

Raimo Blom

LAUSUNTO MARTTI SORAMAEN LISENSIAATTITYÖSTÄ "JOUKKOVIIHDE MUOTINA. MONIKANSALLISEN VIIH- DETEOLLISUUDEN SOSIOLOGISTA TARKASTELUA"

Yhteiskuntatieteellisen tiedekunnan tiedekunta-
neuvostolle

Yhteiskuntatieteellisen tiedekunnan nimeämänä
tarkastajana pyydän kunnioittavasti lausua
Martti Soramäen lisensiaattityöksi tarkoite-
tusta tutkimuksesta "Joukkoviihde muotina.
Monikansallisen viihdeteollisuuden sosiologista
tarkastelua" (93 s.) seuraavaa:

Soramäen tutkimusongelmana on teollisen
joukkoviihteen menestymisen selittäminen.
Työn keskeisenä teoreettisena ongelmana on löy-
tää se yhteys, joka vallitsee tuotannollisesti
ja markkinoinnillisesti keskittyneen joukko-
viihdeteollisuuden ja sen tuotteiden vastaan-
oton välillä. Soramäen työssä tällaiseksi vä-
littäväksi teoriatasoksi tulee muodin ja osa-
kulttuurisen eriytymisen mekanismit. Muoti on
työssä eräällä tapaa yhtäaikaan tietoisesti luotu
ja keskuksista periferiaan välitetty asia
ja toisaalta sosiaalipsykologinen käyttäytymis-
malli suhteessa joukkoviihteen tuotteisiin.
Oletettuna seuraamuksena tästä yhteydestä on
mm. se, että monikansallisten yritysten menes-
tyminen tulee yhä riippuvammaksi muoti-ilmiöi-
den luomiskyvystä joukkoviihteen piirissä, eloku-
van ja teollisen musiikin erilaisuus verrat-
tuna televisioon (joka edustaa yleiskulttuuris-
ta aluetta verrattuna edellisiin, joissa osa-
kulttuurinen eriytyminen ja kulutus on vallit-
sevampaa) ja lopulta mahdollisuus siihen, että
yhä harvemmat tuotteet edustavat joukkoviihteen
tarjoamaa valikoimaa.

Soramäen työn ansiona on tietyn ajatusraken-
nelman kehittäminen pala palalta ja sen johdonmu-
kainen läpivienti. Analyyttiseltä syvyydeltään
työn vahvin osa on monikansallisen viihdeteol-
lisuuden organisaation ja taloudellisen keskit-
tymisen tarkastelu. Tällä alueella tekijä on
onnistuneesti koostanut luotettavaa uutta em-
piiristä materiaalia, joka on osin luonteeltaan
myös täysin kattavaa. Tässä suhteessa kehitel-
lyt tietomateriaalit viihdeteollisuuden moni-
kansallisista yrityksistä, niiden tuotantorä-
kenteen kokonaisuudesta, kyseisten yritysten
pääkonttorien sijaintipaikoista ja vaikutukses-
ta koko maailman skaalassa ovat tärkeitä ja
myöhemmille tutkimuksille hyödyllistä aineistoa.

Soramäen työssä on eräitä varsin ongelmalli-
sia kohtia. Ongelmallisin näistä on muodin so-
siaalipsykologisen ilmiötason ja teollisen jouk-
koviihteen tuotannollis-organisatorisen raken-
netason välitys. Työssä tämän yhteenliittymän
osoittaminen jää luonteeltaan varsin ohueksi.
Tähän ohuuteen liittyy vielä se, ettei työ ole
kyennyt käyttämään hyväksi sellaista sosiologis-
ta teoreettista ajattelua ja tutkimustietoutta,
joka olisi voinut järjeistää tätä yhteyttä.
Keskeisiä tällaisia sosiologisia tutkimussuun-
tia olisivat nähdäkseni olleet toisaalta laaja
teoreettinen ja empiirinen tutkimus eri yhteis-
kuntaluokkien ja palkkatyöväestön eri osien ase-
man ja elämäntavan homogeenistumisesta, ns. uu-
si saksalainen sosialisatioteoreettinen tutki-
mus, jonka antina olisi voinut olla elämäntilan-
teen rakenteiden ja rytmikkojen nykykapitalis-
missa tapahtuneiden muutosten osoittaminen yh-
tenäiseltä määräytymisperustalta. Työn teo-
reettisen perustan puutteet tiivistyvät viime
kädessä itse yhteiskuntarakenteen käsitteelli-
sämisen puutteellisuuteen, kyvyttömyyteen kä-
sitteellistää tämä rakenne määräytyneenä ja
omat kehityslakinsa omaavana. Edellä mainittu-

jen seikkojen lisäksi tällä on merkitystä myös sen suhteen, että monikansallisten yritysten, ennen kaikkea yhdysvaltalaisen yritysten, dominoiva asema teollisen joukkoviihteen tuotannon ja markkinoinnin rakenteessa esiintyy työssä ikäänkuin annettuna, historiattomana lähtökohdana. Kuitenkin työn luonteen huomioonottaen tärkeä kysymys on, kuinka tähän tilanteeseen on tultu.

Käsitteellisesti ja terminologisesti työ on monilta osin horjuvaa ja vähintään epätarkkaa. Näin on ennen kaikkea luokka- ja osakulttuurikäsitteistön suhteen. Samoin poliittisen taloustieteen käsittein tapahtuva tarkka maailmanmarkkinoiden ja niillä tapahtuvien arvomodifikaatioiden esitys puuttuu, vaikka työ itse viittaa tältä osin poliittisen taloustieteen mukaiseen tarkasteluun.

Yhteenvetona Soramäen työstä voi todeta sen, että sillä on selvästi nimettävät ansionsa ja puutteensa. Ansioita ovat tietyn tutkimusajatuksen looginen läpivienti ja kekseliäs ja huolellisesti koostettu empiirisen aineiston käyttö. Puutteita taas ovat sellaisen tutkimuksen ja kirjallisuuden vähäinen tuntemus, joka olisi kyennyt liittämään teollisen joukkoviihteen tuotanto- ja markkinointirakenteen mekanismit kyseisen teollisuuden tuotteiden kulutukseen sekä tuotteiden muodon merkitykseen tässä tapahtumassa. Lisäksi sosiologisesta näkökulmasta puutteena on ihmisten rakenteistuneen sosiaalisen tilanteen ja arkipäivän tilanteiden ja elämänrytmien yhdistäminen joukkoviihteen kulutukseen ja funktioihin. Ja lopulta työstä puuttuu yhteiskuntarakenteen määräytyksen ja kehityslakien käsitteellistäminen.

Edellä esitettyyn perustuen ehdotan, että Martti Soramäen lisensiaattityöksi tarkoittama tutkimus "Joukkoviihde muotina" hyväksyttäisiin yhteiskuntatieteiden lisensiaattitutkintoon vaadittavana opinnäytteenä.

*

Kaarle Nordenstreng

LAUSUNTO MARTTI SORAMÄEN LISENSIAATTITYÖSTÄ
"JOUKKOVIIHDE MUOTINA. MONIKANSALLISEN VIIHDETEOLLISUUDEN SOSIOLOGISTA TARKASTELUA"

Yhteiskuntatieteelliselle tiedekunnalle

Määrättyinä tarkastamaan VTK Martti Soramäen tiedotusopin alalta laatimaa lisensiaattitutkielmaa "Joukkoviihde muotina. Monikansallisen viihdeteollisuuden sosiologista tarkastelua." (93 s.) esitän kunnioittavasti seuraavaa:

Tutkimuksen lähtökohdaksi on asetettu kysymys, miksi ns. teollisen joukkoviihteen tuotteet menestyvät. Tekijä lähestyy aihettaan "ei perinteellisellä tavalla tarkastelemalla yksinomaan tai edes varsinaisesti joukkoviihteen tuotteiden sisältöjä, vaan sitä yhteiskuntarakenteellista perustaa, joka on teollisen joukkoviihteen taustalla" (s. 3). Tutkimustehtävä on jaettu kolmeen vaiheeseen, jotka kohdistuvat, (1) teollisen yhteiskunnan ja joukkoviihteen kehityshistoriaan, (2) joukkoviihteen markkinointiin muodin avulla ja (3) monikansallisten yritysten toimintaan tällä alalla. Tekijän mukaan kysymyksessä on ennen muuta sosiologinen tarkastelu, joka tutkimustehtävän (2) osalta nojaa muodin teoriaan ja tutkimustehtävän (3) osalta poliittisen taloustieteen teorioihin.

Tehtävänasettelu on todellakin silmiinpistävän sosiologinen; joukkoviihteen sisältöjen ja samalla vastaanottajien tietoisuuden rajaaminen tutkimustehtävän ulkopuolelle merkitsee tiedotusopillisen näkökulman supistamista. Kuitenkin tutkimuksen lähtökohtaa ja ongelmanasettelua on pidettävä myös tiedotusopillisesti sillä tavoin merkityksellisenä, ettei ole syytä epäillä sen luontumista lisensiaattitutkimukseksi nimenomaan tiedotusopin alalla. Päinvastoin, aiheen viestintä- ja kulttuuripoliittinen merkitys ja em. tutkimustehtävän jaottelussa ilmenevät teoreettiset lupaukset panevat odottamaan tärkeää kontribuutiota tie-