

Reaktio, regressio, repressio?

Dan Steinbockin mielenkiintoisen väitöskirjan keskeiset ajatukset ovat televisios-ta tuleva tapahtumavirta (lainattu Raymond Williamsilta) ja ns. esitietoinen imperatiivi (lainattu psykoanalyttisesta teoriasta). Tapahtumavirta "tuottaa" eräässä mielessä "katsojan" (joka ei ole se todellinen katsoja). Tapahtumavirtaa ei voi katkaista, vaan kuvaruudun lumo vie mukaansa. "Katsoja" pikemmin-kin taantuu regressiivisesti lapsuuteen ja kertoo sen tv-suhteessa, mutta ei tiedosta tilannetta.

Miten "katsojasta" voi tulla todellinen katsoja, miten päästä pois tuosta tapahtumavirran lumosta, illusorisesta tv-suhteesta? Miten siis "tuottaa" oikea katsoja? Steinbockin ratkaisu on Adornon (radio)musiikkiteorian, Brechtin teatteriteorian ja K. Pietilän ns. uuden journalismin teorian kaltainen: katsoja pitää vieraannuttaa pois illusorisesta suhteesta. On muutettava tekstivirtaa, tehtävä anti-illusionistisia ohjelmia samalla tavalla kuin ns. uuden journalismin projektissa on tehtävä juttuja, jotka auttavat lukijaa katsomaan arkipäivää muuna kuin arkihavaintona. Kaikkiin näihin käsityksiin on sisäänrakennettuna jokin (jo ratkaistu) teoria sanomien vaikutuksesta.

Steinbock tarkastelee anti-illusionismia tosin vain elokuvan kohdalla. Ongelmaksi tulee tietysti television ja elokuvan "kielien" samastaminen samalla tavalla kuin uuden journalismin projektissa samastettiin aluksi teatteri ja journalismi, myöhemmin elokuva (Eisenstein) ja journalismi. En tiedä, etsikö Adorno lopulta radion vai musiikin omaa "kieltä", mutta Eisenstein ainakin raivoisesti etsi elokuvan "kieltä". Samoin en tiedä, etsikö Steinbock lopulta elokuvan vai television omaa "kieltä". Eri "kielien" erityisluonteiden tutkimuksessa olisi niin journalismilla kuin muillakin esteettisen ilmaisun muodoilla rutkasti tehtävää. Onko kullakin välineellä ylipäätään jokin "oma kielensä", spesifi ilmaisun muotonsa? Asia on tärkeä, sillä ainakin 1970-luvun suomalaista

journalismikoulutusta on hallinnut ns. ylivälineellisyys-teoria.

Toinen puoli on tekstin "tuottama katsoja". Mikä on katsojan "teoria" tai asema sekä Steinbockin että myös Ismo Silvon artikkelissa "Television tarinat ja yleisö" (Tiedotustutkimus 1/1984)? Missä ovat Steinbockin, Silvon ja vaikka uuden journalismin projektin juuret silloin, kun "tuotettu katsoja" tuotetaan "pois", illusionismi muutetaan anti-illusionismiksi, itsestäänselvyys terveeksi epäilyksi (K. Pietilä)? Kaikki haluavat tarkastella ja muuttaa/muotoilla uudelleen tekstiä ja tekstivirtaa (sanomaa, juttua, ohjelmaa jne.). Mitä tekee katsoja, vastaanottaja, lukija? Mikä on hänen asemansa?

Yhteistä kaikille on, että katsoja on passiivinen. Aktiiviseksi hänet saadaan tuottamalla oikeaa tekstiä, oikeita ohjelmia, oikeaa elokuvaa, oikeita juttuja (oikealla ja "teorian mukaisella" tavalla järjestettyjä tekstejä).

Missä on aktiivisen katsojan teoria tiedotustutkimuksessa? Miksi aina ratkaisu emansipatoriseen kommunikaatioon löytyy tekstistä ja tekstin tuottajasta? Mikä on se traditio, joka tuottaa passiivisen katsojan, joka on muutettava tekstillä aktiiviseksi?

Tiedotustutkimuksessa tuntuu nykyisin olevan ainakin kaksi (vastakkaiselta näyttävää) ajattelua katsojan ja tekstin suhteesta. Toisen mukaan (yksinkertaisen) katsoja tuottaa aina tekstin itselleen jossain määrin. Toisen mukaan teksti aina jossain määrin tuottaa katsojan. Silvo yrittää yhdistää näkökulmat: lähettäjä ja vastaanottaja soveltavat luovasti kielen sääntöjä ja silloin ehdottoman ja jäykän tuntuinen koodi-dekoodi-systeemi ei pelaa. Mutta kuitenkin katsojat on opetettu (ovat oppineet?) lukemaan jotain tv-kieltä (kuten yhteisön tuottamia merkityksiä yleensä?). Myös lähettäjä on opetettu tai pakotettu: hänkin on tietyn "tuottamiskielen" vanki ja tuottaa sen mukaisen tekstin. Tällöin tarkastelun suhteeksi juuri muodostuu pakosta tekstin ja vastaanottajan välinen suhde. **Lähettäjä liudentuu pois teoriasta.**

Tämä on tiedotustutkimuksen historiassa hyvin tavallinen tarina. Tarinaa tuntuvat jatkavan modernit (kieli)teoreettiset virtaukset eri tieteenalueilla (semiotiikka, reseptioestetiikka). Me

emme pelkästään syö arkipäivässä vapaasti leijuvia (tai jonkun tuottamia) merkityksiä (Haug), vaan myös tiede tuntuu ahmivan niitä.

Mitä on tämä puhe merkityksistä ja teksteistä, jotka kaiken tuottavat mutta joidenka tuottajaa ei kukaan tunne? Minne aina katoaa todellinen tuottaja ja tilalle tulee todellisen katsojan, vastaanottajan, etsintä?

Mass Communication -traditio antaa tässä suhteessa opettavaisen tarinan. On siis syytä palata juurille eräiltä osin. Ensimmäisen kerran joukkotiedotusvälineiden historiassa, kun välineiden tuottama teksti saa "totaalisen luonteen" ja täyttää todella katsojan arkipäivän, putkahtaa esiin myytti teoriasta, joka jättää kaiken vastuun katsojalle, vastaanottajalle. Tämä vaihe alkaa Lazarsfeldin & kumpp. vaalikäyttäytymistutkimuksesta (1944) ja kulminoituu Klapperin teoksessa *The Effects of Mass Communication* (1960). Joukkotiedotuksen totalistumisen kanssa samaan aikaan lanseerataan "teoria" vaikutuksettomuudesta. Miten se on mahdollista? Vain jättämällä kaikki vastuu katsojalle, vastaanottajalle. Vain tarkastelemalla katsojaa kaiken keskipisteenä. Ja silloin hän on aina passiivinen reaktio-kone (MC-perinne, behaviorismi) tai regressio-kone (Steinbock) tai viehätyskierre-objekti (Silvo) tai arkihavainnossa pitäytyvä valekonkreettisen kaaoksen vanki (K. Pietilä).

Miksi me vain analysoimme (ansiokkaasti) tuota passiivista kohdetta, miksi me emme kehittäisi positiivista teoriaa vastaanottajasta. Hänen emansipaationsa alkaa "todellisen lähettäjän" etsinnästä.

Ikka Kahma

kirja~arvioita

Kun unelma sai pyörät

TERKEL, Studs. Amerikkalaisia unelmia. WSOY, Helsinki, Porvoo ja Juva, 1983.

Kuten tunnettua, kapitalismi profanisoi kaiken muun ohella myös ihmisten tulevaisuudenhaaveet. Se teki toiveista ja unelmista tämänpuoleisia, ajallisen järjestyksen alaisia. Historiasta ja edistyksestä tuli unelmien toteutumista. Ihmisten toiveet olivat toki aikaisemminkin nousseet maallisesta, mutta ennen ne projisoitiin taivaalle ja käännettiin ympäri kuvitelmiksi tuonpuoleisesta.

Kapitalismi karsi unelmilta pois siivet ja kiinnitti ne työhön ja tuotantoon - ja myöhemmin ennen kaikkea kulutukseen. Toisaalta se profanisoi myös toiveiden romahtamisen: siitäkin tuli tämänpuoleista puuhaa. Pelot ja epävarmuus nousivat yhtä jalkaa edistyksen myötä. Unelmien epävakaus ja valheellisuus tuli kokemukselliseksi seikaksi, mikä oli uutta, sillä eihän ennen kukaan tullut juuri kertomaan empiirisiä taivaasta tai helvetistä. Korkeintaan joku näki haamuja tai sitten aavisteltiin Raamatun todistuksiin nojaten *apriori*, että ilkeä koronkiskuri tai tilanherra joutui taivaan portilla tulliongelmiin.

Studs Terkelin teos kertoo Yhdysvalloista, tämän uuden unelmoinnin suurimmasta ja keinuvimmasta kehdestä. Amerikkahan on se maa, josta muun muassa Marx totesi innostuneena, että siellä jopa uskonnosta on tehty maallinen, kilpailun alainen ilmiö. Uskonto kirvoitautui siellä vapaan kaupan kaltaiseksi, käytännölliseksi ja universaaliksi. Yhdysvalloista tuli se maallinen taivas, niin sorrettujen vähemmistöjen kuin uusien kokemus- ja haasteita janoavienkin Mekka. Käsité "amerikkalainen unelma" kasvoi juuri merkitsemään työn, tasa-arvon ja rahan tarjoamia ainutlaatuisia,