

- 1975.
- McQUAIL, S. Mass Communication Theory. An Introduction. London 1983.
- NORDENSTRENG, K. Tiedotusoppi. Toinen, korjattu laitos. Keuruu 1978.
- PALDAN, L. Mediatietoutta Birminghamista. Tiedotustutkimus 5(1982):2, 3-16.
- PALMGREN, M-L. Reception - kirjallisuudentutkijain taivas? Tiedotustutkimus 8(1985):2, 88-89.
- PIETILÄ, K. Suoraviivaisemman tekstiteorian puolesta. Tiedotustutkimus 9(1986):2, 79-85.
- PIETILÄ, V. Uloskoodaustutkimus: johdasta teemaan. Tiedotustutkimus 8(1985a): 1, 2-14.
- PIETILÄ, V. Kieli, subjektiveetti, ideologia. Tiedotustutkimus 8(1985b):4, 26-40.
- PIETILÄ, V. Diskurssianalyysistä. Tiedotustutkimus 9(1986a):1, 48-57.
- SAARIKOSKI, P. Mitä tapahtuu todella? Otava, Keuruu 1962.
- WILLIAMS, R. Television. Technology and Cultural Form. New York 1974.
- WILLIAMS, R. Culture. Glasgow 1981.
- WILLIAMS, R. The Long Revolution. Harmondsworth 1984.

Latteinta tieto-oppia vastaan

THURÉN, Torsten. Orientering i källkritik. Är det verkligen sant? Stockholm, Esselte Studium, 1986.

Jokaisessa toistaiseksi tunnetussa yhteiskunnassa journalismi on muun muassa, ei siis pelkästään mutta muun muassa, kuvauksia ja erittelyjä todellisuudessa sattuneista tapahtumista, siinä käynnissä olleista tai olevista prosesseista yms. Triviaalia mutta totta.

Tieto-opillisesti tuontyyppinen ns. faktajournalismikaan ei voi perustua objektivismiin, ns. journalismin ulkopuolinen todellisuus ei missään avaudu sellaisenaan eikä se puhu suoraan kenellekään itsestään. Mutta yhtä vähän puheena

olevan tyyppinen journalismi voi pohjautua subjektivismiin, jonka mukaan jotkut valaistut yksilöt hallitsisivat todellisuuden tajunnassaan ilman informaatiota ulkomaailmasta, ilman lähteitä. Toimiva journalismin tieto-oppi voi olla vain subjektin ja objektin vuorovaikutusteoriaa, joka mahdollistaa niin suhteellisen subjektiivisuuden kuin suhteellisen objektiivisuuden.

Ja tässä, vain tässä, on lähdekritiikin paikka. Jos myös objektin halutaan vaikuttavan journalististen tuotosten sisältöön, tarvitaan kriittisyyttä ulkomaailmaa koskevia lähteitä kohtaan.

Ruotsalaisen, Tiedotustutkimus-lehdestä jo tutun Thurénin ideana on ollut kirjoittaa kirja lähdekritiikistä yleensä, ottaen huomioon niin historiankirjoituksen, todistajapsykologian kuin journalisminkin tarpeet. Oman tulkintani mukaan kirjoittajan käyttövoimana on ollut terve kyllästyminen sellaiseen täyteen relativismiin, joka johdonmukaisesti loppuun vietyinä merkitsisi kaikkien todellisuudesta esitettävissä olevien väitteiden katsomista yhtä hyväksi.

Thurén kirjoittaa mm. positivistisen historian tutkimuksen neljästä lähdekriteeristä, jotka ovat 1) aitous, 2) ajallinen yhteys, 3) riippuvuus ja 4) tendenssi, ja hän perustelee sitä miksi historialliset löydökset tai jäänteet (kvarlevor) ovat periaatteessa ylivoimaisia suullisiin lähteisiin verrattuina. Silti Thurénia ei voida pitää sitoutuneena positivistina, vaan hän ainoastaan haluaa ottaa ja pelastaa sen mikä lähdekritiikin perinteessä on hyödyllistä. Sivumennen sanoen kaikki järkevät historiankirjoituksen suuntaukset tarvitsevat varmaan lähdekritiikkiä.

Puheena olevan kirjan voi lukea sen latteista latteimman tieto-opin kritiikkinä, jonka mukaan olisi mahdollonta ratkaista keskenään ristiriitaisten kuvausten tai yleensä väitteiden suhteellista oikeellisuutta totuuden korrespondenssiteorian mielessä. Keinoja tähän on, vaikka ne eivät tietenkään voi olla ehdottomia, vaan tuottavat korkeintaan likiarvoja. Omasta mielestäni erityisen kiintoisia ovat todistajapsykologian avaamat mahdollisuudet, jotka perustuvat pitkään kokemukseen sekä psykologiseen tietoon ja oivallukseen.

Kirjansa lopussa Thurén keskustelee hieman mm. Popperista, Kuhnista ja Feyerabendista. Tarkoituksena on antaa ymmärtää, että näidenkään tieto-opilliset opit eivät tee lähdekritiikkiä tarpeettomaksi eivätkä arvottomaksi.

Thurénin kirja olisi ehkä parempi, jos hän olisi keskittynyt enemmän journalistisiin kysymyksiin ja jättänyt nimenomaan historian hiukan vähemmälle. Mutta hänen lähtökohdistaan voimme itsekin jatkaa.

Pertti Hemänus

Roottori vaalimoottorina

BLUME, Keith. The presidential election show. Campaign '84 and beyond the nightly news. Bergin & Carwey Publishers Inc., Massachusetts, 1985. 340 s.

Keith Blumen kirja on yksi monista yhdysvaltalaisista televisiopolitiikkaa ja sikäläisiä presidentinvaaleja käsittelevistä tutkimuksista. Se ei ole edes parhaasta päästä, sillä analyysi on usein pinnallista ja ajatukset hukkuvat poliittisen kiihkon alle. Blume on vakuumuksellinen demokraatti, joka vastustaa jyrkästi Reagania.

Mutta yhdessä suhteessa Blumen teos on sympaattinen ja myös suomalaisen lukijan huomion ansaitseva. Siinä kuvataan hyvin yksityiskohtaisesti yhdysvaltalaisen television tapaa uutisoida vuoden 1984 presidentinvaaleista. Blume on kirjannut kahden vaaleja edeltäneen kuukauden mediatapahtumat huolellisesti ja raportoi tuloksensa joskus oivaltavasti, joskus pitkäpiimäisesti. Suuri osa kirjasta on purettuja nauhoituksia ABC:n, NBC:n, CBS:n sekä julkista rahoitusta nauttivan PBS:n iltauutislähetyksistä.

Blumen pääväittäjä on, että televisiopolitiikan epä-älyllisyys vaarantaa koko yhdysvaltalaisen demokratian. Walter Mondale totesi murskatappion jälkeen olevansa mahdollisesti viimeinen

presidenttiehdokas, jolla ei ole ammattilaisen taitoja televisioesiintymisessä ja imagonluomisessa.

Utta ei ole se, että televisiossa politiikan sisältökysymykset joko katoavat tai vähintäänkin pinnallistuvat. Tärkeäksi tulevat tunne ja esitys. Mutta koska Yhdysvallat on kehityksen kärki-maa, "the last best hope of humankind" kuten sielläpäin sanotaan, käytössä on joitain vielä täällä Suomessa tuntemattomia temppeja. Muutama esimerkki.

Kun Ronald Reagan virkakautensa alkupuolella päästeli sarjan sammakoita suustaan (ydinohjukset voidaan kutsua takaisin jne.), hänelle suunniteltiin uusi viestintästrategia. Sen mukaan Reaganin tuli karttaa mahdollisimman paljon "hallitsemattomia tilanteita". Tästä syystä Reagan on pitänyt vähemmän lehdistötilaisuuksia kuin yksikään tv-ajan amerikkalaispresidentti ja tästä syystä mm. Valkoisen talon presidenttiä noutavan ja tuovan helikopterin roottorin lavat säädettiin uudelleen; melu nostettiin niin korkeaksi, ettei Reagan enää voinut vastata paikalla kärkevien toimittajien kysymyksiin.

Toisaalta pyrittiin siihen, että tiedotusvälineet julkaisivat Reaganin esiintymiset sellaisinaan, ilman toimittajien valintoja tai välihuomautuksia. Tässäkin onnistuttiin: Reagan on saanut käytännöllisesti katsoen haluamansa määrän valtakunnallista lähestysaikaa niin radiossa kuin televisiossakin.

Reaganin vuoden 1984 vaalikampanjan aikana "julkisuuden hallinta" oli niin pitkällä, että koko kampanjastrategia voitiin perustaa sen varaan. Tavoitteena oli, että Reaganin maksettu mainonta ja hänen vaalityöstään kertova tv-journalismi kulkisivat yhtä jalkaa teemoilta, tunnelmilta ja kuvilta toisiaan tukien.

Tapana on, että televisiouutiset välittävät muutaman kuvavälähdyksen kummankin pääpukarin sen päiväisestä vaalitulaisuudesta. Reaganin mediasuunnittelijat ohjasivat vaalitulaisuudet tarkoin; lavasteet, yleisön reaktiot ja presidentin esiintyminen muokattiin siten että uutispala muistuttaisi mahdollisimman paljon maksettuja mainoksia. Pyrkimyksenä oli luoda hyvää oloa ja yhteisyyden tunnetta: Amerikan lippuja, hurraavia kansanjoukkoja, aurinkoisia ja hyvinvoivia maisemia, sinistä