.

Toisin kuin Baumanilla, Lauren Berlantin ja Michael Warnerin (1998) luennassa julkisuuden intimisoitumisesta ei ole kyse rapautumisesta modernisaatiotarinan mielessä. He pikemminkin korostavat tällaiseen julkiseen intiimiä koskevaan keskusteluun sisältyvää hallinnan pyrkimystä. Berlant ja Warner nimittävät kansalliseksi heteroseksuaalisuuden kulttuuriksi prosessia, jossa ”puhdas kansalaisuus” määritetty moitteettomaksi käytökseksi ja perhemuotoon palautuvaksi kuuluisen tunteeksi. Heteroseksuaalinen kulttuuri saavuttaa asemansa juuri intiimiteettiin liittyvien ideologioiden ja instituutioiden avulla. Näitä ideologioita ja instituutioita tarjotaan ”hyvän elämän visioina” subjektiviteettien vakauttamiseksi (mt., 553). Intimisoitumiskeskustelu onkin hyvä muistutus paitsi julkisen ja yksityisen myös kansalaisuuden historiallisesti muuttuvista ja liukuvista rajoista.

Polis-kansalaisuuteen tai habermasilaiseen julkisuuskäsitykseen (edes modifioituna) sitoutuva ymmärrys mediajulkisuudesta ei tunnista intimisoitumista edes relevantiksi kysymykseksi.

## Ergo!

Kansalaisuutta ja kuluttajuutta ei voida tarkastella joko-tai-asetelmasta lähtien. Päinvastoin: jotta voimme ymmärtää sen kuinka niin kansalaisuus kuin kuluttajuuskin rakentuvat, on niitä tarkasteltava sekä-että-mallin avulla, *aina jo suhteessa toisiinsa rakentuvina* (ja historiallisesti vaihtelevina) *konstellatioina*. Jos kansalaisuutta ja kuluttajuutta ei keskusteluteta toistensa kanssa, ei mielestämme voi kohdallisesti tavoittaa sen enempää julkisuuden, kansalaisuuden kuin kuluttajuudenkaan nykyistä rakentumista – kansalaisuuden yksityistyminen ja kuluttajuuden julkistuminen mukaan lukien.

Tämä asettaa haasteita paitsi Habermas-lähtöiselle julkisuuden tutkimukselle myös kulttuurintutkimuksesta tutulle optimistiselle tavalle tarkastella kulttuuristen tuotteiden kuluttamista toimijuuden muotona. Kulttuurintutkimuksessa kuluttajuutta on alettu käsitteellistää toimijuuden näkökulmasta, mutta haluamme korostaa, että kuluttajuutta ja siihen sisältyvää toimijuutta tulee tarkastella nimenomaan suhteessa kansalaisuuteen. Yhtä vähän kuin kansalaisuutta voi ymmärtää irrallaan sen jännitteisestä suhteesta kuluttajuuteen, voi kuluttajuutta hahmottaa vain sen itsensä rajoissa.

Jos habermasilainen subjekti on järjen valtaistama, kulttuurintutkimuksen tarkastelemaa kuluttajaa voimaannuttavat nautinnot. Ongelmana kummassakin lähestymistavassa on se, että kukaan ei ole sen enempää puhdasta järkeä kuin puhdasta haluakaan. Jos nämä kaksi puolta leikataan irti toisistaan, ei päästä tarkastelemaan kansalaisuuden ja kuluttajuuden ja kumpaankin sisältyvän samanaikaisen toimijuuden ja alamaisuuden rakentumista *vuorovaikutuksessa toinen toisensa kanssa*. Demokraattisen julkisuusteorian täytyy ottaa huomioon ruumis ja mielihyvä, ja kulttuurintutkimuksen täytyy kiinnostua kuluttajuudesta paitsi toimijuuden myös normittamisen alueena.

Kansalaisina ja kuluttajina olemme julkisuuden eri alueilla samanaikaisesti moninkertaisten puhuttelujen kohteena "meinä" ja "minuina" (suomalaisina, kansalaisina, kuluttajina, yksilöinä, yhteisöinä, tiimeinä, perheinä, koteina, tietyn alueen/paikan asukkaina, tietyn sukupolven/ikäryhmän jäsenenä, naisina, miehinä jne.). Näissä puhutteluissa kansalaisuus ja kuluttajuus liukuvat päällekkäin kuluttaja-kansalaiseksi tai kansalaiskuluttajaksi.

Tähän liittyen on syytä painottaa, että kuluttaminen ei toimintana ole koskaan yksin halujen ja nautinnon ohjaamaa toimintaa, vaan se on usein myös rutiininomaista raadantaa (ruokakaupassa käynti, kotitaloustyöt). Kuluttajuus on lisäksi usein ollut myös aktiivisen kansalaisuuden aluetta, kuten erilaisissa osuustoimintaliikkeissä tai nykyisessä globaalistumiseen liittyvässä aktivismissa ja eläinoikeusliikkeessä.

Samalla kun kansalaisuus on yhä enemmän keskustelua erojen politiikasta ja niiden tunnistamisen/tunnustamisen kysymyksistä (Hall 2003), yhä useamman kuluttajuus ei kohdistu yksin tai edes pääasiassa perustarpeiden tyydyttämiseen, vaan kulutuksen kohteena ovat tai sen kohteiden valintaa määrittävät kasvavasti merkit ja symbolit.<sup>10</sup> Kun kulutustutkijat samaan aikaan puhuvat "poliittisesta kuluttajuudesta" (Gabriel & Lang 1995; Strasser 1999), ei asetelma kuitenkaan voi olla sellainen, että kansalaisuuden näkökulmasta kritikoitaisiin kuluttajuutta. Sen sijaan tilanne viittaa siihen, että kahtiajako kansalaisuuteen ja kuluttajuuteen on

ylitettävä ja kehitettävä sellaisia analyysivälineitä, joissa kahtiajaon molemmat puolet voidaan ottaa huomioon samanaikaisesti. Yksi askel tähän suuntaan on se, että pyrimme hienosyistämään käsityksiä julkisuuksista. Artikkelimme viimeisessä osassa keskitymmekin juuri tähän kysymykseen. Käynnissä on käsittääksemme uudelleenneuvottelu, joka koskee (osa)julkisuuksien keskinäisiä suhteita ja jossa on kyse myös kulttuurisen määrittelyvallan siirtymistä. Tässä vaiheessa meillä on enemmän muutosta koskevia kysymyksiä ja alustavia hypoteeseja kuin suoranaisia vastauksia.

## Julkisen puhuttelun areenat

Julkisuuden muutokset herättävät kysymyksiä siitä, missä kulttuurinen määrittelyvalta sijaitsee. Hannu Nieminen (2003, 24–30) on hiljattain esittänyt tältä kannalta kiinnostavan kriittiseen realismiin pohjaavan jaottelun ydin-, mediavälitteiseen ja arkijulkisuuteen. Siinä missä ydinjulkisuuksien osanottajat, erilaisten normiyhteisöjen jäsenet, tekevät muihin vaikuttavia päätöksiä ja koordinoivat yhteistä toimintaa, Niemisen mukaan mediajulkisuus ”toimii ydinjulkisuuksien tuottamien sitoumuksien ’julkistajana’ laajoille yleisöille” (mt., 24). Arkijulkisuus taas viittaa kansalaisten sosiaaliseen kanssakäymiseen ja mediajulkisuuden merkityksellistämiseen heidän jokapäiväisessä toiminnassaan.

Niemiselle ihannetilanne on ”pluralistinen julkisuus”, jossa julkisuuden eri mediavälitteiset ”areenat” ovat autonomisia ja kunnioittavat toistensa erilaisuuksia.<sup>11</sup> Niemisen mallissa areenojen välillä vallitsevat hierarkkiset suhteet siten, että politiikan areena on päällimmäinen (mt., 26). Muita ovat talouden areena, taiteen ja muun kulttuurielämän areenat sekä viihteen ja populaarikulttuurin areenat. Erityiseksi uhaksi pluralismille Nieminen näkee sen, että yksi tai useampi ydinjulkisuuksia muodostava normiyhteisö ”alkaa käyttää koordinoitua määrittelyvaltaa useammilla julkisuusareenoilla samanaikaisesti” (mt., 30) eli että julkisuus kaventuu ja samankaltaistuu.

Allekirjoitamme erilaisuuksien ihanteen, mutta pidämme ongelmallisena sitä, että Niemisen analyysissa näyttävät korostuvan faktan ja fiktion, viihteen ja politiikan, talouden ja kulttuurin samoin kuin kansalaisuuden ja kuluttajuuden väliset rajat, joita viimeaikaisten mediakulttuurin muutosten on sanottu uhanneen. Nähdäksemme on tärkeää kyseenalaistaa myös ajatus yhdestä ”normijulkisuudesta” ja kysyä miten normittamista tapahtuu mediakulttuurissa laajemmin.

Niemisen esittämän kaltaiset heuristiset mallit ovat oivallinen väline pyrittäessä hahmottamaan käynnissä olevaa mediajulkisuuden uudelleenneuvottelemista. Me osallistumme keskusteluun ehdottamalla toisenlaista mallia: tunnistamalla ja konstruoimalla suomalaisen mediakentän julkisia puhuttelun areenoita. Seuraa- vassa esittämämme hahmotelma on välttämättä hypoteettinen, ideaalityyppinen ja epähistoriallinen. Se ei ota huomioon mediajulkisuuden historiallisia juuria ja muutoksia, mutta on tarkoitettu innoitukseksi jatkotutkimusta varten. Hahmotelma on syntynyt yrittäessämme jäsentää käynnissä olevia kulttuurisen määrittelyvallan siirtymiä pohtimalla sitä, *kuka puhuttelee missäkin keitäkkin mitäkkin koskien ja kuinka puhutellut puhutteluihin suhtautuvat.*

Hahmotamme siis medioitumisen myötä kehkeytyneitä julkisen puhuttelun areenoita, jotka ovat väistämättä osittaisia, samaan aikaan jakautuvan ja yhden- tyvän mediavälitteisen julkisuuden palasia. Medioituminen on julkisten puhutte- luiden areenoiden kannalta ambivalentti prosessi. Toisaalta medioituminen saat- taa yhä useammat päivittäiseen ja jopa käytännössä jatkuvaan kanssakäymiseen median kanssa. Toisaalta median arkistuminen merkitsee sitä, että julkisuudet

hajautuvat. Media ylipäättään tavoittaa suuremman osan ihmisistä suuremman osan aikaa kuin ennen, mutta samalla kyse on aina jo pirstaloituneesta mediasta ja hajautuneista julkisuuksista ja puhutteluista. Esimerkiksi multimodaalisuutena tunnettu ilmiö (Lehtonen 1999) samaan aikaan sekä intensivoi eri mediamuotojen välistä kanssakäymistä (remediaatio, intermediaalisuus) että hajauttaa mediakenttää entisestään, kun kanssakäyminen median kanssa on sukkulointia autoradion kuuntelusta iltapäivälehdien lukemiseen, suosikkisarjan katsomiseen ja unikirjan lukemiseen. Media on samaan aikaan sekä suuri tasoittaja että uusien erojen tuottaja.

Tällaiset hahmotelmat ovat tunnetusti alttiita vääriinymmärryksille. Siksi saatteeksi pari sanaa:

*Varaus 1: Areenat eivät ole monoliittisia eivätkä rajoitu itseensä*

Olemme nimenneet konstruktiomme nimenomaan *areenoiksi*, mikä korostaa sitä, että ne eivät ole monoliitteja vaan kamppailun kenttiä ja että niillä tapahtuva toiminta on aina suunnattu puhutteluina joillekuille. Areenan metafora korostaa sitä, että kyseessä on samaan aikaan sekä näyttämö että julkinen kilpakenttä, jolla on monia toimijoita ja joka on olemassa niitä varten, jotka eivät itse ole areenalla. Areenat eivät siis ole autonomisia säiliöitä vaan nimenomaan heteronomisia suhdekimppuja, joiden identiteetti rakentuu siitä, että puhutellut ovat niillä "etäläsnä".

*Varaus 2: Areenat eivät jäsenny kansalaisuuden ja kuluttajuuden eron kautta*

Hahmotelmamme pyrkii osoittamaan, miten edellä tarkastelemamme media-tutkimusta jäsentävät perustavat jaot – kansalainen/kuluttaja, yksityinen/julkinen sekä niiden sisään rakentuva jako informaatio/viihde – halkovat *kaikkia* julkisen puhuttelun areenoita. Mallimme ei siis jaa areenoita vuohiin ja lampaisiin sen perustella, ovatko ne kansalaisuuden vai kuluttajuuden näyttämöitä. Kansalaiset eivät tässä ole sidoksissa yksin oikeus- tai tarvemalliin eivätkä kuluttajat vain halu- tai nautintomalliin, vaan areenamme sisältävät sekä refleksiivisiä että affektiivisiä elementtejä.

*Varaus 3: Areenat eivät palaudu mediamuotoihin, kanaviin, lajityyppeihin tai yksittäisiin viestimiin*

Siinä missä mediatutkimus on yleensä tarkastellut julkisuuksia mediamuoto kerallaan, mallimme pyrkii olemaan *multimodaalinen*. Yksikään julkisen puhuttelun areenamme ei palaudu yhteen mediamuotoon saati jonkin mediamuodon sisällä olevaan kanavaan, lajityyppiin tai yksittäiseen viestimeen. Pyydämme ymmärtämään jäljempänä esitettyjen mediamuotojen ja lajityyppien (kuten "kotimainen kaunokirjallisuus", tosi-TV), kanavien (kuten TV1, kaupalliset radiokanavat) tai yksittäisten viestimien (kuten *IL* tai *Voima*) nimet *metonyymisesti*, osasina, jotka esimerkinomaisesti viittaavat tiettyihin areenoihin.<sup>12</sup> Samalla korostamme, että useimmat esimerkkeinä mainitsemamme mediamuodot, lajityypit, kanavat ja yksittäiset viestimet ovat sisäisesti erilaistuneita: esimerkiksi lehtiä ja kanavia voitaisiin juttu- tai ohjelmatyyppien mukaan pirstoa eri areenoille. Ne sisältävät useille areenoille kuuluvia puhutteluja ja esiintyvät jossain määrin myös hahmotelmissamme usealla areenalla (esimerkiksi *Helsingin Sanomat* areenoilla 2 ja 3 tai Nelonen areenoilla 3, 4 ja 5).

*Varaus 4: Areenat eivät palaudu eliitin ja kansan, faktan ja fiktion tai kansallisen ja kansainvälisen dikotomioihin*

Emme myöskään erota areenoita sen perusteella, korostuuko niissä fakta vai-ko fiktio, vaan näemme faktan ja fiktion tuottavan toinen toistaan. Areenamme eivät jäsenny valta- ja vastajulkisuuden oppositiopareiksi, vaan kutakin areenaa halkovat omat elitistiset ja populaarit piirteensä. Areenat eivät myöskään jakaudu sen mukaan, mikä niissä on kansallisen ja kansainvälisen aineksen painoarvo, vaan kaikki sisältävät niin kansallista kuin kansainvälistä ainesta – joskin oletuksemme mukaan eri suhteissa.

*Varaus 5: Kukaan ei kuulu vain yhdellä areenalla puhuteltuihin vaan areenat puhuttelevat eri tavoin kaikkia*

Hahmotelmaamme ei tule ymmärtää niin, että väittäisimme eri audiovisuaalisten kanavien, yksittäisten ohjelmien, lehtityyppien, yksittäisten lehtien tai julkisten kuuluvan jäännöksettä vain yhdelle julkisen puhuttelun areenalle. Tämä olisi mahdotonta sikäläkin, että kanavien ja lehtien eri osat sekä ohjelma- ja juttutyypit puhuttelevat selkeästi eri yleisöjä. Emme myöskään ajattele, että katsojat/kuuntelijat/lukijat olisivat vain yhden areenan yleisöä. Pikemminkin eri areenat puhuttelevat meitä kaikkia, vaikka ne tietysti vetoavatkin subjektiuksiemme eri puoliin ja vaikka saatamme samastua joihinkin niistä vahvemmin kuin toisiin.

Tässä siis varausten saattamana viisi konstruoimaamme julkisen puhuttelun areenaa (JPA)<sup>13</sup>:

#### *JPA 1: Tavallisen kansan ja normaaliuden puhuttelu*

Ensimmäinen julkisen puhuttelun areenoistamme rakentuu MTV3:n, TV2:n, TV1:n *Kotikadun*, iltapäivälehtien, Radio Suomen, Radio Novan, *Avun* ja *Seuran* kaltaisten aikakauslehtien, *Kodin Kuvalehden* ja *ET*-lehden samoin maakuntalehtien sekä kirjallisuuden, ennen muuta kotimaisen kaunokirjallisuuden ja populaarikirjallisuuden, muodostamassa julkisuudessa. Tämä on niin lähiöiden kuin maaseudunkin tavisten areena, joka vetoaa ”suomalaiseen arkeen” ikään kuin itsestään selvästi jaettuna kokemuksena ja pitää yllä ajatusta ”kansan syvistä riveistä” (*Pohjantähden alla*). Yhteisyyden korostamisen käänköpuolena areenalla on normatiivisuus: yksilölliset erot ja intressikonfliktit käsitellään yhteisöjen, perheiden ja kotien ”ongelmina”, jotka pitää ratkaista. Myös sukupuolen ja seksuaalisuuden kysymykset käsitteellistetään näin, ja toisin kuin areenalla 3 hetero-olettaus on rikkumaton. Tällä areenalla ovat läsnä niin kansalaisuus kuin kuluttajuus: poliittisen päätöksenteon ja talouden kysymykset kääntyvät joko ”tosi tarinoiksi” kovista kohtaloista ja arjen sankareista tai närkästyttäviksi skandaaleiksi. Viihtyminen taas on osallistumista mukavaan ”yhteisöllisyyteen” (esim. YLE:n aluetoimitusten nykyinen ohjelmavirta). Talouden ja politiikan päättäjät, samoin kuin tieteen ja kulttuurin eliitti, esiintyvät tällä areenalla paitsi työrooleissaan myös ”siviilissä”, isinä, äiteinä ja puolisoina. Areenalla puhuteltujen yleisöjen suhde puhutteluihin on oletuksemme mukaan kohtalaisen läheinen ja tällaisena myös affektiivinen eikä erityisen analyttinen.

## *JPA 2: Kansallinen informatiivinen puhuttelu*

Toinen areena muodostuu julkisuudessa, johon kuuluvat muiden muassa YLE TV1, Yle Radio 1, Yle Teema, *Helsingin Sanomat*, *Suomen Kuvalehti*, *Hufvudstads-bladet*, *Tiede*, *Kotiliesi* ja *Parnasso* sekä merkittävä osa maassa julkaistua kovakantista kauno- ja tietokirjallisuutta poliittisen historian väitöskirjoista Tammen Keltaiseen Kirjastoon. Tätä areenaa on osuvaa kutsua valtiolliseksi, taloudelliseksi, tieteen ja korkeakulttuurin eliittijulkisuudeksi. Samalla se on innostuneiden kulttuurin kuluttajien aluetta, oli kyse sitten populaareista (kirjaston käyttö) tai niitä marginaalisemmista (ooppera, kamarimusiikki, runous) käytänteistä. Areena on normittava siinä mielessä, että se pyrkii (siinä aina kuitenkin onnistumatta) informaation kautta hallintaan – sekä kansainvälisesti että kansallisesti – ja tarjoaa näyttämön julkiselle järkeilylle. Sen piirissä jäsenetään tulkintakehyksiä, ja sillä on aktiivinen mielipidemuokkaan rooli. Henki saa siinä etusijan ruumiiseen, kansalaisuus kuluttajuuteen ja julkinen yksityiseen nähden. Ruumiillisuus ja populaarit nautinnot ovat tällä areenalla läsnä lähinnä reflektoinnin kohteina. Siinä missä TV1:n iltautiset, *Helsingin Sanomat* ja *Päivän peili* ovat osa suurten joukkojen arkea, tämän areenan marginaalisemmat osat (kulttuurijournalismi, ns. vakava kirjallisuus) voivat hetkittäin muuttua määrällisessä mielessä massailmiöiksi esimerkiksi kirjallisuuspalkintojen tai tähteytymisen myötä: Kari Hotakaisen *Juoksuhaudantien* (2002) suosio tai Karita Mattilan laajat fanijoukot ovat tästä hyviä esimerkkejä. Areenalla puhuteltujen yleisöjen suhde puhutteluihin on samaan aikaan sekä etäisen refleктоiva että myötäsukaisen analyttinen.

## *JPA 3: Yksilöllisen mielihyvän elämyksellinen puhuttelu*

Kolmas areena muodostuu julkisuudessa, johon kuuluvat muiden muassa Nelonen, *Nyt*, *Anna*, *Image*, *Gloria*, Suomen Kuvalehden *Mies* ja *Liken* julkaisemien kaltaiset pokkarit. Tämä on ylempään keskiluokkaan identifioituvien (usein nuorten ja varhaiskeski-ikäisten) kaupunkilaisten areena, jossa karriäärin rakentaminen ja hedonismi nivoutuvat toisiinsa. Tällä areenalla esiintyvän makueliitin määrittelyvalta on ilmeisessä kasvussa. Myös kasvava osa poliittisesta, taloudellisesta ja kulttuurimarkkinoiden eliitistä esiintyy tällä areenalla (esim. Alexander Stubb, Jaakko Tapaninen). Areena muodostuu alueella, jota voi kutsua urbaaniksi populaarijulkisuudeksi, populaariksi eliittijulkisuudeksi tai eliitin populaarijulkisuudeksi. Sitä luonnehtii hyvin Nelosen kuvaus itsestään: "Nelonen on aktiivisten ja asenteeltaan kansainvälisten kaupunkilaisten kanava, joka elää ja ilmentää heidän nopeasti muuttuvaa maailmaansa ja on luonteva osa heidän arvokasta vapaa-aikaansa." Kuluttajuus on tällä areenalla huomattavasti toisia areenoita vahvemmin esillä, ja julkisen ja yksityisen – työn ja vapaa-ajan – raja on siinä hälventynyt.

Jos JPA 2 kääntää kansainvälistä kansalliseksi (*Ulkolinja*, *Maailmannäyttämö*, *Maailmanpolitiikan arkipäivää*, *Eurooppalaisia puheenvuoroja*), tämä areena on eetokseltaan kosmopoliittinen: HBO:n menestyssarjojen *Sinkku-elämää*, *Mullan alla* ja *Sopranos* tai kotimaisen *Irtiottoja*-sarjan puhuttelevuus ei ole kansallisuudesta (tai kanavasta) kiinni. Muista areenoista tämän erottaa myös suhde ruumiillisuuteen, seksuaalisuuteen ja sukupuolisuuteen: vaikka naistenlehtien hetero-oletta-  
mus onkin koko lailla rikkumaton, näin ei ole koko areenan laita, vaan erilaiset sukupuoli- ja seksuaalisuustyylit pääsevät esiin parhaaseen katselu-aikaan, ja homomiehet auttavat heteromiehiä itsensä löytämiseen ja esittämiseen (*Sillä silmällä*). Puhuteltujen yleisöjen suhde puhutteluihin on milloin ironinen, milloin taas myötäsukaisen analyttinen. Se voi siis olla sekä etäinen että läheinen.



#### *JPA 4: Vaihtoehtoisuuden ja yhteisöllisen nuoruuden puhuttelu*

Neljäs areena muodostuu sitten SubTV:n, YleX:n, *City*-lehden, *Voiman*, *Tulvan*, Pystykorva-pokkarien, digitaalisen median ja kaupallisten radiokanavien kaltaisessa nuoruutta korostavassa julkisuudessa, jossa vallitsevan julkisuuden orastavat samoin kuin vaihtoehtoiset järjestelmäkriittiset puhuttelut limittyvät toisiinsa. Tällä areenalla julkisuus käsitetään kiistelyn ja konfrontaatioiden alueeksi. Samalla arenaan sisältyy piirteitä sekä urbaanista elämäskulttuurista että tavisjulkisuudesta (areenat 1 ja 3). Se on trendinmäärittäjä siinä mielessä, että orastavat kulttuuriset ainekset astuvat usein kiertoon juuri tämän areenan kautta. Katu-uskottava, valikoiva ja eroja artikuloiva kuluttajuus limittyy tällä areenalla sanavalmiiseen kansalaisuuteen ja poliittiseen aktivismiin. Areenalla sekoittuvat monet ensimmäisen ja toisen areenan piirteet: yhtäällä on pyrkimys informoida, toisaalla halu tuottaa elämyksiä. Yhtäältä aktivismin agendat uusintavat ymmärrystä julkisuudesta politiikan ja talouden kysymysten käsittelemisenä, toisaalta tällä areenalla sekä politisoidaan että skandalisoidaan yksityisen perheen ja intiimin elämän merkityksessä. Myös tällä areenalla kodin, uskonnon ja isänmaan kolmiyhteys on kaukana oletushorisontista. Areenalla puhutellut yleisöt suhtautuvat puhutteluihin samaan aikaan analyttisesti ja affektiivisesti, niin epäillen kuin innostuen.

#### *JPA 5: "Unohdetun kansan" populistinen puhuttelu*

Viides areena muodostuu sitten spam- tai sensaatiojulkisuudessa. Tällä sekä nuoruutta että niin sanottua unohdettua kansaa puhuttelevalla areenalla sijaitsevat niin suuri osa eri kanavien todellisuustelevisio-ohjelmista kuin Nelosen *Törkytorstai*, *Seiska*, *Hymy*, uudistunut *Katso*, *Cosmopolitan* ja merkittävä osa iltapäivälehtien sisällöstä. Spam-julkisuus ylittää MTV3:n ja SubTV:n rajan, se löytyy YleX:n ohjelmista ja on läsnä myös Nelosella – ainakin torstai-iltaisain. Jos areenalla 2 keskustelevat poliitikot, tutkijat, päätoimittajat, kirjailijat ja ohjaajat, täältä löytyvät todellisuustelevisioon julkikset, kohumissit, Hannu Karpo, Tony Halme ja Matti ja Mervi Nykänen. Areenan erottaa edellisestä muun muassa se, että kansalaisuuteen liittyvät kysymykset eivät tematisoidu tällä alueella käytännössä lainkaan – muutoin kuin torjunnan kautta. Vaikka Tony Halme puhuu kodista, uskonnosta ja isänmaasta kuin edesmennyt Adolf Ehrnrooth, hänen viitekehöksensä ja yleisönsä ovat edelleen tällä alueella. Tämän areenan puhuttelemat voivat suhtautua puhutteluihin joko parodisesti nautiskellen, affektiivisen faniuden kautta tai totisen reaktiivisesti.

Areenoiden välillä tapahtuu myös lakkaamatonta liikettä. Muutaman pääasiassa henkilöihin liittyvän esimerkin mainitaksemme: Wallu Valpio on siirtynyt kolmannelta areenalta neljänteen, kuten teki myös Gösta Sundqvist -vainaa. Suomirock sijaitsee sekä kolmannella että neljännellä areenalla. Mikko Alatalo siirtyi ensin neljänneltä ensimmäiselle ja sieltä (ainakin osin) toiselle areenalle. Pertti Salovaara ja Tanja Karpela siirtyivät puolestaan neljänneltä tai viidenneltä areenalta ensimmäiseen. Tony Halmeen siirtyminen viidenneltä areenalta ensimmäiseen ei liene ainakaan toistaiseksi onnistunut – jos se on ollut Halmeen tavoitteenakaan. Tuurin kyläkauppias on tuore esimerkki ensimmäisen ja viidennen areenan rajojen liukuvuudesta. Vuoden suomalainen mediatapahtuma, itsenäisyyspäivän Linnan juhlat, puolestaan sisältää ainakin potentiaalisesti puhutteluja, joiden voi katsoa kohdistuvan eri areenojen yleisöille. Juhlia voidaan katsoa niin affektiivisen kansallismielisesti (JPA1), elitistisesti reflektoiden tai eliittiin samastuen (JPA2), samaan aikaan läheltä ja etäältä "maun" kategorian läpi tai camp-asenteella (JPA3), epäillen tai vastustaen (JPA4) kuin myös pöyristyneen reaktiivisesti tai naurun saattelemana (JPA5).

Myös formaatit ja median muodot liikkuvat: esimerkiksi osallistuminen äänestämällä mediatapahtumiin oli joskus osa missikisoja ja Euroviisuja. Sittemmin siitä tuli keskeinen osa spam-julkisuuden räjäyttäneitä *Big Brother* -formaattia, ja tätä kirjoittaessamme se on olennainen elementti TV1:n toisen areenan klassisimmat piirteet kärjistävässä ja saman tien kliseistävässä *Suuret suomalaiset* -ohjelmasarjassa.

### Julkisen puhuttelun areenat

| Areena      | Ketkä puhuttelevat   | Missä puhutellaan  | Mitä puhuttelut koskevat                   | Keitä puhutellaan   | Puhuteltujen suhde puhutteluihin                        |
|-------------|--|--|--|---|---|
| <b>JPA1</b> | politiikan ja kulttuurin eliitit, uudet markkinaeliitit, "suomalaiset" | MTV3, TV2, IS, IL, Radio Suomi, maakuntalehdet, kotimainen kaunokirjallisuus | kansallisuus, "me", "normaalius", arki     | lähiöt, maaseutu, "tavikset"                              | läheinen, affektiivinen, synteettinen                   |
| <b>JPA2</b> | talouden, politiikan, tieteen ja kulttuurin eliitit                    | TV1, Ylen ykkönen, HS, SK, vakava tietokirjallisuus                          | kansallisuus, "me", "tieto"                | toiset eliitit, kulttuurin suurkuluttajat                 | etäisen refleктоiva, myötäsukaisen analyyttinen         |
| <b>JPA3</b> | uudet markkinaeliitit  | Nelonen, HS, Anna, Image, pokkarit, harraste- ja elämäntapakirjallisuus      | kosmopoliittisuus, "minä", "maku"          | kaupunkien nuorekas ylempi keskiluokka                    | ironinen, myötäsukaisen analyyttinen läheinen & etäinen |
| <b>JPA4</b> | uudet markkinaeliitit, vaihtoehtotoimijat, uudet kulttuurin toimijat   | Nelonen, SubTV, City, Voima, digitaalinen media, kaupalliset radiokanavat    | kosmopoliittisuus, "me", "vaihtoehtoisuus" | urbaanit nuoret, "60-lukulaiset" ja muu "vaihtoehtokansa" | analyyttinen & affektiivinen, epäilevä & innostuva      |
| <b>JPA5</b> | markkinaeliitit, "tavikset"  | Seiska, Katso, Nelosen Törkytorstai, tosi-TV                                 | "kansa", "minä", "huono maku"              | "unohdettu kansa", "roskan" fanit                         | reaktiivisuus, affektiivinen fanius, parodinen nautinto |

## Mitä on tutkittava?

Millaisia tutkimusaiheita edellä esitetystä hahmotelmasta voi työstää? Ennen muuta: Kuinka kansalaisuus ja kuluttajuus tai julkinen ja yksityinen rakentuvat suhteessa toisiinsa näillä areenoilla ja niiden välillä? Kenellä on määrittelyvaltaa? Mitkä areenat vievät, mitkä taas seuraavat?

Vanhosten eliittien aseman rapautuminen ei merkitse sitä, että eläisimme kaikkinaisten hierarkioiden jälkeistä aikaa. Arvottaminen ja hierarkisoiminen kuuluvat sosiaalisiin identiteetteihimme. Sosiaalinen elämä pysähtyisi kuin seinään, jos todella eläisimme vailla hierarkioita. Estetisoituvassa yhteiskunnassa maku on yhä tärkeä hierarkioiden tuottamisen ja ylläpitämisen väline. Maku on tietenkin aina sidoksissa sosiaalisiin suhteisiin, ja makuerottelut ovat keino, jolla tuotamme ja pidämme yllä sosiaaliseen asemaan ja valtaa liittyviä erotteluja. Ne, joilla on valta määritellä kulttuuriset arvot, voivat esiintyä ”hyvän maun” edustajina. Mutta entä nykyään, kun hierarkiat tuntuvat keikahtaneen nurin? Hyvää makua kyllä määritellään uutusterasti esimerkiksi areenalla 3, mutta puhutellut eivät aina ota makupuhetta kovinkaan vakavasti.

Kolmas ja neljäs areena ovat kosmopoliittisia. Niissä ero kansallisen ja ei-kansallisen välillä merkitsee yhä vähemmän. Niistä saattaa olla jopa vaikea puhua nimenomaan sisällöltään ”kansallisina” areenoina, vaikka ne muodoltaan yhä järjestyvätkin pitkälle kansallisesti. Sen sijaan ensimmäinen ja pitkälle myös viides areena ovat niin sisällöllisesti kuin järjestymismuodoltaankin leimallisesti kansallisia. Toinen areena on kulttuurisen normittamisen korkeakulttuurinen näyttämö, kun taas ensimmäisellä areenalla kulttuurinen normittaminen tapahtuu populaarin diskurssin ohjaamana. Viides areena on ensimmäistä kosmopoliittisempi, eikä kysymys kulttuurisista normeista tematisoidu siinä samalla tavalla kuin ensimmäisellä areenalla – ehkä juuri siksi, että kansalaisuus loistaa poissaolollaan.

Kulttuurisen määrittelyvallan siirtymät näkyvät eri tavoin näiden areenoiden muuttuvassa painoarvossa, kantavuudessa ja sisällössä. JPA 2 sisältää vahvan kansalaisuusjuonteen, mutta sellainen on näkyvästi läsnä myös JPA 1:ssä ja JPA 4:ssä. Kuluttajuus puolestaan on eri puoliltaan näkyvissä kaikilla viidellä areenalla. JPA 3:ssa on kyse kosmopoliittisesta kuluttajuudesta, JPA 4:ssä nuorison kuluttajuudesta ja JPA 5:ssä – niin, tosiaan, mistä?

Oletuksemme mukaan kullakin areenalla rakennetaan eri tavoin yhteiskunnallista hegemoniaa. Kulttuuriset normit eivät enää välttämättä ole yhteisiä, vaan areenoilla on omat normistonsa, jotka sitten neuvotellaan osaksi kansallista normien *bricolagea* samalla kun areenoiden ja julkisuuden yleensä suhteista neuvotellaan ja kun ihmiset identifioituvat areenoihin (ja myös irtautuvat niistä). Samalla he myös neuvottelevat suhdettaan ”suomalaisuuden” konstruktioihin.

Yksi tapa yrittää jäsentää areenoiden keskinäisiä suhteita olisi sen tarkastelu, missä määrin ironia ja parodia samoin kuin faktan ja fiktion sekoittuminen ovat niissä näkyvissä. Testattavana hypoteesina tässä voisi olla se, että ne areenat (ensimmäinen ja toinen), joissa kansalaisuus on vahvimmin esillä, sisältävät vähiten ironisia ja parodisia aineksia ja sekoittavat vähiten faktaa ja fiktiota toisiinsa. Kun vastaan tulee esimerkiksi Radio Suomen kaltaisia tapauksia, joissa topeliaaniseen kansalaisuuteen suhteellisen vahvasti kytkeytyvällä areenalla on ryhdytty sekoittamaan faktaa ja fiktiota, on hypoteesia areenoiden luonteesta kuitenkin tarkennettava.

Areenoiden tällainen jäsentäminen herättää ennen muuta kysymyksen *populaarin* kategorian epävakaisuudesta suosion, kansanomaisuuden, viihdyttävyyden ja vastarintaeetoksen jänneväleillä. On selvää, että Suomessakin populaarijulkisuus on kokoonsa ja painoarvoonsa nähden toistaiseksi täysin alituttu alue. Tämä

koskee niin populaarin historiaa kuin sen nykyisiä jäsenystapoja. Olisi selvitettävä, miten eri tavoin "populaarikulttuuri" on käsitetty Suomessa ennen suomalaisen kulttuurieliitin *Toiset Pidot Tornissa* -teoksessa (Repo [toim.] 1954) käymää keskustelua "joukkosieluista" ja "massa-ihmisistä" – ja niiden jälkeen.<sup>14</sup> Käsitteen suomentaminen kansankulttuuriksi – tai "kansan julkisuudeksi" – ei ratkaise kysymystä, koska käsitehistorioitsijat ovat osoittaneet, miten *kansa* 1800-luvulla muodostui suomalaisen poliittisen kulttuurin avainkäsitteeksi, joka ei viitannut niinkään etniseen kategoriaan vaan oli niin valtionrakennuksen (hegemonian) väline kuin kiistämisenkin käsite: kansan käsitteen avulla myös haastettiin vallitsevia rakenteita ja kamppailtiin poliittisesta vallasta (Liikanen 2003, 257–258, 302). Tästä näkökulmasta "suomalainen populaari" ei ole vastaus tai kuvaus vaan kamppailun kohde ja tutkimusta vaativa kysymys.

Populaarijulkisuuksien historian ja populaarin käsitehistorian tutkiminen voisi olla avaimia myös lukkiutuneeseen keskusteluun nykyisestä mediajulkisuudesta ruumiina, jota vaivaavat erilaiset popularisoitumiseen assosioituvat taudit. Vasta kun meillä on nykyistä enemmän tutkimusta populaariksi mielletystä mediateksteistä ja -muodoista – tutkimusta, joka ei linnoittaudu kansalaisen ja kuluttajan, julkisen ja yksityisen, hegemonian ja vastahegemonian tai vakavan ja viihteen yksinkertaistaviin ja epähistoriallisiin vastakkainasetteluihin – voimme irrottautua romantisoivista tai utooppisista populaarikulttuurikäsitteistä (ks. Jenkins ym. 2002, 30–31). Vasta sitten voimme hylätä populaarin kategoriana, joka tuottaa uudelleen historian- ja kulttuurintutkijoiden problematisoiman olettamuksen yhtenäiskulttuurista (Peltonen 1992; Knuutila 1996). Vasta sitten voimme yrittää irrottautua mediajulkisuuden tutkimusta vaivaavasta "kansallisen katseen sietämättömästä kapeudesta" (Kettunen 2003, 20). Vasta sitten voimme alkaa vastata kysymyksiin, jotka eri diagnostikkoja polttavat: Mitä julkisuudessa tapahtuu todella? Kenellä on määrittelyvaltaa nyt ja huomenna?

Kiitämme Tampereen yliopistossa 25.8.2004 järjestetyn *Tarja!*-seminaarin ja 23.11.2004 järjestetyn *Mitä tapahtuu todella* -seminaarin osanottajia antoisista artikkelimme aihepiiriä koskevista keskusteluista. Eryksikiitos kommentaiteista Minna Autiolle, Anna Bycklingille, Mikko Hautakankaalle, Kaarina Hazardille ja Anu Kantolalle sekä *Tiedotustutkimus*-lehden nimettömälle arvioijalle.

## Viitteet

- 1 Englanninkielisistä antologioista esim. Marris & Thornham (toim.) 2000 ja Durham & Kellner (toim.) 2001 toistavat kehitystarinaa kriittisestä teoriasta kulttuurintutkimuksen moninaiseen kenttään. Suomenkielisistä oppikirjoista esim. Pietilä 1997 ja Kellner 1998 jäsentävät "viestintätieteen" tai "mediatutkimuksen" alan kertomukseksi joukkoviestinnän tutkimuksen ja kriittisen teorian perinteen kriisiytymisestä ja kulttuurintutkimuksen haasteesta. Modernin ja postmodernin jännite on esillä mm. teoksessa Kellner 1998.
- 2 Kuvauksina myöhäismodernia mediamaisemaa jäsentävistä muutosprosesseista ks. esim. Bjurström, Fornäs & Ganetz 2000; Lehtonen 2001, 93–96; Nieminen & Pantti 2004, 15–22.
- 3 Tällainen kuva mediamaiseman jännitteistä piirretään esim. tuoreessa *Media markkinoilla. Johdatus joukkoviestintään ja sen tutkimukseen* -teoksessa (Nieminen & Pantti 2004).
- 4 Henry Jenkins (2004, 37–38) esittää, että mediakonvergenssi pakottaa myös mediayhtiöt, siis "kulttuuriteollisuuden" tai "luovan talouden", ajattelemaan uusiksi sen, mitä medioiden kuluttaminen tarkoittaa. Siinä missä kuluttajia aiemmin pidettiin passiivisina, ennustettavina ja vakaina, uudet kuluttajat nähdään aktiivisiksi vaeltajiksi, jotka osoittavat yhä vähemmän uskollisuutta kanaville tai edes mediatyypeille. Siinä missä mediakuluttajat aiemmin esittäytyivät hiljaisiksi ja näkymättömiksi, vaikuttavat he nyt meluisilta ja julkisilta.

- 5 Ruotsalaisesta keskustelusta ks. Bolin 2004. Ajankohtaista public service -keskustelua käytiin myös esim. *European Journal of Cultural Studies* -lehden kesällä 2004 ilmestyneen erikoisnumeron sivuilla. Ks. Syvertsen 2004; van Zoonen 2004; Rowe 2004; Bourdon 2004. Ks. myös Elizabeth Jackan (2003) ja Nicholas Garnhamin (2003) debattia demokratian ja julkisen palvelun median kytköksestä.
- 6 Huomautamme varmuuden vuoksi kuitenkin, että tässä artikkelissa huomiomme kohteena on se, kuinka asiat esitetään, ei se, kuinka ne mahdollisesti ovat.
- 7 Vrt. Elizabeth Jackan (2003, 184) analyysi binarismeista, joita hän näkee John Hartleyn (1999) televisiota koskevan ajattelun purkavan: nekin jäsenyivät modernin ja postmodernin, tiedon ja viihteen, kansalaisen ja kuluttajan jne. vastinpareille. Jacka esittää, että Garnhamin ja muiden public service -mallin ja demokratian samastajien ajattelua leimaa juuri rappio- ja tappiotarinan kertominen ("democracy as defeat").
- 8 Judith Butlerin (1997) ja Nancy Fraserin (1997) keskustelu *Social Text* -lehden sivuilla pureutui juuri kulttuurisen kansalaisuuden – tunnistamisen ja tunnustamisen – kysymyksiin. Butlerin (mt., 268) mukaan sosiaalista oikeudenmukaisuutta koskevassa keskustelussa rakentuu usein hierarkia enemmän ja vähemmän tärkeiden kysymysten – poliittisten ja taloudellisten vs. "vain kulttuuristen" kysymysten – välille.
- 9 Julkisen ja yksityisen käsitteiden historiasta ks. Warner 2002, 21–63.
- 10 Gernot Böhme (2003) puhuu tähän liittyen "uudesta esteettisestä taloudesta". Hänen mukaansa nimenomaan todellisuuden estetisointuminen on kehittyneiden kapitalististen yhteiskuntien talouden keskeinen tekijä. Esteettinen työ on kaikkea sitä toimintaa, jolla tavaroille, ihmisille, kaupungeille ja maisemille pyritään tuottamaan tietty ulkoasu, "aura". Tavaroiden käyttöarvon ja vaihtoarvon rinnalle kohoaa kolmas, tavaroiden esteettisen arvon muoto. Kun yhteiskunnan perustavat materiaaliset tarpeet on yleisesti ottaen tyydytetty, kapitalismin on tartuttava toisenlaisiin tarpeisiin – tai paremmin sanoen haluihin. Tämä on sikäli kannattavaa, että kun perustavat tarpeet voidaan ainakin tilapäisesti tyydyttää, johtaa pyrkimys halujen tyydyttämiseen itse asiassa niiden kasvamiseen.
- 11 Erilaisuuden (diversity) ihanteesta ks. Aslama, Hellman ja Sauri 2001.
- 12 Huomautamme vielä, että tarkastelussa on nimenomaan aikuisille suunnatut julkiset puhuttelut. Lapsille ja varhaisnuorille suunnatut puhuttelut vaativat oman erittelynsä.
- 13 Hahmotelmamme on esitetty skemaattisesti myös oheisessa kaaviossa.
- 14 Populaarikulttuurin historiasta on ilmestynyt yksi oppikirja (Kallioniemi & Salmi 1995), suomalaisesta populaarikulttuurista on julkaistu teema-antologioita (Salmi & Kallioniemi [toim.] 2000; Koivunen, Paasonen & Pajala [toim.] 2000) ja esimerkiksi 1950-luvun elokuvakulttuurin murroksista on olemassa tapaustutkimuksia (Peltonen [toim.] 1996; Pantti 1998), mutta systemaattisempaa tutkimusta populaarin suomalaisesta käsittehistoriasta tai "populaarin" nykyisistä merkityksistä ei ole.

## Kirjallisuus

- Ang, Ien (1991)  
Desperately Seeking the Audience. London: Routledge.
- Aslama, Minna & Hellman, Heikki & Sauri, Tuomo (2001)  
Tv-ohjelmisto digi-television kynnyksellä: ohjelmarakenne ja monipuolisuus 1997–2000. *Tiedotustutkimus* 24:3, 78–90.
- Aslama, Minna & Hellman, Heikki & Sauri, Tuomo (2004)  
Does Market-entry Regulation Matter? Competition in Television Broadcasting and Programme Diversity in Finland 1993–2002. *Gazette* 66:2, 113–132.
- Bauman, Zygmunt (2002)  
Notkea moderni. Suom. Jyrki Vainonen. Tampere, Vastapaino.
- Berlant, Lauren (1997)  
The Queen of America Goes to Washington City. *Essays on Sex and Citizenship*. Durham: Duke UP.
- Berlant, Lauren & Warner, Michael (1998)  
Sex in Public. *Critical Inquiry* 24 (Winter 1988), 547–566.
- Bjurström, Erling & Fornäs, Johan & Ganetz, Hillevi (2000)  
Det kommunikativa handlandet. *Kulturella perspektiv på medier och konsumtion*. Nora: Nya Doxa.
- Bolin, Göran (2004)  
The Value of Being Public Service: the Shifting of Power Relations in Swedish Television Production. *Media, Culture & Society* 26:2, 277–287.
- Bourdon, Jérôme (2004)  
Old and new ghosts. Public service television and the popular – a history. *European Journal of Cultural Studies* 7:3, 283–304.
- Brunsdon, Charlotte & D'Acci, Julie & Spigel, Lynn (toim.) (1997)  
Feminist Television Criticism. A Reader. Oxford: Oxford UP.

- Bussemaker, Jet & Voert, Rian (1998)  
Citizenship and gender: theoretical approaches and historical legacies. *Critical Social Policy* 18:3, 275–308.
- Butler, Judith (1997)  
Merely Cultural. *Social Text* 52–53, vol. 15: 3–4, 265–277.
- Böhme, Gernot (2003)  
Contribution to the Critique of the Aesthetic Economy. *Thesis Eleven* 73:1, 71–82.
- Couldry, Nick (2004)  
The productive 'consumer' and the dispersed 'citizen'. *International journal of cultural studies* 7:1, 21–32.
- Cronin, Anne (2002)  
Consumer rights/cultural rights: a new politics of European belonging. *European Journal of Cultural Studies* 5: 3, 307–323.
- Davis, Aeron (2003)  
Whither mass media and power? *Media, Culture & Society* 25:5, 669–690.
- Dayan, Daniel (2001)  
The peculiar public of television. *Media, Culture & Society* 23:6, 743–765.
- Dean, Jodi (1999)  
Making (It) Public. *Constellations* 6:2, 157–166.
- Durham, Meenakshi Gigi & Kellner, Douglas M. (toim.) (2001)  
*Media and Cultural Studies: KeyWorks*. London: Blackwell.
- Eco, Umberto (1985)  
TV: Kadotettu transparensi. Teoksessa *Matka arkipäivän epätodellisuuteen*. Porvoo. WSOY.
- Ellis, John (2000)  
Seeing Things. *Television in the Age of Uncertainty*. London, I.B. Tauris.
- Fiske, John (1989)  
*Understanding Popular Culture*. Boston: Unwin Hyman.
- Fraser, Nancy (1992)  
Rethinking the Public Space: A Contribution to the Critique of Actually Existing Democracy. Teoksessa Calhoun, Craig (toim.) *Habermas and the Public Sphere*. Cambridge: MIT Press, 109–142.
- Fraser, Nancy (1997)  
Heterosexism, Misrecognition, and Capitalism. A Response to Judith Butler. *Social Text* 52–53, 15:3–4, 279–289.
- Gabriel, Yiannis & Lang, Tim (1995)  
The Unmanageable Consumer. *Contemporary Consumption and its Fragmentations*. London: Sage.
- Garnham, Nicholas (2003)  
A Response to Elizabeth Jacka's 'Democracy as Defeat'. *Television & New Media* 4:2, 193–200.
- Habermas, Jürgen (2004)  
Julkisuuden rakennemuutos. Suomentanut Veikko Pietilä. Tampere, Vastapaino. Alk. *Strukturwandel der Öffentlichkeit: Untersuchungen zu einer Kategorie der Bürgerlichen Gesellschaft 1962*.
- Hall, Stuart (2003)  
Monikulttuurisuus. Suomentanut Mikko Lehtonen. Teoksessa Lehtonen, Mikko & Löytty, Olli (toim.) *Erilaisuus*. Tampere: Vastapaino, 233–278.
- Hartley, John (1999)  
*Uses of Television*. London: Routledge.
- Hautakangas, Mikko (2004)  
Todellisuustelevision ydin: vertaismelodraama? Tarkastelussa Unelmien poikamies. *Lähikuva* 1/2004.
- Helimäki, Liisa Mirjam & Pavas, Petteri & Riuttu, Pentti (toim.) (2004)  
Yleisön puolesta. Puheenvuoroja mediakeskusteluun. Jyväskylä: PS-kustannus.
- Hellman, Heikki (2001)  
Diversity – An End in Itself? Developing a Multi-Measure Methodology of Television Programme Variety Studies. *European Journal of Communication* 16:2, 181–208.
- Hermes, Joke (2000)  
Of irritation, texts and men. *Feminist audience studies and cultural citizenship*. *International Journal of Cultural Studies* 3:3, 351–367.
- Jacka, Elizabeth (2003)  
'Democracy as Defeat'. The Impotence of Arguments for Public Service Broadcasting. *Television & New Media* 4:2, 177–191.
- Jallinoja, Riitta (2000)  
Ylilatautunut yksityiselämä. Teoksessa Hoikkala, Tommi & Roos, J.P. (toim.) *2000-luvun elämä*. Sosiologisia teorioita vuosituhanen vaihteessa. Helsinki: Gaudeamus, 172–186.
- Jenkins, Henry (2004)  
The cultural logic of media convergence. *International journal of cultural studies* 7:1, 33–43.
- Jenkins, Henry; McPherson, Tara & Shattuc, Jane (2002)  
Defining Popular Culture. Teoksessa Jenkins, Henry & McPherson, Tara & Shattuc, Jane (toim.) *Hop on Pop. The Politics and Pleasures of Popular Culture*. Durham: Duke UP, 26–42.
- Kallioniemi, Kari & Salmi, Hannu (1995)  
Porvariskodista maailmankylään. *Populaarikulttuurin historiaa*. Turun yliopiston täydennyskoulutuskeskuksen julkaisuja. A:40. Turku: Turun yliopisto.
- Kantola, Anu (2002)  
Markkinakuri ja managerivalta. Poliittinen hallinta Suomen 1990-luvun talouskriisissä. Helsinki: Loki-kirjat.
- Kantola, Anu (2003)  
Loyalties in flux. The changing politics of citizenship. *European Journal of Cultural Studies* 6:2, 203–217.

- Karvonen, Erkki (1999)  
Elämää mielikuvayhteiskunnassa. Imago ja maine menestystekijöinä myöhäismodernissa maailmassa. Helsinki: Gaudeamus.
- Kellner, Douglas (1998)  
Mediakulttuuri. Suom. Riitta Oittinen ja työryhmä. Vastapaino, Tampere. Alk. Media Culture. Cultural studies, identity and politics between the modern and the postmodern (1995).
- Kettunen, Pauli (2003)  
Historian poliittisuus ja kansallinen katse. Historiallinen aikakauskirja 101: 1, 9–21.
- Kivikuru, Ullamajaja (1996)  
Vieraita lehtiä. Aikakauslehti ajan ja paikan risteyksessä. Helsinki: Yliopistopaino.
- Knuutila, Seppo (1996)  
Yhtenäiskulttuuri kansallisena kertomuksena. Teoksessa Laaksonen, Pekka & Mettomäki, Sirkka-Liisa (toim.) Olkaamme siis suomalaisia. Kalevalaseuran vuosikirja 75–76. Helsinki: SKS, 166–175.
- Koivunen, Anu & Paasonen, Susanna & Pajala, Mari (toim.) (2000) Populaarin lumo – mediat ja arki. Turun yliopisto, Taiteiden tutkimuksen laitos, Mediatutkimus Sarja A N:o 46. Turku: Turun Yliopisto.
- Lehtonen, Mikko (1999)  
Ei-kenenkään maalla. Teeseja intermediaalisuudesta. Tiedotustutkimus 22: 2, 4–21.
- Lehtonen, Mikko (2001)  
Post Scriptum. Kirja medioitumisen aikakaudella. Vastapaino: Tampere.
- Lehtonen, Mikko (2004)  
Säiliöstä suhdetkimpuksi. Teoksessa Lehtonen, Mikko, Löytty, Olli & Ruuska, Petri. Suomi toisin sanoen. Tampere: Vastapaino.
- Liikanen, Ilkka (2003)  
Kansa. Teoksessa Hyvärinen, Matti & Kurunmäki, Jussi & Palonen, Kari & Pulkkinen, Tuija & Stenius, Henrik (toim.) Käsitteet liikkeessä. Suomen poliittisen kulttuurin käsittehistoria. Tampere: Vastapaino, 257–309.
- Marris, Paul & Thornham, Sue (toim.) (2000)  
Media Studies: A Reader. 2<sup>nd</sup> Edition. Edinburgh: Edinburgh UP.
- Miller, Toby (2001)  
Introducing... Cultural Citizenship. Social Text 69, 19:4, 1–5.
- Murdock, Graham (1999)  
Rights and representations: public discourse and cultural citizenship. Teoksessa Gripsrud, Jostein (toim.) Television and Common Knowledge. London: Routledge, 7–17.
- Mäenpää, Pasi (2004)  
Kansalaisesta kuluttajaksi. Teoksessa Kirsi Saarikangas ym. (toim.) Koti, kylä, kaupunki. Suomen kulttuurihistoria 4. Helsinki: Tammi, 286–315.
- Nicholson, Linda (1999)  
The Play of Reason. From the Modern to the Postmodern. Buckingham: Open University Press.
- Nieminen, Hannu (2003)  
Julkisuusteorian rakennemuutos: Ajatuksia kriittis-realistisesta julkisuuskäsityksestä, Tiedotustutkimus 26:2, 18–32.
- Nieminen, Hannu & Pantti, Mervi (2004)  
Media markkinoilla. Johdatus joukkoviestintään ja sen tutkimukseen. Helsinki: Loki-Kirjat.
- Nikunen, Kaarina (2003)  
Yksityisyyden murros, julkisuuden haaste. Feministisen kritiikin näkökulmia julkisuuden tutkimukseen. Tiedotustutkimus 26:2, 79–89.
- Näre, Sari (1999)  
Sukupuolten tunnekulttuuri ja julkisuuden intimisoituminen. Teoksessa Näre, Sari (toim.) Tunteiden sosiologiaa 1: Elämyksiä ja läheisyyttä. Helsinki: SKS, 263–299.
- Ouellette, Laurie (1999)  
TV Viewing as Good Citizenship? Political Rationality, Enlightened Democracy and PBS. Cultural Studies 13:1, 62–90.
- Pantti, Mervi (1998)  
Kaikki muuttuu... Elokuvakulttuurinjälleenrakentaminen Suomessa 1950-luvulta 1970-luvulle. Turku: SETS.
- Patton, Cindy & Caserio, Robert L. (2000)  
Introduction Citizenship 2000. Cultural Studies 14:1, 1–14.
- Peltonen, Matti (1992)  
Matala katse: kirjoituksia mentaliteettien historioista. Helsinki: Hanki ja Jää.
- Peltonen, Matti (toim.) (1996)  
Rillumarei ja valistus: kulttuurikahakoita 1950-luvun Suomessa. Helsinki: SHS.
- Pietilä, Veikko (1997)  
Joukkoviestintätutkimuksen valtateillä. Tampere: Vastapaino.
- Pietilä, Veikko (1999)  
Julkiso ja yleisö. Tiedotustutkimus 22: 3, 4–13.
- Pietilä, Veikko & Ridell, Seija & Kunelius, Risto & Heikkilä, Heikki (1999) Julkiso: tienviitta tutusvien hyppyhiirien ja räkäsästi nauravan kansan maailmassa. Tiedotustutkimus 22:3, 1–3.
- Relander, Jukka (2000)  
Kultainen nuoruus – vuosihannan vaihteen väkinäisen viriilin joukkofantasia. Teoksessa Hoikkala, Tommi & Roos, J.P. (toim.) 2000-luvun elämä. Sosiologisia teorioita vuosihannan vaihteesta. Helsinki: Gaudeamus, 281–303.
- Repo, Eino S. (toim.) (1954)  
Toiset pidot tornissa 1954. Gummerus: Jyväskylä.

- Ridell, Seija (1999)  
 Tutkimus julkisoa tuottamassa. Paikallisuus verkkomediassa -hanke irtiottona kulttuurisen yleisötutkimuksen käytännöistä. *Tiedotustutkimus* 22:3, 28–41.
- Ridell, Seija (2004)  
 Median julkisuustiloja kartoittamassa. Julkisuuden journalistinen tuottaminen ja kommunikatiivisuuden haaste. *Tiedotustutkimus* 27:2, 4–24.
- Rowe, David (2004)  
 Fulfilling the 'cultural mission'. *Popular genre and public remit. European Journal of Cultural Studies* 7:3, 381–400.
- Ruoho, Iiris & Ridell, Seija (2003)  
 Yleisöstä julkiseksi keskustelijaksi. Seminaari Medialukutaidosta vaikuttamiseen – Julkisen toimijana media-yhteiskunnassa, Tampereen yliopisto 7.11.2003. Verkkodokumentti <users.utu.fi/seirid/Ruoho-Ridell-7-11-03.rtf > Luettu 5.7.2004.
- Salmi, Hannu & Kallioniemi, Kari (toim.) (2000)  
 Pohjan tähteet: populaarikulttuurin kuva suomalaisuudesta. Helsinki: BTJ Kirjastopalvelu.
- Schulze, Gerhard (1992)  
 Die Erlebnisgesellschaft: Kultursoziologie der Gegenwart. Frankfurt am Main: Campus Verlag.
- Schulze, Gerhard (1997)  
 From Situations to Subjects: Moral Discourse in Transition. Teoksessa Sulkunen, Pekka ym. (toim.) *Constructing the New Consumer Society*. Houndmills, Macmillan, 38–57.
- Sheller, Mimi & Urry, John (2003)  
 Mobile Transformations of 'Public' and 'Private' Life. *Theory, Culture & Society* 20:3, 107–125.
- SOU (1999)  
 1999: 126. Politikens medialisering. Toim. Erik Amnå. *Demokratiutredningens forskarvolym III*. Stockholm.
- Strasser, Susan (1999)  
 Waste and Want. A Social History of Trash. Metropolitan Books. New York: Henry Holt and Company.
- Sulkunen, Pekka (1997)  
 Introduction: The New Consumer Society – Rethinking the Social Bond. Teoksessa Sulkunen, Pekka ym. (toim.) *Constructing the New Consumer Society*. Houndmills: Macmillan.
- Sulkunen, Pekka; Holmwood, John; Radner, Hilary & Schulze, Gerhard (toim.) (1997) *Constructing the New Consumer Society*. Houndmills: Macmillan.
- Stevenson, Nick (2003)  
 Cultural Citizenship. *Cosmopolitan Questions*. London: Open UP.
- Syvertsen, Trine (2004)  
 Citizens, audiences, customers and players. A conceptual discussion of the relationship between broadcasters and their publics. *European Journal of Cultural Studies* 7:3, 363–380.
- Vanhanen, Matti (2003)  
 Uusi alku hallitustyölle. *Suomenmaa* 3.7.2003.
- van Zoonen, Liesbet (2004)  
 Popular qualities in public broadcasting. *European Journal of Cultural Studies* 7:3, 275–282.
- Warner, Michael (1992)  
 The Mass Public and the Mass Subject. Teoksessa Calhoun, Creg (toim.) *Habermas and the Public Sphere*. Cambridge: MIT Press, 377–401.
- Warner, Michael (2002)  
*Publics and Counterpublics*. New York: Zone Books.