

**Channels of Discourse** esittelee amerikkalaiselle tv-tutkijalle lähestymistapoja, jotka Länsi-Euroopassa ovat käyneet tutuiksi 60-luvun lopulta lähtien: semiotiikka, narratologia, lukijasuuntautunut kritiikki, genreanalyysi, ideologinen analyysi, psykoanalyysi, feministinen kritiikki, brittiläinen kulttuuritutkimus.

Eurooppalaisista tutkimuksista kumpikin teos poikkeaa sikäli, että ensisijaisena pysyy teorian käytännöllinen sovellus, kun taas Euroopassa suositaan kohtuuttoman usein yksipuolista käytännön teoreettista sovellusta. **Channels of Discourse** -teoksessa useat kirjoittajat soveltavat eri teoriallejä erilaisiin tv-ohjelmiin. **Speaking of Soap Operas** puolestaan käsittelee monia viittauksia tv- ja radiosarjoihin, niiden käsikirjoituksiin ja tuotantoprosesseihin.

Yhdysvalloissa kumpikin teos puolustaa paikkaansa muun muassa tiettyjen teoriallejen puolestapuhujana. Jossain syvämmässä mielessä ei silti voi olla pohtimatta, missä määrin metakielen analyysit ylimalkaan selvittävät asioita ja missä määrin ne lisäävät näiden mystifikaatiota. Tällaisessa pohdinnassa ei tietenkään aseteta kyseenalaiseksi abstraktion välttämättömyyttä sinänsä — se pysyy analyttisen otteen perustana. Todellinen kysymys piilee siinä, "mistä" abstraktion tulisi edetä. Tarvitseeko televisiotutkimus sitä metakielen maailmaa, joka nykyisin on muodissa? Pitäisikö välttämättömät yläkäsitteet oikeastaan tematisoida ohjelmatyöstä käsin — eivätkö esimerkiksi leikkauksen tyypit ole mielenkiintoisempia tutkimuksen muuttujia kuin syntagmat? Onko televisiotutkimus päätenyt "tieteellisten metakielen" houruisiin labyrintteihin, joissa sanat luokittelevat toisia sanoja, sanastot muita sanoja, kokonaiset käsittejärjestelmät kokonaisiksi käsittejärjestelmiä?

Samalla kun on yhä vaikeampi välttyä vaikutelmalta metakielestä tutkijan oopiumina, ei tietenkään voi olla arvostamatta sitä sofistikaatiota, joka usein sisältyy näihin uusiin lähestymistapoihin. Ehkä todellinen tehtävä on sittenkin konkretisoida ne ohjelmatyön, -tuotannon ja yleisöanalyysin tasoilla, samoin kuin selvittää niiden sosiaalinen tehtävä (vai eikö tätä tule enää odottaa sosiolitieteilä?)

Robert C. Allenin tutkimukset johtavat vääjäämättä tällaisiin kysymyksenasetteluihin. Hänen töissään todellisuus änkyttää itsensä esiin metakielen väleistä.

Ja Allen ei peitä tätä ambivalenssia.

Dan Steinbock

## Sata vuotta elokuvan historiaa

WALDEKRANZ, Rune. Filmens historia. De första hundra åren. Del 1 - Pionjärtiden 1880-1920 (1985); Del 2 - Guldären 1920-1940 (1986); Del 3 - Förändringens vind 1940-1980 (ilmestynne 1988). Norstedts Förlag,

Tukholma.

Elokuvan historioita on kirjoitettu maailman sivu. Ensimmäiset koko maailmaa syleilevät ja kriittisiksi pyrkivät — tai ainakin sellaisiksi tarkoitetut — opukset ilmestyivät jo mykällä 1920-luvulla, puhumattakaan tähtimonografioista tyyliin **Valentino kotonaan** ja **näyttämöllä**, **Greta Garbon tarina** jne. Ensimmäinen suomenkielinen alkuperäishistoria **Filmi - aikamme kuva** ilmestyi 1936. Teoksen kirjoitti myöhemmin ohjaajana tunnettu **Roland af Hällström** ja sen kustansi Gummerus. Kirja ilmestyi Gummeruksen "tietosarjan" **Ihminen ja maailma** toisena niteenä — kuvaavaa kylläkin, sarjan ensimmäinen numero varattiin vuoden 1937 puolella valmistuvalle Sakari Pälsin esseekokoelmalle **Sukupuolvien perintö**. Seuraavaa suomenkielistä elokuvan yleishistoriaa saatiinkin sitten odottaa 39 vuotta, aina siihen asti kunnes Peter von Baghin **Elokuvan historia** ilmestyi 1975 Weilin + Göösin kustantamana.

Ruotsin elokuvantutkimuksen kolme suurta klassista nimeä ovat Rune Waldekrantz (s. 1911), Gösta Werner (s. 1908) ja Bengt Idestam-Almquist (s. 1895). Heistä Idestam-Almquist on tutkinut mm. ruotsinmaalaisen elokuvan varhaisvaiheita, Gösta Werner maansa elokuvan kehityskulkua laeammaltikin ja Rune Waldekrantz elokuvan syntyä maailmanlaajuisesti teoksessa **Så föddes filmen - Ett massmediums uppkomst och genombrött** (1976).

Rune Waldekrantz, Tukholman yliopistoon 1970 perustetun elokuvatieteen (filmvetenskap) professuurin ensimmäinen haltija, on eläkkeelle kahdeksisen vuotta sitten jäätyään ryhtynyt toteuttamaan monivuotista haaveitaan, maailmanlaajuisen elokuvahistorian kirjoittamista. Tämän laajan ja mittavan työn suuntaviivat ja ääripiirteet ovat nyt nähtävissä, kun kolmiosaiseksi ja sivumäärältään mahtavaksi paisuvasta teoksesta on tähän mennessä ilmestynyt kaksi mukkeata osaa ja kolmattaakin odotetaan valmistuvaksi lähikuukausien aikana. Alunperin tuon kolmannen osan piti olla kirjakaupissa jo viime vuoden puolella.

Näyttää siltä, että teossarjassa on valmistuttuaan sivuja kaikkiaan noin kaksi ja puoli tuhatta — ensimmäisessä, elokuvan syntyhistorian ja alkuvaiheet vuoteen 1920 saakka kartoittavassa osassa sivuja on 606 ja toisessa 957. Sivumäärän paisuminen johtuu osittain verraten harvasta, miellyttävän helppolukuisesta ladelmasta kuin myös suurikokoisesta ja varsin runsaasta kuvituksesta, mutta toki tekstinkin osuus on sangen mittava.

Teossarjan ensimmäinen osa käsittelee alaotsikkonsa mukaisesti elokuvan pioneeriaikaa kiinnittäen varsin suurta huomiota myös kehitykseen ennen Lumiere-veljesten ensimmäistä maksullista elävien kuvien yleisnäytäntöä 28.12.1896 — tematiikka on näiltä osin tuttua jo edellämäinitusta Waldekrantzin teoksesta **Så föddes filmen**. Toinen osa on saanut alaotsikkokseen määritelmän **Kultakausi 1920-1940** ja käsittelee siis mykän eloku-

van taiteen kukoistuksen 1920-luvulla, äänielokuvan tu-  
lon ja yleisösuosioltaan mahtavan 1930-luvun ennen  
toista maailmansotaa ja sen jälkeen tapahtuneita muu-  
toksia. Kolmannelle, vielä ilmestymättömälle osalle, on-  
kin annettu alaotsikoksi **Muutoksen tuuli**. Tämä osa kä-  
sittää vuodet 1940-1980, toisin sanoen neljän vuosikym-  
menen mittaisen tapahtumakehityksen. On mielenkiin-  
toista nähdä, millä tavoin Waldekrantz saa kaiken tuon  
aineiston mahtumaan yhden nidoksen puitteisiin – tus-  
kinpa kustantaja antaa senkään sivumäärän nousta yli  
tuhannen.

\* \* \*

Teoksen ensimmäisessä osassa sai suomalainen myk-  
kälokuva – mukaanluettuna myös koko 1920-luvun  
kehitys – Rune Waldekranzilta osakseen vain 57 rivin  
mittaisen huomion, norjalainenokuva vastaavasti 83  
riviä. Kaikkiaan 53 norjalaisesta mykkäelokuvasta mai-  
nitaan nimeltä 23 (43 %), vastaavasti 113 suomalaisesta  
ainoastaan 10 (9 %). Jonkinlaista epäsuhtaa näiden kah-  
den naapurimaan pioneerivuosien kuvauksessa on sel-  
västi havaittavissa, johtuen varmaankin jo siitä että Wal-  
dekrantz ymmärtää tietenkin norjaa, mutta ei suomea.  
Suomalaisena tietolähteenä mainitaan ainoastaan Sven  
Hirnin teos **Kuvat kulkevat** (1981) ja sen svensk resu-  
me, mutta ei esim. allekirjoittaneen teosta **Eläviksi syn-  
tyneet kuvat** (1972; ei svensk resumeta). Toisen osan kir-  
jallisuusluettelo tuntee sentään 1965 ilmestyneen teok-  
seni **Suomalaisen elokuvan vuosikymmenet 1896-1963**  
– relevantimpi olisi tässä yhteydessä kuitenkin ollut  
teokseni **Lavean tien sankarit** (1975).

Suomalaiset mukaan päässeet kymmenen mykkäelo-  
kuvaa ovat **Lönnbrännarna** (1907), **Anna-Liisa** (1922),  
**Forsfararens brud** (1923), **Sockenskomakarna/Num-  
misuutarit** (1923), **Fiskaren på Stormskär** (1924),  
**Bröllopet på Suursalo** (1925), **Österbottningar** (1925),  
**Inför havets anlete** (1926) sekä ruotsinsuomalaisten  
täällä ohjaamat **Den förlorade sonen** (1916) ja **In-  
brottsstölden/Murtovarkaus** (1926). Suomalaisilta ni-  
miltään Anna-Liisan ohella todellakin mainitaan aino-  
astaan **Nummisuutarit** ja **Murtovarkaus**; kaikista muista  
käytetään pelkästään ruotsinkielistä nimimuotoa. Ko-  
konaan huomiota vaille on jäänyt Pohjanheimojen 1910-  
luvun perheyhtiö Lyyra Filmi ja sen runsas tuotanto, ei-  
kä mukana myöskään ole suomalaisessa kirjallisuudes-  
sa yleisesti klassikoiksi luokiteltuja Teuvo Puron **Sylvia**  
eikä **Ollin oppivuosia** (1920), sen enempiä kuin Erkki  
Karun **Meidän poikiamme** (1929).

Teoksen toisessa osassa, jossa mukana on pohjois-  
maisena elokuvan kehitys 1930-luvulla, ovat maiden väli-  
set keskinäiset suhteet jo tyydyttävämmät: Suomi 5 si-  
vua, Norja 6, Tanska 7; jokaisesta mukana myös valoku-  
va yhdestä elokuvasta. Jotakin kotiinpäin vetämistä kui-  
tenkin on havaittavissa siinä, että saman vuosikymme-  
nen ruotsalaisen elokuvan kehityksen kuvaamiseen käy-  
tetään kokonaista 24 sivua eli kuusi sivua enemmän kuin  
muiden pohjoismaiden yhteensä. Norjassa vuosina

1930-40 valmistetuista 37 pitkästä elokuvasta Walde-  
krantz mainitsee nimeltä 26 (70 %), mutta Suomen 111  
elokuvasta 32 (29 %). Prosentuaalinen suhde on Suo-  
men osalta siis itse asiassa toisessa osassa vielä huonompi  
kuin ensimmäisessä.

Suomalaisen elokuvan 1930-luku on Waldekranzille  
selvästi henkilökohtaisesti tutumpi kuin 1920-luku, mut-  
ta asiavirheitä tähänkin jaksoon on mahtunut luvatto-  
man paljon. Elokuvista on nyt mukana myös niiden suomen-  
kieliset alkuperäismuodot, tosin lukuisin oikeinkir-  
joitusvirhein somistettuina. Tyyppin **Sano se suomeski**,  
**Jääkarin morsian** ja **Aktivistii** vielä jotenkin ymmärtää;  
oudompia sen sijaan ovat nimimuodot **Koskenlaskijan**  
**morsiamella (!)** ja **Helmimanifesti**. **Juurakon Huldän**  
nimikäännöksestä on tullut **Hulda från Juurakko**. Löy-  
tyypä pari vääriä muotoa myöskin elokuvien ruotsinkie-  
lisisissä nimissä. Yksi niistä, **Drömmen vid fäbodvallen**  
(pro **fäbovallen**) on valitettavasti peräisin teoksestani  
**Suomalaisen elokuvan vuosikymmenet**. Toista niistä –  
**Våra pojkar till sjöss pro Våra gossar till sjöss** – sen  
sijaan en ota kontolleni.

**Juurakon Huldän** alkumuodoksi Waldekrantz mainitsee  
vuonna 1937 julkaistun näytelmän **Parlamentets dotter** –  
kyseinen Wuolijoen itsensä kirjoittama toisinto **Parlamentin tytär**  
ilmestyi vasta vuonna 1945. Linnankosken romaanin **Laulu tulipunaisesta kukasta**  
ilmestymisvuodeksi Waldekrantz ilmoittaa 1905 pro 1906.  
Elokuvista **Koskenlaskijan morsian**, **Jääkarin morsian**  
ja **Aktivistit** on kaikissa vääriä valmistusmuosia. Suomen  
Biografi (Osakeyhtiö) on Waldekranzin mukaan Erkki  
Karun 1919 perustama – todellisuudessa yhtiö perus-  
tettiin jo 1918 ja aivan toisten henkilöiden toimesta. Yhtiöstä  
ei 1921 tullut Suomi filmi oy – Suomi-Filmi Oy osti vuonna  
1926 Suomen Biografi Oy:n osake-enemmistön ja neljä vuotta  
myöhemmin fuusioi yhtiön itseensä. Valentin Vaalan ensim-  
mäinen elokuvaohjaus ei ollut **Sinin varjo eli Keskiön murha**  
vuonna 1933 – se oli jo hänen neljäs elokuvansa. Sekä Vaalan  
että Tauno Palon kohdalla puuttuvat kuolinvuodet (Vaala  
1975, Palo 1982). Edelleen Waldekrantz kertoo, että Tauno  
Palon oikea nimi olisi Tauno Brännäs – Brännäs hän kuiten-  
kin oli virallisestikin vain vuoteen 1935 saakka. Heikki  
Ahosta on tullut Heikko Aho (!) – ensimmäisessä osassa  
Oiva Soinista oli vastaavasti tehty Oiva Sonni (!) kah-  
teenkin kertaan, ja Jalmari Lahdensuosta Jalmari Lah-  
densou.

Ehkä räikein virhe toisessa osassa suomalaisen eloku-  
van kohdalla liittyy kuitenkin Nyrki Tapiovaaraa käsit-  
televään osuuteen. Hänen väitetään ohjanneen vain nel-  
jä elokuvaa – **Herra Lahtinen lähtee lipettiin** on jäänyt  
Waldekranzille tuntemattomaksi. Waldekranzin mu-  
kaan Tapiovaara kaatui helmikuun 22 päivänä venäläis-  
suomalaisessa talvisodassa "vid Hameenlinna". Oikea  
katoamispäivä on 29.2.1940 ja katoamispaikka parti-  
retkellä Laatokan-Karjalan rintamalla 50 kilometriä  
Tolvajärveltä.

Virheiden ja puutteiden luetteleminen riittääköön tältä erää. Suomen osuuden kritiikilläni en halua vähimmässäköän määrin kiistää Waldekranzin mittavan teosarjan muita ansioita. Olisi vain toivonut kirjoittajan turvautuneen lähteitä etsiessään myös Suomen elokuvasaatiön 1970-luvulla julkaisemiin englanninkielisiin (osin myös saksan- ja ranskankielisiin) *Finland Filmland* ja *Facts about Film Finland* -tiedotuslehtiin — ehkä virheet olisivat silloin olleet vähäisemmät. Kyseiset julkaisut löytyvät varmastikin Ruotsin elokuvainstituutin kirjastosta Tukholmasta.

Kari Uusitalo

## Markkinoinnin semiotiikkaa

UMIKER-SEBEOK, Jean (ed.). *Marketing and Semiotics. New Directions in the Study of Signs for Sale. Approaches to Semiotics 77.* Berlin, Mouton de Gruyter, 1987. 556 s.

Suomessa liiketaloustieteet ovat harvoja poikkeuksia (esim. Gahmberg 1986) lukuunottamatta toistaiseksi "säästyneet" semiotiikalta. Niinpä on mielenkiintoista tutustua tilanteeseen muualla, missä näiden alojen välistä vuorovaikutusta on jo tapahtunut. Käsillä oleva teos keskittyy lähinnä markkinointiin semiotiikan kannalta. Tämä allianssi tuntuukin luonteeltaan; semiotiikan kehitys 1960-luvun tiukan tekstikeskeisestä lähestymistavasta merkitysten tuotannon ja kulutuksen kokonaisprosessia painottavaan nykynäkemykseen, ja toisaalta markkinoinnin tutkijoiden lisääntynyt alansa perusteiden pohdiskelu ja avautuminen uusille vaikutteille ovat johtaneet siihen, että markkinoinnin ja semiotiikan kanssakäymiselle alkaa olla tilausta. Kosketuskohta tuntuu löytyvän jo semiotiikan ja markkinoinnin määritelmistä: semiotiikan tutkimuskohteeksi voidaan käsittää "minkä tahansa viestien vaihto ja niiden perustana olevat merkisysteemit" (Sebeok 1976, 1); vastaavasti markkinointi voidaan hahmottaa suunnittelu- ja toimintaprosessiksi, jonka tarkoituksena on "aikaansaada yksilöllisiä ja organisatorisia päämääriä palvelevia vaihtoja" (esim. Houston & Gassenheimer 1987, 4). Vaihdon (exchange) käsittein keskeisyys molemmissa määritelmissä näyttäisi siten yhdistävältä tekijältä. Edelleen markkinoinnin kiinnostus on vaihtonäkökulman myötä laajentunut käsittämään muitakin mahdollisia vaihdon kohteita kuin vain konkreettiset hyödykkeet. American Marketing Associationin 1985 lanseeraaman "virallisen" markkinoinnin määritelmän mukaan näitä voivat olla "ideas, foods, and services". Kirjan alkuun sijoitetussa artikkelissa amerikkalaisen nykysemiotiikan keskeinen hahmo Thomas Sebeok toteaaakin markkinoinnin ja semiotiikan molempien omista näkökulmistaan tarkaste-

levan samaa laajempaa ilmiökenttää, kommunikaatiota; semiotiikan roolin markkinoinnissa hän näkee "markkinoinnin symbolisia Aspekteja" tutkivana sovellettuna semiotiikkana.

Teokseen on koottu vuonna 1986 Northwestern Universityssä pidetyn markkinoinnin tutkijoiden ja semiotiikkojen yhteisen konferenssin satoa. Konferenssissa osanottajia oli kolmestatoista maasta. Pidetyistä 35 esityksestä on kelpuutettu mukaan 28, jotka on jaoteltu kymmenen eri otsikon alle. Tällainen rakenne saa kokonaisuuden vaikuttamaan hajanaiselta. Kaikkiin konferenssiin liittyvät "pakolliset" esitykset poislukien nimittäin esitykset olisivat lähes kaikki mahtuneet kahden väljästi tulkitun otsikon **Kuluttajakäyttäytyminen ja Mainonta** alle. Lisäksi jotkut mukaan mahtuneet artikkelit väistämättä tuovat mieleen sen semioottiseen analyysiin usein suunnatun kritiikin, että se Mäkelän (1987, 2) sanoin vain "ylen raskailla formalismeilla toistaa arki-intuition oivalluksia", tai on aiheiltaan — ainakin suomalaisesta näkökulmasta — varsin marginaalista (esim. sen seikan tutkiminen, millainen esikaupunkitalon pihanurmellem pystytetty murtohälytinjärjestelmästä kertova kyltti parhaiten pelottaisi murtovarkaat tiensä). Karsia olisi siis voinut tiukemminkin. Yleisenä huomiona voidaan tosin sanoa, että teoksessa on kohtuullisen hyvin onnistuttu välttämään esoteeristen semioottisten käsiteryteikköjen esiinvyörytys, joka varsin usein on tämänkaltaisten esityksien rasitteena.

Mainonnan tiimoilta julkisuudessa käyty debatti on tuntunut usein paikoilleen juuttuneelta, myös Suomessa aina muutaman vuoden väliajoin kierroksensa pyörähtävä keskustelulymylly rajoittuu toistamaan samoina pysyvät argumentit mainonnan puolesta ja sitä vastaan, samalla kun mainonnan "vakava" tutkimus kaipaisi näkökulman laajennusta. (vrt. Leiss & Kline & Jhally 1986) — eräänä mahdollisuutena tietysti voidaan ajatella paikalle ilmaantuvia postmodernisteja kohottamaan mainonta rockvideoiden ohella postmodernin Taiteeksi par excellence: sehän lainailee ja kommentoi surutta ympäristöään ja demokratisoi lenkkimakkarat ja Mahlerin sinfoniat samanarvoisiksi... Semiotiikalla on mainonnan tutkimuksessa/kritiikissä perinteensä jo varhaisesta Barthesista (1953) alkaen. Suomessa tämä yhteys huomattiin verraten myöhään, Ilmosen ja Partasen (1975) tutkimus lienee eräs ensimmäisistä, ellei ensimmäinen, jossa kiinnitettiin huomiota semiotiikan mahdollisuuksiin tällä alueella. Odotetusti mainonta on tämänkin kirjan suosituin aihe — artikkeleista kymmenkunta liittyy tavalla tai toisella mainontaan. Useimmat niistä ovat perinteistä "noja tuolisemiotiikkaa", ts. tutkija lehteilee mainossanomiam ja analysoi niiden mytologiaa, naiskuvaa jne. Niin kiintoisia ja näppäriä kuin tämänkaltaiset kirjoitukset ovatkin, esimerkkinä voidaan mainita Jacques Durandin alunperin 60-luvulla tekemä analyysi mainoskuvien retorisisista operaatioista, alkaa kuitenkin nykyistä enemmän kaivata niiden rinnalle myös "empiiristä se-