

Älä usko hypeen!

Lister, Martin (ed.): THE PHOTOGRAPHIC IMAGE IN DIGITAL CULTURE

London and New York:
Routledge, 1995, 256 s.

Martin Listerin toimittaman artikkelikokoelman olennaisen sisällön voi tiivistää Public Enemyn räppäykseen Don't Belive the Hype! Tässä tapauksessa hypeä edustaa paljon rummutettu kuvakulttuurin digitaalinen vallankumous, joka yleensä ymmärretään perusteelliseksi murtumaksi aikaisempiin esittämisen ja kokemisen tapoihin. Listerin kirja nakertaa tällaista näkemystä tarjoilemalla aidosti historiallisia analyysejä viimeisen kymmenen vuoden aikana tapahtuneesta teknisestä muutoksesta.

Teos keskittyy enemmän kulttuuristen jatkuvuuksien kuin radiokaalien katkokkien tarkasteluun. Kirjoittajat myöntävät kyllä auuliasti, että uusien tekniikoiden nopea esiinmarssi muuttaa myös kuvien tuottamiseen, kuivuttamiseen ja kokemiseen liittyviä käytäntöjä. Mullistusta ei pidä aliarvioida. Teknofetisistinen puhe virtuaalisuudesta, kyberavaruuksista, neuroverkoista, postvalokuvallisesta ajasta on kuitenkin niin hurmaantunut omasta vauhdistaan, ettei ymmärrä asemaansa osana jo olemassaolevia kulttuurisia käytäntöjä. Lister painaa jarrua ja suo miellyttävän lepo hetken yleisen hälinän keskellä.

Nimensä mukaisesti – *The Photographic Image in Digital Culture* – teos keskittyy valokuvallisen kuvan problematiikkaan. Siis valokuvallisen kuvan, ei valokuvan. Ilmaisu valokuvallinen kuva viittaa siihen, että perinteinen valokuva on entistä useammin vain yksi osa tai ulottuvuus kuvallista esitystä. Eriytyisen selvästi tämä tulee esiin mainoksissa tai multimediassa, joissa valokuvan ja täysin simuloitun esityksen välinen ero häviää olemattomiin. Miksi sitten ylipäänsä puhua valokuvallisesta kuvasta?

Listerin kirjasta kysymykseen voi lukea monia vastauksia. Vanha

tuttu valokuva näyttää kaikesta huolimatta olevan vielä voimissaan; ei tarvitse kuin vilkaista passiinsa. Monet digitaalisesti manipuloituvat kuvat ovat lisäksi lähtöisin perinteisestä valokuvasta. Tärkein vastaus löytyy kuitenkin siitä, että digitalisoitumisen myötä valokuvan luonne representaationa ja sitä koskevat kysymykset eivät suinkaan häviä vaan ajankohtaisuus. Tämä pitää paikkansa jopa silloin, kun tarkastelemaan täysin simuloitua kuvallista esitystä. Palaan kysymykseen tarkemmin tekstin loppupuolella.

The Photographic Image in Digital Culture jakaantuu neljään lukuun: Visuaalinen kulttuuri ja teknologinen muutos, Ruumis ja valvonta, Kodin vapaa-aika ja viihde ja Taide ja julkisuus. Listerin lisäksi teoksen kirjoittajakuntaan kuuluvat Andrew Dewdney, Frank Boyd, Kevin Robbins, Michael Punt, Beryl Graham, Sarah Kember, Don Slater, Ruth Forling, Martin Barker, Michale Henning ja Ian Walker.

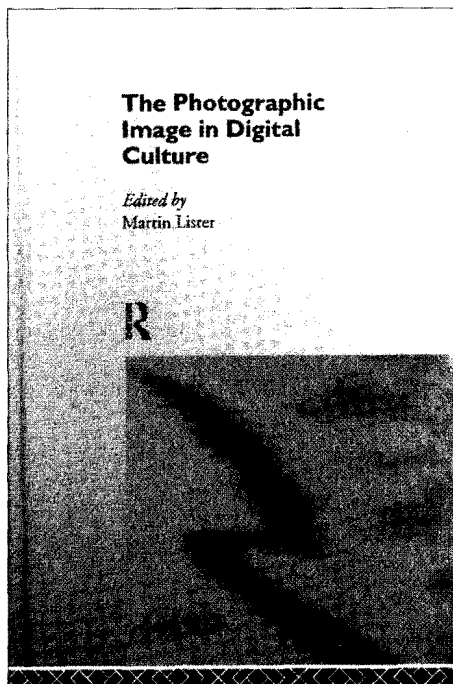
Kirjan 12 artikkelia leviävät mahdollottoman moneen suuntaan. Tulkitsekin teosta temaattisesti vain kolmen itseäni kiinnostavan näkökulman kautta: multimedian historiallisuus, interaktiivisuus ja ajatus valokuvan kuolemasta. En siis arvostele kirjaa vaan käytän sitä häikäilemättä hyväkseni.

Andrew Dewdney ja Frank Boyd määrittelevät multimedian seuraavasti: "Se viittaa erityisiin audiovisuaalisiin tekniikoihin, jotka ovat yhdistyneet digitaalisessa tiedon käsittelyssä. Perinteisen valokuvan digitaalinen skannaus ja säilyttäminen, liikkuva videokuva, animaatio, stereofoninen ääni ja teksti ovat luoneet edellytykset aiemmin erillisten representoimisen muotojen samanaikaiselle yhdistymiselle. Tämän lisäksi nykyinen digitaalisuuteen pohjautuva multimedia tuo tietokoneen näytölle ja käyttäjän ulottuville alati monipuolistuvan määrän ohjeita ja kontrollointimahdollisuuksia. Viimeksi mainittuja multimedian aspekteja kutsutaan 'interaktiivisuudeksi'" (s. 148). Näin laajan määritelmän piiriin kuuluvat tietenkin kaikki vuorovaikutteiset esitykset cd-rom-tietosanakirjoista kymme-

niin tuhansiin erilaisiin pelisovelluksiin.

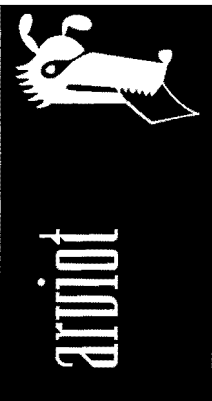
Multimedian merkityksestä selkeän osoitus lienee nykyään se, ettei mainoksissa enää kaupata tietokoneita vaan multimedialaitteistoja. Samaiset mainokset antavat lupauksen ikään kuin kyseessä olisi historiallisesti uusi tapa yhdistää eri medioita. Näinhän ei ole.

Muistan hyvin kuinka isäni osallistui Saipausseilan kisoihin yhtä aikaa radion, television ja päivän lehden välityksellä. Välillä hän käänsi television äänen pois ja korvasi sen radioselostuksen audiitiivisella nautinnolla. Samalla hän saattoi silmillä sanomalehteä tar-



kistaakseen karsintojen sijoituksia. Visuaalisuus, audiitiivisuus ja – kirjallisuudesta – tekstuaalisuus muodostivat kaiken kattavan multimedian, joka diktaattorisesti valtasi koko olohuoneen tilan.

Dewdney ja Boyd pitävätkin multimediaa eräänlaisena modernina kokemisen muotona, jonka jäljet johtavat 1800-luvun puolivälin dioramoihin, elävällä musiikilla säestettyihin elokuihin, monia eri ilmaisumuotoja yhdistäviin happeningeihin ja niin edelleen. Cd-rom-pohjaisessa multimediassa



sa nämä vain tulevat yhden ja saman välineen kautta digitaalisesti käsiteltyinä ja markkinoille sopivaan pakettiin käärittynä. Mikä sitten on multimedian erityisyys kulttuurisen kokemuksen näkökulmasta? Mitä erinomaista se tarjoaa verrattuna historiallisesti aikaisempiin "multimediaoihin"?

Monet näkevät vastauksen interaktiivisuudessa. Multimedia tarjoaa perinteiseen kirjaan verrattua ei-lineaarisen tavan matkaila tiedossa, estetiikassa ja pelien maailmassa. Multimedia ei ainoastaan yhdistele eri informaatiovirtoja uudella tavalla, se myös suo kokijalleen mahdollisuuden tehdä valintoja ja testata vaihtoehtoja. Käyttöliittymä on eräänlainen itsepalvelumyymälä, mistä voi poimia mieleisensä yhdistelmän samalla tavoin kuin kaupassa voi päättää meneekö ensin maito- vai leipähyllylle. Tässä interaktiivisuudessa nähdään myös mahdollisuus asioiden entistä tehokkaampaan oppimiseen.

Dewdney ja Boyd lyövät surutta säröjä multimedian interaktiivisuuteen. Koneensa ääressä valintoja tekevät kokija/käyttäjä/kuluttaja on valmiiksi katetun pöydän ääressä. "Suurin osa kaupallisesta multimedialla rakentaa illuusion, että käyttäjä voi tehdä päätöksiä, määrittellä kertomuksen lopputuloksen tai tehdä uusia kytkentöjä. Käytännössä tarjolla on ennalta määriteltä valintojen kokonaisuus, joka johtaa vain rajoitettuihin lopputuloksiin." (s. 161)

Multimedian tuotanto on aivan samalia tavoin kulttuurisesti ehdollinen kuin esimerkiksi aikakauslehdien, väittävät Dewdney ja Boyd. Olennaista tästä näkökulmasta ei ole käyttäjän mahdollisuus tehdä valintoja, vaan se, millä tavoin multimedian sisältö yhtä aikaa suo käyttäjälle pääsyn tiettyyn informaatioon ja samalla sulkee pois muita mahdollisuuksia. Multimedian rakentajat ilkeväät arvoihin, asenteisiin, tietoon ja esittämisen tapaan liittyviä valintoja käyttäjän puolesta.

Dewdney ja Boydin mukaan multimedialla liitetty interaktiivisuuden käsite on rajoittunut ja mekaaninen. Se viittaa enemmän kulutukseen ja kilpailuun kuin yh-

teistyöhön tai ajatukselliseen keskittymiseen. Vuorovaikutteisuutta korostamalla luodaan usein vaikutelma ikään kuin multimedia olisi erityisen interaktiivinen aikaisempiin medioihin verrattuna, jotka puolestaan nojautuvat passiiviseen vastaanottoon. Tämäkään ei pidä paikkansa. Kirjaa voi selailla miten haluaa, sen tietoja voi tarkistaa ja testata, siitä voi kirjoittaa vaikkapa tällaisen tekstin, joka perustuu ei-lineaariseen lukutapaan.

Minun on lisäksi vaikea kuvitella, että isäni multimediaalinen tapa osallistua hiihtokisoihin olisi elämyksellisesti tylsempi kuin saman kokemuksen hankkiminen ruudun ääressä kököttäen ja valikosta klikkaillen. Isäni tapauksessa kyse oli interaktiivisuudesta, jossa subjekti kaappaa tarjolla olevat mediat omaan käyttöönsä, yhdistelee niitä miten haluaa, kommentoi lopputulosta ja saattaa jopa koko perheen vuorovaikutuksen toraiseen käymistilaan. Pystyykö kukaan esittelemään multimedialla, jonka intensiteetti yltää lähellekään samaa!

Dewdney ja Boydin artikkeli edustaa selkeästi Listerin kirjan pyrkimystä purkaa uusiin medioihin liittyvää uutuuden retoriikkaa. Valokuvan kohdalla tällainen puhe muotoutuu usein väitteiksi valokuvan kuolemasta.

Ajatuskulku etenee suunnilleen tähän tapaan: digitaaliset teknikat ohittavat väistämättä perinteisen valokuvan. Pimeä laboratorio korvautuu negatiiviskannereilla ja digitaalisella kuvankäsittelyllä. Kemikaalilla kuorrutettu filmi antaa tilaa – tosin hitaammin – valoherkälle anturille, jonka resoluutio ja muut kuvan laatuun liittyvät ominaisuudet lähestyvät negatiivia. Valokuva muuntuu digitaaliseksi stiiil-kuvaksi. Se puolestaan saa paikkansa erilaisissa hybrideissä kuvissa, kuten esimerkiksi juuri multimedialla, jossa valokuvaa ei välttämättä edes tunnisteta valokuvaksi. Samalia valokuvaan liittyvät teoreettiset ongelmat hajoavat koska "valokuvaa ei enää ole". Näin valokuvasta tulee kuvatuotannon muoto, joka syntyi jossain 1800-luvun alkupuolella ja hiipui uuden vuosikymmenen vaihteissa.

Kun olen kirjoittanut edellisen virkkeen, huomaan työpöydälläni *Tietoviikko* -lehden (4.10.1996) jutun tämän vuoden Photokina-messuilta. Erkki Mäki (s. 8) kirjoittaa, että "käytännössä kaikki kameravalmistajat julkistivat omat digitaalikameramallinsa. Digitaalisen kuvan ketju kamerasta printiksi on nyt aukoton, sillä messuilla oli esillä myös digitaalisia kuvanvalmistusjärjestelmiä, jotka tuostavat suoraan valokuvapaperille." Mäen artikkeli näyttää todentavan kouraantuntuvasti valokuvauksen loppua, ainakin sellaisena kuin olemme sen perinteisesti tottuneet ymmärtävän.

Martin Lister käsittelee kysymystä toisesta näkökulmasta. Hänen keskeinen ideansa on, että uudet kuvanvalmistusteknikat siiojottuvat perinteisen valokuvan alueille, esimerkiksi sanomalehtiin. Näin ne muotoutuvat osaksi kuvan tuotannon ja kokemuksen käytäntöjä, joilla on historiallinen jatkuvuutensa. Valokuvan teknisestä muuttumisesta ei automaattisesti seuraa, että valokuvallisen representaation teoreettiset ongelmat voidaan syrjäyttää. Tilanne on oikeastaan päinvastoin. Jotta olisi mahdollista ymmärtää digitaalista valokuvaa, on kyettävä analysoimaan aikaisempia valokuvaan rakentuneita käytäntöjä. Tiivistäen voi sanoa, että perinteisen valokuvan jälkeen kysymykset valokuvallisen representaation luonteesta ja tuotannosta nousevat entistä akuutimmin esiin.

Ajatellaanpa ääntäpausta, täysin synteettistä (ei-indeksistä) lehtikuvaa, joka esittää tilannetta joka ei ole koskaan ollut olemassaakaan. Kuvalle voidaan tietysti esittää sama (ikävästyttävä) kysymys kuin perinteiselle valokuvulle: kuvaako se oikealla tavalla todellisuutta? Tällaiseen kysymyksen vastaaminen on kummassakin tapauksessa yhtä työstä ja oikeastaan mahdotonta. Kysymyksen voikin muotoilla toisin. Millaisia totuuseffektejä synteettisellä kuvalla on? Mitä asioita sen avulla halutaan painottaa, millaisia sulkea pois? Miten ihmiset lukevat ja kokevat synteettisiä kuvia? Millaisilla kulttuurisilla representaatioilla synteettiset kuvat operoivat?

Entä millaisista kulttuurisista läh-
tökohdista niitä tuotetaan?

Tällaisiin kysymyksiin voi vasta-
ta aivan hyvin riippumatta siitä,
löytyykö kuvan takaa materiaali-
nen todellisuus, johon kuvailla on
indeksinen suhde. Täysin synteet-
tisessä kuvassa tulevat esiin siis sa-
mat kuvan konstruktivisuuteen
liittyvät ongelmat kuin perinteis-
essä valokuvassa. Sama pätee
tietenkin paikkansa myös indeksi-
sen mutta digitaalisesti käsitellyn
kuvan kohdalla. Tätä nykyä tällai-
set 'photoshoppailut' kuvat taita-
vat jo muodostaa enemmistön
lehtivalokuvista.

Enkäpä valokuvan kulttuurisen
merkityksen kestävin ydin ei sijait-
sekaan tuossa 150 vuotta sitten
keksityssä valokemiallisessa pro-
sessissa vaan kuvalliseen esittämi-
seen liittyvissä kysymyksissä, joita
valokuva on teknisen keksimisen-
sä jälkeen tuonut pohdittavaksi.

JANNE SEPPÄNEN

Digitaalisen yhteiskuntateorian puolikas

Negroponte, Nicholas
BEING DIGITAL

(2nd Edition). New York:
Vintage Books, (1996)

Being Digital on kirja kaikille meil-
le, jotka olemme pitkän vastaan-
haraamisen jälkeen juuri tottune-
et sähköpostin käyttöön, mutta
jotka emme vieläkään – periaat-
teellisista syistä, tiedättehän –
hanki kännykkää. Nicholas Negro-
ponte on Amerikan Cambridgessa
toimivan MIT:n kuuluisan Media
Labin perustajaja ja johtaja. *Being
Digital* on Negroponten visionää-
rinen julistus siitä, millaiseksi maa-
ilma muuttuu, kun bitit ottavat
atomien paikan – siellä missä voi-
vat.

Kirjan jutut ovat alunperin il-
mestyneet kolumneina *Wired*-leh-
dessä.

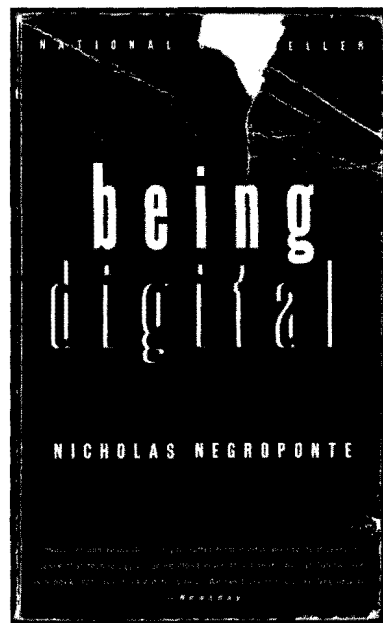
Kirjaksi asti Negroponte on nä-
kynsä työstänyt juuri siksi, että
mekin, jotka emme vielä tukka
putkella surffaa verkossa, pääsi-
simme kärryille siitä, millaisen
muutoksen verkostoituvaa ja digi-
taloituvaa viestintäjärjestelmä
tuo.

Muutoksen ideologia

On aika murhaavaa havaita kol-
mekymppisenä oivansa joistakin
asioista aika pihalla. *Being Digital*
vilisee ajatuksia ja puhetta sellai-
sista ilmiöistä, jotka ovat ainakin
minulle ihan uusia. Arvelen oivani
kuitenkin sen verran jälkijunas-
sa, että jätän tämän sisällön refe-
roimatta. On kuitenkin parasta
aloittaa sanomalla, että teknolo-
gian popularisoijana Negroponte
onnistuu hyvin. Pelkästään tämän
annin vuoksi kirja kannattaa lu-
kea.

Negroponten tärkein läksy on,
että digitalisoituvaa maailmaa kää-
ntävän päälaelleen monet nykyiset
hierarkiat. Uuden informaatiotek-
nologian käyttäjistä tulee digitaal-
lisen maailman suunnan päättäjiä.

Joukkoviestinnän kohdalla täs-
sä on kyse siitä, että aiemmin



(joka usein Negroponten visioissa
tarkoittaa itse asiassa tätä päivää)
viestintäyritykset yrittivät 'työntää'
sisältöjä yleisön kurkusta alas.
Yleisö on 'jossain siellä' ja sen toi-
votaan kuluttavan sitä, mitä teki-
jät ajattelevat sen haluavan kulut-
taa.

Digitaalisessa maailmassa ylei-
sö 'vetää' ohjelmat ja sisällöt luok-
seen. Se poimii verkostoituneen ja
huikeasti tehostuneen viestintä-
ympäristön ruokaista sellaisia
sisältöjä kuin se kulloinkin haiuaa.

Voi olla, että huomenna ha-
luatkin katsella 1950-luvun perhe-
sarjoja, joten pyydät kotitietokone-
nettasi lataamaan kovalevyilleen
niitä yön aikana. Uutistarjontaasi
hoiteleva ohjelma puolestaan tie-
tää, että olet erityisen kiinnostu-
nut tasa-arvokysymyksistä, ja se
täydentää aamun uutistarjontaasi
asiaa koskevilla artikkeleilla kaikis-
ta maailman laatu-lehdistä. Ja vaika
mitä.

Viestien tuottajan kannalta
muutos merkitsee suunnilleen
yhtä suurta mullistusta kuin B52-
pommikoneiden korvaaminen
täsmäaseilla. Tarkasti maaliinsa
hakeutuvien viestien rinnalla ny-
kyinen 'broadcast' -viestintä onkin
auttamattoman tehottomaa. Negro-
ponten opetus on, että tehottomu-
utensa vuoksi se on myös pian
kaupallisesti epäuskottavaa.