

ransa vitjassa olevan koiran vapautta, käkikellon käen vapautta, vangin vapautta". Uutisia väliin: McCarthyn haastattelu, Etelä-Korean presidentti vieraillee kongressissa ja vaatii Yhdysvaltoja laajamittaiseen sotaan Kiinaa vastaan. Itä-Saksa varustaa natsikenraalin johdolla hyökkäysarmeijaa ja Yhdysvallat vakuuttaa YK:ssa kehittävänsä ydinasettaan niin kauan kuin kommunismi jatkaa hyökkäystään.

Sitten viihdettä. Valittavana on useita agenttisarjoja, joista vaikkapa **Crusader**-nimisen jokainen jakso alkaa seuraavalla johdannolla: "Crusader kertoo demokraattisten ihmisten taistelusta vapauden ja oikeuden vihollisia vastaan kotona ja ulkomailla. Nämä ovat tarinoita ihmisistä, jotka ovat saaneet apua niiltä monilta suurenmoisilta järjestöiltä, jotka ovat omistautuneet viemään totuuden valeilla ruokituille, valon pimeydessä oleville, suojelun pelossa eläville". Vaihtoehtona oli sotilasfarssi tai Yhdysvaltain armeijan propagandafilmi.

Illan saattoi sitten päättää elokuvalla **Mission to Moscow**, viihdeohjelmalla **Hollywood's Answer to Communism** tai vakavammalla kommunisminvastaisella keskusteluohjelmalla.

Edellä kuvattu tv-ilta on koottu hie-man ajassa hyppien, mutta se vastaa McDonaldin kirjan henkeä ja sisältöä.

Heikoimmillaan MacDonal on selittäessään television militaristista kommunismikauhua ja vaikutusta yleisön maailmankuvaan. Televisioteollisuuden yhteydet sotilaalliseen teolliseen kompleksiin selittävät jotain, McCarthyn ja Kennedyn tv-aidot selittävät jotain - mutta paljon jää auki.

MacDonalldille asiat ovat yksinkertaisia: "Tv loi kansallista kuuliaisuutta ajattelevan ja tietävän yleisön sijasta ... Tuloksena tästä yli vuosikymmenen jatkuneesta tasapainottomuudesta oli isänmaallisten, luottavaisten, tietämättömien ja pelokkaitten kansalaisten maa. Nuo kansalaiset olivat 1960-luvulla tuskin kykeneviä arvostelemaan poliittisia ja sotilaallisia johtajiaan, kun nämä alkoivat vääjäämättä liukua traagiseen kommunisminvastaiseen sotaan Kaakkois-Aasiassa".

Heikki Luostarinen

## Agendalla: Kennedy-syndrooma

KAID, Lynda & WADSWORTH, Anne. Political Campaign Communication. A Bibliography and Guide to the Literature 1973-1982. Metuchen, The Scarecrow Press 1985.

Television aikakauden ensimmäiset persoonat Yhdysvalloissa ovat Peter Pan ja J.F. Kennedy. Vuonna 1955 likimain puolet kansakunnasta katseli televisiosta taruolennon seikkailua. Mutta varsinaisesti televisio rymisteli kansalaisten tietoisuuteen vasta Kennedyn hautajaisissa. Kolme viidestä amerikkalaisesta istui yhteisen surun ääressä (Tannenbaum & Greenberg 1986).

Samaan aikaan kun Klapper muotoili teesinsä joukkotiedotuksen vähäisistä vaikutuksista, nosti televisio Kennedyn kansakunnan agendalle, kansalaisten päiväkirjoihin. Tv-väittely Richard Nixonin kanssa vuonna 1960 synnytti Kennedy-syndrooman: tutkimus ei ole kyennyt vahvistamaan kansalaisten uskoa siitä, että Kennedy voitti Nixonin juuri väitteen ansiosta.

Tämän syndrooman sairauskertomus on Kaidin ja Wadsworthin bibliografia poliittisesta viestinnästä. Kirjaan on kerätty 2.461 viitettä, ja tutkimuksen määrän kasvu on ollut rajua. Vuonna 1972 listattiin 1.000 viitettä ja vuonna 1974 1.500, mutta bibliografiat ulottuivat 1950-luvun alkuun.

Myös Klapperilla oli mahdollisuus käyttää vuonna 1960 1.000 viitettä, mutta Kraus & Davis yrittivät selittää samaa salaisuutta vuonna 1976 jo 3.000 lähteen turvin. Salaisuus on joukkotiedotuksen vaikutus (Nimmo & Sanders 1981, 13).

Poliittinen viestintä määritellään kirjassa vain viestinnän osalta. Poliitikasta ei ole puhuttakaan. Viestintäkin määritellään lineaarisen mallin mukaan: lähettäjä-sanoma/kanava-vastaanottaja. Lisäksi bibliografia on kerätty periamerikkalaisista tieteellisistä aikakauslehdistä, mikä tietysti korostaa Kennedy-syndroomaa.

Poliittinen viestintä on sidoksissa lähes täysin vaikutustutkimukseen. Hyvän kuvan tutkimussuuntauksesta antaa Chaf-

fee (1975, 19), kun lähes kaikki hänen kokoomateoksensa artikkelit käsittelevät tavalla tai toisella Klapperin vaikutusettomuuden teesiä.

Chaffee itse yrittää murtaa teesiä ja osoittaa, että sekä "magic bullet" että "limited effect" ovat molemmat harhaisia. "Uuden suunnan" Chaffee hahmotteli Schrammin juhla-kirjassa (1977, 233-234), jolloin vaikutusettomuuden teesi oli jo syntinen. Näin Lazarsfeldin ja kumppaneiden Erie-tutkimus oli yhä 1970-luvulla siteeratuin poliittisen viestinnän lähde (Chaffee & Hochheimer 1985, 97), vaikka teesi alkoi murtua heti television tulon jälkeen (Quarlers 1979).

Poliittisen viestinnän tutkimus pitää siis sisällään samaa salaisuutta kuin tv-väkivallan tutkimus. Tutkimusten määrällinen ja nopea kasvu tuottaa vain risti-riittäisiä tuloksia. Kun Chomstock ja kumppanit kävivät läpi 2.500 tutkimusta (1978, xiii), niin Kennedy-Nixon -väittely ei tutkijoiden mukaan osoittanut vielä television voimaa. Mutta Carter-Ford -väittely teki sen jo selvästi (emt., 15-16). Syndrooma ratkeaa?

Mitään päätelmiä ei Yhdysvaltain politiikasta 1970-luvulla suuntauksen piirissä kyetty kuitenkaan tekemään, sanoo puolestaan Swanson (1978, 211) käytyään läpi kuusi vuosikymmenen keskeistä poliittisen viestinnän teosta. Kaikissa jäh-dattiin yhä edelleen vaikutuksen salaisuutta.

Suorastaan ironisen kuvan poliittisesta viestinnästä 1980-luvulla antaa puolestaan Meadow (1986) käytyään läpi vuosikymmenen kahdeksan keskeistä tutkimusta. Vaikutuksen salaisuutta ei ole löydetty, vaikka 1940 presidentinvaalien jälkeen jokaisesta vaalista on tullut satoja artikkeleita ja kirjoja julkisuuteen. Suuntaus onkin liian kapea Meadown mielestä ja keskittynyt syndroomaan eli journalisti-soitunut liikaa.

Poliittinen viestintä noudattaa siten vaikutustutkimuksen yleistä linjaa (Kahma 1986) asennetutkimuksesta kognition tutkimukseen. Hallitsevana selittäjänä ollut puoluesamastuminen (Kenamer & Chaffee 1982, 635) on muuttunut ehdokkaan imagon piirteiden tarkasteluun.

Silloin tietysti välineen merkitys on korostunut (suora vaikutus) ja 2-vaihehypoteesi on saanut kyytiä (O'Keefe

1982, 667-679). Esiin vanhan vaikutusmallin takaa on työntynyt päiväkirjatutkimus: se yhdistää poliittisessa viestinnässä välineen käyttösytytutkimuksen vaikutustutkimukseen (McCombs 1981a, 226-227 ja 1981b, 135).

Poliittisen viestinnän klassinen äänestystutkimus on nyt tutkimusta ehdokkaiden tv-esiintymisten vaikutuksista. Empiiriset tutkimukset Yhdysvalloista osoittavatkin, että televisio vaikuttaa erityisesti nuoriin (O'Keefe & Mendelsohn 1978, 280-282) ja ensi kertaa äänestäviin (Quarlers 1979). Löytö tietysti vain kihottaa syndroomaa. Televisio ei vaikuta vain aktiivisiin vaan myös passiivisiin "poliittisiin" kansalaisiin (O'Keefe 1982, 681); se kuljettaa molemmille ryhmille kaiken poliittisen informaation.

Päiväkirjatutkimuksen asetelma syrjäyttää vanhan puoluesamastumisen koska televisio korostaa henkilöä niin voimakkaasti (McLeod ym. 1983, 54-55). Mutta empiirisesti sitä on vaikea saada edelleen kukaan esiin. Esimerkiksi Carter-Ford -väittely on samalla tavalla varmuutta vailla kuin Kennedy-Nixon -väittely (Dennis & Chaffee 1978, Lang & Lang 1978 ja 1984, 188), vaikka toisaalta näyttäisi siltä että Reagan hakkasi väittelyssä Carterin (Lang & Lang 1984, 195).

Kansalaiset eivät käytäkään televisiota, vaan puolueet ovat oppineet sen paljon nopeammin, sanoo Charles Fant (1980).

Mutta vielä kukaan ei tv-esitysmuodon tutkimus ole lähtenyt käyntiin poliittisessa viestinnässä, vaikka Lang & Lang osoittivat yli 30 vuotta sitten kuinka televisio luo tapahtumiin ja henkilöihin "uniikin perspektiivin" (1953, 3-12). Ja yhä uudelleen Lang & Lang (1984, 199-220) esimerkiksi joutuvat toistamaan vaatimusta esitysmuodon tutkimuksesta.

Jos televisio kerran luo ehdokkaan imagoa televisiossa, niin kuinka televisio esittää poliittisen henkilön (Lang & Lang 1956, 103-112)? Miksi television vaikutusta tutkitaan vain vaalien alla? Mitä välineet tekevät vaalien välillä, kysyvät Langit jo samaan aikaan kun Klapper yritti tutkia vain sanoman vaikutusta (1974).

Kaidin ja Wadsworthin bibliografia ei anna kysymyksiin vastausta. Kirjaa selatessa tuleekin ikävä poliittisen vies-

tinnän eräitä klassikoita, jotka ovat hukuneet vaikutus- ja äänestystutkimuksen lampeen.

Propagandan tutkimusta ja välineiden ja julkisuuden sekä vallan välisiä suhteita bibliografia käsittelee tuskin lainkaan. Nimmonkin (1971, 441-442) esittelemät poliittisen viestinnän unohdetut alueet unohtuvat jo 1960- ja 1970-luvuilla. Ensin raivasi käyttösyyt tutkimus klassisen vaikutustutkimuksen ja päiväkirjatutkimus muut (emt., 448).

Päiväkirjatutkimuskin miettii vain kampanjan vaikutuksen kestoja (Milburn 1979) ja se käy läpi 1970-luvulla nopeasti monia vaiheita vaikutustutkimuksen perinteessä (Weaver 1984). Lineaarinen viestintämalli pakottaa myös poliittista viestintää.

Propagandan ja yleisen mielipiteen klassisessa tutkimuksessa viestintä sai paljon laajemman merkityksen. Jo television sarastus kirvoitti Wirthin (1948, 10) vaatimaan sekä välineen sisällön että esitysmuodon tutkimusta. Valta liittyi silloin tutkijoiden mukaan myös välineiden politiikkaan eikä vain "politiikkaan" (Blumer 1948, 544). Blumer hahmottelikin viestinnästä aivan toisia "polkuja" kuin lähettäjä-sanoma/kanava-vastaanottaja. Silloin oli edes esillä käsite "politiikka".

Seuraava poliittisen viestinnän bibliografia Yhdysvalloissakin kertoo varmasti kuinka tiedotusvälineet tekevät politiikan eivätkä vain politiikan "kuva". Tällainen "peliteoria" juuri muotoilee ongelman pelkäsi välineen vaikutukseksi.

Televisio ei mcluhanilaisista lupauksistaan huolimatta ole avartanut maailmaa ihmisille. Televisiossa politiikka on rationalisoitu, sanovat Langit (1984, 206).

Poliittisen viestinnän Bermudan Kolmiossa pyörivät edelleenkin äänestäjä, väline ja Kennedy. Ja kolmioon hukkuu myös bibliografia vuosilta 1973-1982, jolle poliittinen viestintä on vain kampanjoita.

Ilkka Kahma

#### Kirjallisuus

- BLUMER, H. Public and Public Opinion Polling. *American Sociological Review* 13(1948), 542-554.  
CHAFFEE, S. Asking New Questions

about Communication and Politics. Teoksessa: CHAFFEE, S. (ed.). *Political Communication*. Beverly Hills, 1975.

- CHAFFEE, S. Mass Media Effects: New Research Perspectives. Teoksessa: LERNER, D. & NELSON, L. (eds.). *Communication Research - a Half-Century Appraisal*. Honolulu, 1977.  
CHAFFEE, S. & HOCHMEIER, J. The Beginnings of Political Communication Research in the United States. Teoksessa: GUREVITCH, M. & LEVY, M. (eds.). *Mass Communication Review Yearbook*, Vol. 5. Beverly Hills, 1985.  
COMSTOCK, G. et al. *Television and Human Behavior*. New York, 1978.  
DENNIS, J. & CHAFFEE, S. Legitimation in the 1976 U.S. Election Campaign. *Communication Research* 5(1978): 371-394.  
FANT, C. Televising Presidential Conventions, 1952-1980. *Journal of Communication* 30(1980):4.  
KAHMA, I. Viestintä ja vaikutus. *Tiedotustutkimus* 9(1986):2, 33-48.  
KENNAMER, J. & CHAFFEE, S. Communication of Political Information During Early Presidential Primaries: Cognitions, Affect, and Uncertainty. Teoksessa: BURGOON, M. (ed.). *Communication Yearbook* 5. New Brunswick, 1982.  
LANG, G. & LANG, K. The Unique Perspective of Television. *American Sociological Review* 18(1953), 3-12.  
LANG, G. & LANG, K. The Television Personality in Politics: Some Considerations. *Public Opinion Quarterly* 20(1956), 103-112.  
LANG, G. & LANG, K. The Mass Media and Voting. Teoksessa: SCHRAMM, W. & ROBERTS, R. *The Process and Effects of Mass Communication*. Urbana, 1974.  
LANG, G. & LANG, K. Immediate and Delayed Responses to a Carter-Ford Debate: Assessing Public Opinion. *Public Opinion Quarterly* 22(1978):2, 322-341.  
LANG, G. & LANG, K. *Politics and Television*. Re-Viewed. Beverly Hills, 1984.  
MCCOMBS, M. Setting the Agenda for Agenda-setting Research. Teoksessa: WILTHOLT & deBOCK (eds.). *Mass Communication Review Yearbook*, Vol.

- 2, Beverly Hills, 1981a.
- McCOMBS, M. The Agenda-Setting Approach. Teoksessa: NIMMO & SANDERS (eds.). Handbook of Political Communication. Beverly Hills, 1981b.
- McLEOD, J. ym. Issues and Images. The Influence of Media Reliance in Voting Decisions. *Communication Research* 10(1983):1, 37-58.
- MEADOW, R. Political Communication Research in the 1980s. *Journal of Communication* 35(1985):1, 157-173.
- MILBURN, M. A Longitudinal Test of the Selective Exposure Hypothesis. *Public Opinion Quarterly* 43 (1979), 507-517.
- NIMMO, D. Political Communication Theory and Research: An Overview. Teoksessa: RUBEN, R. (ed.). *Communication Yearbook I*. Beverly Hills, 1977.
- NIMMO, D. & SANDERS, K. The Emergence of Political Communication as a Field. Teoksessa: NIMMO & SANDERS (eds.). Handbook of Political Communication. Beverly Hills, 1981.
- O'KEEFE, G. The Changing Context of Interpersonal Communication in Political Campaigns. Teoksessa: BURGOON, M. (ed.). *Communication Yearbook* 5. New Brunswick, 1982.
- O'KEEFE, G. & MENDELSON, H. Non-voting. The Media Role. Teoksessa: WINICK, C. (ed.). *Deviance and Mass Media*. Beverly Hills, 1978.
- QUARLERS, R. Mass Media Use and Voting Behavior. *Communication Research* 6(1979):4, 407-436.
- SWANSON, D. Political Communication: A Revisionist View Emerges. *The Quarterly Journal of Speech* 64(1978), 211-232.
- TANNENBAUM, P. & GREENBERG, P. Mass Communication. *Annual Review of Psychology* 19(1968), 351-381.
- WEAVER, D. Media Agenda-Setting and Public Opinion: Is There a Link? Teoksessa: BOSTROM, R. (ed.). *Communication Yearbook* 8. Beverly Hills, 1984.
- WIRTH, L. Consensus and Mass Communication. *American Sociological Review* 13(1948), 1-15.

## Kohti dialektista elokuvateoriaa

KNOPS, Tilo Rudolf. Die Aufmerksamkeit des Blicks. Vom Schwinden der Sinne in der Filmtheorie und seinem Gegenmittel: zur Kritik des Szientismus und Obskurantismus in der semiotischen und psychoanalytischen Filmtheorie. Frankfurt am Main, Bern & New York, Peter Lang, 1986. 259 s.

Varsin laajalle levinneen muistisäännön mukaan elokuvateorian historiassa on kyse seuraavasta. Ns. klassista sen vaihetta edustaa kokonaisvaltaisuuteen pyrkivä, metodiselta otteeltaan "spekulatiivinen" tai "filosofoiva" teoriointi, joka on näkökulmaltaan keskeisesti normatiivista (eli tavoittelee viime kädessä myös elokuvan arvoteariaa). Sen malliesimerkkeinä ovat Eisenstein ja Bazin sekä lakipisteinä Jean Mitryn useammassakin suhteessa monumentaalinen *Esthétique et psychologie du cinéma* (1963-65). Ns. modernia elokuvateorian vaihetta edustaa taas edelliselle käänteinen tutkimus, jonka kohteena ei ole elokuvan kokonaisuus vaan sen jokin metodisesti ja selkeän (erityis)tieteellisesti rajattu osa ja jossa (varsinkin esteettisiä) arvokysymyksiä pidetään joko epätieteellisinä tai toissijaisina. Sen malliesimerkinä ja lähtökohtana on Christian Metzlin työ vuodesta 1964 alkaen, jolloin ilmestyi artikkeli "Le cinéma: langue ou langage?". Tarkemmin sanottuna on vielä kyse Metzlin tuotannon kahdesta eri kaudesta, joita yleisen kielenkäytön mukaisesti voidaan nimittää elokuvasemiotiikan ensimmäiseksi ja toiseksi vaiheeksi. Muistisääntöön kuuluu elimellisesti myös arvostelma, jonka mukaan moderni elokuvateoria on klassista parempaa, koska se on sitä kehittyneempää, tieteellisempää tms.

Liittotasavaltalainen Tilo Rudolf Knops yrittää kirjassaan tavallaan osoittaa, ettei tämä muistisääntö ole kaikilta osin paikkansapitävä. Häntä ei tosin kiinnostanut juuri lainkaan elokuvateorian klassinen kausi. Sen sijaan hän argumentoi sen puolesta, että modernin kauden edistysaskeleet eivät ole suinkaan niin pitkiä kuin on totuttu ajattelemaan. Itse asiassa moderni elokuvateoria on Knopsin mu-