

Mistä kaikki alkoi — vastaanottotutkimuksen kaanon?

MOORES, Shaun. *Interpreting Audiences. The Ethnography of Media Consumption*. SAGE Publications, London, Thousand Oaks, New Delhi 1993. 154 s.

Shaun Mooresin nimi ilmestyi brittiläisen *Media, Culture and Society* -lehden kirjoittajien joukkoon 1980-luvun jälkipuoliskolla. Tutkijana hän heittäytyi kvalitatiivisen yleisötutkimuksen nousevaan aaltoon ja ryhtyi aluksi pohtimaan brittiläisen radioyleisön sosiaali- ja kulttuurihistoriaa suullisen historiantutkimuksen menetelmin. Sitten hän on suuntautunut tutkimaan satelliittitelevision kulttuurisia merkityksiä osana uuden viestintäteknologian vastaanottoa.

Interpreting Audiences on kasvanut yleisötutkimuksen kehitystä käsitelleestä Mooresin artikkelista "Texts, readers and contexts of reading: developments in the study of media audiences", joka julkaisiin *Media, Culture and Society* -lehden ykkösnumerossa vuonna 1990. Itse olen käyttänyt tuota artikkelia lukemistona metodologia-kursseilla kuvaamaan askelta merkitysten sisään- ja uloskoodausta koskevasta tutkimuksesta vastaanoton konteksteja painottavaan tutkimukseen. Artikkelinsa lopussa hän päätyy penäämään vastaanottotutkimukselle uutta suuntaa, missä merkityksen käsitteen rinnalle nostettaisiin mielihyvän ja makujen problematiikka. Televisioyleisöihin painottunut tutkimus avautui näin kohti medioiden käytön ja populaarikulttuurin kulutuksen yleisempää tutkimusta.

Mooresin kirja laventaa aikaisemmin julkaistun artikkelin luotausta tutkimusperinteen kehitykseen, mutta lisää siihen myös olennaisesti uutta. Arvailujen varaan jää, miksi tekijä ei edes kirjallisuus-

viiteissä mainitse tätä artikkeliaan. Muun oman tuotantonsa hän käy huolella läpi itse kriittisin kommentein varustettuna.

Vertaamalla artikkelina julkaistua kirjan aihiota ja itse kirjaa voidaan joka tapauksessa tehdä hyödyllisiä päätelmiä kvalitatiivisen yleisötutkimuksen kehityksestä sekä alueen tutkijoiden itseymmärryksestä. Tässä yhteydessä on tarpeen korostaa, että kysymys on nimenomaan brittiläisestä itseymmärryksestä. Moores etsii paikkaansa ennen kaikkea suhteessa brittiläiseen alan tutkimukseen, mitä hän pohtii suhteessa muuhun englanninkieliseen, pääasiassa amerikkalaiseen tutkimuskirjallisuuteen.

Kriittiseen etnografiaan

Periaatteellisesti tärkein muutos on tapahtunut itse tutkimusalueen identifioinnissa. Vastaanoton, reseption tutkimus tai kvalitatiivinen yleisötutkimus ovat Mooresille kirjassaan pikemminkin lähökohta, josta on kriittisen arvioinnin kautta suuntauduttava eteenpäin. Tuo uusi suunta on kriittinen etnografia, jonka tutkimuskohteeksi Moores määrittelee kulttuuriseen kulutukseen liittyvät käytännöt ihmisten arkielämässä. Seuraava lainaus kirjasta kuvaa tarkemmin Mooresin ajatusta:

"... ymmärtääkseen pitävästi medioiden vastaanoton merkityksiä etnografien tulee kontekstualisoida yleisöreaktiot suhteessa joukkoon muita sosiaalisia toimintoja, artefakteja ja tulkintoja. Niinpä sen ohella, että tutkitaan radion ja television tai videon ja tietokoneiden käyttöä ja merkityksellistämistä, nyt saattaisi olla hyödyksi suunnata kiinnostus kuluttajien vaatevalintoihin tai heidän ruokailutottumuksiinsa ja kotien kalustukseen." (s. 117)

Moores toteaa, että siirtyminen kohti kulttuurisen kulutuksen yleisempää tutkimusta laventaa dramaattisesti tutkimuksen näkökulmaa ja voi jopa kiihdyttää mediaspesifin yleisötutkimuksen erityisenä tutkimusalueena. Mistä lopulta-kaan erottaa mediatutkijan ja kulutusta

yleisemmin tutkivan sosiologin? Tästä mahdollisuudesta huolestuneet voisivat lohduttaa sitä, että mediat itse ja niiden palkkaamat markkinatutkijat pitävät kyllä yleisöt mukana keskustelussa tulevaisuudessakin.

Historiallisessa katsannossa Mooresin pohdiskelu nivoutuu kvalitatiivisen yleisötutkimuksen klassiseen kysymyksen konteksteista. Mooresin kvalitatiivisen yleisötutkimuksen kehityksestä tekemä vaiheistus osoittaa, että kysymys konteksteista on ollut tutkimusperinteen hallitseva metodologinen ongelma. Morleyn (1986) tunnettu tutkimus nosti keskiöön perhekontekstin merkityksen television katselussa. Sitten Morley yhdessä eräiden muiden kanssa suuntautui televisiosta kodin mediaympäristön laajempaan tarkasteluun. Tämä muutos yhteydessä populaarikulttuurin tutkimukseen loi pohjan sille kriittiselle etnografialle, jota Moores suuntautumisellaan kohti kulttuurisen kulutuksen laajempaa tarkastelua tavoittelee.

Bourdieuin perintö

Kulttuuriseen kulutukseen suuntautuvan kriittisen etnografian teoreettisista vaikutteista Moores noteeraa ennen muuta Bourdieun ja hänen analyysinsä kulttuurisen pääoman yhteydestä elämäntyyliin tai makusuuntausten kehittymiseen. Kirjaa edeltävässä artikkelissaan hän totesi Bourdieun tärkeäksi erityisesti siksi, että hän yhdistää teoriassaan makusuuntausten ja kulttuurisen pääoman muotoutumisen osaksi yhteiskunnallista vallankäyttöä. Mediaspesifille yleisötutkimukselle Bourdieu on puolestaan muistutuksena siitä, että mediat ovat osa laajempaa kulttuurisen kulutuksen kenttää ja että mediatutkijoiden tulisi siksi ottaa vakavasti esim. sellaiset arkielämän ilmiöt kuin ruoka, vaatteet tai kotien kalustus.

Bourdieu on Mooresille edelleen kulutukseen suuntautuvan etnografian tärkeä vaikuttaja. Mutta kirjassaan hän tuo esille myös useita kriittisiä huomautuk-

sia. Yksi näistä, monien muidenkin no-teeraama, on Bourdieun teorian poliittinen pessimismi: se ei avaa näkökulmaa yhteiskunnan ja kulttuurin muutokseen. Toinen kriittinen huomautus koskee Bourdieun liiallista sitoutumista yhteiskuntaluokkien välisten erojen tarkasteluun. Naistutkimus on esimerkiksi osoittanut, miten tärkeää luokka-analyysejä on täydentää sukupuolisuuden merkitysten tarkastelulla. Kolmanneksi hän kiinnittää huomiota Bourdieun käyttämiin tutkimusmetodeihin: hänen keskeiset johtopäätöksensä perustuvat kyselytutkimuksen aineistoihin eivätkä siksi tuota kohdespesifejä vastauksia.

Kulttuurisen kulutuksen tutkija ja siten myös mediatutkija joutuu Mooresin mukaan ottamaan lopulta kantaa perustavaa laatua oleviin yhteiskuntateoreettisiin kysymyksiin. Mikä on yksilön liikkuvapaus suhteessa yhteiskunnan ja kulttuurin rakenteiden pakkovaltaan? Luovuus ja pakko, hegemonia ja vastarinta, muutos ja pysyvyys — tällaisissa vastakkainaseteluissa ilmenee yhteiskunnan ja kulttuurin prosessi. Kriittisen etnografian olisi pystyttävä tarttumaan näiden jännitteiden eri puoliin.

Täyslaidallinen kohti Fiskeä

Kulttuurintutkimuksessa kriittisyydestä on jälleen tulemassa tärkeä erottelutekijä. Mooresin etnografian kriittisyys korostaa erottautumista populaarikulttuurin tutkimukseen rakentuneesta populismista, vastarinnan ja muutoksen perspektiivien ylikorostuksesta. Täyslaidallinen kohti John Fiskeä ja hänen kirjoituksiaan populaarikulttuurista; siitä näyttää viime vuosina kehittyneen suorastaan akateeminen rituaali brittitutkijoiden keskuudessa eikä Moores ole tässä suhteessa poikkeus!

Mielenkiintoisin ja samalla vakavimmin otettava osa Mooresin esittelemässä Fiske-kriitikissä on väite Fiskeen populaarikulttuurianalyyseiden historiattomuudesta. Fiskeen analyyseiden aika ja paikka on eräänlainen ei kenenkään -maa,

”kulttuuria suurella silitysraudalla”, jossa kaikki merkitykset sulavat tasaiseksi mössöksi. Fiskeen nähdään myös liioitelleen populaarikulttuurin sisältyvää vastarinnan potentiaalia. Hänen omat analyyseinsä käyvät kyllä esimerkiksi kriittisen lukutavan mahdollisuudesta, mutta eivät sinänsä osoita, että valta ja vastarinta -tulkinnat olisivat tyyppillisiä populaarikulttuurin kulutukselle.

Voisi tietysti kysyä, rakentuuko kriitikoiden Fiskelle tarjoama ei kenenkään -maa ylikansallisen massakulttuurin tuotteista. Juuri niihin Fiskeen analyyttinen kiinnostus on kohdistunut. Huomattakoon, että Fiske itse on eräänlainen globaalin rajojen ylittämisen symboli. Hänen akateeminen karriäärinsä on ollut jatkuvaa matkaamista ajassa ja paikassa, Englannista Australiaan sekä edelleen Yhdysvaltoihin. Amerikassa Fiskestä on tullut brittiläisen kulttuurintutkimuksen airut, mutta entisessä kotomaassa hänen tarkoituksperiään selvästikin epäillään.

Mooresin populaarikulttuurin tutkimuksen ja Fiske-kritiikin keskeinen sisältö on perinteen rehabilitointi, paluu brittiläisen kulttuurintutkimuksen juurille. Juuri tästä selittyy Fiskeen suuntautuvien huomautusten pisteliäisyys. Hän on unohtanut lähtökohtansa. Birminghamilaisen perinteen vahvuutena Moores pitää sen tutkimusten ankkuroitumista historialliseen aikaan ja paikkaan. Jos kulttuurintutkimukselta edellytetään herkkyyttä suhteessa merkitysten erityisyyteen, tällaista vaatimusta voinee pitää oikeutettuna. Birminghamilaisten alkulttuureihin suuntaamalla tutkimuksilla on Mooresin mielestä edelleen metodologista annettavaa. Esimerkiksi Paul Willisin uusimpaan tuotantoon kuuluvan kirjan *Common Culture* (1990) hän esittelee käypänä esimerkkinä nykyetnografiasta.

Rehabilitointi koskee myös kysymystä teksteistä ja niiden tuotannosta. Mooresin mukaan kulttuuriseen kulutukseen suuntautuva etnografia tarvitsee rinnalleen uudelleen muotoillun institutionaa-

lisen ja tekstikritiikin. Mediatutkijakaan ei voi siis pitäytyä vain kulutuksen tutkimiseen, vaan hänen kiinnostuksensa on ulotettava myös itse kulttuurituotteisiin ja niiden tuotantoon.

Mooresin esimerkki feministisen kritiikin merkityksestä osoittaa, että hän näkee tieteellisen käytännön aktiivisena pyrkimyksenä yhteiskunnan ja kulttuurin muuttamiseen. Populaarikulttuurin tekstien kuten tv-sarjojen nyt ilmentämä herkkyyksä sukupuolisuuden merkityksille ei olisi kehittynyt ilman feministisen kritiikin panosta. Populaarikulttuurista ei siksi voi tehdä edistyksen lipunkantajaa.

Taisto Hujanen

Alussa oli Charles Sanders Peirce

JENSEN, Klaus Bruhn. *The Social Semiotics of Mass Communication*. Sage, London. 228 s.

Klaus Bruhn Jensen nousi joukkoviestinnän tutkimuksen kentällä esiin kymmenisen vuotta sitten väitöskirjallaan *Making Sense of the News*, josta tuli melko pian vastaanottotutkimuksen ja uutistutkimuksen pakollista viittausmateriaalia. Vastaanoton, television ja uutisten parissa hän on viihtynyt tämän jälkeenkin.

Ensisilmäyksellä *The Social Semiotics of Mass Communication* laajentaa Jensenin kiinnostuksen alaa roimasti: tarjolla näyttäisi olevan teoria joukkoviestinnästä yleisemminkin. Osin vaikutelma on pettävä. Jensenin yleisempikin teoria nimittäin ankkuroituu tiukasti vastaanoton tienoille. Osin tällainen painotus on tie-