

maisten vaikutteiden kanssa. Perheen ja kansallisuuden tarkastelu olisi ollut mielenkiintoista syventääkin ottamalla mukaan enemmän kansallisuutta problematisoivaa teoriaa ja tutkimuksia televisioista kotoisena mediana.

Kahdesta sukukäsitteestään, genrestä ja sukupuolesta, Valaskivi tuntuu saavan enemmän irti ensimmäisestä. Genreä koskevaa teoretisointia tuodaan esille laajemmin ja monipuolisemmin kuin sukupuolen, ja eksplisiittisesti sukupuoleen keskittyvä analyysi jää suppeammiksi kuin "puhtaasti" genreen keskittyvä osio. Valaskivi määrittelee sukupuolen Teresa de Lauretista lainaten sosiaalisiksi suhteeksi (s. 64). De Lauretiksi mukaan sukupuoli on representatio, joka tuottaa suhteen yksilön ja luokan välille. Tällainen sukupuolimääritelmä sopiikin mainiosti Valaskiven työhön, jossa tuotannon, tekstin ja vastaanoton *suhteiden* tarkasteleminen on määritelty keskeiseksi tehtäväksi.

Määritelmän lainaamisesta huolimatta Valaskivi nähdäkseni käyttää sukupuolen käsitettä hieman eri tarkoituksessa kuin de Lauretis. Valaskivi kritisoi de Lauretista siitä, ettei tämä huomioi riittävästi miehiä. Kritiikki jättää kuitenkin huomiotta de Lauretiksien keskeisen tavoitteen etsiä tapoja ajatella sukupuolta muuten kuin määrittelemällä nainen suhteessa mieheen. Sukupuolen tarkastelu ainoastaan naisten ja miesten välisenä erona on de Lauretiksien mukaan ongelmallista, koska se sitoo ajattelun normatiiviseen kaksinaapaiseen sukupuoli-järjestykseen ja heteroseksuaalisuuteen oletuksiin sekä vaikeuttaa muiden erojen, kuten rodun ja luokan, huomiointia. Valaskivellä sukupuoli onkin ehkä vaarassa supistua mies-nais-suhteen kuvaukseksi. Naisten välisten erojen tarkastelu tulee mukaan perhesuhteiden, lähinnä onoppien ja miniöiden suhteiden tarkastelussa. Valaskivi kritisoi tutkimuksia, joissa esitetään yleistäviä väitteitä "japanilaisista naisista" eikä huomioida esimerkiksi luokkaan ja koulutukseen perustuvia eroja. Toisaalta hän ei itsekään erityisesti paneudu tarkastelemaan luokkaan tai muihin hierarkioihin pe-

rustuvia eroja eikä tuo esille tarkastelemissaan perheikäsiin liittyviä heteroseksuaalisia oletuksia.

Valaskiven työn ehdoton ansio on tuotannon, televisiotekstin ja vastaanoton analysoiminen kokonaisuutena. Huomiomallia kaikki kolme tasoa ja niiden kulttuurisen ja yhteiskunnallisen kontekstin tutkimus pystyy tarkastelemaan merkitysten muodostumista vakuuttavammin kuin keskittymällä vain yhden alueen analyysiin. Toisaalta Valaskiven työ kertoo myös vaikeuksista, joita laaja tuotannon, tekstin ja vastaanoton kattava tutkimusasetelma tuo mukanaan. Valaskivellä on ollut käytössään valtavasti materiaalia, mutta analyysi tuntuu paikoin jäävän suhteellisen kapeaksi. Muun muassa samat esimerkit sarjan tapahtumista saattavat toistua monessa kohdassa tutkimusta, vaikka käytössä on ollut useiden vuosien jaksot. Lukijana jäinkin vielä hieman kaipaamaan analyysin syventämistä. Nyt tulkinnot eivät juurikaan yllättäneet vaan etenivät melko odotettavissa olevia polkuja.

Itse pidin erityisen paljon Valaskiven työhön kuuluvista metodologioista, tutkijan positiota ja tutkimuksen etiikkaa koskevista pohdinnoista. Valaskivi kuvailee huolellisesti tutkimusmateriaalin keruun ja analyysin vaiheita sekä pohtii esimerkiksi materiaalin hankkimiseen liittyvien vaikeuksien ja tutkijan ennako-odotusten vaikutuksia lopputuloksiin. Näin hän tuo esille tiedon tuottamisen edellytyksiä ja ottaa vastuuta omasta tutkimusprosessistaan. Valaskivi korostaa, ettei tutkimusmateriaali ole "neutraalia", vaan hänen omat kiinnostuksenkohteensa – genre, sukupuoli ja japanilaisuus – ovat vaikuttaneet jo siihen, minkälaiseksi materiaali on muodostunut. Tämä ei tietenkään tarkoita, että materiaali olisi tieteilisestikin kyseenalaista, vaan ainoastaan sitä, että analyysissä on pyrittävä huomioimaan ehdot, joiden alaisina materiaali on rakentunut. Näin Valaskivi ansiokkaasti pyrkiinkin tekemään.

Kuvaus haastattelujen suorittamisesta on erityisen mielenkiintoinen ja kiinnittää huomiota vieraan kulttuurin tutkimiseen liittyviin

käytännön vaikeuksiin. Yksi japanilaisen kulttuurin tutkimukseen liittyvä erityispiirre oli "esiliinan" eli suosittelijana toimivan henkilön läsnäolo haastattelussa. Esiliinan läsnäololla oli oma vaikutuksensa siihen, minkälaiseksi haastattelutilanne muodostui ja mitä asioita siinä nousi esille. Lisäksi Valaskivi pohtii asemaansa ulkomaalaisena japanilaisen kulttuurin tutkijana. Haastattelutilanteissa tutkijan ulkomaalaisuus saattoi tuottaa erityisen paljon puhetta japanilaisuudesta ja toisaalta tv-sarjan tuottajat saattoivat hyödyntää kaukaista vierailijaa pr-tarkoituksiin. Paikoin tätä itserektiivistä pohdintaa olisi voinut vielä lisätäkin. Esimerkiksi katsojatutkimuskaavakkeen kysymykset tuntuvat tuovan mukanaan tiettyjä stereotyyppisiä oletuksia japanilaisista miehistä ja naisista, kovasti työtä tekevästä aviomiehistä ja kotiöistä huolehtivista vaimoista. Valaskivi nostaa esille empiriiseen tutkimukseen liittyvät valtakysymykset. Epämuodollisissakin haastattelutilanteissa tutkijalla on valta määritellä, mitä haastateltavien puhe merkitsee. Tutkijan ja tutkimuskohteen suhde ei ole neutraali vaan väistämättä jossain määrin hierarkkinen.

MARI PAJALA

## Täytyy lukee, jos saa tutkii

### Juha Kytömäki: TÄYTYY KATTOO, JOS SAA KATTOO

Helsingin yliopiston sosiaalipsykologian laitos, Helsinki 1999 (väitöskirja). 220 s.

Juha Kytömäen viime vuonna julkaistusta sosiaalipsykologian väitöskirjasta voi hyvällä syyllä todeta: "Vihdoinkin se on tehty." Yhdistä lausuman oikeuttaa se, että tutkimuksen empirinen aineisto on koottu jo vuonna 1988, ja sen osatutkimuksista on saatu lukea 1990-luvun aikana. Toisaalta Kytömäen väitöskirja *Täytyy kattoo, jos saa kattoo* on siksi tarpeellinen lisä suomalaisen mediatutkimuk-



sen kentällä, että sitä sietikin odottaa.

Kuten Kytömäki työnsä alussa tuo esille, varhaisnuorten mediakäytön empirinen tutkimus on kansainvälisestikin melko harvinaista, ja suomalaisittain kvalitatiivinen ote 10-14-vuotiaiden televisiotottumuksiin on sitäkin urauurtavampi. Tutkimuksessa on siten pioneerityön henkeä. Sen kiistattomia ansioita onkin laajan empiirisen aineiston kerääminen ja nuorten mediakäytöstä vallitsevien mutu-oletusten testaaminen tieteellisesti. Tutkimus myös haastaa lasten ja nuorten mediakäytön teoretisointeihin liittyviä ennakkoletuksia.

### Muuttunut mediamaisema

Huolimatta siitä, että väitöskirja antaa tutkijoille ja mediakasvattajille kiitettävästi "kättä pidempää", siinä on joitakin ongelmia, jotka vähentävät tulosten laajempaa sovellettavuutta. Näistä vähäisin ei ole tutkimuksen venähtäminen yli kymmenen vuoden mittaiseksi. Mediakentällä tapahtuu niin kiivaita muutoksia, että vuoden 1988 tilanne ei enää vastaa uuden vuosituhannen alun kontekstia.

Ensinnäkin digitalisoituminen on mullistanut mediamaisemaa, ja on syytä olettaa että video- ja tietokonepelit sekä internet ovat anastaneet melkoisen roolin nykyisten 10-14-vuotiaiden suomalaisnuorten media-arjesta. Toiseksi perhemallit ovat edelleen jatkaneet murrusta, jossa perinteinen ydinperhe on saanut yhä useammin väistyä "uusperheiden" tieltä. Kolmanneksi television ohjelmistorakenne on muuttunut kymmenessä vuodessa ratkaisevasti.

Television ohjelmarakenteessa tapahtunut muutos on ongelmista ehkä merkittävin, etenkin kun Kytömäki etsii varhaisnuorten mielitarinoita ja löytää seikkailukertomuksen sankareineen. Johdinpäättös kumpuaa tutkimuksessa esiin nousseista suosikkisarjoista. Haastateltujen 10-14-vuotiaiden lempisarjoja olivat *Ihmemies*, *Alf*, *Bill Cosby*, *V (Visitors)*, *Dallas*, *Miami Vice*, *Robin Hood*, *A-team*, *Kovaa peliä Bostonissa* ja *Murhasta tuli totta*, joita nykyisin harva edes

muistaa. Näistä "tosi hyvinä" pidettiin juuri seikkailullisia sarjoja, kuten *Visitorsia*, *A-teamia* ja *Ihmemiesiä*.

Ohjelmakarttoja tutkiessa voi kuitenkin havaita, että 80-luvulle tyypilliset seikkailu- ja toimintasarjat ovat vähentyneet tai suorastaan kadonneet tv-ohjelmistosta. Mikäli katsojalukumittauksiin on vähääkään uskominen, varhaisnuoret seuraavat nykyään *Salattuja elämiä*, *Kauniita ja rohkeita*, *Kotikatua* ja *Ally McBealia*. Ne ovat kaikki hybridisarjoja, joissa yhdistyy ihmissuhde- ja toimintagenren piirteitä, mutta joita ei hyvällä uskollakaan voi sanoa seikkailusarjoiksi. Tv-sarjoissa näyttäisi tapahtuneen selvä painopisteen siirtymä suorasta toiminnasta ihmissuhteisiin, eikä tämä siirtymä ole suinkaan poistanut varhaisnuoria vastaanotinten ääreltä.

### Kvalitatiivisen ja kvantitatiivisen rajamaastossa

Edellä kuvattu epäkohta liittyy toiseen tutkimusta vaivaavaan ongelmaan: kontekstualisoinnin puutteeseen. Kytömäki painottaa empiirisen aineiston laajuuden rinnalla työn kvalitatiivisuutta, keskittymistä paikallisiin kysymyksiin mitattavuuden ja yleistettävyyden kustannuksella. "Kulttuuritutkimuksellisesta" lähtökohdasta huolimatta tutkimusaineistoa ja sen tulkintaa ei kuitenkaan loppujen lopuksi kontekstualisoida kuin nimeksi. Näin tulokset jäävät ikään kuin tyhjiöön ja saavat lopulta aikaan vaikutelman, että ne olisivatkin yleistettävissä.

Tampereella vuonna 1988 kerätyn aineiston otos laadittiin koulujen oppilasluetteloiden perusteella ja siinä oli pyrkimys paikallisen tason "demografisuuteen". Kytömäki toteaa myös, että koska lasten sosiaalisen taustan huomioon ottaminen osoittautui äärimmäisen vaikeaksi, tutkimuksessa keskityttiin pääasiassa lasten ikään ja sukupuoleen. Kvalitatiivisuudesta huolimatta lasten ikä ja sukupuoli toimivat siten kvantitatiivisten muuttujien tavoin.

Nimenomaan lasten vertaisryhmien, perheen ja mediamaiseman välisten suhteiden sitominen eri

konteksteihin olisi lisännyt työn kvalitatiivista statusta ja käyttökelpoisuutta tämän päivän perspektiivistä. Nyt tutkimus sijoittuu jonkinlaiseen välitilaan, jossa tulee kiusaus tehdä yleistäviä tulkintoja tyyliin "Kytömäen väitöskirjan perusteella suomalaiset 10-14-vuotiaat varhaisnuoret käyttävät tv-sarjoja...", vaikka tähän ei työn perusteella olekaan mahdollisuutta.

### Tärkeää tietoa

Edellä esitetystä kriitikeistä huolimatta tutkimuksessa on lukuisia oivalluksia ja se tuottaa haastavia näkökulmia moniin lasten ja nuorten mediakäyttöä koskeviin olettuksiin. Sinällään en pitäisi työn keskeistä tulosta siitä, että televisiosta ja videosta käytävät keskustelut osoittautuivat merkittäväksi varhaisnuorten sosiaalisten suhteiden kannalta, yhtä "uutena ja yllättävänä" kuin Kytömäki. Jokainen televisiosukupolven edustaja on voinut havaita asian introspektiivisesti. Tutkimus lähinnä vahvistaa ja tekee tieteellisesti legitiimiksi aiemminkin tiedossa olleen arkituuden.

Sen sijaan yllättävä tutkimuksessa esiin nousnut huomio on esimerkiksi se, että vanhemmat eivät pyrkineet kaunistelemaan perheen ja lastensa katselutottumuksia vaan pikemminkin päinvastoin. Vanhemmat eivät kokeneet televisiosta ongelmaksi, vaan arjen luonnolliseksi ja myönteiseksi osaksi. Koska varhaisnuorten televisionkatselu ei "toimivassa perheessä" ollut ongelma, sitä ei tutkailtu niinkään moraalisena kysymyksenä, ja ongelmat television katsomisessa syyttäinkin mieluummin muuten kontolle.

Raikasta tutkimuksessa on myös ote, joka ei aseta aikuisia kasvattajia lasten ja nuorten yläpuolelle, vaan pyrkii näkemään varhaisnuorten mediakäytön luovaksi ja sosiaalisesti toiminnaksi – ja jopa monenlaisten oppimiskontekstien alueeksi. Tässä suhteessa tutkimus heijastelee niin sanotun kriittisen pedagogiikan, kuten Henry Giroux'n ja Peter McLarenin, ajatuksia. Empiirinen aineisto vahvistaa lähestymistapaa: perheiden televisioarkea ei tutkimuksen perusteella leimannut taistelu

kaukosäätimen vallasta, vaan neuvottelu ja yhdessäolo. Lapsilla ja nuorilla oli ohjelmavalinnoissa yllättävä sanansija, joka kasvoi sitä mukaa kun vanhemmat arvioivat lasten kypsyystason lisääntyvän.

Tutkimusta rasittaa jonkin verran opinnäytetyöhön kohdistetut vaatimukset: omaa paradigmaa pitää puolustaa kynsin ja hampain ja torjua haastajat. Erityisesti tämä näkyy luvussa 2, jossa Kytömäki haluaa korvata "liian psykologisoivan" identifiikaation käsitteen eläytymisellä. Itse en olisi valmis hylkäämään identifiikaation käsitettä yhtä hanakasti, varsinkaan kun Kytömäenkin tutkimuksessa vilahtaa tuon tuosta tiedostamattoman, identiteetin ja mielihyvän problematiikat. Parhaimmillaan Kytömäen väitöskirja onkin empiristä aineistoa erittelevissä ja tulkitsevista osissa, kun aineiston "oma ääni" nousee vahvemmin esiin. Televisiokatselun arjesta, kasvatuksellisista funktioista, peiloista ja sosiaalisista ulottuvuuksista kertovat luvut 3-6 kuuluvat jokaisen lasten ja nuorten media-käytöstä kiinnostuneen pakkolukemistoon. Jatkossa näitä aiheita on vaikea kohdata ottamatta Kytömäen uraauurtavaa tutkimusta huomioon.

JUHA HERKMAN

## Ymmärrystä mielikuvien viidakkoon

### Erkki Karvonon: ELÄMÄÄ MIELIKUVA-YHTEISKUNNASSA.

Imago ja maine menestystekijöinä myöhäismodernissa maailmassa. Helsinki: Gaudeamus, 1999. 334 s.

Erkki Karvonon etsii kirjassaan vastauksia siihen, miksi ja miten mielikuvista on tullut suuri käyttövoima mediayhteiskunnassa. Teos perustuu hänen pari vuotta sitten julkaisemaansa väitöskirjaansa "Imagologia", mistä hän ilmeisestikin on pyrkinyt ottamaan etäisyyttä. Yritys on onnistunut, sillä tekstiin on tullut väljyyttä ja sujuvuutta, joka on tarpeen erityisesti

jos sitä aiotaan suunnata myös niille, jotka työssään askaroivat aiheen parissa. Oivan käsitteenmäärittelyn ansiosta teos soveltuu myös oppikirjaksi.

Karvonon kirjoittaa silti tarkasti ja vie lukijansa alan keskeisten teorioiden juurille. Ne ovat hyvää käyttövoimaa sekä imagojen luojille että niille altistuville. Koska tuntematon koetaan usein arveluttavaksi, kiinnekohtaa etsitään mielikuvista ja merkeistä, joille on syntynyt tai tuotettu tietty vaihtoarvo tai peruste valinnalle. Karvonon toteaa, että mielikuvat vaikuttavat paitsi tuotteiden kysyntään ja ihmisten tai ideoiden menestykseen myös kansakuntien kohtaloihin. Maakuva luo lemansa osamiseen ja tuotteisiin ja sitä kautta yksityisen ihmisen elämänsäkin. Imagotutkimuksen paikka ja merkitys on perusteltu hyvin.

Karvonon nostaa kirjassaan esiin maine (reputation) -käsitteen, josta suhdetoiminnan foorumeilla ja kirjallisuudessa keskustellaan vilkkaasti. Kun imago on enemmän visuaalinen metafora, maine käsite tarjoaa hänen mukaansa vaihtoehdon, joka sopii paremmin nykyajan kulttuuritutkimuksen säilyttämään yhteiskuntatieteeseen ja viestinnän tutkimukseen. Mainen nähdään olevan enemmän sidoksissa tekoihin, kokemuksiin ja todellisuuteen, kun taas imago olisi pikemmin valokuvan kaltainen näky tai tunne kohteesta.

Käsitteellinen pohdinta on mielenkiintoista ja pitkälle vietyä, joskin käytännössä imagon juuret täytyy löytyä todellisuudesta nekin. Koska mielikuva on kognitiivinen tietorakenne, sen syntyprosessin tulisi kaiken järjen mukaan sisältää ainakin rahtuja todellisuudesta. Viestinnän ammattilaiset pitävät teoreettisestikin mahdollisena sellaisen imagon rakentamista ja syntyä, jolle ei löydy vastinetta todellisuudesta. Ehkä imagon ja maineen ero onkin siinä, että imago sisältää enemmän viestinnällisesti tuotettuja merkityksiä, kun taas maine voi perustua puhtaasti arkikokemuksiin. Näiden käsitteiden erottelu on yksi tutkimusalamme lähiajan haasteita.

Yhteisviestinnän tutkijoille ja ammattilaisille ehkä kiinnostavin-

ta luettavaa on imagon käsittely filosofiselta pohjalta. Perinteisen kahtiajaon sijaan kirjoittaja suosittelee kolmijakoa, jossa realismin ja konstruktivismiin lisäksi erotetaan omaksi mallikseen relationismi. Viimeksi mainittu tarjoaa riikkaan näkökulman imagon hallintaan, joka Karvosen mukaan on pikemminkin perspektiivien hallintaa. Kyse on siitä, mitä perspektiivejä yhteiskunnassa kierrätetään ja mitä diskursseja uusinnetaan. Jokin näkökulma voi nousta muita yliveraiteemmaksi eikä sen olemassa ole enää kyseenalaisteta.

Relationaalisen käsityksen mukaan todellisuus ei ole absoluuttista, kaikille samanlaista, ei objektiivista eikä subjektin ominaisuus vaan kohtaamisten ja suhteutumisen tuloksena syntyvä. Esimerkiksi jonkin asian tai toimijan (yrityksen, poliitikon jne.) ominaisuudet itsessään eivät ole ratkaisevia vaan se, miten ne suhteutuvat ympäristönsä, kilpailijoihinsa tai totuttuihin tapoihin. Imagon rakentamisessa onkin tärkeää nähdä, missä suhteessa korostettavat profiilitekijät ovat tai tulisi olla verrattuna muihin.

Käytännön esimerkit ja neuvot imagorakentajille kattavat vain parikymmentä sivua yli 300-sivuisesta teoksesta. Esimerkit, joista on saatu viime vuodet lukea ammattilehdistä ja kuulla alan seminaareissa, tuntuvat loppuun kalulta, vaikka Karvosen analyysi onkin syvempää kuin rivijournalistien. Teoksen tyyliin ja muuhun sisältöön nähden käytännön ohjeet tuntuvat keinotekoisilta ja yksinkertaistavilta. Ne eivät oleellisesti eroa oppaista, joita tulvi kaikkialla ja kaikentasoisina, ehtymättömän lähteenään eri puolilla maailmaa käyttävät kampanjat kaikista kuviteltavissa olevista aiheista.

Kun kyse on imagokirjasta, arvioinnissa ei voi olla kiinnittämättä huomiota teoksen ulkoasuun. Jos ulkonäkö – relationaalisuuden idean mukaan – ratkaisee, teokselle ei voi povata suurta suksaetta. Olisiko tässä voinut jotenkin hyödyntää tavaraestetiikan oppeja eli tieteellistä kuluttajan manipulointia?

ELISA JUHOLIN