



peilillä



peilaten

TÄKÄLLÄHÄN sitä intellään suokenkien suonijänteiden solmunkestävyydestä samanaikaisesti kun muualla maailmassa concordet ujeltavat yli äänen ja lihakauppiaat leikkaavat laserilla.

Tämä ajatus hulvahti mieleen eräälle Tiedotustutkimuksenkin toimituksen tuntemalle postituntelijalle jolle taannoin avautui tarjous mahdollistaa kuulemansa sanan äärellä. Euroopan radioyhtiöiden tutkijat kokoontuivat toukokuussa Englannissa.

Tutkimusteknologia on tuon tapaamisen perusteella saanut sellaiset siivet allensa, ettei suokengistä jää jälkeäkään. Niille kun ei ole olemassa katselunappia.

Suomessa kuten myös eräissä muissa tundra-ajan pohjoispuolisissa puolisivistysvaltioissa kansalaisten tekemisiä rekisteröidään häveliäästi ja ikään kuin tupakkiaskin kanteen. Meillä on Supo, ja postikyselyt, ja syvähaastattelijoiden veljeskunta. Mutta muualla!

Siellä on FBI, Secret Service, Interpol ja mikroprosessoriteknologiaan pohjautuvat tv:n katselun tutkimisjärjestelmät. Reliabiliteetin tähden. Ja nopeuden. Ja tietojen käsiteltävyyden. Ja Nopean Päätöksenteon.

Ei katsojia, ei ohjelmaa! Tämä on katsojaksimoinnin perustuslaki, joka on kehitetty mainostajien ja mainostoimistojen yhteisistunnoissa, yleisen markkinaprinsipiin halpana sovellutuksena, ja jota kaupalliset tv-yhtiöt to-

teuttavat. Ja ei-kaupalliset. Ja mikä on tulos: Ei-ohjelma, jolla on miljoonia Ei-katsojia, katsojarobotteja. Heille on nyt kehitetty Keski-Euroopassa aivan uusi tuote, joka mahdollistaa *kaksisuuntaisen keskustelun* katsojarobottin ja ohjelmanvälittäjän välillä.

Tässä robottimuunnelmassa robotti on joutunut osoitteeseen, joka kuuluu viralliseen tv:n katsojaotokseen. Kaikille talouteen kuuluville roboteille on omat näppylät joita painellaan silloin kun katsellaan tv:ta. Vieraileville roboteille on varattu myös omat namikat. Kontrollin vuoksi on tv-huoneen oviin asennettu ovisilmät jotka kontrolloivat robottien inputit ja outputit ko. kylmiöön. Ryömimälläkään ei pääse perääntymään, vaan poistuttaessa tv-huoneesta on käytävä hipaisemassa *oman* katselunapin metallinhoitoista hipiää.

Nämä tiedot rekisteröityvät tv:n yhteydessä olevaan laatikkoon ja säilyvät siellä vaikka tuntitolkkuisen sähkökatkoksen ajan. Sieltä ne sitten poimii Keskusrekisteri ja tekee omat johtopäätöksensä.

Kontrollia, sanotte. Vastuuta, sanomme.

Ja vapautta: robottitaloudessa saa olla useampikin tv-vastaanotin. Ja lisäksi tuo kaksisuuntaisuus. Katsojarobotti ei raportoi ainoastaan tekemisistään, vaan myös tunteistaan. Puolen minuutin välein voi rauhassa viestittää rekisteriin, tuntuiko ohjelma erittäin hyvältä, hyvältä vai vielä paremmalta. Vain painallus puolessa minuutissa, ja käyt rekisterin tahtiin; tulokset saa jo huomenna.

Mutta. Tämä ei riitä, tietenkään. Ihon alle osataan jo sijoittaa muutakin kiinteää kuin lyijylyuteja (joilla lisäksi on hermostuttava taipumus tupsahtaa ulos koehenkilön vastakkaiselta puolelta). Ihonalaiset tv:n katseluviestittäjät.

Tämänhetkisen tutkimuskehittelyn laitelokalisatio on ranne. Tässä piileekin kehitelmien perusheikkous. Harva katselee käsillään. Pää ja silmänseutu olisivat suotuisimmat sijoitusalueet. Eikä tulisi tunkua ehkäisy- ja antabuskaupseleiden kanssa. Monet katselutilanteeseen liittyvät reliabiliteettitekijät olisi myös mahdollista eliminoida (katseleeko robotti vai teeskenteleekö vain jne. Perillemenotutkimuksetkaan eivät vaa-

tisi turhan pitkiä lisäpiuhoja.)

Kaikki tämä maksaa, ja palkitsee. Orwellin kauhut isostaveljestä joka vartioi tv-kameralla ovat naurettavan utooppisia. Vuoteen 1984 on vain vähän aikaa. Nyt tarvitaan tekoja! Vielä ei mikään järjestelmä pysty kustantamaan miljoonien valvontakameroiden valtaisaan valvoja-kaartia, eikä teknologia ole riittävää analysoidakseen järjestelmälle vaarallisia tekoja ja puheita saatikka niiden valmisteluja itsenäisesti. Vaan, ei huolta! Yksityinen rikos järjestelmää vastaan on harvoin järjestelmälle vaarallinen. Tarvitaan monien jatkuva rikos. Jonka täytyy olla niin yksinkertainen, että sitä voidaan valvoa yksinkertaisemmin, tilastollisesti. Valvontakapseli nahan alle, tiedot keskusrekisteriin. Ja kohta tulevat tulokset: 396 211 suomalaista rouskutti tänä aamuna naamaansa Vaasan ryhtileipää klo 6.27-7.54 (kesäaika). Tuhtia tietoa päättäjille. Sopii jatkaa rauhassa ryhtileivän ryhdistämistä.

* * *

MIKA YHTIÖ on monipuolinen musiikkitalo, joka valmistaa tänäkin vuonna noin 2.5 miljoonaa äänitettä - äänilevyjä ja kasetteja - maamme musiikkituottajille?

Jonka nykyaikainen elokuva-laboratorio kehittää ja kopioi 8, 16 ja 35 mm:n elokuvia, niin yrityksille kuin yksityisillekin?

Joka on maan suurin pukuvuokraamo ja tarjoaa yli 10 000 vaihtoehtoista asua tai asustetta eri käyttökohteisiin?

Joka edistää suomalaista rakennusvientä niin Bagdadissa, Damaskuksessa kuin Tripolissakin?

Joka monistaa videokasetteja ja opettaa videolaitteiden käyttökursseilla kameroiden ja nauhereiden käyttöä?

Joka paraikaa rakentaa nykyaikaista elokuva-studiota?

Joka yleisön norsumaisen nimimuistin avulla yrittää nyt muuttaa nimeään?

Peilipalstamme jää kiinnostuksella seuraamaan, "mikä tulee nimeksi yhtiölle, joka tuo maailman Luoksesi", kuten Oy Mainos-TV-Reklam Ab asiansa lehti-ilmoituksessa ilmaisi.

Nimi on enne, muttei - toisaalta - nimi miestä tee. Ja kuinka käy kansalliseläimemme, pöllön?

* * *

MIKA TAAS on yhtiö, jonka liikevaihto on yli neljä kertaa pienempi kuin oman tytäryhtiönsä? Se on Otava, maan toiseksi suurin kirjankustantaja, jonka myynti tilivuonna 1981 oli vajaa 170 miljoonaa markkaa samanaikaisesti kun sen tytär Rautakirja ylti liki 790 miljoonan markan liikevaihtoon. Menestyksenkäs oli myös toinen suuri tytäryhtiö, Yhtyneet kuvalehdet, jonka myynti oli 190 miljoonan markan tasolla.

Joka kortteliin levinnyt Rautakirja hämmästyttää. Onhan se omalla ekspansioillaan hämärtänyt tuntuman siihen lapsuutemme kioskikulttuuriin, jonka olennaisena osana olivat B-olutta litkivät sedät ja salmiakkia ostavat lapset, sekä tuonut tilalle omituiset pienoistavaratolot, josta saa kaikkea, ilmeisesti pyykkipoikien metalliosia myöten.

Rautakirja on nimittäin astunut kulttuuriteollisuutemme suuryritysten kärkikolmikkoon, Yleisradion ja Sanoma Osakeyhtiön seuraan, 700-800 miljoonan liikevaihtosarjassa painiviin.

Mitä taas tulee Sanoma Osakeyhtiöön, ei sitä ainakaan voi yltiöpäisyydestä syyttää. Kun yhtiö saavutti viime vuonna 92-vuotisen historiansa parhaan tuloksen, korostaa toimitusjohtaja Nurmimaa vuosikertomuksessa "suunnitelmallisen varautumisen merkitystä". Huonot ajat ovat tulossa? Eikö viime vuotinen 28.3 miljoonan markan tulos enää kasvakaan odotetulla tavalla? Kuinka käy maapallon?

* * *

URHEILU ON niin tämän kuin miltei kaikkien muidenkin vuosien polttava teema. Nyt ei ole olympialaisia, mutta olivatpa sentään omat jääkiekon MM-kisat ja kohta jalkapallon vastaavat Espanjassa.

Hufvudstadsbladet (21.4.1982) julkaisi sopivasti lätkäjännityksen keskellä sosiologin viisaita huomioita urheilujulkisuuden historiasta.

Lehti haastatteli Erik Allardtia sekä liitti ohkeen Allardtin runsaan kymmenen vuoden takaisen esseen 'Från social rörelse till publikshow' (Julkaistu alunperin teoksessa *Förankringar*, Helsingfors, Söderström & Co, 1970).

Urheilun julkisuusmuoto on muuttunut, päättelee Allardt esseessään. Se mikä ennen oli puhtaaseen maaperään juurtunut sosiaalinen liike ja alakulttuuri on vaihtunut universaaliksi yleisöshowksi, jossa sen kummemmin katsomo kuin pelaajatkaan eivät ole ketään tai mistään kotoisin.

Allardt muistelee haikuehdella 30-luvun katkeroita taisteluita ruotsinkielisen HIFK:n ja suomenkielisen HJK:n välillä Pallokentällä tai Väinämöisenkadun luistinradalla.

"1930-luvun Helsingissä olivat IFK ja Kiffen suomenruotsalaisille oletettavasti yhtä tärkeitä kollektiivisia representaatioita kuin Svenska Teatern, Arbetets vänner ja Svenska litteratursällskapet", hän kirjoittaa. Toisin on nyt: pelaajat ovat miltei kaikki suomenkielisiä ja koko Helsinki tukee HIFK:ää, "modersmälet spelar ingen roll".

Kun Allardt miettii, ollaanko millään muulla urheilun sektorilla yhtä pitkällä shown ja "kulutuksen sankarien" ihannoinnin syövässä kuin jääkiekossa, tulee hän kielteiseen tulokseen.

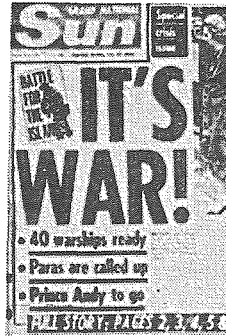
Suomenruotsalaisen julkisuuden katoaminen urheilusta on kuitenkin vain yksi elementti urheiluelämän suuressa muutossa. Toinen, kenties tärkeämpi ja laajakantoisempi, on peilimme mielestä proletaarisen julkisuuden kuihtuminen: työväen urheiluseurat ovat kuihtuneet, ainakin joukkuelajien osalta. Tampereellakin oli ennen Tampereen Kilpa-Veljet, jossa oli vähän erilaisista nöösipoikaa kuin porvarien Ilveksessä ja ruotsinkielisessä TBK:ssa. Miten universalisoituminen tapahtui? Kilpa-Veljistä tuli neutraali Koo-Vee ja TBK:sta Tappara. Ja tänään manselaiselle on tärkeintä, että voitto tulee kotiin, tuo sen sitten Tappara tai Tappara.

Sosiaalinen, miltei "tuottava" suhde urheiluun on kadonnut. Olemme yksi ja yhtenäinen *kulttava* yleisö.

Minkä syvästi tiedostaen käännämme MM-jalkapallon kanavalle.

* * *

BRITTIILÄISILLÄ ja argentiinalaisilla tiedotustutkijakollegoilla on viime aikoina ollut erinomainen tilaisuus porautua aikaamme luonnehti-



vaan julkisuusilmiöön, vieläpä tositalanteessa: sodan moraali- ja talouteen. Taistelu pienistä, lampaiden ja pingviinien asuttamista Malvinas/Falklandsaarista on käyty suureksi osaksi propagandarintamalla ja ehdottomasti kissan kokoisin otsikoin. "IT'S WAR!", kuten asian muuan

brittiläinen iltapäivälehti innostuneesti ilmaisi. Sekä Argentiinassa että Iso-Britanniassa kiillotetaan parastaikaa valtiolaivan himmentyneitä kylkiä, ja tunnelma molemmissa maissa on ollut korkealla. Julkisuusteollisuus vahausmestareineen on työssä. "Ollos huoleton, poikas' valveill' on."

* * *

OIKOLUKU EI aina välttämättä ole tiedotustutkijoiden vahvimpia avuja. Tanskalainen Preben Sepstrup on Journal of Consumer Policy -lehdessä julkaissut artikkelin mainonnan informaation sisällöstä ja viittaa siinä mm. Ilkka Tervosen samanaiheiseen tutkimukseen. Sen julkaisufoorumi *Kuluttajatietoa*-lehti vain on lähdeluettelossa muuttunut muotoon *Kutullajattietva*. Sen rinnalla on jo pelkkä bagatelli esim. se, onko yhdysvaltalaisen tv-tutkijan Barnowin etunimi Eric vai Erik; kumpi se on, sitä ei tämän palstan kirjoittaja koskaan ole oppinut muistamaan.

* * *

ERAS KOTIROUVA sanoo: "Tekisi mieli hakea kellarista kirves ja lyödä televisio hajalle".

Hänen miehensä nimittäin katsoo aina televisiota, kun hän haluaisi keskustella jostakin. Hän noutaakin kirveen mutta jättää sen keittiön

nurkkaan. Hän ei nimittäin tiedä, räjähtääkö televisio, jos sitä lyö kirveellä.

Seuraavana päivänäkään ei viha ole lauhtunut. Kotirouva istuu keittiössään ja pohtii asioita. Mutta sitten suuttumus näyttää kadonneen. Hän on "ajatellut pois" kiukkunsa.

Kuitenkin energian häviämättömyyden laki pätee tässäkin. Televisioon kohdistunut vihaenergia ei ole kadonnut vaan muuntunut. Se ilmenee kiukunpurkauksina lapsia ja miehen oluenjuontia kohtaan mutta ei tyhjene näihin. Itse asiassa hän kuitenkin haluaisi rikkoa television. Televisioon kohdistuva "kadonnut" viha ohjaa hänen toimiaan ja itse asiassa juuri se toimii kittinä, joka ylläpitää perheen näennäisrauhaa.

Tämä arkinen pikku tarina löytyy Oskar Negtin ja Alexander Klugen uudesta 1300-sivuisesta tiilikivikirjasta *Geschichte und Eigensinn* (Verlag Zweitausendeins, 1981). Tarina löytyy kirjan jaksosta, jossa selvitetään valistuksen muotoja ihmissuhteissa.

Totuuden nimessä *Tiedotustutkimuksen* lukijoille on kerrottava, että samojen tekijöiden *Öffentlichkeit und Erfahrung*-kirjassa (Suhrkamp, 1972) kes-

keiset massakulttuuria käsittelevät analyysit ovat nyt jääneet taka-alalle. Edellä oleva tarina taitaa olla uuden kirjan ainoita kohtia, joissa massakulttuuri on eksplisiittisesti mukana. Mutta tiedotustutkijalle, jota kiinnostaa kysymys, miksi kulttuuriteollisuus kukoistaa ja massakulttuurin kysyntä on kovaa, kirjalla voi olla paljonkin annettavaa. Se suorastaan pursuaa uusia kiinnostavantuntuja käsitekehittelyjä, joista esimerkiksi "balanssitalouden" käsite voi johtaa lukijan tältä kannalta hyvin antoiseen ajatuskulkuihin.

Ja tietenkin kirja on uusien julkisuusmuotojen pohtijoille (vrt. keskustelu "uudesta journalismista") pakollista luettavaa! Jo typografialtaan kirja edustaa toisenlaista julkisuutta (loistava tekstiä täydentävä kuvitus; tekstilaatikoiden esimerkit, jotka avaavat koko ajan uusia ajatusyhteyksiä; mustan väripohjan käyttö). Lisäksi kirjaa ei ole tarkoitettu kannesta kanteen luettavaksi vaan tekijät kehoittavat lukijaa aloittamaan kirjan parissa työskentelyn omaa elämää lähinnä sivuavista jaksoista. Näin lukukokemusta ei ohjaa tekstin auktoriteetti vaan lukijan oma itsenäinen (eigensinnige) kiinnostus.

TAMAN NUMERON KIRJOITTAJIA

ALANEN, Antti. YK, Pirkkala.

CONNELL, Ian. Tri, Lanchester Polytechnic.

HUJANEN, Taisto. Yht.lis., lehtori, Tampereen yliopisto.

RUULIO, Tiina. Yht.yo., Tampere.

STEINBOCK, Dan. Fil.lis., tutkija, Suomen Akatemia.

WILLIS, Paul E. Tri, Centre for Contemporary Cultural Studies, University of Birmingham.