

## Julkisuutta tutkiessa

Omnia determinatio est negatio. Aloitan julkisuuden käsitteen pohtimisen julkisuuden rajoista. Ajattelen niittyä, jolla heinä kasvaa, kukat kukkivat. Yhdellä reunalla sitä vastassa on metsä, toisella pelto. Kolmannelta puolelta niitty rajoittuu pihapiiriin, neljänneltä järveen. Myös julkisuudella on monta eri rajaa.

Ensinnäkin ovat tabut, kaikki ne tärkeät, kipeät ja häpeälliset asiat, jotka julkisuus pyrkii torjumaan. Köyhyyttä ei hyvinvointiyhteiskunnan julkisuus siedä. Mutta koska kyseessä ovat tärkeät asiat, torjunnat eivät koskaan täysin onnistu. Torjutut asiat tunkevat esiin vitseinä ja pilailuina, sosiaaliporrona, Karin hampaattomina mökin-eläjinä ja puliukkoina. Nämä rajavat julkisuuden kielletyn ja torjutun suuntaan.

Julkisuuden toista reunaa vastassa on byrokratioiden, talouden ja politiikan luoma salaisen alue:

"Siinä määrin kuin se (byrokratia) pystyy, se peittää tietonsa ja toimintansa kritiikiltä. (...) Aina kun herruusjärjestelmän valtaintressit ulkopuolisten suhteen ovat vaakalaudalla, olipa kyseessä yksityisen yrityksen taloudellinen kilpailija tai ulkomainen potentiaalisesti vihamielinen poliittinen voima, me löydämme salaa-mista." (Weber 1946, 233.)

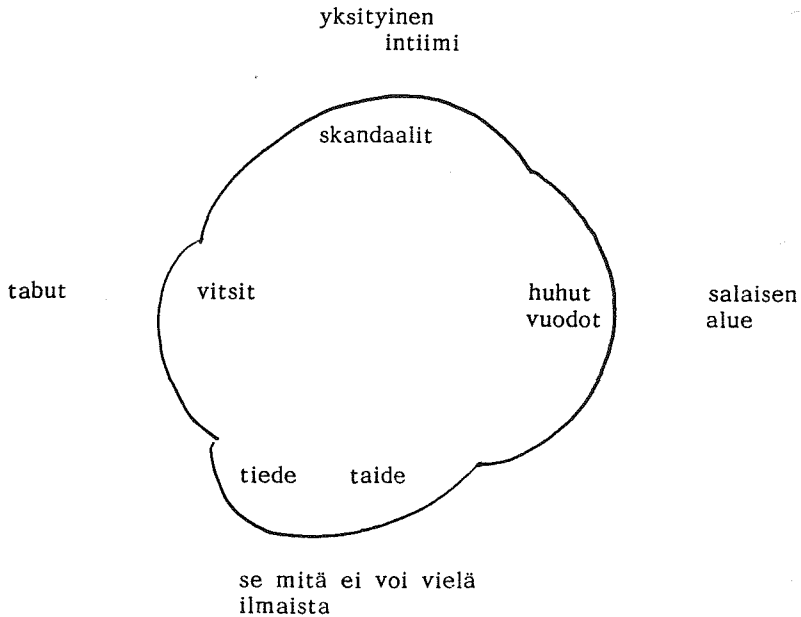
Salaamista vastaan julkisuus kaha-koi, aseinaan huhut ja taktiset vuodot.

Julkisuuden kolmatta reunaa viitoittavat puolestaan skandaalit ja yksityisyyden loukkaukset. Niistä muodostuu julkisuuden raja-alue ihmisten yksityisen ja intiimin elämän suuntaan.

Julkisuuden neljäs reuna kohtaa kaiken sen mitä ei voi vielä ilmaista. Kun julkisuus törmää sitä vastaan, syntyy tiedettä ja taidetta, tyyliä ja estetiikkaa, uutta ilmaisun ja kokemisen tapaa.

Kun olemme näin rajanneet tarkastelukohteemme, meidän on kysyttävä, mitä sen sisällä on, miten se toimii ja miten se asettuu osaksi meidän elämistemme tapaa, osaksi meidän kulttuuriamme. Kulttuurista puhuessa on vaikeaa voittaa kiusaus nähdä sen homologia elävään luontoon. Kulttuuri elää hahmojensa darwinilaisesta taistelusta ja symbioosista; sen muotoja voidaan luokitella superlinneläisin luokitusjärjestelmin; sen ekologia muodostuu osakulttuureista ja elämäntavoista; sen tasot ulottuvat arkielämän näkymättömästä mikro-maailmasta julkisuuden näkyvään piiriin sekä tieteen ja taiteen eksoottisiin kasvustoihin.

Ajatus ja kuvittelu saalistavat.



todellisuutta kulttuurin kentillä, puutarhurit viljelevät tarhojaan. Kulttuuristen ilmiöiden tarkasteluun on välttämätöntä avata monta näkökulmaa, katsoa niitä monen erilaisen ajatusoptiikan lävitse. Jotta tutkimus olisi kohteelleen adekvaattia, sen on heijastettava itsessään kohteensa vaihtelua.

### Informaatioyhteiskunta ja kulttuuriyhteiskunta

Ensimmäinen näkökulma: Julkisuus on semiosiksen, diskurssien ja kommunikaation maailma. Julkisuus koostuu merkitysten luomisen, merkkien antamisen ja niiden viestimisen kulttuurisista prosesseista.

Semiotiikan, yleisen merkkejä koskevan tieteen ja tutkimuksen esiinnousu tällä vuosisadalla ei ole satunnaista. Sen kasvualustana on meidän symboliympäristömme tiheneminen ja dynamisoituminen. Tähän viitataan useimmin puhumalla informaation lisääntymisestä ja informaatioyhteiskunnasta.

Tämä puhe on kuitenkin ongelmallista tai vähintään yksipuolista informaation käsitteeseen sisältyvien edellytysten vuoksi. Kaikki informaation määritelmät edellyttävät jonkin hyvinjärjestäytyneen rakenteen kuten todennäköisyyskentän tai topologisen struktuurin olemassaoloa. Informaatio on tilastollinen yhteenveto rakenteen sisällä ilmenevästä tosiasiallisesta tai potentiaalisesta vaihtelusta (Ursul 1968).

Maailmassa, joka ei ole kovin hyvin järjestynyt, on periaatteessa kaksi tapaa tuottaa hyvinjärjestyneitä rakenteita. Niitä voidaan yhtäältä konstruoida, toisaalta todellisuutta voidaan koodata käsitteelliseksi malliksi. Edellinen vaihtoehto on suhteellisen ongelmaton: viestintäteknologian systeemit tarjoavat käypiä sovellutuksia informaation käsitteelle. Näiden avulla on voitu rakentaa kompleksisia viestintäsystemejä, jotka ovat teknisesti hallittavissa ainakin tiettyyn rajaan saakka. Julkisuuden teknologian kannalta katsoen elämme informaatioyhteiskunnassa.

Toinen vaihtoehto nostaa esille kysymykset todellisuuden koodaamisesta. Nämä kysymykset koskevat kulttuuria. Tästä näkökulmasta katsoen elämme kulttuuriyhteiskunnassa. Kulttuuriset prosessit läpäisevät elämäämme voimakkaammin kuin koskaan ennen historiassa; sitä osoittavat tieteen ja kasvatuksen yhteiskunnallinen asema, estetisöitynyt tavaramaailma, poliittisen integraation ja hallinnollisen kontrollin valtiolliset systeemit. Yhteiskunnalliset voimat vaikuttavat meihin ja me toimimme tihevien ja toistensa päälle kerrostuvien symbolisten välitysten lävitse. Toiminnot ilmaisullistuvat, ilmaisut toiminnallistuvat.

Sanojen ja kuvien runsaus ja moniselitteisyys, toisiaan risteävien diskurssien piittaamattomuus toisistaan, todellisuuden peittyminen yhä pitemmiksi ketjuuntuvien välitysten alle, yhä etäämmälle ymmärryksen otteesta; kaikki tämä synnyttää ahdistusta. Roland Barthes puhuu "epävarmojen merkien terrorista", jota vastaan kulttuuri kehittää lakkaamatta puolustusmekanismeja (Barthes 1964). Toisten mielestä asiat ovat jo saaneet kohtalokkaan käänteen, adornoilainen kulttuuripessimismi tartuttaa monia ja luo ajatusten ja sitaattien ketjuja. Bo Svensson nojautuu Jean Baudrillardin vuonna 1984 Berliinin Freie Universitätissä pitämään esitelmään, jonka mottona oli Elias Canettin esittämä hypoteesi (Svensson 1985):

"Piinallinen mielikuva: että tietystä ajankohdasta lähtien historia ei enää ollut todellista. Näyttää siltä kuin ihmiskunta kokonaisuudessaan olisi huomaamattaan äkkiä jättänyt todellisuuden; kaikki mikä sen jälkeen on tapahtunut ei olisi ollenkaan totta; mutta emme ole kyenneet havaitsemaan tätä. Tehtävämme on nyt löytää tämä kohta, ja niin kauan kun

emme ole saaneet siitä otetta tuntuu siltä kuin meidän olisi vain pakko kestää."

Ahdistuksen totalisoiminen ja päätyminen kestämissä yksinäiseen sankaruuteen ei ole ainoa tapa kohdata ahdistus. Ahdistusta voidaan jauhaa rikki kärsivällisesti, käsityöläisen tavoin, ajatuksia tiukasti kohdentaen, luottaen niiden ja niiden esittämisen hitaasti hiertävään voimaan. Tämänkaltainen suhtautuminen tuntuu sisältyvän Umberto Econ näkemykseen rajattomasta semiosiksesta ja semioottisen analyysin rajallisesta luonteesta. Merkitykset haarautuvat ja ketjuuntuvat loppumattomiin; niiden kokonaisrakennetta ei voida tavoittaa. Mutta tämä ei sulje pois lokaalisen, erityisiin viesteihin ja viestintätilanteisiin kohdistuvan pragmatistisen analyysin mahdollisuutta:

"Tarvitaan sellainen semanttisen tutkimuksen metodologinen periaate, jonka avulla merkityskenttien ja -haaraumien kuvaaminen, miltei kaikissa tapauksissa, voi onnistua vain tutkimalla tietyn viestin signifikaation ehtoja" (Eco 1976, 128).

On myös alistuttava siihen, että tulokset ovat aina transientteja, vain hetkellisesti päteviä.

"Semiotiikan on pyrittävä eristämään rakenteita ikään kuin tietty täsmällinen yleinen rakenne olisi olemassa; jotta tämä voisi käydä päinsä on oletettava että tämä globaalinen rakenne on vain ohjaava hypoteesi ja että joka kerta kun rakenne kuvataan, merkitysten maailmassa tapahtuu jotain jonka vuoksi kuvaus ei enää ole täysin luotettava" (mt., 129).

Tarkastelujen lokaalisuus ja transiensi totaalisten mielikuvien paisuttelun ja kehittelyn asemesta: Nämä näyttävät olevan vaihtoehdot. Mutta voiko niiden välillä valita? Vai pa-

kottaako maailma meidät niihin?

## Tavaramaailma

Toinen näkökulma: julkisuuden kasvualusta on sen funktionaalinen konteksti, kaikki ne systeemiset ja institutionaaliset välttämättömyydet joiden asettamalla ehdoilla julkisuus toimii ja joiden lävitse julkisuus viittaa todellisuuteen. Julkisuuden on sopeuduttava taloudellisiin realiteetteihin ja poliittisiin valtarakenteisiin, sen on myös tavoitettava yleisönsä ja tultava osaksi sen elämää. Funktionaalisen kontekstin puristus tuntuu kovimmin institutionaalisissa ja toiminnallisissa rakenteissa, viestintäpolitiikassa ja ohjelmatuotannossa, mutta se jättää näkyvät jäljet myös julkisuuden merkitysrakenteisiin.

Kapitalistisessa yhteiskunnassa talouden kiertokulku, tavaran ja rahan lakkaamaton vaihtuminen markkinoilla toisikseen on julkisuuden funktiokontekstin kantava ja keskeinen piirre. Kiertokulun yleinen kaavio: raha - tuotanto - tavara - raha - ..., jonka erittelyyn Marx keskittyi erityisesti **Pääoman** toisessa osassa, osoittaa ne kohdat, joihin kiertokulkua ylläpitävät ja toimintojensa kautta yhteenkietoutuvat subjektit kiinnittyvät.

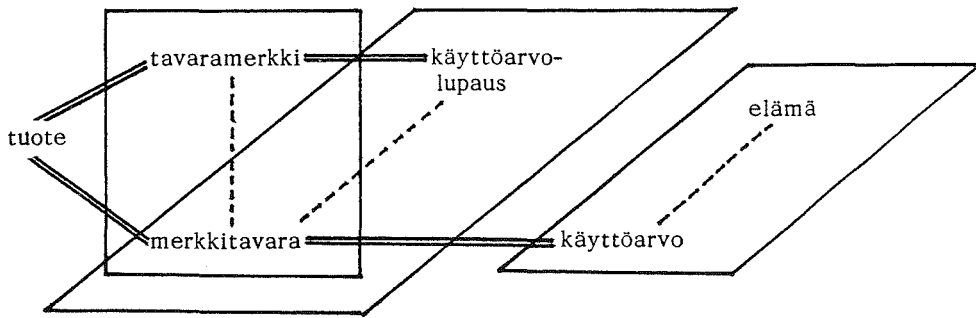
Pääoma pyrkii kasvattamaan arvoaan, tuotanto kehittämään teknologiaansa, kuluttajat lisäämään kulutustaan. Tässä prosessissa hallitseva subjekti on pääoma. Lisäarvon tuottamisen pakko pitää yllä yhtäältä teknistä kehitystä, toisaalta tarpeiden kasvua. Tuotannossa vallitseva pääoman ja palkkatyön ristiriita saa aikaan sen, että tuotannon arvo ja ostovoimainen kysyntä eivät vastaa toisiaan. Pääoma reagoi markkinoinnin keinoin. Niihin sisältyy tavaraestetiikka: muotoilun, pakkaamisen ja mainonnan yhdiste-

tyt pyrkimykset kääntää ihmisten tarpeita tavaroiden kielelle. Sen vaikutusala laajentaa viihteen tavaramaailma.

Tavarestetiikka virittää useita semioottisia operaatioita ja näiden tuloksena syntyy merkityssuhteita (vrt. Haug 1983, 97-111). Ensinnäkin tarvitaan erisnimi, tavaramerkki, joka liitetään tuotteeseen. Tavaramerkkiin liitetään edelleen tuotekuva, käyttöarvolupaus, näyttöarvo. Tämä kehitellään tavaraestetiikan keinoin. Näin syntyy uusi merkityksyksikkö, jonka muodostavat tavaramerkki ja sen denotaatio, merkkitavara kaikkine konnotatiivisine lupauksineen. Mutta myös kaupan hyllyllä oleva merkkitempale on merkki: ilmaisu omalle käyttöarvolupaukselleen. Jos ostaja käyttöarvolupaukseen luottaen ostaa ja kuluttaa tavaran, siitä tulee hänelle käyttöarvo, johon sisältyvät käyttöarvolupauksen piirteet. Kuluttajalle itselleen ja myös toisille tämä käyttöarvo on ilmaisu hänen elämästään. Elämä, sellaisena kuin sen koemme, alkaa jäljitellä mainosta, ainakin hetkellisesti. Olen joskus astunut pankkiin, missä virkailija on oppinut hymyilemään samalla tavalla kuin edellisen illan televisiomainos; yhtäkkiä minusta on tuntunut kuin olisin astunut mainoksen sisään.

## Kausaalinen indeterminanssi, faktisiteetti ja mytologiikka

Toinen julkisuuden funktiokontekstin kantava rakenneosia muodostuu julkisuuden poliittisista funktioista. Poliitiikan ideaalisena kategoriana, demokratian välttämättömänä edellytyksenä keskustelevalle julkisuudella on kunniakas historiansa (Habermas 1962). Mutta vielä vahvempana juonteena historian läpi kulkee julkisuuden käyttö politiikan



näyttämönä, tarkoituksena vallitsevien valtasuhteiden legitimointi.

Legitimoinilla on oma retoriikkansa, tapansa puhutella ihmisiä. Meille näytetään politiikan aktorit, heille luodaan imagot kaikkine hellyttävine yksityiskohtineen, osoitetaan sankarit, uhrin ja roistot, asetetaan heidät tuttuihin, ikuisesti toistuviin toiminnan kuvioihin. Koska todellisuus on hallitsematon, tarvitaan monia kuvioita. Sankarit on esitettävä toisinaan päättäväisen ja tuloksellisen toiminnan miehinä ja naisina, toisinaan vääjämättömien olosuhteiden nöyrinä mutta viisaina uhreina. Tämänkaltainen koodinvaihto on yksi ideologisen manipulaation eniten käyttämiä keinoja. Se synnyttää kausaalisen indeterminanssin: hämmennyksen sen suhteen mitä yhteiskunnassa voidaan ylipäänsä tekemällä saavuttaa ja mitä ei. Hämmennys ei välttämättä rajoitu vain joukkotiedotuksen vastaanottajiin; se koskee yhtä lailla politiikan tekijöitä, jotka eivät tiedä, milloin he toimivat, milloin toteuttavat välttämättömyyksiä.

Oli niin tai näin, julkisuus kehottaa meitä luottamaan niihin, jotka tekevät päätöksiä meidän puolestamme. Luottamuksen retoriikan keskeinen piirre on faktisiteetti, tosiasioden lakkaamaton vyöryttäminen meidän eteemme. Tämä

ilmenee sekä tiedotusvälineiden ammatillisessa etiikassa että niiden sisällössä. Fakta ja fiktiio on pidettävä tarkasti erillään toisistaan. Ilman fiktiota fakta ei näyttäisi todelta. Faktat luovat kuvan läsnäolosta maailmassa tässä ja nyt. Nykyaikainen yleistiedotusväline on läsnä kaikkialla ja rekisteröi kaikki uutisarvoiset tapahtumat. Röyhkeimmänkin valheen se kirjaa sanottuna tosiasiana, kunhan vain joku on sen jossakin sanonut.

Julkisuudessa, erityisesti politiikan julkisuudessa on monia piirteitä, jotka johdattavat ajatuksen myytteihin julkisuuden keskeisenä aineksena. Myyteistä voidaan puhua ja on puhuttu usealla käsitteellisellä tasolla. Claude Lévi-Straussin (1958) mukaan myytille on ominaista toiminnan toistuva kuvio, erityinen kerronnallinen kielioppi. Roland Barthes (1957) on korostanut myytin semioottista kaksitasoisuutta: ensimmäisen tason merkityssuhde, ilmauksen ja sisällön välinen, toimii toisella tasolla ilmauksena, jonka sisältö on myytti. Kuva mustasta sotilaasta tekemässä kunniaa Ranskan lipulle ilmaisee että Ranska on maailmanvalta. Juri Lotmanin ja Boris Uspenskin (1977) mielestä mytologiikan hallitsema tietoisuus muodostuu erisnimien kaltaisista merkitysyksiköistä. Kaikki nämä ajatukselliset otteet näyttävät

tavoittavan jotain oleellista julkisuuden semioottisesta rakenteesta.

### Julkisuus osana elämää

Kolmas näkökulma: Julkisuus on osa meidän elämäämme. Tarkastelemme sen lävitse itseämme ja sen kautta saamme tuntuman todellisuuteen. Julkisuus on erityinen, historiassa uusi yhteisyyssuoto.

Viittasin edellä siihen, että julkisuuden funktiokontekstiin sisältyy myös välttämättömyys tavoittaa yleisö, olla relevantti ihmisten kannalta. Ilman yleisöä joukkotiedotus ei voi suorittaa yhtäkään tehtäväänsä.

Julkisuuden funktioita ihmisten kannalta voi luetella ja jäsentää loputtomiin. Ohjelmia ja juttuja voidaan luokitella funktioihin viittaten. Käyttöjen ja gratifikaatioiden erittelyä voidaan jatkaa kohti yhä hienosyisempiä erotteluja, nojautuen teoreettisiin näkemyksiin motiiveista, joita emme normaalisti tiedosta. Toisaalta ajatukselliset yhteenvedot saattavat auttaa meitä havaitsemaan joukkotiedotuksen isoja retorisia kuvioita: faktojen retoriikkaa joka konstituoii ja muovaa meidän suhdettamme todellisuuteen; ihmissuhteiden retoriikkaa joka jäsentää kokemuksiamme sosiaalisesta elämästä; yhteisyyden retoriikkaa joka puhuttelee meitä meidän yksinäisyydessämme ja lievittää sitä; toiminnallisuuden retoriikkaa joka virkistää ja stimuloi meitä. Uutiset ja ajankohtaisohjelmat, sarjafilmiä maailma, spektaakkelit, joita koko maailma katsoo, eivät ole meidän kannaltamme turhia, puhumattakaan urheilusta. Sen osoittavat television katsojaluvut.

Tämä on kuitenkin väärä tapa asettaa kysymyksiä julkisuudesta osana meidän elämäämme. Se saattaa auttaa julkisuuden tuotannon

suunnittelussa, samaan tapaan kuin näkemykset kuluttajan psykologiasta palvelevat markkinointia. Se tarkastelee ihmisiä julkisuuden tuottamisen näkökulmasta, ei julkisuutta ihmisten elämän näkökulmasta. Se johtaa ratkaisemattomiin ongelmiin ja ajatuksen umpikujiin.

Ensinnäkään se ei anna vastausta funktionaalisten selitysten perusongelmaan: Olkoonkin että jokin tarve tyydytetään tietyn asian avulla. Mutta miksi juuri tämän asian avulla, miksi ei jollakin toisella tavalla? Miksi ihmiset eivät hanki tietoa omin neuvoin, miksi he eivät opettele elämään läheistensä kanssa, etsiydy toisten ihmisten yhteyteen, koe itse fyysisen ponnistamisen ja suoriutumisen riemua?

Toiseksi se kieltää vastaanottajalta sanomien dekoddaamisen vapauden. On miljoonia tapoja lukea lehti tai katsoa televisio-ohjelma. Tätä eivät estä joukkotiedotuksen taloudelliset ja poliittiset funktiot, ei laskelmoiduinkaan kulinaarinen sanomalehti eikä imaisevinkaan television ohjelmavirta. Julkisuus kohtaa ihmiset väistämättä subjekteina, joilla on omat tarpeensa ja pyrkimyksensä. Julkisuus yhteiskunnallisena prosessina toteutuu vasta kuljettuaan ihmisten päiden lävitse. Vasta tämän jälkeen siitä tulee yhteiskunnallinen voima.

Ihmisten vapautta ei pidä tietenkään absolutisoida. Lajin, yhteisön ja yksilön menneisyys painaa raskaana eläviä; se kiteytyy historiallisesti määräytyksi yksilönä olemisen ja yhteisyyden yhteiskunnalliseksi muodoiksi. Nämä sekä rajoittavat että tukevat ihmisten toimintaa ja tuovat siihen ainakin tilastollista ennustettavuutta. Mutta jatkuva jännite ennustettavuuden ja ennustamattomuuden välillä on elävää todellisuutta.

Kolmanneksi se estää meitä ymmärtämästä miten julkisuus rakentuu. Julkisuus suhteessa ihmisten elämään ajatellaan ikään kuin valmiiksi, sen sijaan, että se jatkuvasti ja yhä uudelleen asetettaisiin kyseenalaiseksi. Kysymys ei ole siitä, heijastaako julkisuus todellisuutta vai ei tai missä määrin se sitä heijastaa, vaan siitä miten se saadaan heijastamaan sitä mielekkäästi, joukkotiedotuksen ammatikäytäntöjä kehittäen. Myös niihin sisältyy vapauden momentti; ne törmäävät julkisuuden neljanteen rajaan.

Joukkotiedotuksen tutkijoille nämä ongelmat ovat tietenkin tulleet tutuiksi, etenkin niille, jotka pyrkivät selvittämään joukkotiedotuksen vaikutuksia (Gottdiener 1985; Schröder 1985). Sanoman vastaanottaja nähdään subjektiksi, joka itse tuottaa sanomalle merkityksen oman dekodauksensa avulla, oman kulttuurisen kontekstinsa pohjalta. Sanoman lähettäjä nähdään subjektiksi, joka ilmaisee häntä ympäröivää kulttuuria omien tarkoitteidensa lävitse. Tällöin perinteinen käsitys vaikuttamisesta murenee ja vaikutusten kokeellisilta tutkimuksilta katoaa perusta. Tutkimusten tulokset eivät kasaudu ja ne vastaavat harvoin joukkotiedotuksen käytäntöä, sillä koetilanteen ja käytännön kulttuurinen konteksti on erilainen.

Ongelmien ratkaiseminen edellyttää näkökulman kääntämistä päinvastaiseksi. On tarkasteltava julkisuutta ihmisten näkökulmasta eikä ihmisiä joukkotiedotuksen näkökulmasta. Empiirisen tutkimuksen keinoin voidaan luoda julkisuuden antropologiaa, lisätä tietoa siitä, millainen asema julkisuudella on ihmisten elämässä. Teoreettisen ajattelun avulla voidaan jäsentää julkisuuden luomia ja ylläpitämiä yhteisyysmuotoja. Sanoman perille-

menon asemasta on puhuttava resonanssista, vastakaiusta, jossa ilmenee lähettäjän ja vastaanottajan kulttuurinen yhteisyys. Julkisuudesta tulee heidän vuorovaikutuksensa ja heidän yhteisen kokemuksensa kulttuurista ilmaisua.

#### Kirjallisuus

- BARTHES, R. *Mythologies*. Paris, Editions du Seuil, 1957.
- BARTHES, R. *Rhétorique de l'image*. *Communications* 4, 1964.
- ECO, U. *A Theory of Semiotics*. Bloomington, Indiana University Press, 1976.
- GOTTDIENER, M. *Hegemony and Mass Culture: A Semiotic Approach*. *American Journal of Sociology* 90(1985), s. 979-1001.
- HABERMAS, J. *Strukturwandel der Öffentlichkeit*. Neuwied, Luchterhand, 1962.
- HAUG, W.F. *Ideologiset mahdit ja vastarinta*. Helsinki, Tutkijaliitto, 1983.
- LEVI-STRAUSS, C. *La structure des mythes*. Teoksessa *Anthropologie structurale*. Paris, 1958.
- LOTMAN, J. & USPENSKIJ, B. *Myth - name - culture*. Teoksessa LUCID, D. (toim.). *Soviet Semiotics*. Baltimore, The John Hopkins University Press, 1977.
- SCHRÖDER, K. *Dominant and oppositional paradigms in American audience research*. VII Nordiske masskommunikationsforskningskonferens, Fuglsø, Danmark, 18-21 August 1985.
- SVENSSON, B. *Efter historien?*. *Res Publica* 1, 1985.
- URSUL, A.D. *Priroda informacii*. *Filosofskij otcerk*. Moskva, Politizdat, 1968.
- WEBER, M. *Bureaucracy*. Teoksessa GERTH, H.H. & MILLS, C.W. (toim.). *From Max Weber: Essays in Sociology*. Oxford University Press, 1946.