

# Vaikutuksettomuuden myytti

## Mass Communication Research -perinteen reanalyysi 1944-1960

Joukkotiedotuksen vaikutusten tutkiminen on vaikeaa<sup>1</sup>. Kun televisio esittää väkivaltaelokuvan, kirjoittavat katselijat yleisönosastoissa edelleenkin sekä puolesta että vastaan, vaikka väkivaltaohjelmien vaikutuksista on tietoa ehkä kaikkein eniten. Tilanne ei ole muuttunut neljännesvuosisadassa: yleisö ei tunne riittävästi sitä, mitä vaikutuksista tiedetään. Tämän seurauksena kaikenlaiset irrationaaliset selitykset pääsevät helposti valloilleen. Näin luonnehti Klapper (1960, 2-3) asiaa joulukuun neljännesvuosisata sitten.

### Aluksi...

Mutta vaikeuksien edessä vaikertavat myös tutkijat. Veikko Pietilä (1977a, 140) päättää laajan vaikutustutkimuksen surveyn näin:

"... olisi melko vaikeaa, joskaan ei täysin mahdotonta ... yrittää löytää vastaus esimerkiksi sellaiseen kysymykseen kuin mikä on tietyn välineen tietyn sisällön vaikutus vastaanottajien tajuntaan".

Vaikka kysymyksenasettelu on Pietilän mukaan hieman väärä, mahdotonta tällainen tutkimus ei silti ole. Samaa ratkaisua yrittivät aikoinaan

Carl Hovland (1950 ja 1954) ja Bernard Berelson (1950). Yrjö Littunen (Allardt & Littunen 1972, 373) puolestaan kirjoitti 1970-luvun alussa ilmestyneessä kirjassa näin:

"Alitajuntavaikutuksen tutkimukset kohdistuvat yleensä ajanjaksoihin, joita voidaan laskea viikoissa ja kuukausissa. ... Minkälaista on television, filmin, sanomalehtien kaukovaikutus? ... Näistä kysymyksistä meillä ei ole tällä hetkellä käytännöllisesti katsoen mitään tietoja".

Itse asiassa Littunen pohti samaa asiaa kuin The Payne Fund -tutkimukset 40 vuotta aikaisemmin (ks. esim. Peterson & Thurstone 1933, 65-66). - Vaikutustutkimus siis tuntuu olevan vain vaikeuksia täynnä; tiedotustutkijatkaan eivät ole päässeet paljoa vaikeuksista eteenpäin.

Toisaalta ongelmallisuudestaan huolimatta vaikutustutkimus on - paradoksaalista kyllä - kyetty varsin selkeästi jaksottamaan ja periodisoimaan. Useimmat tutkijat näkevät sen kehittyneen **kolmessa vaiheessa**. Aluksi uskottiin joukkotiedotuksen kaikkivoipaisuuteen, sitten arveltiin vaikutuksia vähäisiksi ja kolmanneksi joskus 1960-luvun puolivälistä lähtien

alettiin jälleen uskoa joukkotiedotuksen vaikutusvoimaan. Mutta kolmas kausi nähdään kuitenkin erilaisena (ja kehittyneempänä) kuin ensimmäinen. Pertti Hemánus (1984, 66) kirjaa hyvin vallitsevat käsitykset:

"Varsin yleisesti on hyväksytty näkemys, että käsitykset joukkotiedotuksen vaikutuksista ja vaikutusmahdollisuuksista ovat kehittyneet kolmivaiheisesti".

Myös McQuail (1977, 71-74) ja Veikko Pietilä (1973, 16 ja 1977a, 118) ovat monien muiden tavoin ottaneet 3-vaihemallin itsestäänselvänä. Tosin 2-vaiheisiakin malleja on esitetty, mutta ne eivät yleensä tarkastele vaikutuksettomuuden jälkeistä aikaa (esim. Hovland 1950; McLeod 1967). Ja useimmat tutkijat kykenevät vielä ajoittamaan ensimmäisen ja toisen, samoin kuin toisen ja kolmannen kauden eron.

Toisen eli vaikutuksettomuuden kauden katsotaan yleensä alkavan 1930- ja 1940-luvun vaihteen äänestyskäyttäytymistutkimuksista (ks. esim. V. Pietilä 1977b, 12; vrt. tosin Lowery & DeFleur 1983, 83) ja huipentuvan Klapperin teokseen *The Effects of Mass Communication* (1960), joka oikeastaan yleisti kauden 1944-1960 empiiriset löydökset hypoteesiksi joukkotiedotuksen vähäisistä vaikutuksista (Lang 1979, 49). Klapperin teos tosin sai vastaavia yhteenvetoja seurakseen (esim. Bauer & Bauer 1961 ja White 1964).

Vaikutuksettomuuden kausi näyttää kuitenkin paradoksaaliselta vaikutuksettomuuden teesin ulkopuolelta tarkasteltuna: **miten on mahdollista, että tiedotustutkimuksessa syntyy joukkotiedotuksen käytön kasvun myötä samaan aikaan teesi vähäisistä vaikutuksista.** Noelle-Neumannin (1983, 158) mukaan kyseessä on jopa tieteellinen erehdys.

Kuitenkin television leviäminen Yhdysvalloissa 1950-luvulla lisäsi

Linin (1973, 149) mukaan yleistä käsitystä tiedotusvälineiden yhä kasvavasta vaikutusvoimasta. Tutkimustulokset ja ihmisten käsitykset erosivat siis jyrkästi toisistaan kuten Klapperkin (1960, 2-3) huomautti.

Jo 1950-luvun alussa televisio oli viihteellinen väline (esim. Meyersohn 1957, 346), kun kolme neljänestä ohjelmistosta oli viihdettä. Alkuvuodesta 1955 puolet yhdysvaltalaisista katseli ensimmäisen kerran samaan aikaan televisiota (Tannenbaum & Greenberg 1968, 370), ja 1960-luvulla televisio löi myös sanomalehden tiedonvälittäjänä (esim. Quarlers 1979, 435-436). Lopulta 1970-luvulla tiedotusvälineiden valtava käyttö mursi luutuneimmatkin käsitykset vaikutuksettomuudesta (ks. erityisesti Blumler 1981, 38-39; Mendelsohn 1973, 61; Noelle-Neumann 1973). Mutta tämä ei vielä ratkaise mysteeriä. Miksi käsitys vaikutuksettomuudesta ylipäätään syntyi? Mitä se selitti ja mikä oli sen teoreettinen "sitoumus"?

Tarkoitukseni on osoittaa, että **Mass Communication Research eli MCR -traditiossa ei ollutkaan mitään yleistä vaikutuksettomuuden teesiä**, vaan kyse on ollut pelkästä myytistä, joka sitkeästi elää vieläkin. Vaikutustutkimusta ja erityisesti vaikutuksettomuuden teesiä tuleekin tarkastella MCR -perinteen eri **suuntauksia** vasten. Vaikutustutkimuksen reanalyysi on samalla tiedotustutkimuksen traditioiden arviointia.

### Lyhyt katsaus vaikutukseen

Sekä Lazarsfeldin ja kumppaneiden (1968) *People's Choice* että Klapperin (1960) *The Effects* -teoksesta on tehty kriittisiä arvioita (esim. Gitlin 1978; Lang 1979 ja 1983; Rowland 1983) kieltämättä kuitenkin teosten arvoa vaikutustutkimus-

ten perinnettä kuvaavina tutkimuksina. Myös tekijät itse ovat harrastaneet jälkikritiikkiä. Koska Lazarsfeldin ja kumppaneiden keskeiset tulokset vuoden 1940 Erie-tutkimuksesta tulivat tavallaan "vahingossa" tai ainakin yllätyksenä tutkijoille itselleenkin, on kritiikki kohdistunut pääasiassa metodisiin kysymyksiin, vaikka teoreettiset heikkoudet ovat paljon ilmeisempiä. Jälkimmäisiä modifioitiinkin sitten vuosien 1944 ja 1948 presidentinvaalitutkimuksissa (Berelson et al. 1954; Katz & Lazarsfeld 1955). Kaikesta huolimatta Lazarsfeldiä kiinnosti vain survey ja paneeli, mutta hän ei saanut niihin enää varoja Rockefeller-säätiöltä.

Klapperin kirjan ansiona nähdään sen teoreettisluonteinen yleistävyys. Se on ohjelmallinen julistus vaikutusettomuudesta: joukkotiedotus vahvistaa vain olemassaolevia asenteita ja ennako-odotuksia ja harvemmin muuttaa niitä. Klapper itse ei tehnyt empiiristä tutkimusta, vaan seuloi jo olemassaolevaa vaikutus-tutkimusta. Vaikka hän itse näki teoksessa esittämänsä yleistykset **alustavina** ja tunnusti niiden rajoitukset (Klapper 1960, 249, 256; 1975, 379), sai teos nopeasti legitimiin teoreettisen aseman. Vaikutusettomuus ja sen selitykset (selective exposure ja reinforcement eli yksilön valikoiva alttiiksi asettuminen joukkotiedotukselle ja siitä seuraava asenteiden vahvistuminen ja mieliteiden säilyminen) kirjattiin alan perusteoksissa.

Mutta hyvin nopeasti nousi Klapperia vastaan kritiikkiä (ks. esim. Blumler 1981, 38-39; McQuail 1977, 73) eikä käsitys vaikutusettomuudesta ollut läheskään niin varma kuin Klapper itse vuosina 1957 ja 1960 otsikoissaan ilmaisi, kun **The Brink of Hope** vaihtui teemaan **The Bases of Hope**.

Oikeastaan jo 1960-luvun alussa heti Klapperin teoksen ilmestymisen jälkeen tutkimus päättyi paitsi Euroopassa (Halloran 1964) myös Yhdysvalloissa tunnustamaan vaikutusettomuus-teesin selvät rajoitukset. Schrammin, Lysten ja Parkerin (1961) tutkimus television vaikutuksista lapsiin oli jo osoitus uses & gratifications -suuntauksen tulemisesta (esim. Katz et al. 1974, 19-32). Nyt ei enää kysytty, mitä joukkotiedotus tekee ihmisille, vaan mitä ihmiset tekevät joukkotiedotuksella. Tämä johti nopeasti funktionalistisen joukkotiedotuskäsityksen spesifiointiin. Tuolloin jopa Klapper (1963) itse vaati kokeellista tutkimusta joukkotiedotuksen käyttösy-funktioiden saamiseksi selville. Klapper oli huomioinut Hovlandin (1959) artikkelin, jossa tämä tarkasteli surveyn kyvyttömyyttä paljastaa mahdollisia joukkotiedotuksen vaikutuksia.

1960- ja 1970-luvuilla tutkimus ei suinkaan pysähtynyt, vaan jo esim. Hovlandin (1954) **Effects** ja Berelsonin (1950) **Communication and Public Opinion** -kirjoituksen sisältämä ajatus "päiväkirjajärjestyksestä", jonka joukkotiedotus ihmisille tarjoaa, sai uutta vauhtia television tutkimuksissa (esim. McCombs & Shaw 1972). Ja 1960-luvun lopulla alkoi George Gerbnerin cultural indicators -projekti, jonka mukaan ihmiset elävät yhä enemmän television tarjoamassa symbolimaailmassa. Se on puolestaan todellisempi kuin "todellinen" maailma (Gerbner et al. 1982, 104). Samoin äänestyskäyttäytymistutkimusta arvioitiin uudelleen ja dramaattiset tapahtumat (esim. John F. Kennedyn ampuminen) toivat lisätietoa välineiden kyvystä levittää nopeasti tietoja (Spitzer & Spitzer 1965).

Kokonaan oman lukunsa muodostaa laaja television väkivaltaohjelmien vaikutusta lapsiin tutkiva

"perinne", joka juontaa juurensa jo 1920-luvun filmitutkimuksista (esim. Wood & Freeman 1929; Charters 1933). Kuvaava on Lazarsfeldin (1955) "todistus" senaatin television väkivallan vaikutuksia tutkivan komission edessä, jossa hän vaatii pitkäaikaisten vaikutusten selvittämistä. Hän vain toisti Hovlandin ja kumppaneiden 1949 julkaiseman tuloksen: filmin vaikutukset saattavat näyttäytyä pitkän aikaa sanoman vastaanoton jälkeen. **Vaikutukset olivat siis olemassa lähes koko ajan, niitä oli vain vaikea tutkia.**

Käydessään vuosien 1975-80 vaikutustutkimusta läpi löytävät Roberts ja Bachen (1981) lähes 300 nimikettä (eivätkä he pidä tätäkään vielä kattavana). He päätyvät siihen, että vaikutusta koskevan ajattelun hajoaminen ja "aaltoileminen" on kummallinen tapahtuma ja vaatii selvitystä. Tämä näyttää nykyisin olevankin hyvin muodikasta MCR-perinteen arvioinnissa (ks. esim. Gitlin 1978; Lang 1984; Noelle-Neumann 1983; Robinson 1984; Rowland 1983 ja 1984).

Kuinka tähän on tultu? Onko vaikutuksettomuus sittenkään adekvaatti kuvaus sille, mitä vaikutusettomuudesta vuosina 1944-1960 löydettiin? Palatkaamme takaisin tutkimuksen alkuun ja tarkastelkaamme sitä projektia, jonka pohjalta muotoiltiin vaikutusettomuuden teesi.

## Radiotutkimuksen alku

Kun itävaltalainen Paul Felix Lazarsfeld saapui 1933 Yhdysvaltoihin Rockefeller-säätiön stipendiaattina, oli hän jo Itävallassa tehnyt radion käyttötutkimuksia. Yhdysvalloissa tiedotustutkimus oli vasta alussa eikä ollut saavuttanut mitään yhtenäistä muotoa, vaikka empiiristä tutkimusta oli tehty jo vuosikymme-

net. Kun Rockefeller-säätiön tutkimusjohtaja oli lukenut Cantrillin ja Allportin (1935) teoksen **The Psychology of Radio**, jossa spekulatiivisen vaikutuspohdinnan lisäksi oli joukko empiirisiä kokeita, hän kysyi Cantrillilta, miksi ette tutkisi laajemminkin radion vaikutuksia ja käyttöä. Näin perustettiin Princetonin radioprojekti, jonka johtoon pyydettiin Lazarsfeld (Morrison 1978a). Muiksi johtajiksi tulivat Hadley Cantrill ja CBS:n tutkimusjohtaja Fred A. Stanton, joka toimitti myöhemmin yhdessä Lazarsfeldin kanssa kolme radiotutkimusta käsitellyttä kokoomateosta.

Lazarsfeld valittiin projektiin nimenomaan survey-tutkijana kuten Lang (1983, 87) osoittaa. Hänen kiinnostuksensa varsinaiseen joukkotiedotustutkimukseen ja joukkotiedotuksen vaikutukseen oli vähäisempi.

Vuonna 1940 projektissa julkaisiin kaksi merkittävää selvitystä joukkotiedotuksen vaikutuksista. Varsinaisen radion käyttötutkimuksen julkaisi Lazarsfeld (1940). Toinen julkaisu oli Cantrillin (1940) Orson Wellesin kuunnelman **War of the Worlds** vaikutuksia selviteltyt työ. Kumpaakaan tutkimusta ei ole paljoa referoitu MCR-perinteessä vaikka ne selvästi antavat kuvan projektin keskeisistä kiinnostuksen kohteista.

Lazarsfeld pyrki selvittämään, kuinka sellaiset ihmiset, jotka eivät lue lehtiä, käyttävät radiota ja kuinka radiota voitaisiin käyttää "rahvaan" (low cultural level) kasvattamiseen. Ja kun tulokset osoittivat, että ihmiset kuuntelevat radiosta vain kevyttä musiikkia, palkkasi Lazarsfeld jo Euroopassa tapaamansa Theodor Adornon selvittelemään radiomusiikin vaikutuksia. Lazarsfeldin tavoitteena oli yhdistää Adornon edustama kriittinen teoria surveytutkimukseen. Siinä hän ei kuitenkaan onnistunut ja Adornon

oli pakko erota projektista (ks. enemmän Morrison 1978a ja 1978b).

Teoksen johdannon eräässä alaviitteessä (Lazarsfeld 1940, xvi) vilahtaa jo projekti, joka sittemmin vaikutti ratkaisevasti vaikutuksettomuuden teesin muotoutumiseen MCR-perinteessä. Rockefeller-säätiö oli myöntänyt rahat vuoden 1940 presidentinvaalikampanjan vaikutusten arviointiin. Oltiin kiinnostuneita siitä, mikä olisi voimakkain väline. Samanlainen tutkimusote jatkui television tullessa, kuten Hovland (1954, 1070) osoittaa.

Princetonin radioprojektissa piti aluksi tutkia mahdollisuuksia vaikuttaa tietojen leviämiseen ja levittämiseen (Lazarsfeld 1969, 330). Tutkimusta ohjasivat sekä hallinto (politiikka, maatalous) että kauppa (mainonta). 1930-luvulla virinnyt **moraalinen huolestuneisuus** ei vielä merkinnyt Lazarsfeldille paljoakaan, koska hänen mielestään radiolla ja elokuvalla oli merkittäviä sosiaalisia ja kulttuurisia mahdollisuuksia. Tutkijat suhtautuivat selkeän optimistisesti joukkotiedotuksen sosiaalisiin ja henkilökohtaisiin vaikutuksiin.

Ainoa pelko, joka Lazarsfeldin mukaan oli olemassa, oli pelko radion kuuntelun mahdollisista vaikutuksista lehtien lukemiseen. Mutta sekin osoittautui turhaksi: välineiden käyttö oli pikemminkin kasautuvaa. Tätä kasautuvaa käyttöä piti vain tarkastella spesifimmin. Siksi haluttiin selville eri välineiden käyttösyitä (Lazarsfeld 1940, 61-93). Tältä pohjalta alettiin kiinnostua sisällönerittelystä (mikä ohjelma kiinnostaa), kuuntelijan tutkimisesta vastaanottajana (mistä kuuntelijan ominaisuuksista kiinnostus eri ohjelmiin riippuu) ja erillisryhmien käyttötottumuksista (mitenkä eri ryhmät käyttävät mitään ohjelmaa ja mistä syystä). Tutkimuksella oli edessään selvä **laajentumisen tie**.

Lazarsfeldin projekti alkoi selvittää Cantrillin ja Allportin radion psykologiasta esittämiä näkemyksiä siitä, että radiolla on sekä **yleisiä** (kulttuurisia, sosiaalisia) että **erityisiä** (henkilön käyttäytymiseen kohdistuvia) **vaikutuksia** (Cantrill & Allport 1935, 18-35). Piti empiirisesti tutkia sitä "teoreettista" näkemystä, että radiolla on paradoksaalinen vaikutus: se toisaalta laajentaa ihmisen maailmankuvaa ja toisaalta standardisoi ja stereotypioi sitä eli siis muokkaa havaintojamme maailmasta. Kun oli havaittu, että kaksi kolmannesta lapsista käänsi radion päälle täysin sokeasti (sama, 98), oli selvää, että myös radion sosiaalisia vaikutuksia tuli tutkia.

Mutta samalla radion uskottiin toimivan tehokkaana siirtolaisysteijöjen akkulturoijana (Mendelsohn 1964, 33). Joukkotiedotusvälineet nähtiin yhä tehokkaampina arvojen ja normien yhtäläistäjinä: tämä tulisi olemaan keskeinen joukkotiedotuksen funktio, kuten Harold Lasswell (1948) myöhemmin kirjoitti.

1930-luvulla uskottiin siis optimistisesti radion mahdollisuuksiin **toteuttaa erilaisia funktionaalisia tehtäviä** yhteiskunnassa. Tämä toive oli kaukana siitä ajatuksesta, jonka Klapper kirjoitti 1960 ohjelmallisessa julistuksessa joukkotiedotuksen rajallisista vaikutuksista: joukkotiedotus ei ole välttämätön ja riittävä vaikutin käyttäytymisen ja tapojen muutokseen, vaan se toimii **monien muiden vaikuttajien muodostamassa kokonaisuudessa** (Klapper 1960, 5).

Miksi radion vaikutusten tutkimus kääntyi päälaelleen 25 vuodessa? tähän vastataksemme meidän on siirryttävä tarkastelemaan Lazarsfeldin 1940 aloittamaa vaalikampanjoiden vaikutuksia koskevaa tutkimusta.

## The People's Choice

Ensimmäisenä sarjassa toteutettiin perusteosten (Cantrill 1940; Lazarsfeld 1940) jälkeen vuoden 1940 presidentinvaaleja koskenut tutkimus (Lazarsfeld et al. 1968), jota Veikko Pietilä (1977b, 12-13) pitää monen muun tavoin keskeisimpänä virstanpylväänä MCR -perinteen keskeisten ajatusten kuten ns. kaksivaihehypoteesin kehityksessä. Langin (1979, 43-49) mukaan kuitenkin vasta äänestyskäyttäytymisen kaksi seuraavaa tutkimusta (Berelson & Lazarsfeld & McPhee 1954; Katz & Lazarsfeld 1955) loivat keskeisen väittämän sanoman kaksivaiheisesta kulusta.

Ensimmäinen tutkimus toteutettiin paneeliasetelmaa käyttäen Erie Countyssa, Ohiossa. Se osoitti, että vaalikampanjan (lehdistö ja radio) vaikutuksesta vain 8 % äänestäjistä muutti kantansa äänestyskäyttäytymisessä (Lazarsfeld et al. 1968, 103). Tutkimustilanne ei kuitenkaan ollut paras mahdollinen joukkotiedotusvaikutusten selville saamiseksi. Eriessä ilmestyi kilpailevia lehtiä (vaikka Yhdysvalloissa tuollaisia kaupunkeja oli enää alle kolmannes), ja näin lehdistön vaikutusta ei voitu elaboroida. Ja vaikka tutkijat totesivat, että republikaanit suosivat lehdistön käyttöä ja demokraatit vastaavasti radion, ja vaikka radio puolestaan suosi ohjelmistossaan republikaaneja, niin mitään kunnollista analyysia tilanteesta ei kyetty kerätyllä aineistolla tekemään. Lisäksi tutkijat epäilivät Rooseveltin olevan parempi radioesiintyjä kuin Willkie. (Sama, 129-133.)

Pieni kääntyjien joukko sen sijaan johti tutkijat toiseen surveyyn, joka tavoitti ne, joilta kääntyjät olivat saaneet (oman ilmoituksensa mukaan) vaikutteita:

"Ne, jotka olivat muuttaneet kantaansa jonkin verran kampanjan aikana, mainitsivat suhteellisesti useammin ystäviään ja perheenjäseniään kuin ne vastaajat, jotka eivät muuttaneet äänestysaikeitaan koko kampanjan aikana." (Lazarsfeld et al. 1968, 151.)

Näin oli tutkijoiden mukaan ilmeisesti olemassa joitain "mielipiteenjohtajia", joiden vaikutus äänestyskäyttäytymiseen oli ilmeisempi kuin joukkotiedotusvälineiden. Tästä tutkijat muotoilivat sitten vuosikymmeniä kestäneen tulkinnan:

"Tämä antaa aiheen olettaa, että usein sanomat kulkeutuvat radiosta ja lehdistä mielipidejohtajille ja vasta heiltä vähemmän aktiiviselle väestönsalle." (Sama, 151.)

Toisen painoksen esipuheessa Lazarsfeld (emt., xxxvii) joutuu kuitenkin toteamaan, että empiiriset havainnot ja oletettu "teoria" eivät ole vielä pitäviä ja siksi tarvitaan uutta tutkimusta. Näin oli lausuttu jo seuraavan projektin syntysanat; se koski vuoden 1944 presidentinvaalikampanjan äänestyskäyttäytymistä ja tiedotusvälineiden mahdollisia vaikutuksia. Siinä kerätyt havainnot eriteltiin kuitenkin paljon myöhemmin (Katz & Lazarsfeld 1955). Kuten C. Wright Mills (1970, 52) ja Kurt Lang (1979, 49) ironisesti huomauttavat, materiaali lojui käyttämättä koska projektin aineistoa keräämässä ollut Mills oli sitä arvostellut abstraktin empirismin mukaisesta otteesta, joka ei anna adekvaattia pohjaa kehittää teoriaa joukkotiedotuksen sosiaalisista vaikutuksista.

Mutta ironisinta on, että juuri tästä tutkimuksesta tuli se evidenssi, joka **varmensi kaksivaihehypoteesin teoreettiseksi teesiksi** (Katz 1957, 353-361), vaikka se Gitlinin mukaan (1978, 90) on täysin spekulatiivinen. Ironista on edelleen, että tutkimuksen alussa olevassa MCR

-perinteen "teoreettisia juuria" luotaavassa jaksossa kehitelty **henkilökohtainen ja pienryhmävaikutus** jouuu heti empiirisen osan alussa koeteelle:

"Kaikkiin mielipidemuutoksiin ei liittynyt henkilökohtaisia kontakteja. 58 % mielipidemuutoksista (ei muuttajista) oli ilmeisesti tapahtunut ilman että vastaajat muistivat yhtään asiaan liittyvää henkilökohtaista kontaktia, ja hyvin usein mielipidemuutokset olivat riippuvaisia joukkotiedotusvälineistä." (Katz & Lazarsfeld 1955, 142. - Korostus alkuperäisessä.)

Eikö tämän empiirisen havainnon olisi pitänyt merkitä "joukkotiedotuksen suurta vaikutusta"? Havainto jää kuitenkin tutkimuksessa ja myöhemminkin perinteen lazarsfeldiläisessä virrassa vaille erityisempää huomiota. Tässäkin Lazarsfeld oli vain kiinnostunut siitä, saadaanko lomakkeella adekvaatteja vastauksia, mutta ei itse ongelmasta. Sama asia tulee esiin myös vuoden 1948 vaalikampanjan tutkimuksen yhteydessä (Berelson et al. 1954). Tämä teos päättyy parikymmentä sivua sisältävään pohdintaan äänestyspäätöksen tekemisen sosiaalipsykologiasta. Siinä tuodaan esiin S-R -mallin vaihtuminen S-O-R -malliin. Sen mukaan henkilön omat ominaisuudet vaikuttaisivat **valikoivasti hänen havaintoonsa ulkomaailmasta**, koska hänellä organismisena on stimulusta koskevia ennako-odotuksia.

Näin organismi toimii työkalunomaisena (implementation) reagoidesaan stimuluseseen. Termi "implementation" tarkoittaa lähinnä organismin **pysyvää** ennako-odotusta, intentiota ja mielenkiintoa tiettyä kohdetta tai asiaa kohtaan "kuten auton osto, matkalle lähtö tai tietyn henkilön äänestäminen" (emt., 278-279). Mutta vaikka tutkijat näkevät sen psykologisena mekanismina, niin sitä lähesyttään samanlaisella paneeliasetel-

malla kuin edellisissä tutkimuksissa. Esille nostettu psykologinen mekanismi jää vaille erittelyä.

Lazarsfeldin johtamat kolme äänestyskäyttäytymistutkimusta näyttäsivät siis johtavan siihen johtopäätökseen, että behaviorismi olisi MCR -perinteen lazarsfeldiläisessä valtavirrassa vaihtumassa neobehaviorismiin (ks. Osgood 1962, 10-11) tai jopa kognitivismiin (McGuire 1966, 17-20; Schramm 1963, 10-11). Ajateltiin siis, että kaksijäseninen S-R -malli olisi muuttunut kolmi-jäseniseksi. Samalla yleisesti ajateltiin, että tässä kaavassa olisi kyse sanoman kaksivaiheisen kulun "teoreettisesta selittämisestä", jolla perusteltaisiin erityisesti joukkotiedotuksen vähäisiä vaikutuksia.

Tässä me joudumme kuitenkin **paradoksaaliseen tilanteeseen**: psykologista mekanisme selittävä "malli" selittää samalla sosiologisen käsityksen joukkotiedotuksen prosessin kulusta. Surveytutkimus onkin varmasti vaikeuksissa selittäessään sekä prosessin kulkua että yksilöiden käyttäytymistä sanoman vastaanotossa samalla mallilla. Ja kuitenkin on aivan selvää, että **väliintulevat tekijät** sanoman prosessissa (eli kaksivaiheisuus) saa empiirisen tilanteen selityksensä teoreettisella tasolla juuri psykologisesta teoriasta. Siksi siirtymä oletetusta sanoman suorasta vaikutuksesta oletettuun epäsuoraan vaikutukseen eli vaikutusettomuuteen jää varmaa selitystä vaille. Oikeastaan vain harvat ovat yleensä asettaneet kysymystä tällä tavoin (ks. kuitenkin Gerbner 1983). Tosin esimerkiksi Veikko Pietilä (1982, 43) katsoo em. tilanteen kuvaavan vain sitä, että tuolloin kylvettiin siementä, joka sitten hedelmöityi Klapperin **The Effects** -teoksessa, mutta joka kuitenkin juuri tästä "juurestaan" johtuen jäi teo-

reettisesti epäselväksi.

Pietilä ei kykene kuitenkaan selittämään siirtymää, vaikka se kiusasi häntä jo edellisessäkin vaikutuksen teoriaa käsittelevässä artikkelissa (V. Pietilä 1977a, 117-122). Mikä siis selittäisi siirtymän vaikutuksesta vaikutusettomuuteen (jos oletamme, että tällainen siirtymä on olemassa)?

Aivan ilmeistä on, että MCR -perinteessä on kyse monella tavalla komplisoidusta traditiosta, jossa riistelee monta suuntausta samanaikaisesti. Tällöin perinteen näkeminen yhden suuntauksen monivaiheiseksi kuluksi juuri tuo esiin ongelmia kohdissa, joissa olisi selitettävä siirtymisen vaiheesta toiseen. Jos oletamme, että empiiriset löydökset sanoman kaksivaiheisesta kulusta (2-vaihehypoteesi) ja vaikutuksen vähäisyyden toteaminen (vaikutusettomuus) selittyvät molemmat stimulus-response -mallin muuttumisesta organismin välittämäksi prosessiksi, niin missä perinteen vaiheessa sanoman vaikutus sitten käsitetään suorana ja välittömänä ko. mallin mukaan ja koska sitten välittävät tekijät otetaan mukaan?

### Selective exposure ja välittävät tekijät

Ilman tarkkaa ja perusteellista re-analyysia on MCR -perinteelle tuskin mahdollista jäsentää em. siirtymää teoreettisella tasolla siten, että tämä jäsenitys oikeuttaisi joukkotiedotuksen vaikutusettomuuden muutenkin kuin vain empiirisen tason löydöksenä.

Toinen tapa tarkastella MCR -perinteen oletettua siirtymää vaikutuksesta vaikutusettomuuteen olisi tarkastella vaikutusta korostavan vaiheen sisältöä, siis ajanjaksoa ennen vuotta 1944, joka tässä oletetaan vaikutusettomuuden kauden

rajapyykiksi.

Tarkastelen aluksi sitä, miten MCR -perinne selitti joukkotiedotuksen vaikutusettomuutta ns. välittäviin tekijöihin vedoten. Perinteen lazarsfeldiläinen linja oletti, että joukkotiedotuksen kulkiessa välineestä vastaanottajalle mielipiteenjohtajat (samoin kuin vastaanottajan henkilökohtaiset ominaisuudet ja ennako-odotukset) toimivat viestinnän ja sanoman kulkua välittävänä tekijänä, joka pehmentää sanoman vaikutuksen (ja itse asiassa selittää vähäisen vaikutuksen).

Mutta jos kyse on sanoman vaikutuksen pehmentämisestä, jää termin reinforcement (vahvistaminen) merkitys epäselväksi, kuten Veikko Pietilä (1977a, 124) on todennut. Silti Klapperin (1960) mukaan nimenomaan sanoman kaksivaiheinen kulku ja väliintulevat tekijät selittävät sanoman jo olemassa olevia asenteita vahvistavan vaikutuksen, jolloin sanoma ei voi saada aikaan "kääntymistä" (conversion).

Kysymys on siis koko ajan kahden tason termien sotkeentumisesta ja epäselvyyksistä: mitä on väliintuleva tekijä ja mitä organismi-tekijä ulkomaailman ja sitä havainnoivan henkilön välisessä suhteessa. Katz ja Lazarsfeld (1955, 21) tosin varoittavat alaviitteessä sotkemasta heidän termiään "intervening variables" surveyssä käytössä olevaan termiin väliintulevista tekijöistä (kuten myös laboratoriokokeessa), mutta siitä huolimatta tarkastelevat väliintulevina tekijöinä juuri alttiiksi asettumista sanomalle (exposure) ja vastaanottajan ennako-odotuksia (pre-dispositions (sama, 20-25).

Voting-teoksen (Berelson et al. 1954, 292) yhteenvedossa lazarsfeldiläiset keskustelevat lopulta termistä reactivation. Vaikka tätä psykologista mekanismia olisi haluttu tutkia lisää, siihen ei kuitenkaan uhrattu



projektissa aikaa. **Voting**-teoksessa vaikutusprosessi nähdään edelleen vain ns. filterinä: jos sanomalla on joitain vaikutuksia, suodattuvat ne joka tapauksessa psykologisen mekanismin läpi. Ja samalla tavalla ajattelee Klapper: jos joukkotiedotuksella onkin mahdollisia suoria vaikutuksia, väliintulevat tekijät muuttavat ne niin, että sanoma vain vahvistaa ennakoasenteita.

Reactivation-termin ajatuksen mukaan "uinuvat" asenteet saattavat aktivoitua kampanjan vaikutuksesta. Jo aikaisemmin Berelson (1954, 355) itse oli käyttänyt termiä latentit asenteet, joita sanoma voisi herätellä. Mutta eikö pitäisi kysyä, mikä saa alkuperäiset asenteet aikaan (Berelson et al. 1954, 292). **Voting**-tutkimushan osoitti selvästi, että mitä enemmän ihmiset lukivat lehtiä ja kuuntelivat radiota, sitä enemmän he tiesivät vaaleista ja tarkastelivat ehdokkaiden tekemisiä (sama, 248). Ja näin Berelson ja kumppanit (sama, 251) päätyvät käsitykseen, jonka mukaan

"... joukkotiedotuksen sisällöllä täytyy olla ratkaiseva merkitys. Se rajaa, kohdentaa ja määrittelee, mistä vaaleissa on kysymys. Näin se määrää ne muutama kysymykset - lukuisista mahdollisista - joihin vaalien poliittinen tulos ja aika-kauden poliittinen historia kohdistuu".

Juuri tältä kannalta reactivation-termi muistuttaa selvästi Hovlandin jo 1948 esiin nostamaa käsitystä siitä, että joukkotiedotus voi vaikuttaa tapaan, jolla ihminen esittää kysymyksiä eikä vain ole sanoman vaikutukselle sellaisenaan altis. (Ks. myös Hovland 1954, 1096. Vrt. myös Klapper 1954, 318; Lasswell 1946, 95.) Tällaista agenda setting-näkemyistä ryhdyttiin tutkimaan uudelleen vasta 1970-luvulla.

## Hyötyä, funktioita

Hovland siis asetti kysymyksen vaikutuksesta toisin kuin Klapper. Hovlandilla sanoma vahvistaa vain asteettaisesti vastaanottajan tiettyä käsitystä, kuten Lasswellillakin (1946, 95), eikä ylipäätään vastaanottajan kaikkia käsityksiä kuten Klapper ajattelee.

Hovlandilla vahvistamisen tarkoitus on "muuttaa maailmankuvaa" (Hovland et al. 1953, 6-12). Klapperin (1960) ajatus vahvistamisesta taas on seuraava: ihmiset asettuvat valikoivasti joukkotiedotuksen eteen, jolloin juuri mielipiteenjohtajat muuttavat sanoman suoran kulun (exposure'sta) kaksivaiheiseksi. Koska vastaanottajat näin kääntyvät toisten ihmisten puoleen, joukkotiedotus-sanomat voivat vain vahvistaa jo olemassaolevia asenteita, eivät kääntänyt.

Klapper tuntuu ajattelevan tästä reinforcementista Hovlandin (1950) "vanhan kauden" assimilaatio-ajatuksen mukaan, mutta hän lisäksi soveltaa sitä yksipuolisesti. Hovlandilla oli ilmeisesti vielä tuolloin rasitteena jo kognitiivisesti orientoituneessa oppimisteoriassa ensimmäisen maailmansodan jälkeinen sidonnaisuus assosiaatioteoriaan (J. v. Wright 1980, 68), jolloin behavioristit "käytännöllistivät" sitä. Klapperin mukaan sanoma otetaan vastaan, jos siitä on vastaanottajalle jotain hyötyä. Tätä "hyötynäkökohtaa" painottaa Klapper useasti lazarsfeldiläisen perinteen tapaan. Sanoman on siis toimittava palkkiona vastaanottajalle. Saatu palkkio ikään kuin vahvistaa oppimista, joka on samanlaista kuin sanoman vastaanotto (tai sanoman vastaanotto ja hyväksyminen ovat osa oppimista).

Mutta Klapperin mukaan tästä ei seuraa mitään oppimista. Vastaanottaja on tabula rasa, joka toimii

vain sanoman kulun (prosessi) filterinä. Vaikutus Klapperilla ei voi koskaan tapahtua oppimisena tai kognitiivisena prosessina, vaan vaikutus voimakkaimmillaankin (conversion) tapahtuu vain välittävien tekijöiden kautta. Välittävien tekijöiden osuus on niin suuri, että vaikutusta voi esiintyä (Klapper ei sitä siis kiellä) vain silloin, kun (a) välittävät tekijät eivät toimi (ja siten ehkäise muutosta) ja (b) ne toimivat muutosta suosivasti (Klapper 1960, 87-88).

Näin me myös havaitsemme, miksi Klapper ei tuo lainkaan esille Festingerin kognitiivisen dissonanssin teoriaa: Klapperille ihminen ei ole kognitiivisesti toimiva olio (tai oikeastaan Klapperia ei kiinnosta koko kysymys), tärkeää on korkeintaan välineen käyttö (sanoman vastaanotosta saatu palkkio; ks. erityisesti Klapper 1963, 515-516, jossa Klapper vain viittaa tasapainoteorioihin.). Keskeistä Klapperin ajattelussa on, että **joukkotiedotuksen prosessi kulkee kahdessa vaiheessa, jolloin vastuu vaikutuksista jää täysin vastaanottajalle ja hänen selektiolleen.**

Langin (1979, 83-96) mukaan Decatur-tutkimuksessa (Katz & Lazarsfeld 1955) toteutui vain toinen puoli eli se, jonka tulokset tukivat prosessin kaksivaiheista kulkua. Toinen puoli eli se, että henkilökohtaisen kommunikaation ajateltiin suuntautuvan myös välineisiin päin, jäi täysin tutkimatta. Siksi juuri **Personal Influencessa** korostui prosessin kulku, josta tuli keskeinen välittävä tekijä, joka ehkäisi suoran vaikutuksen.

Mutta Klapper joka tapauksessa **spesifioi vaikutuksen käsitteen.** Tällä on tärkeä merkitys funktionalismin kehittämislle yhä spesifimmäksi (ks. enemmän Klapper 1963; Wright 1960). Joukkotiedotusvälineillä ei siis ollut suoraa vaikutusta vastaan-

ottajaan, vaan **vain funktionaalisia tehtäviä.** Vastaanottajat sitten soveltavat noita funktioita kukin omalla tavallaan, omaan elämämpiiriinsä ja elämäntilanteeseensa, selektoimalla pois sellaisen joukkotiedotuksen, jota he eivät tarvitse. Funktionalismi Klapperilla jopa syrjäyttää vaikutuksen pohdinnankin:

"Joukkotiedotustutkimus on nähdäkseni liian usein ja liian pitkään keskittynyt määrittelemään, tapahtuuko tietynlaista vaikutusta vai ei." (Klapper 1963, 517.)

Myöhemmin Klapperin pääteesi vahvistamisesta (reinforcement) on kuitenkin hylätty jo empiirisiin tietoihin nojautuen (ks. enemmän Chaffee & Miyo 1983, 34). Television katselun yleisyys ja totaalisuus sekä merkitys nopeana tietojen välittäjänä on jo niin ilmeinen. Tärkeintä ei ole enää henkilökohtainen kommunikaatio, vaan välineiden saatavillaolo ja niiden käytön määrä. Tämän osoittavat useat empiiriset tutkimukset (ks. erityisesti Roper 1980, 220-238; Quarlers et al. 1983, 56-57). Vielä vuonna 1973 kirjoitti Schramm (1973, 115) henkilökohtaisen kommunikaation ja joukkotiedotuksen välisistä suhteista seuraavasti:

"On tunnustettava, että tietomme näiden kahden erilaisen kanavan vaikutuksesta ja tehokkuudesta tuskin vieläkään ylittää 'naivin psykologian' tasoa."

Varmuus välineiden vaikutuksesta on siis kasvanut erityisesti 1970-luvun loppupuolella (ks. erityisesti Chaffee 1977; Roberts & Bachen 1981).

Käytön suuri määrä katsotaan jo yleisesti joukkotiedotuksen vaikutukseksi (lazarsfeldiläinen perinne ei tosin asettanut kysymystä näin); käytön ollessa suurta on valikoiva käyttö siten varsin suhteellista. Näin oli asia jo radion aikana (ks. esim Cartwright 1954, 384; Meyersohn

1957, 346-347). Televisio on alusta lähtien ollut "yleinen ajantappaja" (esim. Maccoby 1951, 421-444 ja 1954, 240-241).

Tv:n katselu ei siis ole kovin erillinen toimi, vaan assimiloituu muuhun elämään. Belsonin tutkimuksessa 1950-luvulla television vaikutuksista lapsiin uskottiin sen uutuu-  
tena viehättävän nuoria katselijoita (Groombridge 1972, 153), vaikka uutuu-  
den viehäytys oli kadonnut jo viiden vuoden kuluttua. Katselu vain jatkui kiihtyvästi luonnollisena toimintona. Tällä hetkellä Yhdysvaltain lapset arvioivatkin television katse-  
lunsa huomattavasti pienemmäksi (12 - 14.5 t/viikko) kuin mitä vanhemmat arvioivat heidän katselusta-  
an (Alexander et al. 1981, 250).

### Pitkäaikaisvaikutus ja yhteisyyssviestintä

Kun Chaffee ja Miyo (1983) kritikoivat selective exposurea siitä että se syntyy vain kyselylomakkeeseen annettujen verbaalisten vastausten korrelatiivisessa erittelyssä, he toistavat sen, mitä Hovland ja kumppanit (1953, 8-12) sanoivat: surveykyselyn on vaikea osoittaa muutosta (vaikutusta), koska se todetaan juuri kahden verbaalivastauksen korrelaationa. Tällöin jää todellinen mieliteiden muutos piiloon. Surveyn ja laboratorio-tutkimuksen välisiä metodisia kysymyksiä Hovland (1959) pohti myöhemminkin ja totesi jälkimmäisen osoittavan selvästi sanoman vaikutuksen. Mutta mikä on Hovlandin väitteen takana?

Kun Schramm ja kumppanit (1961) vihdoinkin 1950-luvun lopulla vaihtavat selvästi impact-tutkimusotteen (mitä välineet tekevät ihmisille) uses & gratifications -otteen, ottavat he siinä samalla lähtökohdakseen jo Hovlandin ja kumppanien (1974) **American Soldier** -pro-

jektissa "löytämän" pitkäaikaisvaikutuksen. Ja kuitenkin samaan aikaan Klapper kutsui tätä lähestymistä vielä spekulatiiviseksi.

Schramm ja kumppanit (1961, 137) kirjoittavat:

"... television merkittävimmät vaikutukset ovat todennäköisesti pitkäaikaiset, hitaat vaikutukset arvoihin, tietoisuuteen, reaktiotapoihin ja kulttuuriseen ja yksilölliseen käyttäytymiseen ..."

Lyhytaikaiseen vaikutukseen kohdistuvaa tutkimusta kritikoitiin yleisesti jo 1970-luvulla (McQuail 1975 ja 1977; V. Pietilä 1977a; Noelle-Neumann 1973 ja 1983; Lang 1983).

Mutta pitkäaikaisvaikutusten tutkimus on peräisin jo 1930-luvulta (ks. esim. Cantrill & Allport 1935, 34-35, 270-271; May & Lumsdaine 1958, 1-2). Payne Fundin filmitutkimusprojektin johtaja W.W. Chraters sanoi, että käsitykset vaikutuksista vaihtelevat eivätkä ole yhtenäisiä. Jo tuolloin todettiin, että vaikutukset ovat pitkäaikaisia ja kulttuurisia; puhuttiin myös filmin kumuloituvasta vaikutuksesta. Jo tuolloin myös esiteltiin vaikutusteorioita ja typologisoitiin vaikutuksen käsitettä.

Kun Wood ja Freeman (1929) tutkivat filmin käyttöä opetustilanteessa, he arvostelivat aikaisempaa tutkimusta suoran vaikutuksen korostuksesta ja puhuivat itse vain kumuloituvasta vaikutuksesta samalla tavalla kuin Payne-tutkimuksissa.

Kun sekä Wood ja Freeman (emt., 204) että Hovland ja kumppanit (1974, 53-64, 254-255) osoittivat, että filmi kykeni kyllä vaikuttamaan katsojien faktuaalisiin tietoihin (erityisesti välitön havainto filmistä jäi mieleen), mutta että asioiden laajempi käsittäminen saattoi tapahtua vasta viikkojen kuluttua, niin mihin käsitykseen ajatus pitkäaikaisvaikutuksesta oikein perustui?

Hovlandilla oli jo **Soldier**-projek-

tissa selviä kognitiivisia käsityksiä: filmi vaikuttaa spesifeissä kysymyksissä ilman että katselijan yleisessä orientoitumisessa tapahtuu muutosta filmin kertomaan kohteeseen. Mutta muutos voi tapahtua myöhemmin ilman uutta sanomaa, ärsykettä. Berelsonin (1950, 459-460) tavoin Hovland välittääkin lazarsfeldiläistä perinnettä toiseen MCR -perinteen **alaperinteeseen**, jota kuvastaa Harold Lasswellin (1950, 276) määrittely joukkotiedotuksen vaikutuksista:

"Aikakauden poliittiset symbolit ovat osa miljoonien ihmisten yhteisestä kokemuksesta. On jotain kiehtovaa siinä ajatuksessa, miten monet ihmiset kiinnittyvät toisiinsa langalla, joka ei ole sen kummempi kuin nimen resonanssi tai iskulauseen helähdys."

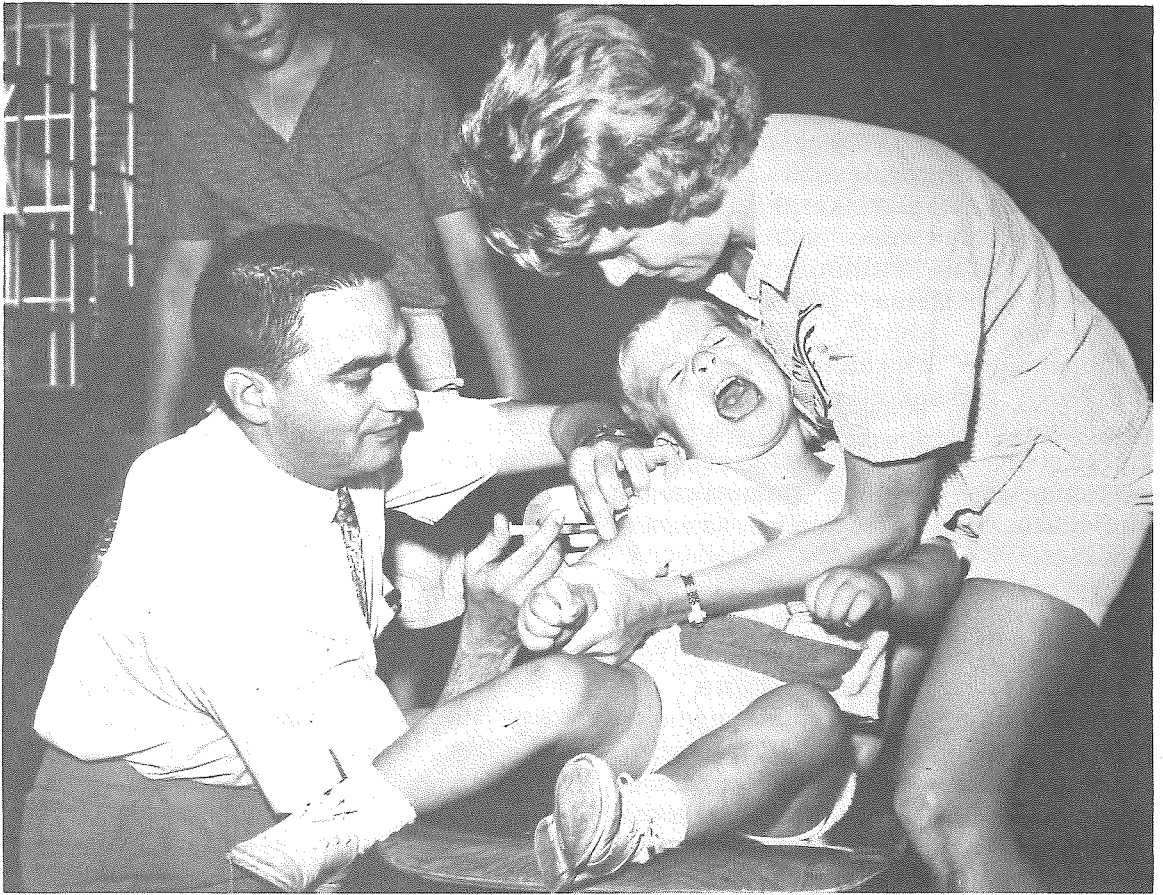
Saman näkemyksen melkein samoin sanoin esitti jo C.H. Cooley (1909, 83-85). Koko ns. chicagolainen koulukunta (MCR -perinteen haara tai alaperinne) määrittelikin **viestinnän ihmisten välisenä yhteisyytenä** (ks. enemmän Carey 1975, 1-22; Duncan 1962, xv-xxx; Fearing 1953, 71-78; Fisher 1978; Golding & Murdock 1980, 65-66; G.J. Robinson 1984, 4-9; Rowland 1984, 12-15; K. Williams 1973, 239-250). Tässä **perinteessä vaikutusta ei määritelty samalla tavalla kuin lazarsfeldiläisessä perinteessä.**

Mutta jo 1900-luvun alusta lähtien on käsitys viestinnästä yhteisyytenä ja siihen sisältyvästä vaikutuksesta (pitkäaikaisesta, kulttuurisesta, sosiaalisesta) ollut olemassa ja säilynyt sivussa lazarsfeldiläisestä valtavirrasta. Tällä hetkellä yhteisyyskäsitys nostaa päätään niin Suomessa (Malmberg 1981, 138-139; K. Pietilä 1980; V. Pietilä 1967, 23-35 ja 1981, 36-48) kuin Yhdysvalloissakin (Chaffee 1977). Chicagolaista koulukuntaa ovat jatkaneet ns. symboliset interaktionistit, joille yhteisyys (viestintä yhteisyytenä) on keskeistä

(ks. esim. Duncan 1967a, 194-198 ja 1967b, 239-251; P. Hall 1980, 49-60).

Vaikutustutkimus ei siis MCR -perinteessäkään tyhjenny siihen, että asenteet (lazarsfeldiläisyys) olisivat vain vaihtuneet kognitioksi (hovlandilaisuus), kuten Blumler ja Gurevitch (1982, 248-250) esittävät. Yhä edelleenkin epäselvä lazarsfeldiläisyyden ja hovlandilaisuuden suhde (ks. esim. V. Pietilä 1982, 33-66) pitää rinnallaan myös muita MCR -perinteen sisään ulottuneita virtauksia (esim. "gerbneriläisyys" jos emme laske sitä "yhteisyys"-käsityksiin ja kanadalainen koulukunta, jossa on selviä chicagolaisia piirteitä), jotka ovat koko ajan olleet oppositiossa lazarsfeldiläisyyttä ja sen myöhempää jatkoa schrammilaisuutta vastaan (eivätkä vain osin kuten hovlandilaisuus, jos siitä nyt puhtaan virtana voidaan puhua).

1920- ja 1930-luvun elokuvatuotuksen lisäksi myös Lasswellin (1927) väitöskirja näki viestinnän ja sen vaikutuksen taisteluna symbolien hallinnasta, jolloin joukkotiedotuksella (propagandalla) oli (si) suuria vaikutuksia. Lasswellin on tosin myöhemmin katsottu muuttaneen käsityksiään (Rantanen 1982). Berelsonin (1949) New Yorkin lehtilakkoa koskeva tutkimus viittasi siihen, että välineet koetaan yhdessäolovälineiksi. Samanlaisen tutkimuksen toisti Suomessa Pietilä (1968) ja Hollannissa de Bock (1980). On monia muitakin tutkimuksia, joissa yhteisyysteema toistuu jollakin tavalla ja joissa kaikissa joukkotiedotuksen vaikutukset näkyvät selvästi, mutta liioittelemattomasti (ei siis magic bulletina, eikä hypodermic needlenä, jotka jo termeinäkin ovat lazarsfeldiläisen perinteen kehittämiä). David Riesman (1966, 112) kuvaa hyvin tätä näkemystä:



"Jos suullinen viestintä yhdistää ihmiset, painettu viestintä on eristämisen väline par excellence."

Mutta yhteisyyshviestinnästäkin on monta erilaista käsitystä. Davison (1960) näkee joukkotiedotusvälineet linkkinä yksilön ja ympäristön välillä. Tuo linkki tuottaa lopulta tasapainon ko. suhteessa. Samoin Davison ajattelee, että emme tiedä tarpeeksi välineiden vaikutuksista ja että mitään yhtenäistä vaikutuksen käsitystä ei ole olemassa. Fearingin (1972, 128-129) mukaan puolestaan filmi ikään kuin heijastaa yhteisön tietoisuutta ja löytää sieltä vastineensa, jolloin me voimme todeta vaikutuksen. Myös Dallas Smythe (1972, 25) tuntuu hyväksyvän sen

Fearingin kannan, että välineiden suora vaikutus ei ole selviö. Mutta tästä ei kuitenkaan Smythen mukaan seuraa se, että väliintulevien tekijöiden hyväksyminen merkitsisi vaikutusettomuuden tunnustamista.

Yhteisyyshviestinnän määrittelyssä tulee vihdoin siis esiin kanta, jonka mukaan väliintulevat tekijät eivät merkitse automaattisesti S-R -mallin muuttumista S-O-R -malliksi. O-tekijän tulo malliin ei merkitse ns. välittömyyden postulaatin poistumista (ks. enemmän Leontjev 1977, 23). Näin eri perinne tiedotustutkimuksessa tuottaa erilaisen tulkinnan väliintulevista tekijöistä. **Selvä käänne vaikutusettomuuteen 1940-luvulla tapahtuu siten vain**

lazarsfeldiläisyydessä, ja vain siinä väliintulevat tekijät selittävät vaikutettomuuden.

Kun esimerkiksi Klapper tulkitsi vastaanottajan ennako-odotukset tällaisiksi väliintuleviksi tekijöiksi (jolloin pitkäaikaisvaikutuksetkin olivat vain asenteiden vahvistumista), hän näki nämä väliintulevat tekijät filtlerin kaltaisina kuten Voting-teoksessakin. Mutta Hovlandin ja kumppaneiden mukaan (1974, 274-279) sekä pitkäaikaisvaikutukset että vastaanottajan ennako-odotukset merkitsivät vain sitä, että sanoman vastaanottaja kykenee palauttamaan mieleensä vastaanottamansa sanoman ainekset.

Tärkeitä "mekanismeja" Hovlandille olivat silloin tietyt "kognitiiviset kartat" (ks. enemmän Neisser 1982, 92-106), jotka ohjaavat tuota vastaanotetun aineksen mieleenpalauttamista ja ylipäättäen havaintoprosessien toimintaa (havaitsemisen skeemat). Hovlandilaisuudessaakin piilevä ajatus eräänlaisesta yhteisyydestä (kognition toiminta ja tulokset) katoaa lazarsfeldiläisyydessä Klapperin myötä kokonaan. **Viestintä aletaan ymmärtää pelkäsi prosessiksi.** Ja nimenomaan Klapper (1969, 6) määrittelee vaikutuksen niin että välittävät tekijät ovat osa tuota prosessia. Klapperille väline ei ole koskaan muutoksen agentti (Lang 1983, 135).

Klapperin jälkeen (ensimmäinen versio kirjasta tuli 1957) Elihu Katz (1957) revidoi nopeasti prosessin kaksivaiheisen kulun **monivaiheiseksi**: joukkotiedotus oli määritelty niin, että koko tieteenala alkoi rakentua käsitykselle viestinnän prosessiluonteesta (Lazarsfeld & Stanton 1949, xiii). Mutta vasta Wilbur Schramm (1954, 3-26) varsinaisesti formalisoi lazarsfeldiläisen perinteen ja sen käsityksen viestinnän monivaiheisesta prosessista **kuvalliseksi diagrammaksi**

ja modifioi sitä edelleen (1971, 3-53).

Schramm siis vihdoin yhdisti fragmentoituneen tieteenalan niin, että yleinen oppimisen teoria (Hovland 1959, 12; Hovland et al. 1953, 3) liitettiin informaation käsitteeseen. Hän formuloi viestinnän siirtona aktorilta toiselle. Tämä oli paljon ratkaisevampi tekijä koko tiedotusopin tulevaisuudelle kuin kysymys joukkotiedotuksen vaikutuksista, jotka emansipatorisista pyrkimyksistään huolimatta ovat Langin (1983, 136) mukaan edelleenkin ongelmien "medikalisointia". Tästä Schrammin viestinnän ja joukkotiedotuksen mallista tuli koko tieteenalaa yhdistävä "punainen lanka". Se tuntui ratkaisevan sekä vanhan moraalisen huolestuneisuuden ongelman (joka oli vain "yleisön" käsitys joukkotiedotuksen suurista vaikutuksista; tutkijoilla ei ole koskaan sellaista ollutkaan MCR -perinteen historiassa) että toisaalta jäljelle jääneen kysymyksen: mitkä ovat joukkotiedotuksen todelliset vaikutukset.

Raymond Williamsin (1981, 19) mukaan vaikutuksen ongelma on ollut keskeinen vain havaintoon perustuvassa sosiologiassa. Kun radio ja televisio molemmat kehiteltiin aluksi muina kuin yleisö-välineinä, ryhdyttiin vasta jälkikäteen tutkimaan, mitä välineissä (kanavissa) voitaisiin "siirtää". Tästä johtui **kiinnostus vaikutukseen eli siirron efektiivisyyteen** (R. Williams 1974, 25-26). Tuonkaltainen vaikutuksen käsite poistuu siis samalla kun poistuu käsitys viestinnästä ja välineestä vain efektiivisenä sanoman siirtokanavana. Sen yhteisyysviestintä tekikin.

<sup>1</sup>Tekijä kiittää Veikko Pietilää kommentista ja kriittistä artikkelin käsikirjoitusvaiheessa.

## Kirjallisuus

- ALEXANDER, J. & WARTELLA, A. & BROWN, J. Children's TV Viewing. *Journal of Broadcasting* 25(1981):3, 240-251.
- ALLARDT, E. & LITTUNEN, Y. *Sosiologia. Neljäs, uudistettu laitos.* Porvoo, 1972.
- BAUER, R.A. & BAUER, A. America, 'Mass Society' and Mass Media. Teoksessa STEINBERG, C.S. (ed.) *Mass Media and Communication.* New York, 1966 (1960).
- BERELSON, B. Communication and Public Opinion. Teoksessa BERELSON, B. & JANOWITZ, M. (eds.) *Reader in Public Opinion and Communication.* Glencoe, 1950 (1948).
- BERELSON, B. & LAZARFELD, P.F. & MCPHEE, W. *Voting. A Study of Opinion Formation in a Presidential Campaign.* Chicago & London, 1954.
- BLUMLER, J.G. Mass Communication Research in Europe. Teoksessa WILTHOLT, G.C. & deBOCK, H. (eds.) *Mass Communication Review Yearbook, Vol. 2.* Beverly Hills, 1981.
- BLUMLER, J.G. & GUREVITCH, M. The Political Effects of Mass Communication. Teoksessa GUREVITCH, M. et al. (eds.) *Culture, Society and Mass Media.* London, 1982.
- deBOCK, H. Gratification Frustration During a Newspaper Strike and a TV Blackout. *Journalism Quarterly* 57(1980)1, 61-66.
- CANTRILL, H. *The Invasion from Mars.* Princeton, 1940.
- CANTRILL, H. & ALLPORT, G.W. *The Psychology of Radio.* New York, 1935.
- CAREY, J. A Cultural Approach to Communication. *Communication* 2(1975)1, 1-22.
- CARTWRIGHT, D. Some Principles of Persuasion. Teoksessa KATZ, D. et al. (eds.) *Public Opinion and Propaganda.* New York, 1954 (1949).
- CHAFFEE, S.H. Mass Media Effects: New Research Perspectives. Teoksessa LERNER, D. & NELSON, L.M. (eds.) *Communication Research - A Half-Century Appraisal.* Honolulu, 1977.
- CHAFFEE, S.H. & MIYO, M. Selective Exposure. *Communication Research* 10(1983):1, 1-36.
- CHARTERS, W.W. *Motion Pictures and Youth.* New York, 1933.
- COOLEY, C.H. *Social Organization.* Glencoe, 1909.
- DAVISON, P.W. On the Effects of Communication. *Public Opinion Quarterly* 23(1960):3, 344-360.
- DUNCAN, H.D. The Symbolic Act. Teoksessa THAYER, L. (ed.) *Communication Theory and Research. Proceedings of the First International Symposium.* Springfield, 1978a.
- DUNCAN, H.D. The Search for A Social Theory of Communication in American Sociology. Teoksessa DANCE, F.E.X. (ed.) *Human Communication Theory.* New York, 1976b.
- FEARING, F. Towards a Psychological Theory of Human Communication. *Journal of Personality* 22(1953), 71-78.
- FISHER, A.B. *Perspectives on Human Communication.* New York, 1978.
- GERBNER, G. The Importance of Being Critical - In One's Own Fashion. *Journal of Communication* 33(1983):3, 355-362.
- GERBNER, G. & GROSS, L.P. & MORGAN, M. & SIGMORELLI, N. Charting the Mainstream: Television's Contributions to Political Orientation. *Journal of Communication* 32(1982):2, 100-127.
- GITLIN, T. Media Sociology: The Dominant Paradigm. *Theory and Society* 6(1978), 205-253.
- GOLDING, P. & MURDOCK, G. Theories of Communication and Theories of Society. Teoksessa WILTHOLT, G. & deBOCK, H. (eds.) *Mass Communication Review Yearbook, Vol. 1.* Beverly Hills, 1980.
- GROOMBRIDGE, B. *Television and People.* Harmondsworth, 1972.
- HALL, P.M. Structuring Symbolic Interaction: Communication and Power. Teoksessa NIMMO, D. (ed.) *Communication Yearbook 4.* New Brunswick, 1980.
- HALLORAN, J.D. *The Effects of Mass Communication With Special Reference To Television.* Leicester, 1964.
- HEMÁNUS, P. Takaisin Kulesoviin.

- Tiedotustutkimus 7(1984):2, 66-70.
- HOVLAND, C.I. Social Communication. Teoksessa BERELSON, B. & JANOWITZ, M. (eds.) Reader in Public Opinion and Communication. The Free Press, 1950 (1948).
- HOVLAND, C.I. Effects of Mass Media of Communication. Teoksessa LINDZEY, G. (ed.) Handbook of Social Psychology, Vol. II. Cambridge, 1954.
- HOVLAND, C.I. Reconciling Conflicting Results Derived from Experimental and Survey Studies of Attitude Change. American Psychologist 14(1959), 8-17.
- HOVLAND, C.I. & LUMSDAINE, A.A. & SHEFFIELD, F.D. Experiments on Mass Communication, Vol. III. New York, 1974 (1949).
- HOVLAND, C.I. & JANIS, I. & KELLEY, H. Communication and Persuasion. New Haven, 1953.
- KATZ, E. The Two-Step Flow of Communication: An Up-To-Date Report on an Hypothesis. Public Opinion Quarterly 21(1957), 61-78.
- KATZ, E. & LAZARFELD, P.F. Personal Influence. The Free Press, 1955.
- KATZ, E. & BLUMLER, J.G. & GUREVITCH, M. Utilization of Mass Communication by the Individual. Teoksessa BLUMLER, J.G. & KATZ, E. (eds.) The Uses of Mass Communications. Beverly Hills, 1974.
- KLAPPER, J.T. Mass Media and Persuasion. Teoksessa SCHRAMM, W. (ed.) The Process and Effects of Mass Communication. Urbana, 1954 (1949).
- KLAPPER, J.T. The Effects of Mass Communication. New York, 1960.
- KLAPPER, J.T. Mass Communication Research: An Old Road Resurveyed. Public Opinion Quarterly 27(1963):4, 515-527.
- LANG, K. The Critical Function of Empirical Communication Research. Media, Culture and Society 1(1979), 83-96.
- LANG, K. The "New" Rethoric of Mass Communication Research. Journal of Communication 33(1983):3, 128-140.
- LASSWELL, H.D. Propaganda Technique in the World War. London, 1927.
- LASSWELL, D.H. Describing the Effects of Communication. Teoksessa SMITH, B.L. et al. (eds.) Propaganda, Communication and Public Opinion. Princeton, 1946.
- LASSWELL, H.D. The Structure and Function of Communication in Society. Teoksessa BRYSON, L. (ed.) The Communication of Ideas. New York, 1948.
- LAZARFELD, P.F. Radio and the Printed Page. New York, 1940.
- LAZARFELD, P.F. Why Is So Little Known About the Effects of Television on Children and What Can Be Done? Public Opinion Quarterly 19(1955):3, 243-251.
- LAZARFELD, P.F. An Episode in the History of Social Research: A Memoir. Teoksessa FLEMING, D. & BAILYN, B. (eds.) The Intellectual Migration: Europe and America, 1930-1960. Cambridge, 1969.
- LAZARFELD, P.F. & BERELSON, B. & GAUDET, H. The People's Choice. New York, 1968 (1944).
- LAZARFELD, P.F. & STANTON, F.N. Introduction. Teoksessa LAZARFELD, P.F. & STANTON, F.N. (eds.) Communication Research, 1948-1949. New York, 1949.
- LEONTJEV, A.N. Toiminta, tietoisuus, persoonallisuus. Kuopio, 1977.
- LIN, N. The Study of Human Communication. Indianapolis, 1973.
- LOWERY, S. & DeFLEUR, M.L. Milestones in Mass Communication Research Media Effects. New York and London, 1983.
- MACCOBY, E. Television: Its Impact on School Children. Public Opinion Quarterly 15(1951):4, 421-444.
- MACCOBY, E. Why Do Children Watch Television? Public Opinion Quarterly 18(1954):3, 239-244.
- MALMBERG, T. Viestintä ja kulttuuri. Tampereen yliopisto, tiedotusopin laitos, Sarja C, nro 2, 1981.
- MAY, MA. & LUMSDAINE, A.A. Learning from Films. New Haven, 1958.
- McCOMBS, M.E. & SHAW, D.L. The Agenda-Setting Function of the Mass Media. Public Opinion Quarterly 36(1972):2, 176-187.
- McGUIRE, W.J. The Current Status of Cognitive Consistency Theories. Teoksessa FELDMAN, S. (ed.) Cognitive Consistency. New York, 1966.
- McLEOD, J. The Contribution of Psychology to Human Communication Theory. Teoksessa DANCE, F.E.X. (ed.) Human Communication Theory. New York, 1967.



- McQUAIL, D. Communication. London, 1975.
- McQUAIL, D. The Influence and Effects of Mass Media. Teoksessa CURRAN, J. et al. (eds.) Mass Communication and Society. London, 1977.
- MENDELSON, H. Sociological Perspectives on the Study of Mass Communication. Teoksessa DEXTER, L. & WHITE, D.M. (eds.) People, Society, and Mass Communication. Toronto, 1964.
- MENDELSON, H. Some Reasons Why Information Campaigns Can Succeed. Public Opinion Quarterly 27(1973):1, 50-61.
- MEYERSON, R.B. Social Research in Television. Teoksessa ROSENBERG, B. & WHITE, D.M. (eds.) Mass Culture. Glencoe, 1957.
- MILLS, C.W. The Sociological Imagination. Harmondsworth, 1970 (1959).
- MORRISON, D. The Beginning of Modern Mass Communication Research. European Journal of Sociology 19(1978a):3, 347-359.
- MORRISON, S. Kulture and Culture. The Case of Theodor W. Adorno and Paul F. Lazarsfeld. Social Research 45(1978b):2, 331-355.
- NEISSER, U. Kognitio ja todellisuus. Espoo, 1982.
- NOELLE-NEUMANN, E. Return to the Concept of Powerful Mass Media. Journal of Broadcasting 4(1973), 67-112.
- NOELLE-NEUMANN, E. The Effects of Media on Media Effects Research. Journal of Communication 33(1983):3, 157-165.
- OSGOOD, Ch. Studies on the Generality of Affective Meaning Systems. American Psychologist 17(1962):1, 10-28.
- PETERSON, R.C. & THURSTONE, L.L. Motion Pictures and Social Attitudes of Children. New York, 1933.
- PIETILÄ, K. Formation of the Newspaper: A Theory. Acta Universitatis Tamperensis. Ser. A, vol. 119, Tampere, 1980.
- PIETILÄ, V. Iltatuulen viesti. Teoksessa HÄMÄLÄINEN, T. (toim.) Sivuaäniä. Helsinki, 1967.
- PIETILÄ, V. Yksilö ja joukkotiedotuksen häiriötilat. Tiedotusopin lisensiaattitutkielma. Tampereen yliopisto, 1968.
- PIETILÄ, V. On the Effects of Mass Media. Teoksessa BERG, et al. Current Theories in Scandinavian Mass Communication Research. Grenaa, 1977a.
- PIETILÄ, V. On the Scientific Status and Position of Communication Research. Tampereen yliopisto, tiedotusopin laitos, Julkaisuja N:o 35, 1977b.
- PIETILÄ, V. Tiedon siirtoa vai yhteisyyttä? Tiedotustutkimus 4(1981):4, 35-48.
- PIETILÄ, V. Tiedotustutkimus: teitä ja tienviittoja. Tampereen yliopisto, tiedotusopin laitos, Sarja C nro 3, 1982.
- QUARLERS, R.C. Mass Media Use and Voting Behavior. Communication Research 6(1979):4, 407-436.
- QUARLERS, R.C. et al. News Diffusion of Assassination Attempts on President Reagan and Pope John Paul II. Journal of Broadcasting 27(1983):4, 387-395.
- RANTANEN, T. Symbols and Communication: Harold D. Lasswell and the Study of Symbols. Paper prepared for the ECPR-workshop on "National Identification Processes". Aarhus, March 29 - April 3, 1982.
- RIESMAN, D. The Oral and Written Traditions. Teoksessa CARPENTER, E. & McLuhan, M. (eds.) Explorations in Communications. Boston, 1966.
- ROBERTS, D.F. & BACHEN, C.M. Mass Communication Effects. Annual Review Psychology 32(1981), 307-356.
- ROBINSON, G.J. The Study of 'Schools of Thought' in Communication Studies: A Paradigmatic Approach. IAMCR Convention, Prague, August 27 - September 1, 1984.
- ROPER, B.W. Changing Public Attitudes toward Television and Other Media 1959-1976. Communications 4(1978):2, 220-238.
- ROWLAND, W.D. Jr. The Politics of TV Violence. Beverly Hills, 1983.
- ROWLAND, W.D. Jr. Recreating the Past: Problems in Rewriting the Early History of American Communications Research. IAMCR Convention, Prague, August 27 - September 1, 1984.
- SCHRAMM, W. How Communication Works? Teoksessa SCHRAMM, W. (ed.) The Process and Effects of Mass Communication. Urbana, 1954.
- SCHRAMM, W. The Challenge to Communication Research. Teoksessa NAFZIGER, R.O. & WHITE, D.M. (eds.) Introduction to Mass Communication Research. Baton Rouge, 1963.

- SCHRAMM, W. The Nature of Communication between Humans. Teoksessa SCHRAMM, W. & ROBERTS, D.F. The Process and Effects of Mass Communication. Rev. Ed. Urbana, 1971.
- SCHRAMM, W. Men, Messages, and Media. New York, 1973.
- SCHRAMM, W. & LYLE, J. & PARKER, E.B. Television in the Lives of our Children. Stanford, 1961.
- SMYTHE, S. Some Observations on Communications Theory. Audio-Visual Communication Review 2(1954):1, 24-37.
- SPITZER, S.P. & SPITZER, N.P. Diffusion of News of Kennedy and Oswald Deaths. Teoksessa GREENBERG, B.S. & PARKER, E.B. (eds.) The Kennedy Assassination and the American Public. Stanford, 1965.
- TANNENBAUM, P.H. & GREENBERG, B.S. Mass Communication. Annual Review of Psychology 19(1968), 351-381.
- WHITE, D.M. Mass-Communication Research: A View in Perspective. Teoksessa DEXTER, L.A. & WHITE, D.M. (eds.) People, Society and Mass Communications. New York, 1964.
- WILLIAMS, K.R. Reflections on a Human Science of Communication. Journal of Communication 23(1973):2, 239-250.
- WILLIAMS, R. Television. Technology and Cultural Form. Glasgow, 1974.
- WILLIAMS, R. Culture. Glasgow, 1981.
- WOOD; B.D. & FREEMAN, F.N. Motion Pictures in the Classroom. Cambridge, 1929.
- WRIGHT, C.R. Functional Analysis and Mass Communication. Public Opinion quarterly 24(1960):4, 605-620.
- von WRIGHT, J. Kognitiivisen psykologian kehityksen piirteitä. Psykologia 15(1980):2, 67-71.