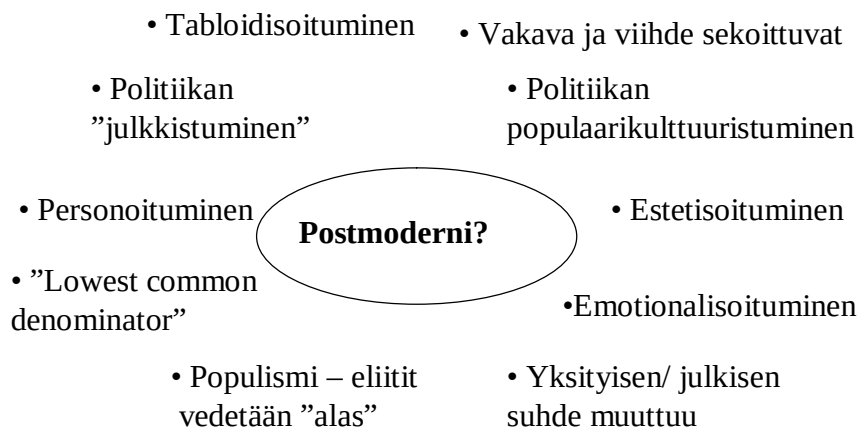


Julkkistuminen, popularisoituminen ja viihteellistyminen

- **Erkki Karvonen**, YTT, dosentti
Tampereen yliopisto, Tiedotusopin laitos.
Kotisivu: <http://www.uta.fi/~tierka>
- Väitöskirja "*Imagologia*" v. 1997.
- Teos "*Elämää mielikuvayhteiskunnassa*" 1999
(Gaudeamus).

© Erkki Karvonen

Postmodernisoituminen?



Kulttuurin postmodernisoituminen

- Alan McKee: *Public Sphere* (2005); Corner & Pels (ed.): *Media and restyling of politics* (2003); Kevin Glynn: *Tabloid Culture* (2000); Catharine Lumby: *Gotcha: Life in a Tabloid World* (1999); Brian McNair: *Cultural Chaos* (2006).
- Postmoderni aika horjuttaa keskeisiä modernin organisoivia erotteluja kuten **julkinen** vs. **yksityinen**, **korkea** vs. **matala** ja **todellisuus** vs. **esitys**. Myös **uutisen** ja **viihteen** välinen erottelu on epävarmalla pohjalla. (Glynn, Kevin (2000). *Tabloid Culture*).

Postmodernin kulttuuriin piirteitä

- Kulttuurin ja yhteiskunnan **eron** romuttaminen.
- Painotus **tyyliin** substanssin ja sisällön kustannuksella.
- Korkeakulttuurin (taide) ja populaarikulttuurin **eron** romuttaminen.
- Ajan ja paikan sekaantuminen.
- ”meta-narratiivien” romahdus. Kuten ”Edistyksen”.

McGuigan: *Modernity and Postmodern Culture*, 1999

De-differentiaatio

- **John Corner** ja **Dick Pels** toteavat teoksessa *Media and the Restyling of Politics* (2003): yhteiskunnallisten "toimialojen" **de-differentiaation prosessi**.
- Eri sosiaalisten alueiden erilaiset **toimintalogiikat** tunkeutuvat toinen toisiinsa. **Talous ja politiikka estetisoituvat** brändiajattelun myötä, toisaalta **talouden logiikat tunkevat politiikkaan ja taiteeseen**. (Talous taas **politisoituu** eettisen kuluttajuuden myötä).

Media moottorina

Corner & Pels: Mediakulttuuri toimii keskeisenä erillisten alueiden purkajana, pakottaen ”tyylivallankumouksen” muille sosiaalisille alueille, jolloin tapahtuu samanaikaisesti estetisaation, emotionalisaation ja julkkistumisen prosessi. (s. 8)

Puolue tai ideologia voi säilyä promotionaalisessa kulttuurissa vain **brändinä** ja ainoa tulevaisuus poliittiselle persoonalle on julkkismuoto. Läpikotaisin estetisoitunut kapitalismi.

Medioituminen

- 1 vaihe: Yhteys yleisöön median kautta (1960-luku.)
- 2 vaihe: Media riippumaton ja vallakas (1970-luku.)
- 3 vaihe: mukautuminen median logiikkaan mediaan pääsemiseksi (1980-luku.) (Asp & Essaiasson 1996)

Tabloidisoituminen

- **Toimittaja:** Mitä iltapäivälehdet olivat ennen, sitä muu media on tänä päivänä. ”Tietänäyttävä muulle medialle”.
- Markkinaehtoistuminen. Hannu Olkinuora, Juhani Wiio, A.P. Pietilä.
- **Toimittaja:** Iltapäivälehden ”puhetapa” leviää viruksen tavoin. Hyvä vai paha?
- ”Asioiden pelkistäminen, kärjistäminen, lyhyet nasevat jutut. Värikäs kielenkäyttö ja henkilökeskeisyys tyypillistä nykyään...”

Yksityinen vs. julkinen

YKSITYINEN	JULKINEN
Gemeinschaft	Gesellschaft
Perhesuhteet	Liikesuhteet
halu	järki
epämuodollinen	muodollinen
tunteikkaus	neutraalius
partikulaarisuus	universaalisuus
hedonismi	asketismi
kulutus	tuotanto
(feminiini?)	(maskuliini?)
(Iltapäivälehti	Laatulehti)
←..... tabloidisoituminen	

”Julkkistuminen” (celebritisation)

- **Julkisuuden henkilöstä** (public figure) tulee **julkkis** (celebrity) silloin kun median kiinnostus siirtyy heidän **julkisesta roolistaan** (politiikan kysym., urheilun saavutukset) **yksityiselämän detaljien selvittelyyn.**
- Julkisessa toiminnassa saavutettu asema tarjoaa verukkeen “julkistumisen” (celebritisation) prosessille. (Turner 2004, 8)

Journalismista populaarikulttuuria?

- Tabloidisoituminen tai “dumbing down”. Sensaatiojournalismi, viihteellistyminen, trivialisoituminen jne. “kolonisoivat” politiikan (Meyer: Media democracy, 2002).
- **Politiikan** esittäminen tulee samanlaiseksi kuin **populaarikulttuurin** esittäminen.
- Ulkonäkö, tyyli, persoona korvaavat vakavat asiakysymykset. Skandaalit ja **saippua-oopperatyyliset** aspektit poliittisessa elämässä kiinnostavat.

Estetiikan ja tyylin puolesta

- Poliitiikka ei ole tiedettä vaan **taidetta** (John Street). Poliittinen edustaminen noudattaa esteettistä paremmin kuin rationalistista logiikkaa.
- **Emootiot** tärkeitä.
- **Romantiikan** paremmin kuin **Valistuksen** traditio.

Uusromantiikan aika

- Veijo Hietala: Media ja suuret tunteet. Johdatusta 2000-luvun uusromantiikkaan (2007).
- Valistuksen järkikulttuurin vastareaktio: emotionaalisuus, esteettisyys. Elämys ja tunnekulttuuri.
- Syvälinen mentaliteettihistoriallinen mullistus.
- ”Tirkistelyn” kunnianpalautus (elokuva - Jopa tv-uutiset ovat tirkistelyä ja viihdettä). **Epistemofilia**.
- TV ja elokuva ovat tunnemedioita.

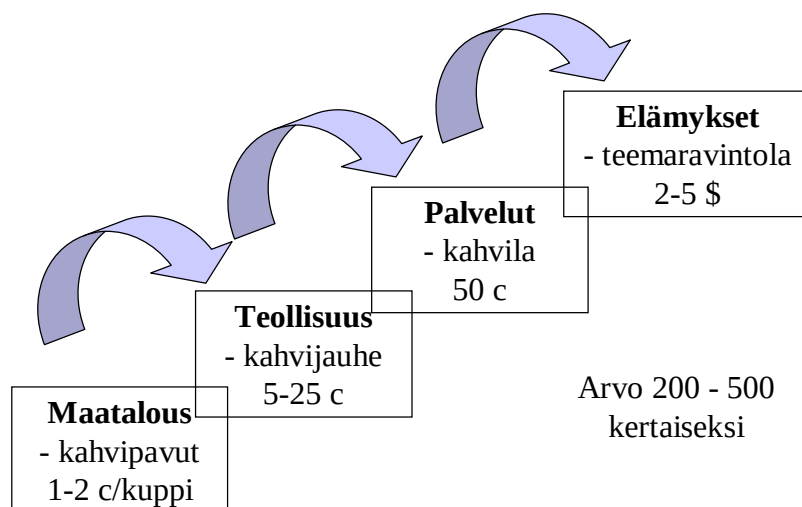
Emotionaalista politiikkaa

- **Barry Richards** (U. of Bournemouth) kirjoittaa *Political Communication* -lehden artikkelissaan, että ihmisten suhtautuminen politiikkaan on muuttunut **populaarikulttuurin kuluttamisen kaltaiseksi**.
- Nyt ihmiset etsivät politiikastakin **emotionaalisia kertomuksia ja tunnekokemuksia**. Poliittinen viestintä on viihteen tapaan psykoterapiaa joukoille.
- Vaaleissa menestyy se, joka tunnistaa vallitsevan yleisen tunnelman ja onnistuu vetoamaan siihen viestinnässään. Tarvitaan tunteiden johdattelua (*management of feelings*). Tyyli on tärkeää. Ei se mitä sanotaan, vaan miten sanotaan.

Experience economy

- Joseph Pine ja James Gilmore: *The Experience Economy. Work is Theatre and Every Business a Stage* (1999).
- Perusjuonena on havainto taloudellisen tuotannon painopisteen historiallisesta siirtymästä fyysisten tavaroiden tuottamisesta **elämysten tuotantoon**. – sivilisaatiohistoriallinen tarina.

Kahvipavusta elämykseksi



Sokkotesti vs. avoin testi

- Sokkotesti (brandin identiteetti kätkeyty)

Pitää parempana Pepsiä **51**

prosenttia

Pitää parempana Cokea 44
prosenttia

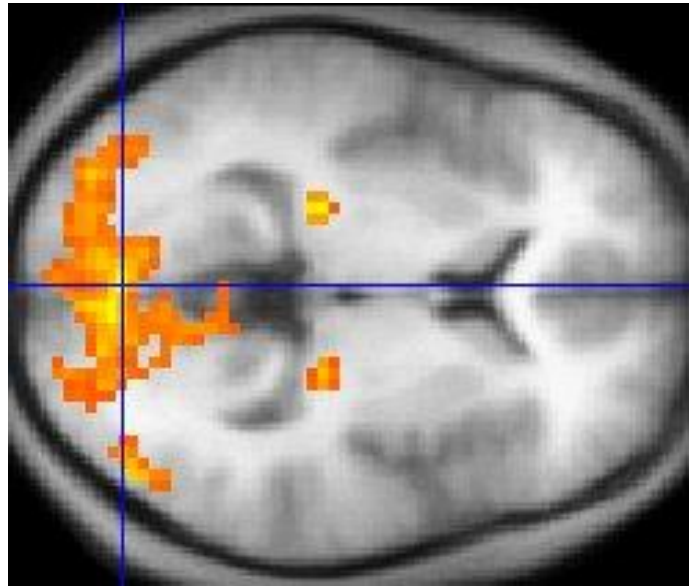
- Avoin testi (brandin identiteetti nähtävissä)

Pitää parempana Pepsiä 23
prosenttia

Pitää parempana Cokea **65**
prosenttia

Neuromarkkinointi

- Aivotutkija *Read Montague* uusi kokeen. Aivojen toiminnallinen magneettikuvaus (fMRI).
- Sokkotestissä maistajilla aktivoitui etuotsalohkon alue, joka yleensäkin liittyy ravinnon tuottamaan mielihyvään.
- Mutta kun koehenkilöt näkivät cokistölkin, heillä aktivoitui monia aivoalueita. Valot alkoivat välkkyä muun muassa keskiaivoissa ja hippokampuksessa, joiden tiedetään säätelevän tunnepohjaista käyttäytymistä. *Tiede 3/2007*



Teesi (moderni) vs. **antiteesi** (postmoderni)

Informaatioisisältö	vs.	Muoto, tyyli
Mitä sanotaan	vs.	Miten sanotaan
Tiede	vs.	Taide
Todellinen	vs.	Tekstuaalinen
Etiikka	vs.	Estetiikka
Järki (Valistus)	vs.	Tunne (romantiikka)

Teesi (moderni) vs. antiteesi (postmoderni) 2

Velvollisuudet	vs.	Vapaudet
Kommunitarianismi (yhteisö, Hegel, Marx)	vs.	Libertarianismi (yksilöt, liberalistit)
Sosialismi	vs.	Fasismi (paljon opittavaa)
Valtio hyvä	vs.	Valtio paha
Valtio edustaa yleisiä intressejä	vs.	Valtio edustaa vallanpitäjiä
Sääntely pitää markkinat terveinä	vs.	Sääntely on vallankäyttöä

Teesi (moderni) vs. antiteesi (postmoderni) 3

Asiajournalismi takaa demokratian	vs.	"Laatujournalismi" tukee elitismia
Tabloid -journalismi tuhoaa demokratian	vs.	Tabloid -journalismi takaa demokratian
Kaupallisuus pahasta	vs.	Kaupallisuus OK
Kriittistä viihdeteollisuudelle	vs.	Epäkriittistä viihdeteollisuudelle
Tutkija samaistuu kasvattajaan	vs.	Tutkija on kuluttaja, fani, nuori
Keski- ja yläluokan puolesta	vs.	"aikuisen" marginalisoitujen puolesta

”Disabling view”

- John Corner ja Dick Pels. *Media and the Restyling of Politics* (2003).
- “Vammauttamisen näkökulma. Tämän mukaan media vaihtelevin tavoin heikentää demokratiaa.
- Pääkysymys on ollut missä määrin media vaikuttaa kielteisesti poliittiseen käytäntöön. Huomio negatiiviseen paremmin kuin positiiviseen on ollut ensisijaista.

”Enabling view”

- Media nähdään **välttämättömänä agenttina modernin demokratian toiminnassa**. “Vapaa lehdistö” mahdollistaa **tiedon kulun, erilaisten näkemysten** esiintulon ja **vallankäyttäjien kriittisen tutkimisen** ja tämä kaikki toimii politiikan terveyden ja aktiivisen kansalaisuuden takeena.
- Mahdollistava näkökulma. Jos siinä nousee ylipäänsä esiin median vaikutus, niin se nousee esiin tavalla joka korostaa potentiaalia **hyvään.**” (Corner & Pels 2003, 4)

Voittajan historiaa?

- Nykyään on muodikasta ja helppoa kritisoida 1970-luvun tiedettä ja kulttuuria.
- Eräänlaista ”voittajan historian” kirjoittamista. Presentismi. Vallassa oleva oppi.
- Minua itseäni kiinnostaa reflektoida tätä tämänpäiväistä tutkimusideologiaa ja kulttuurintutkimuksen alkuoletuksia.
- Affluent society (runsauden yk) → estetismi

Yksipuolinen metafora?

- Lakoffin metaforateoria. Jokainen metafora on yksipuolinen: korostaa joitakin puolia kohteessa, kätkee toiset (Highlighting and hiding)
- Politiikka taiteena ja estetiikkana metafora: **katsokaa taiteena(kin)**. Myös tieteenä, liiketaloutena, sotana jne.

Estetismin kritiikki

- Postmodernin ajattelun lähtökohta **kirjallisuudessa ja taiteissa**, laajennettu kattamaan muukin todellisuus tekstuaalisuutena.
- Taidetta ei arvioida **tosiasiapitoisuuden** pohjalta. Ainoa kriteeri on **tyyli, omaperäisyys**, poikkeavuus kaanonista, esittämisen normeista.
- Normit, moraali ja etiikka ovat vain joidenkin asettamia **sääntöjä**, jotka on rikottava.
- Maailma redusoitavissa **makuasiaksi**? Onko tyttöjen “ympärileikkaus” vain makuasia?

Broadsheet = klassista musiikkia?

- Jos ‘**laatujournalismi**’ on normi ja **korkeakulttuuria**, niin silloin se on postmodernistille pahaa. Syrjityt **tabloidit hyviä** ilman muuta (populaari, low)
- Mutta onko “broadsheet journalism” normi. Pikemminkin ip-lehdet esikuva kaikelle. Ja **klassinen** musiikki on hyvin **perifeeristä**.
- Journalismi ei ole pelkkää **tyyliä, vaan tietoa**. Miten informoitu on se joka lukee vain 7 päivää lehteä eikä Hesaria ollenkaan?

Jos et ole *The Sun*in puolella olet meitä vastaan..

- Eikö ole muita vaihtoehtoja kuin *The Sun* ja *The Financial Times*? (Brit. ala- tai yläluokka)
- Onko *The Sun* jotenkin essentialistisesti tavallisten ihmisten puolella ja puhuu tavallisen ihmisen kieltä?
- Resistanssi ei ole mitenkään välttämättä edistyksellistä.
- Kulttuurinen populismi (Jim McGuigan).
- Eikö sokerihatun ja hanhenrinnan sijaan voi kannattaa ruisleipää?
- Eikö media myös tuota (konstruoi) ihmisiä?

Markkinoinnin näkökulma

- Estetismi sopii hyvin **markkinoinnin** näkökulmaan (**brändi**).
- Mutta sopiiko se **yhteisöviestinnän** näkökulmaksi, jossa on korostettu estetiikan sijaan etiikkaa? (**Maine**, reputation)

Transmoderni asenne?

- Transmodernismi on ajattelutapa joka tulee postmodernin jälkeen. **Se kritisoi modernismia ja postmodernismia.** Transmodernismi suhtautuu kriittisesti relativismiin, nihilismiin, vasta-Valistukseen...
- Se ottaa aineksia niin modernismista kuin postmodernismistakin.
- Paul H. Ray: Kestävä kehitys, globalismi, feminismi, altruismi, sosiaalinen omatunto, optimismi (Wikipedia, "Transmodernism")