

samoin kuin siitä, että minun olisi rynnättävä mystifioivan ja tieteellistä kurinalaisuutta kenties ylenkatsovan hermeneutiikan tielle. Samalla kun siis torjun omalta osaltani hermeneutiikan, odotan toisilta ja itseltäni sisältäpäin ymmärättävää otetta asioihin; tässä mahdollinen paradoksi.

⁴Jos kaikki 'konkreettiseen kohoaminen' leimataan positivismiksi, kyseessä on tämän avainsanan mielivaltaisen käyttäminen. Siinä tapauksessa kyllä ylpeänä tunnustaudun positivistiksi.

⁵LEHTOLA, Erkki. Tutkija juoruilee Helsingin Sanomista. Onko pahansuopuus kritiikin laji? *Aamulehti*, 3.11.1981.

⁶PIETILÄ, Veikko. Tiedon siirtoa vai yhteisyyttä? Kommunikaation eri käsittämistapojen tarkastelua. (Tiedotusopin laudatur-seminaaria varten tehty paperi 1981, s. 1) - V. Pietilä tuntuu korostavan 'nordenstrengilaisuuden' ja 'wiiolaisuuden' samanlaisia piirteitä jonkin verran vähemmän kuin Malmberg.

⁷TEIKARI, Erkki. Sanomalehdistön tehtävät. Teoksessa SALMINEN, Esko (toim.), *op. cit.*, s. 58.

⁸Ks. TEIKARI, Erkki. Sanomalehdistön tehtävät. Teoksessa SALMINEN, Esko (toim.), *op. cit.*

⁹SINKKO, Risto (toim.). Televisio ja suomalainen. *Viestintätutkimuksen Seuran julkaisusarja*, n:o 3. Espoo, Weilin+Göös, 1981.

¹⁰HELLMAN, Heikki. Suomen kansa - tv:stä tuttu. *Sociologia* 4/1981, s. 315.

¹¹HEMANUS, Pertti. Propaganda sanomalehdissä, *op. cit.*, s. 41.

¹²TEIKARI, Erkki. Sanomalehdistön taustavoimat, *ema*, s. 88.

¹³WIIIO, Osmo A. Uusi viestintäteknikka ja lehdistö. Teoksessa SALMINEN, Esko (toim.), *op. cit.*, s. 243. - Objektiivisuuden tieteellinen pohtiminen johtaa tuloksiin, jotka eivät sovellu apologettisiin tarkoituksiin. Ei varmaankaan ole sattuma, että sanomalehdenkustantajain äänenkannattajan vakinainen pakinoitsijanimimerkki suhtautuu yhtä pilkallisesti ja kielteisesti objektiivisuuteen kuin ns. uuteen journalistiikkin, ks. FORWARD. Kumpi onpi parempi. *Suomen Lehdistö - Finlands Press* 7-8/1981.

MTV ja kuluttajasuomalaiset

SINKKO, Risto (toim.). Televisio ja suomalainen. *Viestintätutkimuksen Seuran julkaisusarja*, n:o 3. Espoo, Weilin + Göös, 1981.

Predestinoitujen julkaisemisen pakko ilman oivaltavan sanomisen tarvetta tuottaa käsiimme erilaisia outoja teoksia, kuten nyt tämän "Televisio ja suomalainen"-kirjan.

Se ei ole apologettinen. Ainoastaan, vaan se on myös ristiriitainen.

Kirjan peruspaino, vaikkapa sivumääräisesti mitattuna, on toki apologettinen, television, etenkin kaupallisen tv-toiminnan olemassaoloa ja kehitystä puoltava. Tästä vastaavat artikkelikirjoittajat Seppo Sisättö, Risto Sinkko ja Helena Mäkinen. Varsin perusteltua radio- ja tv-toiminnan kritiikkiä taas edustaa Ilkka Heiskanen. Kaiken siunaa ristiriitaan kantaaottamaton esipuhuja, tv-pioneeri Ville Zilliacus. Mutta nimistä viisi, asiaan!

Apologia alkaa johdannosta (tv joukkoviestimenä ja muiden joukkoviestinten reaktiot uuteen ylkään), jatkuu ylkä-muut viestimet-suhteen taloudellisten seuraamusten puntaroinnilla, hiljentyy katsojamäärien kehitystutkailuun, pysähtyy Heiskasen tv- ja kansankulttuuri-kritiikin edessä, mutta starttaa uudestaan tv:n tulevaisuutta hahmottavassa luvussa viestinnän moottoriteille, jotka rakennetaan jokaisen olohuoneen läpi, mikäli kirjoittajiin on uskomista.

Kirjassa tiivistyvä insinööriuskon teema: kaikki mitä tekniikan kehityksessä tapahtuu on hyväksi ihmiselle. Kirjassa kuvastuu huolekas toivo uuden tv-teknologian nopeasta käyttöönsaattamisesta, teknisten innovaatioiden mahdollisimman pikaisesta soveltamisesta. Mutta teknologiakaan ei yksin riitä: tarvitaan yleisöä. Kirjaan sisältyvän varsin laajan yleisötutkimusosuuden keskeinen teema on taas niitten ohjelmatyyppien paikantaminen, jotka tuottavat maksimaalisen yleisön. Tämä on kaupallisen tv-toiminnan kannalta ymmärrettävä intressi.

Kirja on kokoelema tv-historiikkaa ja -empiriaa, siinä ei problematisoida kuvailtavia asioita ja kehitystrendejä lukuunottamatta mainit-

tua Heiskasen artikkelia. Historiikkiosaltaan se ei tuo mitään olennaista uutta esim. muutama vuosi sitten ilmestyneeseen Pirkko Tulpon toimittamaan yleisradiotoiminnan historiaan.¹ Kytkeehän vain tuttuihin tapauskulkuihin kaupallisen tv:n näkökulman MTV:n hallintojohtajan kautta:

Insinööriharrasteen muututtua säännölliseksi tv-toiminnaksi olivat kaupalliset intressit jo valmiina. Huhtikuun 10 pvä 1956 tv-ruutuun lävähti ensimmäinen suomalainen mainos, ja vajaa vuosi myöhemmin perustettiin Oy Mainos-TV-Reklam Ab. Sitten alkoikin historiallisen pöllön siipien havina muuttua läiskeeksi; Sisätölle tv:n historia on ollut jatkuvaa taistelua ja kilpailua vastakkaisten intressien välillä huipentuen MTV:n uutistaisteluun, joka sekkin on MTV:n kannalta voitokas.

Muutaman vuoden kuluttua saanemme lukea uusista kaupallisen tv-toiminnan Lebensraamin aluevaltauksista. EBU-jäsenyys? Oma toimilupa? Oma linkkiverkko? Omat satelliittikanavat? Jne.

YLEISÖÄKIN ON OLTAVA

Sinkon kirjoittama empiirinen osa - yleisölukujen maaginen piiri - on sen saman hengettömyyden lapsi, joka leimaa suomalaista radio- ja tv-empiriaa lähes kauttaaltaan. Yleisötiedot, "nup-piluvut", ovat niitä itseänsä, vaikka niitä kuinka pyöritteli - eikä niitä MTV:n "ainutlaatuisen" aineiston pohjalta kummemmin pääsekään pyörittelemään, kun lähtökohtana ei suinkaan ole alkuperäisaineisto vaan siitä tuotetut raportit.² Mikä näistä luvuista tekisi sitten tieteellisesti mielenkiintoisan - lukujen käyttötarkoituksen suhteenhan ne toki ovat kiinnostavia: MTV:n mainosaikahinnoittelu perustuu niihin³? Oivaltava teoreettinen näkökulma, joka näitä lukuja voisi hyödyntää. Tiedän, että tämä on helpompi todeta kuin toteuttaa.

Esimerkkinä Sinkon tarkastelun luonteesta käyköön eri ohjelmatyyppien tarjonta- ja kulutusosuuksien analyysi. Siinä hän tarkastelee kuu-den ohjelmatyyppin tarinaa vuosilta 1965-75 ja toteaa ajankohtaisohjelmien kulutuksen pysyneen suurin piirtein samanlaisena näinä vuosina. Poikkeuksena hän näkee vuoden 1975, "mutta tässä

heilahduksessa saattaa sattumalla olla osuutensa, sillä ajankohtaisohjelmia on näyteviikoille riittänyt melko vähän".⁴ Mitä taulukko sitten kertoo? Ajankohtaisohjelmien tarjontaosuus aiempina tutkimusvuosina (1965, 1969 ja 1972) oli 5-6 %, vuonna 1975 taas 11 %, siis kaksinkertainen, kulutusosuus (osuus ihmisten tv:n katseluun päivittäin käyttämästä ajasta) taas aiempina vuosina 3-5 %, vuonna 1975 taas 9 % - siis kaksinkertainen. Näinhän on: nämä luvut saattavat näyttää abstraktisti tarkasteltuina sattuman oikulta. Pelkästään sattuman oikkuu ei kuitenkaan ollut se, että 1970-luvun puolivälissä tehtiin päätös Yleisradion ajankohtaisohjelmien osuuden lisäämisestä. Yleisradio haluttiin kytkeä tiiviimmin poliittiseen julkisuuteen, tarjota yhteiskunnalliselle vallanpidolle pitempi puheenvuoro, ajankohtaisohjelmien muodossa. Ja kansa vastasi, siirtämällä osan tv:n käytöstään nimenomaan osan pohtivien tv-dokumenttien katseluajasta - päivänpolitiikan ehtoollisille.

VASTASANAN ITU

Kirjan ehdottomasti kiintoisinta antia on Ilkka Heiskasen artikkeli "Televisio ja kansankulttuurin kehitys Suomessa". Kirjoittaja tapailee hahmottaa maamme kulttuuriteollisuuden tuotteiden käyttäjäkunnan kehitystä tv:n tulon ja vaikutusten perspektiivistä punaisena lankanaan "näkemys siitä, että radio- ja televisiotoiminta maassamme ovat koko historiansa ajan laiminlyöneet elävän ja voimakkaan kansallisen kansankulttuurin kehittämisen" (s. 147). Puuttumatta siihen, että punainen lanka saattaa perustua varsin fataaliin virhetulkintaan tv-toiminnan "olemuksesta"⁶, tarjoaa artikkeli tuoreita hypoteettisia näkökulmia radio- ja tv-tutkimukseen. Vaikkakin Heiskasen tarkastelu perustuu paljolti eri kulttuurituotteiden suosion ja suosiossa tapahtuneiden muutosten analyysiin, pysyy hän riikastamaan tarkastelunsa varsin pitävällä yhteiskunnallisten kytkentöjen osoittamisella.

On joko niin, että Heiskasen artikkeli on väärässä kirjassa, tai sitten muut eivät siihen kuulu, niin selvä jännite on olemassa muiden artikkeleiden ongelmia-asettamattoman harmauden ja Heiskasen pohtivan ja jopa räiskyvän otteen vä-

lillä. Heiskasen pohdintoihin on syytä palata myöhemmin tämänkin lehden palstoilla. Niitten eräänä keskeisenä virikkeenä on ollut Graham Murdockin pohdinta yleisradiotoiminnasta ja kulttuuridiversiteetistä; Murdockin ajattelukehitelmiin voi tutustua myös lehtemme tästä numerosta.

PIENIÄ ONGELMIA I

Kirjan kasaaminen on tapahtunut hieman huolimattomasti. Neljännen luvun alussa Sinkko kertoo luvun sisällöstä: "ensin tarkastellaan television katselun yleispiirteitä ko. empiirisen tutkimuksen perusteella ja sen jälkeen lyhyesti joukkoviestintää Suomessa television tullessa ja television vaikutusta muuhun joukkoviestintään" (s. 100). Lyhyt joukkoviestintä ja tv:n vaikutukset löytyvät kuitenkin sivuilta 23-30, johdantoluvusta.

PIENIÄ ONGELMIA II

Kirjan esipuheessa Sinkko toteaa kirjan syntyneen samannimisen tutkimusprojektin tuotoksena. Projektin ensi-ideoijaa Sinkko ei tiedä, mutta Heiskasen Sinkko kertoo olleen ensimmäisestä projektikokouksesta lähtien "monipuolinen tutkimusnäkökulmien esittäjä ja koordinaattori" (s. 7). Artikkelikirjasta päätellen nuo ideat eivät ole oikein muille välittyneet, mikäli ne ovat samoja ideoita kuin Heiskasen artikkelissaan kehittämät - niin jyrkkä on jännite Heiskasen ja muiden töiden välillä. Mutta ehkä tämä on taas sitä teesien ja antiteesien kautta etenemistä, joka suomalaistakin yhteiskuntatutkimusta näyttää aina ajoittain vaivaavan.

MOOTTORITIE ON KUUMA

Kirjan nimi "Televisio ja suomalainen" on haastava otsikko. Tekijöitä se ei ole haastanut kovin laaja-alaiseen painiin aiheen syvemmän problematiikan kanssa. Pikemminkin tuntuu siltä, että he ovat erehtyneet kisoista tai ainakin nyhjöttävät saamatonta pystypainia joillakin laita-alueen molskeilla. Mikä sitten on se keskusproblematiikka, joka kirjassa jää jännittymättä, tai jota ei edes sivuta? Esimerkiksi

television rooli arkielämässä, yhteisyysmuotojen tuottajana, tuotannon ja kulutuksen sfäärien tuottamien paineiden purkautumisväylänä - ei kylläkään ratkojana.

Vaan mitä tuosta! Sillä: "Varmalta sen sijaan näyttää, että tulevaisuuden yhteiskunta on informaatioyhteiskunta, emmekä vältty viestinnän moottoriteiden rakentamiselta".⁷ "Televisiotoiminnan siirtyminen moottoritiekautteen ei varmastu suju ongelmitta - kuten ei sujunut suomalaisen hevostiehenkään opettaminen moderniksi autoilijaksi".⁸ Yritettävä kuitenkin on. Moottoritie joka olohuoneeseen! Hevostiehet huis-helvettiin!

Jukka Haapasalo

VIITTEET

¹TULPPU, Pirkko (toim.). *Radioamatööreistä taajuntateollisuuteen*. Porvoo, WSOY, 1976.

²Sama ongelma vaivaa Sisätön väitöskirjaa, jonka raporttiaineisto rajoittuu vuosiin 1960-75. Ks. SISÄTÖ, Seppo. *Televisio ja vaalit. Valtiotieteellisen yhdistyksen julkaisusarja*. No 17. Helsinki, 1977.

³Yleisradio tekee samantyyppisiä tutkimuksia radio- ja tv-ohjelmien seuraamisesta. Näitä tietoja ei Yle voi käyttää mainosaikahinnoittelussa, sattuneesta syystä, vaan ohjelmistorakenteiden suunnittelussa ja ajoitusratkaisujen testauksessa henkeen "oikea ohjelma oikealle kohdeyleisölle".

⁴SINKKO, Risto. *Television katsominen 1960-1979*. Arvosteltava kirja, s. 116.

⁵Ema., s. 121.

⁶Pintaongelma: Voisiko pieni ja köyhä maa siirtyä kokonaan tai suurimmilta osin omatuotantoihin tv-ohjelmistoon ilman että ohjelmatarjonnan määrä romahtaisi? Voisivatko kotimaiset kansankulttuuri-ohjelmat kilpailla menestyksekkäästi ulkomaisen massaviihteen kanssa? Ja perusongelma: Olisiko edes mahdollista, että tv:n tarjoama yhteisyysmuoto voisi toimia "elävän ja voimakkaan kansallisen kansankulttuurin kehittämisessä". Eikö tv ole nimenomaan tuon yhteisyysmuodon korvike?

⁷SINKKO, Risto. *Television tulevaisuus*. Arvosteltava kirja, s. 200.

⁸Ema., s. 186.