

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

Thurénin kirja olisi ehkä parempi, jos hän olisi keskittynyt enemmän journalismin kysymyksiin ja jättänyt nimenomaan historian hiukan vähemmälle. Mutta hänen lähtökohdistaan voimme itsekukin 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 vähintäinkin 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 temppejuja. 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

taivasta jne. Vanhaa erottelua käyttäksemme Reaganin kampanja perustui mielikuvamainonnalle, kun taas Mondale käytti USP-strategiaa (unique selling proposition), jossa oma tuote pyritään erottelemaan muista esittelemällä sen laadullisia ja toiminnallisia eroja (vähemmän kaloreita, vähemmän rotusortoa jne.).

Kuten Reaganin kampanjastrategit sanoivat: tärkeintä ovat kuvat. Kampanjan visuaalisuus meni niin pitkälle, että Reaganin merkittävimpiin kuuluva yksittäinen puheenvuoro, päätössanat toisessa Mondalea vastaan käydyssä tv-väittelystä, oli sekin luodun mielikuvamaisen vahvistusta: "Muistan kun kerran ajoin Kalifornian rannikkoa pitkin ... kauneus ympärilläni - Tyyni valtameri säihkyi auringossa valtatie toisella puolen, toisella puolen nousivat rannikkoseudun vuoret ..."

Eräs pilapiirtäjä kuvasi Reaganin ja Mondalen eroa kuvalla, jossa ehdokkaat olivat vastatusten. Teksti kuului:

"Mondale: Vaje, asevarustelu ja Keski-Amerikka.

Reagan: Lippu.

Mondale: Terveystiete, tuonti ja Lähi-itä.

Reagan: Perhe ja usko.

Mondale: Korot, nälkä ja hapan sade.

Reagan: Olympialaiset ... Kuka vielä sanoo, että pelkään keskustelemista."

Blume laskee televisiouutisten synniksi pinnallisuuden ohella sen, että ne keskittyivät toistuvasti "kilpajuoksuun". Tyypillisesti uutisissa käsiteltiin uusimman mielipidetiedustelun tuloksia, joiden mukaan Reagan johti ylivoimaisesti ja Mondale oli "toivottomassa" asemassa. Blumen mukaan tyyli yhtäältä toimi itseään toteuttavana ennusteena, toisaalta pyyhki sivuun asiakysymykset. Demokraatit arvioivat vaalien jälkeen, että miljoonat äänestäjät, eritoten mustat ja köyhät, jäivät uurnilta pitäessään tilannetta auttamattomana.

Ja vielä: Paitsi että tv-toimittajat leimasivat koko vaalin turhaksi, he myöskin kunnon sopulikataraan tavoin kehittivät joukon muodinmukaisia stereotyyppioita ja latistuksia: Mondale oli "väritön" ja "huono esiintyjä", Reagan puolestaan "suuri viestijä" ja "television mestari".

Blumen sympatiat ovat jakamattomas-

ti Mondalen puolella. Mondale on asiallinen ja ajatteleva, hän pyrkii keskusteluun, puolustaa köyhiä ja vastustaa asevarustelua. Eurooppalainen lukija ei aivan asiasta vakuutu, sillä yhdysvaltalaisen politiikan logiikka on usein kovin vierasta. Esimerkiksi: Mondale nosti kampanjateemaksi sen, että sitten kun Tähtien sota -hanke on valmis, hän ei aio luovuttaa sitä koskevaa tietotaitoa neuvostoliittolaisille. Reagan kun sattui joskus hieman sensuuntaista lupailemaan.

Heikki Luostarinen

Viihdeviennin taloushistoriaa

THOMPSON, Kristin. Exporting Entertainment. America in the World Film Market 1907-1934. London, British Film Institute, 1985, 238 s.

Vuonna 1985 Columbia University Press julkaisi massiivisen teoksen *The Classical Hollywood Cinema; Film Style and Mode of Production to 1960*, jonka olivat kirjoittaneet David Bordwell, Janet Staiger ja Kristin Thompson. Tuota teosta voidaan täydellä syyllä pitää perusteellisimpana esityksenä siitä elokuvatuotannon ja -tyylin rakenteesta, jonka vaikutukset ovat olleet mittaamattomat.

Tuo projekti on poikanut jo kaksi oheistyötä: David Bordwellin teoksen *Narration in the Fiction Film* (University of Wisconsin Press, 1985) ja Kristin Thompsonin *Exporting Entertainment*. Myös Janet Staigerilta on tulossa tutkimus, joka käsittelee elokuvien reseptiota.

Kristin Thompsonin kirja käsittelee laajaa ja mielenkiintoista aihetta: millaiset tuotannolliset ja taloudelliset syyt, faktat ja vaiheet olivat aiheuttamassa sen, että amerikkalaisesta elokuvasta niinkin nopeasti tuli sellainen muoto ja tyyli, joka samastettiin elokuvaan