

diatesti saikin ilmestyessään joulun alla 2001 runsaasti huomiota lehdistössä. Tosin kirjassa esitetyt pohdinnat eivät juuri nousseet uutisoinnin kohteeksi, vaan kirja siinänsä "ensimmäisen aallon teoksena".

Teoksen kohderyhmä mietityttä. Onko kirja suunnattu toimittajille, toisille tutkijoille vai kenties laajemmalle yleisölle? Teoksen alusta puuttuu johdantoluku, joka avaisi kahdenkymmenenkolmen artikkelin välisen sidoksen lukijalle. Syyskuun yhdestoista ei yksinään riitä liittämään kirjoituksia yhteen.

Kirjan tekstit voi jakaa kolmeen ryhmään. Artikkelien joukosta erottuvat helmet: uusia näkökulmia esittävät ja analyttisesti asioita tarkastelevat tekstit. Tähän ryhmään kuuluvat myös ne tieteellisesti ansiokkaat tekstit, joiden yhteys kirjan teemaan jää kuitenkin hataraksi. Toisena ryhmänä ovat kirjoitukset, jotka sopsivat lehtien mielipideosastoille: mitenkään tieteellisiä tai syvältä asioita luotaavia ne eivät ole. Akanoiden joukkoon sijoittuvat artikkelit, jotka lähinnä referoivat median kerrontaa ja joista puuttuu asioiden analysointi. Tästä kolmannesta luokasta löytyy sekä perustutkinto-opiskelijoiden että tohtorien tekstejä.

Kinnoitavaa on arvioida, miten mediatutkijat analysoivat mediassa työskentelevien toimintaa. Kykenevätkö mediatutkijat sanomaan mitään sellaista, jota toimittajat eivät olisi jo paljon nopeammin aikataululla todenneet? Tästä syystä mediatutkijoiden ajankohtaisista asioista tekemä analyysi on erittäin haastavaa. On hienoa, että myös opiskelijat ovat saaneet kokeilla tutkijan kynsiään. Valitettavasti opiskelijoiden kirjoitukset jäävät lähinnä referoinnin tasolle. Millainen kuva näille opiskelijoille, todennäköisesti tuleville toimittajille, syntyy mediatutkimuksesta? Tältäkin osin kirja ei anna hyvää kuvaa Jyväskylän yliopiston viestintätieteiden laitoksen opetuksen ja tutkimuksen tasosta.

Instant-tutkimuksen vaarana on myös mennä sieltä, missä aita on matalin. Mainiossa artikkelissaan Helsingin Sanomien Aasian kirjeenvaihtaja Pekka Mykkänen toteaa, kuinka monet tutkijat analysoivat kansainvälisiä tapahtumia

kotona kahvikupin ääressä, jolloin kuva tapahtumista saattaa olla totaalisesti toinen kuin itse tapahtumien silmässä. Valitettavasti tämän kirjan lähes kaikissa jutuissa on juuri tällainen kahvin maku. Analyysia on tehty kotisohvalla televisiouutisia raportoiden tai omaan sähköpostiin tulleita viestejä tarkastellen. Helppo tutkimus ei ole useinkaan parasta laatua. Parasta tutkivaa journalismia edustaakin juuri Mykkänen kertossaan median kullisien takaisesta elämästä Pakistanissa. Tällaisia juttuja emme ainakaan suomalaisista lehdistä ole juuri saaneet lukea.

Suurinta osaa kirjan artikkeleista leimaa tulkintojen hampaattomuus. Luonnollisesti nopean aikavälin tutkimuksissa aineistot ovat suppeita, mutta silti tulisi pyrkiä jonkinlaisiin perusteluihin johtopäätöksiin. Kirjoittajien varovainen ote ilmenee erityisesti siinä, ettei kovinkaan monessa kirjoituksessa mennä asioiden taustoihin. Ei esimerkiksi kyseenalaisteta sitä, miksi asioista mediassa kerrottiin kuten kerrottiin. Mielenkiintoisempaa kuin todeta eversti Hultin "katseen terästyneen ja pään nyökähänteen" televisiouutisissa olisi pohtia, miksi Hult oli valittu lähettykseen asiantuntijaksi. Lisäksi haidelmällisempää kuin referoida median kerrontaa olisi tuoda esille, mitä ei kerrottu ja miksi. Miksi esimerkiksi sähköpostilistoilla käydyissä keskusteluissa sivuttiin juuri tiettyjä teemoja ja jotkut asiat ohitettiin?

KIRSI KALLIO & JYRKI KÄKÖNEN

Mikko Lehtonen SYYSKUUN YHDENNEN- TOISTA MERKITYS.

Tampere: Vastapaino 2001. 120 s.

Naomi Klein NO LOGO. TÄHTÄIMESSÄ BRÄNDIVALTIAAT.

Suomentaneet Liisa Laaksonen ja Maarit Tiilman.

Helsinki: WSOY 2001. 453 s.

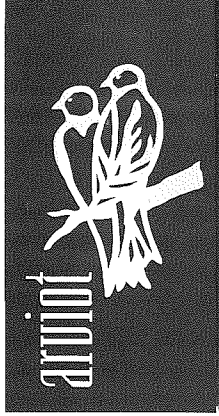
New York oli jo sata vuotta sitten amerikkalaisen poliittisen ja taloudellisen mahdin symboli. Esimerkiksi taitelija Robert Henri (1865-1929) ylisti sen pilvenpiirtäjä tyy-

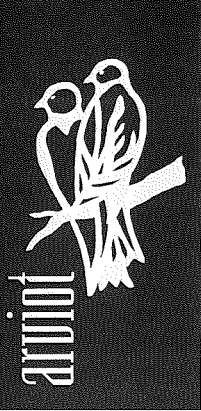
pilliseksi kaikelle, mitä Amerikka merkitsee. Ne olivat hänen mielestään amerikkalaisen nationalismin ja luovan hengen todellinen ilmenemismuoto. Ei siis ihme, että terrori-isku World Trade Centerin torneihin koettiin paitsi materiaalisena myös symbolisena tuhotekona.

Mikko Lehtonen miettii esseessään niitä merkityksen muodostamisen tapoja, joilla WTC:n romahdaneet tornit alkoivat tyrkyttyä myös meidän yhteiseksi symboleiksemme, ja miten "terrorisminvastaista" rintamaa alettiin huudella kokoon. Esseessä etsitään vastauksia kysymyksiin siitä, keitä olemme *me* ja minkälaisen itsensänselvytyksen läpi toisia tarkastelemme. Millä tavalla mediassa tarinaa kerrotaan, ketkä sitä kertovat ja millä keinoin? Kulttuurintutkimuksellista tietovarantoa viljellään esseessä ahkerasti, joten satokaan ei yllätä: representaation ja toisuuden teemojahan sieltä alkaa nousta.

Taju siitä, että totuuksina ja varmuuksina esitetyt asiat ovat usein muotoon pakotettuja, on tärkeä. Kun aikaa WTC-iskusta alkaa olla jo reilut puoli vuotta, tuntuu Lehtosen esseestä yhä mehustuvan. Esseeseen ilmestymisen aikoihin teki mieli parahdella, että tornit sortuvat ympäriltämme ja Lehtonen se vain pohtii merkien merkityksiä. Nyt haluttaa veikata, että tämä teksti kestää aikaa merkittävästi paremmin kuin tapahtuneesta kertomaan rientäneet reportaasit, jotka pyrkivät tuottamaan *näin se on* -efektejä. Toki myrskyn silmissä eleyty aikakin tekstissä näkyy, ja kautta esseeseen hämmennys siitä, että mitä tapahtuneista oikeastaan pitäisi ajatella.

Henkilökohtaisuus on esseistikkassa hyve. Lehtonen pommittaa esimerkiksi Yhdysvaltain presidenttiä samankaltaisilla lattapäisyysillä kuin millä tämä on pippuroinut Osama bin Ladenia ja muita "pahan" edustajia. Vaikea on uskoa, etteikö Lehtonen olisi tehnyt tätä kommunaatiotiestä tietien tahtoen. Esseestä kumpuava oppi on yksinkertaisuudessaan tämä: *me* emme ole yksin hyvän puolella eivätkä *he* pahan. *Me* ja *he* olemme toisistamme pääsemättömissä. Todellisuuden ristiriidat eivät ole ul-





kopuoellamme, vaan halkovat itse kutakin meistä.

Lehtosen kirjanan on kustantajan uuden *Essee-kirjasto* -sarjan esikoinen. Usein tieteen tekijät kammoksuvat heille helposti lankeavaa roolia median lausuntoautomaattina. Tuntuisi siitä, että esseen formaatti mahdollistaa toimivamman areenan omien kantojen kehittämiseksi ja esiintuomiseksi - vielä silloin kun keskustelu muutinkin on käynnissä.

Naomi Kleinin bestselleriksi ylätynyt No Logo tutkailee, millä tavalla tavaramerkit pyrkivät paalutamaan maailmaa omakseen. Teos esittelee lukuisten esimerkkien voimin sitä, miten brändit pyrkivät tuottamaan kuluttajille liiketoimintaansa sopivia identiteettejä ja siirtämään edustamiaan tyyliä toisiin kulttuuripiireihin. Teräviä ovat havainnot esimerkiksi ostoskeskuksesta: ovatko niiden keskusauiot julkista vai yksityistä tilaa ja millaista sananvapautta niissä on sopivaa käyttää? Ja kenellä on valta sitä vapautta rajoittaa?

Kleinin ehdoton ansio on se, että hän muistaa tehdä selväksi myös bränditeollisuuden pimeintä puolta. Jonkunhan on edelleen tuotettava ne tavarat ja palvelut, joita tavaramerkkien ohella kulumme. Klein katsastaa melkoisen joukon pätkätyösuhteita, liittoutumiskieltoja ja muuta epämääräistä tyranniaa, joka tuntuu kumman tutulta puheelta jopa koto-Suomen työmarkkinoilta. Karuinta on silti Kleinin raportoima arki Aasian ja Latinalaisen Amerikan vapaa-kauppa-alueilla, joissa panssariajattojen ja muurien takana tehdastyöläiset kokoavat tietokoneita, neulovat lenkkitosuja ja tuottavat ties mitä runsautta kaupattavaksi. Niillä alueilla tuotemerkit eivät yllättäen pidäkään isoa melua itseltään.

Kiehtovimmat kohdat teoksesa ovat "kulttuurinhäirintää" koskevat pohdinnat. Klein esittelee erilaisia vastarinnan konsteja brändien hegemoniapyrkimyksen huojuuttamiseksi. Helppomillään mainoksen siloiselle äijälle voi piirtää viikset - tai sitten voidaan ajaa mainoksen alkuperäinen tarkoitus niin ovelasti sivuraiteelle, että jekkua ei heti äkkää. Mainosparodioistaan tuttu Adbusters (esim.

Tiedotustutkimus 3/1998:n kansi) antaa hyviä esimerkkejä siitä, millaista iloa ja mielihyvää voi kirjoittaa parodian tuottama oivallus.

Kleinin ja Lehtosen tekstejä voi hyvin lukea rinnakkain. Siinä missä Klein tekee vanhaa empiriaa, ottaa Lehtonen aihettaan haltuun teorian keinoin. Molemmat kirjat muistuttavat meitä siitä, että maailma on yhteinen ja jaettu.

PERTTI VEHKALAHTI

Pistä hääleri! – huomioita lasten ja nuorten media-kulttuurista

Eija-Liisa Kasesniemi & Pirjo Rautiainen:
KÄNNYSSÄ PIILEVÄT SANOMAT: NUORET, VÄLINE JA VIESTI.

Tampere: Tampere University Press, 2001. 238 s.

Juha Suoranta, Hanna Lehtimäki & Sampsa Hakulinen:
LAPSET TIETOYHTEISKUNNAN TOIMIIJOINA

Tampereen yliopisto: Tietoyhteiskunnan tutkimuskeskuksen työraportteja 16/2001. 211 s.

Populaarijulkisuuden perusteella nykyajan lasten ja nuorten media-arki vaikuttaa ankealta. Useimmiten otsikoihin nousevat kännyköiden kasvattamat, pelien pilaamat ja nettiin addiktoituneet tapaukset.

Suomalaisten nuorten media-kulttuuria analysoineet tutkimukset ovat jo aiemmin osoittaneet, miten rajoittunut tämä näkemys on (ks. esim. Luukka & al., *Mediat nuorten arjessa* 13-19-vuotiaiden nuorten mediakäytöt vuosituhannen vaihteessa, 2001 ja Coogan & Kangas, *Nufix – nuoret ja kommunikaatioakrobatia*, 2000). Kaksi uutta Tampereen yliopiston piiristä tullutta tutkimusta purkavat edelleen lapsiin ja nuoriin kohdistuvia ennako-oletuksia ja piirtävät kuvaa mediaa luonnollisena osana elämäänsä käyttäväs-
tä sukupolvesta.

Suuranta & al. korostavat useaan otteeseen, miten lasten (tässä tapauksessa 8-10-vuotiaat) mediakäyttö on viime vuosina tullut en-
tistä intensiivisemmäksi ja multimodaalisemmaksi. Useiden medioiden aktiivisesta käytöstä ei kuitenkaan seuraa suoraan ajankäytön radikaali medioituminen, vaan mediakäyttö lomittuu luontevasti osaksi harrastuksia ja vapaa-ajan viettoa.

Lapset ja nuoret ovat useimmiten kulkeneet teknisen kehityksen kärkijoukossa kesyynnyttäen uusia kulutustavaroita myös vanhempiensa arkeen. Toisaalta sotien jälkeinen nuorisokulttuuri on aina luonut muusta yhteiskunnasta poikkeavia kulttuurimuotoja. Siten onkin ilmeistä, että lapset ja nuoret eivät vain matki vanhempiensa mediakäyttöä vaan myös kehittävätkin aivan omia käyttötapoja.

Tekstiviesti on varmasti viime vuosien eniten käytetty esimerkiksi teknologiasta, jonka menestystä ei osattu ennakoita ennustaa. Kasesniemen ja Rautaisen mukaan tekstiviestinnän edelläkävijöitä ovat olleet nimenomaan nuoret. Nuorilla tekstareiden funktiot ovat monet: kuuluminen vaihtamisen lisäksi tekstiviesteillä luodaan täysin uusia sosiaalisia suhteita ja ilmaistaan tunteita, joita muuten ei ehkä uskalleta.

Matkaviestimiä käyttävät parit ja ryhmät luovat omia käytäntöjä ja rituaaleja, joita ulkopuolisten on mahdotonta ymmärtää. Havainnollinen esimerkki tästä ovat laajasti levinneet pilarit ja häälerit eli lyhyet verkkisoinut, jotka katkaistaan ennen kuin vastaaja ehtii soittoon vastata. Riippuen käyttäjistä ja käyttötilanteista pilarit voivat toimia niin kiusaamisen kuin rakkauden ilmaisun välineinä. Toisaalta pommitelua voi olla viestien välittämistä ennalta sovitujen koodien mukaisesti tai toisen tilanteen ja kommunikointihalukkuuden tunnustelua. Tällaista käyttöä vastoin toiminnolle alunperin suunniteltua tarkoitusta voidaan kutsua sosiaalisiksi innovaatioiksi, joiden tekemisessä nuoret ovat perinteisesti olleet lahjakkaita.

Samasta aihepiiristä huolimatta julkaisut myös eroavat useilla tavoilla toisistaan. Siinä missä Kases-