

Tiedotustutkimus julkaisee sekä koti-että ulkomaisten tiedotusopillisesti kiinnostavien teosten arvosteluja. Arvostelut voivat olla 2-3 liuskan mittaisia esittelyjä tai laajempia, enintään 6 liuskan mittaisia arvosteluja.

Tiedotustutkimus (NORDICOM) laatii arvostelijoiden avuksi noin kaksi kertaa vuodessa luettelon ulkomaisesta tiedotusopillisesta kirjallisuudesta. Tiedotustutkimus (NORDICOM) hankkii kustantajilta arvostelijankappaleen, jonka arvostelija saa omakseen. Luetteloa voi tilata ja lisätietoja pyytää NORDICOMista (931-157045).

Luonnollisesti myös luetteloon kuulumattomia kirjoja voi arvostella.

Dallas: ideologia ja mielihyvää

ANG, Ien. Watching Dallas. Soap Opera and the Melodramatic Imagination. London, Methuen, 1985. 148 s.

Muutama vuosi sitten oli televisiosarja Dallas juorupalstojen ihastelun ja kulttuurikritiikin sarkastisen kauhistelun suosittu kohde. Sarjan vanhetessa ja uusien attraktioiden ilmestyessä kuvaruutuun on kohu laantunut - vaikka joku suomalainen vaatetusliike yrittääkin lämmittää mieliä uudelleen kutsumalla "ihanan Bobby Ewingin" asiakkaidensa pälisteltäväksi. Mutta ajankohtaisuuttaan ei ole menettänyt se kysymys, johon sen enempää ihailijat kuin kritiikotkaan eivät juuri ole onnistuneet vastaamaan tyydyttävästi: mikä Dallasissa ja sen kaltaisissa sarjoissa jaksaa jatkuvasti katsojia viehättää? Hollantilainen Ien

Ang on yksi niistä muutamista tutkijoista jotka ovat yrittäneet löytää vastauksia ilmeisimpiä selityksiä syvemmältä. Angilla on useimpiin kulttuurikritikoihin nähden ainakin yhdessä suhteessa mielenkiintoisemmat lähtökohdat tähän alunperin 1982 ilmestyneeseen tutkimukseensa; hän näet tunnustaa itsekin pitäneensä Dallasista, ja ihmetelleensä omaa pitämistään.

Tutkimuksen perusaineistona ovat eräässä naistenlehdessä julkaistuun ilmoitukseen vastauksena tulleet kirjeet, joissa katsojat kertovat omasta suhteestaan Dallasiin. Aineisto on siis koottu samaan tapaan kuin Herbert Blumlerin klassisessa *Movies and Conduct* -tutkimuksessa (New York, MacMillan, 1935), jossa yritettiin selvittää elokuvan vaikutuksia katsojiin koululaisten kirjoittamien aineiden pohjalta. Mutta Angin tutkimus eroaa toki edukseen tästä vanhemmasta teoksesta useassakin suhteessa. Ang ei ensinnäkään pyrikään esittämään mitään kaikenkattavia vastauksia Dallasin suosion syistä suppeahkon aineistonsa perusteella - hän sai 42 vastausta, kolme vastaajista oli miehiä - vaan jaksaa pitää aineistonsa rajoitukset jatkuvasti mielessä. Hän ei myöskään hyväksy vastauksia jonkinlaisina puolueettomina todistajanlausuntoina, vaan pyrkii niiden "symptomaattiseen" luentaan, etsimään julkitekstin sisältä niitä sosiaalisia kuvia ja ideologioita joiden avulla vastaajat itse tulkitsevat kokemustaan. Ja viimein, siinä missä Blumler nojasi jonkinlaiseen massapsykologia-ajatteluun, on Ang hyvin perillä uusimmasta eurooppalaisesta kulttuuritutkimuksesta - hakemistosta löytyvät mm. niin Barthesin, Bourdieun ja Foucaultin kuin Stuart Hallin, Terry Lovellin, Colin MacCaben, Laura Mulveyn ja Raymond Williamsinkin nimet, joita Ang hyödyntää tulkinnoissaan eklektisellä, mutta elegantilla tavalla.

Angin peruskysymys on, mikä Dallasin katselussa tuottaa mielihyvää katsojille? Bourdieuta lainaten hän määrittelee, että populaarikulttuurin lupaama mielihyvää on tunnistamisen mielihyvää: Dallasin kaltaisessa sarjassa meitä kiehtoo se mikä on tuttua, oman elämänkokemuksemme perusteella "todellista". Tunne että on tekemisissä "todellisten ihmisten" kanssa on tämän mielihyvän ankkuri. Sarjan "realistisuus" on myös se kriteeri

jolla vastaajat ovat perustelleet siitä pitämistään tai pitämättömyyttään. Mutta koska sama sarja on toisten ihmisten mielestä ollut "realistinen" (s.o. hyvä) ja toisten mielestä "epärealistinen" (s.o. huono), ei kyse voi olla sellaisesta empiristisestä realismista, jonka puutteesta kulttuurikritiikkikin on Dallasia moittinut. Angin mielestä kyse ei myöskään ole pelkästään sarjan realistisen kerrontamuodon aikaansaaman todellisuusilluusion tuottamasta mielihyvästä. Myös Dallasin sisällössä, sen fiktiivisessä maailmassa, on jotain mitä vastaajat pitävät realistisena. Tämä realismikokemus ei liity Angin mukaan kognitiiviseen käsitukseen sosiaalisesta todellisuudesta, vaan sijoittuu emotionaaliselle tasolle: se minkä katsojat tunnustavat todelliseksi on tietty "tunnerakenne", traaginen sellainen; useat vastaajat näyttävät tunnustaneen oman kokemuksensa Dallasin kerronnan jatkuvassa onnen ja onnettomuuden vaihtelussa. Tämä sisäinen realismi yhdistyy Dallasissa tiettyyn ulkoiseen epärealismiin, jolla on myös merkityksensä sarjan tuottamalle mielihyvälle: se synnyttää etäisyyttä sarjan maailmaan, mikä puolestaan tekee katsojalle mahdolliseksi sietää sen ylenpalttista tunneilmaisua. Dallasin fiktiiviseen maailmaan samastumisen ja siitä etääntymisen jatkuva vuorovaikutus leimaa katsomiskokemusta.

Ang täsmentää Dallasin herättämän traagisen tunnerakenteen sisältöä viittaamalla sarjan lajityyppitaustaan. Dallas on perhemelodraama, joka, kuten teatterin ja elokuvan varhaisemmat perhemelodraamat, korostaa perheen yhtenäisyyden tärkeyttä elämän perusehtona, mutta samalla sitä että sen jäsenet joutuvat luopumaan yksilöllisistä pyrkimyksistä alistuessaan perheen rooleihin. Dallasin henkilöt elävät jatkuvassa ristiriitojen nykyisyydessä, jonka tekee erityisen traagiseksi se että he vasta asteittain oppivat havaitsemaan olevansa voimattomia omassa pyrkimyksissään onneen. Katsoja puolestaan on aina "viisaampi" kuin yksikään sarjan yksittäisistä hahmoista, ja sarjan rakenne antaa mahdollisuuden samastumisaseman vaihtelemiseen eri hahmojen välillä, mutta tämän vallan pohjalla on itse asiassa tietoisuus omasta voimattomuudesta, sarjan maailman traagisen rakenteen muuttumatto-

muudesta. Traagisen tunnerakenteen synnyttävä melodramaattinen mielikuvitus tulkitsee katsojan omaa arkista voimattomuutta, lataa merkitystä merkityksettömyyden tunteeseen ja auttaa hetkeksi ylittämään tuon tunteen. Tällainen mielikuvitus on siis keino sopeutua psyykkisesti arkielämän ankaruuteen, ei kompensoitua sille tai pakoa siitä, vaan arkielämän elimellinen osa joillekin ihmisistä.

Entä sitten muut ihmiset, ne joille Dallas ei tuota mielihyvää, mitä on heidän katsomiskokemuksensa taustalla? Näiden katsojien vastauksia leimasi Angin mukaan vahvasti "massakulttuuri-ideologia", kulttuurikritiikistä juontava tapa tuomita Dallasin kaltaiset sarjat ilman muuta ala-arvoiseksi - ja tuo leima oli niin vahva että sen alta ei vastauksista ollut mahdollista löytää mahdollisia muita syitä Dallasin tuottamalle mielihyvälle. Angin mukaan tämä massakulttuuri-ideologia vaikuttaa niin vahvasti myös arkiajattelussa, että kaikki, myös ne jotka pitävät Dallasista, joutuvat jotenkin määrittämään kantansa siihen. Jotkut vastaajista yhdistävät massakulttuuri-ideologian ja mielihyvän ironisella katselutavallaan: he nauttivat Dallasista koska se on huono. Jotkut puolustautuivat massakulttuuri-ideologiaa vastaan tunnustamalla sen normit ja pyrkimällä tällä tunnustamisella oikeuttamaan katsomisensa, tai perustelemalla että Dallas on näiden normien mukainen joissain suhteissa. Mutta jotkut Dallasin ystävät käyvät suoraan vastahyökkäykseen vetoamalla "populismien ideologiaan", joka kieltää oikeuden arvostella ihmisen esteettisiä preferenssejä ylipäänsä. Populistinen ideologia liittyy populaariin esteetiikkaan, jolle mielihyvä on olennaisinta - ja mielihyvä, joka on henkilökohtainen asia, on se käsite jonka massakulttuuri-ideologia juuri jättää huomiotta.

Angin tutkimuksen viimeinen luku on otsikoitu Dallas ja feminismi. Aiheen tarkastelunäkökulmaan ovat antaneet joidenkin feministikirjoittajien ajatukset siitä, että Dallasin kaltaisten sarjojen päättymätön ja monijuoninen rakenne tekee niistä "potentiaalisesti edistykseellisen muodon", joka ei tuota valmiita ideologisia asemia tai rakennelmia. Vaikka tällaiset sarjat ilmaisevatkin jatkuvasti patriarkaalisen järjestyksen luomia

ristiriitoja, eivät Angin mukaan ne eivätkä niiden naishahmot kuitenkaan koskaan aseta tuota järjestystä kyseenalaiseksi; Dallasin melodramaattista tunteellisuutta motivoi tunne onnettomuutta aiheuttavien rakenteiden perustavasta muuttumattomuudesta. Ang päättyy varoittamaan mielihyvän ylipolitisoinnista: tärkeämpää kuin ylistää melodraaman tuottamaa mielihyvää vain siksi että se on suosittua naisten piirissä tai ihmetellä tuon suosion syitä olisi Angin mielestä kysyä, mitä seurauksia traagiseen tunnerakenteeseen samastumisen tuottamalla mielihyvällä on sille, miten naiset jäsentävät ja arvioivat asemaansa yhteiskunnassa. Melodramaattisen mielikuvituksen tarjoama mielihyvä ei perustu Angin mukaan tyytyväisyyden illuusion, vaan siihen että se tekee tyytymättömyyden hyväksyttäväksi, siedettäväksi - mutta vain sietämätön tyytymättömyys voi olla muutoksen pohjana.

Angin tutkimus ei pyri kattavaan teoreettiseen kehukseen Dallasin ja sen katsojien tulkitsemiseksi, eikä sillä ole utta annettavaa korkean teorian alueella. Mutta hänen tulkintansa ja kiteytyksensä ovat siksi terävänäköisiä ja tervejärkisiä, että niistä on hyötyä ja iloa populaarikulttuurin tutkijoille.

Erkki Astala

Television kilpailijat

NOAM, Eli M. (toim.). Video Media Competition. Regulation, Economics, and Technology. New York, Columbia University Press, 1985. 468 s.

Perinteinen, eetteriteitse lähetetty televisio horjuu kilpailijoidensa paineessa. Kuvaruudun lumo ei kuitenkaan heikkene, sillä myös kilpailijat tarvitsevat kodeissa jo olevaa vastaanotinta. Kilpailu katsojien suosiosta on samalla kilpailua viestinnän rahavirroista ja lainsäätäjien myötätunnosta.

Video Media Competition on amerikkalaisesta näkökulmasta koottu katsaus television uusiin kilpailijoihin. Tiedotustutkimuksen kannalta kirjan tekee mielenkiintoiseksi se, ettei sen kirjoittajien

joukossa ole yhtään tiedotustutkijaa. Enemmistö kirjoittajista on taloustieteilijöitä, jotka arvioivat oman tieteenalansa menetelmillä television kilpailijoiden elinkelpoisuutta. Loput ovat viestintälakimiehiä, jotka arvioivat Yhdysvaltain viestintäneuvoston FCC:n politiikkaa.

Television kilpailijoista kaapelitelevisio on jo vakiinnuttanut asemansa Yhdysvalloissa. Lähes puolet maan kodeista on kaapeliverkkojen ulottuvilla. Maan 4.800 kaapelitelevisioyhtiöllä on noin 37 miljoonaa asiakasta, joista 23 miljoonaa on ostanut yhden tai useampia maksullisia kanavia. Myös videonauhurit ovat vakiinnuttaneet asemansa ja niiden määrä kasvaa jatkuvasti, vaikka penetraatio onkin alhaisempi kuin Euroopassa. Silti taloustieteilijät eivät pidä videoita ja kaapelitelevisiota kilpailijoina, vaan toisiaan täydentävinä välineinä. Elokuva-teattereiden kannalta ne saattavat olla kilpailijoita, mutta kokonaisuudessaan Yhdysvaltain elokuvateollisuus on hyötynyt sähköisen viestinnän kasvusta: elokuvien tuotanto on nousussa muun muassa maksutelevision ansiosta.

Videot ja kaapelitelevisio kilpailevat perinteisen television kanssa katsojien huomiosta, ja ne ovat todellakin vähentäneet Yhdysvaltain televisioverkkojen katsojamääriä. Toistaiseksi näiden talous ei kuitenkaan ole kärsinyt. Katsojamäärien lievästä laskusta huolimatta valtakunnallinen televisio on suurten mainostajien kannalta välttämätön väline. Kiristynyt kilpailu on pakottanut televisioyhtiöt sijoittamaan enemmän rahaa ohjelmatuotantoon, mutta ne ovat pystyneet siirtämään kustannukset suurelta osin mainostajille. Tilanne saattaa kuitenkin muuttua, jos kaapelitelevisiosta joskus kehittyy merkittävä mainosväline.

Videonauhurit ja kaapelitelevisio ovat jo juurtuneet Suomeenkin, mutta meidän kannaltamme on mielenkiintoista katsoa, mitä taloustieteilijät sanovat muista uusista viestinnän muodoista. Suoraan lähetettävien satelliittien mahdollisuuksiin he eivät yllättäen usko lainkaan. Satelliittitelevisio ei pysty kilpailemaan kaapelin kanssa, sen kustannukset ovat liian suuret. Satelliittitelevisio jää syrjäseutujen tiedotusvälineeksi, mutta Yhdysvaltain mittasuhteissa sille löytyy pitkällä aikavälillä neljä miljoonaa katsojaa.