



HELSINGIN YLIOPISTO  
HELSINGFORS UNIVERSITET  
UNIVERSITY OF HELSINKI

## Opiskelijakirjaston verkkojulkaisu 2005

### Musiikkivideot nuorten ja tutkijoiden silmin

Tuija Modinos

Julkaisija: Turun yliopiston täydennyskoulutuskeskus. Turku  
1997

Julkaisu: Kanavat auki!  
Televisiotutkimuksen lukemisto/ toim. Anu Koivunen  
ja Veijo Hietala  
Turun yliopiston täydennyskoulutuskeskuksen  
julkaisu A: 61  
ISSN 0788-7906  
s. 39-57

Tämä aineisto on julkaistu verkossa oikeudenhaltijoiden luvalla. Aineistoa ei saa kopioida, levittää tai saattaa muuten yleisön saataviin ilman oikeudenhaltijoiden lupaa. Aineiston verkko-osoitteeseen saa viitata vapaasti. Aineistoa saa opiskelua, opettamista ja tutkimusta varten tulostaa omaan käyttöön muutamia kappaleita.

[www.opiskelijakirjasto.lib.helsinki.fi](http://www.opiskelijakirjasto.lib.helsinki.fi)  
opiskelijakirjasto-info@helsinki.fi



# Musiikkivideot nuorten ja tutkijoiden silmin

Musiikkivideon kehityshistorian<sup>1</sup> voi jäljittää avantgardeen ja popitaiteeseen, jopa vuosisadan alun mykkäelokuviin tai Max Fleisherin piirrettyihin, jotka oli leikattu 1930 - 1940 luvulla vaikuttaneiden muusikkojen, kuten Cab Callowayn ja Louis Armstrongin esittämän musiikin rytmiin sopiviksi (Auferheide 1986, 59).<sup>2</sup> Tässä artikkelissa hahmotan musiikkivideoista ja nuorista käytyä keskustelua, sekä siihen liittyviä teoreettisia ongelmia. Tarkastelen samalla myös omaa musiikkividioreseptioaineistoani, jonka olen kerännyt lukiolaisilta ja yliopisto-opiskelijoilta.<sup>3</sup> Pyrin sijoittamaan esittelemäni tutkimukset laajempaan kontekstiin, mutta kierrän musiikki-videokirjoittelun keskustaa ja kuuntelen sen marginaaleja.

Osana populaarikulttuuria musiikkivideo(tutkimus) kuului aluksi marginaaliin, etenkin Suomessa (vrt. Grossberg 1995, 52). Täällä musiikkivideoista on useimmiten kirjoitettu juuri niiden estetiikkaan tai kaupallisuuteen keskittyen. Musiikkivideoiden rasistiset, seksistiset ja väkivaltaiset sisällöt ja niiden mahdollinen vaikutus nuoriin katsojiin eivät ole saaneet huomiota Suomessa samalla tavalla kuin esimerkiksi Amerikassa. 1980-luvulla musiikkivideo kuitenkin saavutti keskeisemmän aseman yhtenä rock-teollisuuden merkittävänä osana ja levymyyntiä edistävänä tekijänä, ja tämän aseman se on saavuttamassa nyt myös Suomessa (Nykänen 1996,12-14).<sup>4</sup>

Miltei samanaikaisesti musiikkivideon nopean kehityksen kanssa on tutkijoiden kiinnostus musiikkivideoihin lisääntynyt, eritoten kun ne MTV:n eli Music Televisionin myötä siirtyivät valtavirtakulttuurin piiriin. Pelkkiä myyntitilastoja mittaavat kaupalliset tutkimukset saivatkin pian rinnalleen akateemiset, musiikkivideoiden sisältöjä sekä katsojien tulkinta- ja käyttötarkoituksia kartoittavat tutkimukset.

Musiikkivideolla ei suhteellisen nuoren ikänsä vuoksi ole samanlaista tutkimustraditiota kuin esimerkiksi elokuvalla tai kirjallisuudella; tähänastinen musiikkivideotutkimus on noussut jonkin jo olemassa olevan tutkimustradition sisältä ja usein sen ehdoilla. Musiikkivideo on kiinnosta-

nut esimerkiksi elokuva-, media- ja kirjallisuustutkijoita sekä postmodernista ja psykoanalyttisestä teoriasta kiinnostuneita kulttuurintutkijoita. Elokuva- ja kirjallisuustutkijoita ovat askarruttaneet muun muassa musiikkivideon muodot ja sisällöt sekä niiden ilmentämä korkea- ja populaarikulttuurin sekoittuminen. Kulttuurintutkijoita ja psykoanalyttisestä elokuvateoriasta kiinnostuneita kirjoittajia ovat innostaneet esimerkiksi katsojien identiteettien rakentuminen sekä yleisön samastumisen mahdollisuudet ja lainalaisuudet.<sup>5</sup>

Musiikkivideoa itseään on luonnehdittu postmodernin poetiikan ideaaliseksi ilmentymäksi, eri taiteiden ikonografiaa, maailmankatsomusta, myyttejä ja ideologioita hyödyntäväksi, historiallisuuden kadottavaksi varastoksi, josta jokainen voi omasta halustaan noukkia mitä tarvitsee (Kaplan 1987, 89). Äärimilleen vietyä tämä näkemys korostaa musiikkivideoita postmodernin, fragmentoituneen subjektin ja perinteisistä sukupuoli-rooleista vapaiden imagojen kaleidoskooppina (Auferheide 1986, 69-70). Toisaalta Andrew Goodwinin (1992,181-188) mukaan musiikkivideo ei suinkaan ole historiaton, postmoderni pastissi, vaan musiikkivideot merkityksellistyvät osana popmusiikkikulttuuria, ja niitä pitäisi hänen mukaansa tarkastella juuri tässä kontekstissa.

Nopeasti kasvanut musiikkivideotutkimuksen määrä on luonut tarpeen luokitella jo olemassa olevaa tutkimusta. Useimmat kirjoittajat jakavat tutkimukset kaupallisiin ja akateemisiin ja erittelevät akateemiset tutkimukset karkeasti sisältötutkimuksiin ja käyttötarkoitustutkimuksiin. Sisältö-tutkimukset jaetaan edelleen kahtia niihin, jotka keskittyvät musiikkivideoiden estetiikkaan osana tämän päivän (populaari)kulttuuria, ja niihin, jotka analysoivat musiikkivideoiden sisältöjä ja arvioivat näiden sisältöjen mahdollista vaikutusta nuoriin katsojiin.(Ks. Sun & Lull 1986, 115-116; Lööv 1990, 2; Goodwin 1992, 1-2.)

Seuraavaksi tarkastelenkin tutkimuksia, joissa musiikkivideo ja nuoret kohtaavat: mistä kirjoitetaan, kun kirjoitetaan nuorista ja musiikkivideoista, miten sekä nuoret että musiikkivideo määritellään ja millaisia ongelmia tähän liittyy. Tähän keskusteluun pyrin sitomaan myös oman tutkimukseni, johon palaan yksityiskohtaisemmin myöhemmin.

## **Käärme (populaari)kulttuuriparatiisissa: musiikkivideoiden arveluttavat sisällöt**

Pääasiassa nuorille suunnattuna viihteenä musiikkivideot ovat joutuneet suurennuslasin alle mahdollisten "huonojen" vaikutustensa vuoksi (Lewis 1993, 146). Musiikkivideot nousivat tutkijoiden (huolen)aiheeksi MTV:n aloitettua toimintansa vuonna 1981<sup>6</sup>, jolloin musiikkivideo sellaisena kuin sen nyt tunnemme siirtyi marginaalista keskustaan, tuli suuren yleisön tietoisuuteen ja tavoitettaviin. Tapahtunutta siirtymää ja siihen sisältyvää ristiriitaa kuvaa sattuvasti Lawrence Grossbergin (1995, 110) luonnehdinta musiikkitelevisiosta: hänen mukaansa MTV edustaa televisiokulttuurin voittoa rockkulttuurista. Siinä missä rockkulttuuri pyrki korostamaan eroa (vanhempiin) ja tavoitteli nuorille itsenäistä asemaa, veti televisiokulttuuri heidät takaisin perheen pariin.<sup>7</sup>

MTV toi siis yhden version rockkulttuurista myös niiden nuorten (ja aikuisten) saataville, jotka eivät muuten ehkä olisi saaneet siihen kosketusta (Lewis 1993, 134). Tämä taas saattaa olla yksi niistä syistä, miksi väkivalta, seksismi ja rasismi nousivat etenkin Amerikassa musiikkivideotutkimuksen keskustelunaiheeksi jo 1980-luvun puolivälissä, aivan musiikkivideon ja MTV:n kehityksen vanavedessä (ks. Grossberg 1989, 254-255).<sup>8</sup> Vaikka MTV on itse ohjelmapolitiikassaan määritellyt kohdeyleisökseen 16-34 -vuotiaat nuoret,<sup>9</sup> videoita tosiasiaassa katsovat kuitenkin myös tätä nuoremmat, sillä 24-tuntinen musiikkivideoita pyörittävä kanava luo oivalliset puitteet videoiden katselulle iästä riippumatta.

Television mahdolliset haittavaikutukset mielessään muutamat tutkijat ovat analysoineetkin musiikkivideoiden sisältöjä ja päätyneet toteamaan, että musiikkivideot ovat väkivaltaisia ja seksistisiä (Sun & Lull 1986, 115; Lewis 1993, 146) tai että naiset ja ei-valkoiset ovat aliedustettuina niissä (Brown ja Campbell 1986, 104). Tällaisiin sisältöanalyysihin liittyy kuitenkin usein ongelma: ne on joko tehty yksioikoisesti laskemalla esimerkiksi kuinka paljon miehiä ja naisia tai mahdollisia väkivaltaisia ja seksuaalisesti ladattuja (seksistisiä) kohtauksia videoissa esiintyy. Huomiota ei juuri ole kiinnitetty musiikkivideon lajityyppiin<sup>10</sup> eikä nuorten mahdolliseen kykyyn erotella lajityyppejä, puhumattakaan siitä, että tarkasteltaisiin musiikkivideota monitasoisena ja monista osatekijöistä koostuvana kokonaisuutena, jonka merkitys muotoutuu osana monimutkaista kommunikaatioprosessia.

Esimerkiksi Barry L. Sherman ja Joseph R. Dominick (1986, 82) selvittivät kvantitatiivisessa tutkimuksessaan kolmen kanavan, MTV:n, WTBS:n ja NBC:n esittämien musiikkivideoiden sisältämän seks(ism)in ja väkivallan määrää. Tutkijat lähestyivät aihettaan jäykkien kategorioiden avulla. Katsojien oletettiin tulkitsevan videoita "realistisesta" näkökulmasta vailla käsitystä niiden fiktiivisestä luonteesta. Tuloksiin päädyttiin pelkän

visuaalisen materiaalin analysoinnin pohjalta, ja verbaalisen elementin analyysi puuttui kokonaan. Visuaalisessa analyysissäkin tutkimuksen ulkopuolelle jäivät narratiiviset elementit ja niiden mahdollinen merkitys tulkintaprosessissa sekä videon mahdollisesti sisältämä kertomus<sup>11</sup>. Tuloksiin siis päädyttiin laskemalla irrallisia väkivaltaisia tai seksuaalisia kohtauksia tai tapahtumia. Nämä puutteet kirjoittajat tosin itsekin myöntävät (Sherman & Dominick 1986, 92).

Väitteet musiikkivideoiden vahingollisesta vaikutuksesta ovat saaneet muutamat kirjoittajat tarkastelemaan videoiden sisältöjä myös päinvastaisesta näkökulmasta. Niinpä esimerkiksi Pamela Kalis ja Kimberley Neuendorf (1989, 148-154) päättelevät tutkimuksessaan, että musiikkivideoissa on itse asiassa vähemmän aggressiivisia vihjeitä kuin aiemmat tutkimukset antavat olettaa. Sisältöihin keskittyvissä tutkimuksissa jäävät kuitenkin analysoimatta todellisen katsojan tulkinnat ja näkemykset.<sup>12</sup> Implisiittisesti tutkimukset sisältävät ajatuksen nuorista katsojista passiivisina vastaanottajina. Kärjistyneimmillään musiikkivideoiden on "arveluttavan" sisältönsä vuoksi arvioitu jopa vähentävän niitä katselevien nuorten kykyä käyttää omaa mielikuvitustaan (Sun & Lull 1986, 115-116).

## **Etnografinen käänne: aktiiviset nuoret MTV:n yleisönä**

Empiiriset, etnografiset katsojatutkimukset tarjoavat toisenlaisen näkökulman musiikkivideoihin ja nuoriin yleisönä. Katsojatutkimukset korostavat usein nuorten kykyä tehdä omia tulkintoja. Siirtymä teksteistä yleisöihin mukailee kulttuurintutkimuksessa viimeisen kymmenen vuoden aikana tapahtunutta samansuuntaista liikettä, joka kiteytyy kiistaksi siitä, "manipuloivatko mediarepresentaatiot yleisöä vai antavatko ne yleisölle resursseja ideologisen manipuloinnin vastustamiseen" (Schwichtenberg 1993,2).

Etnografisesti musiikkivideoita ja niiden yleisöä lähestyvää tarkastelutapaa edustaa esimerkiksi Se-Wen Sunin ja James Lullin (1986) tutkimus. He selvittivät kalifornialaisen San Jose -koulun oppilaiden MTV:n katselua ja sen motiiveja ja etsivät pelkästään musiikkivideoiden sisältöihin keskittyvistä tutkimuksista puuttuvaa aktiivista katsojaa.<sup>13</sup> Hahmottelen seuraavaksi Sunin ja Lullin tutkimustuloksia ja omaa reseptioaineistoani niiden valossa.

Amerikkalaisnuorista 80% ilmoitti katsovansa MTV:n ohjelmia päivittäin, kun taas omassa aineistossani vain 10% keskisuomalaisista lukiolaisista ja opiskelijoista ilmoitti katsovansa MTV:tä päivittäin.<sup>14</sup> Vastaavasti vuonna 1988 kerätyn aineiston perusteella ruotsalaisnuorista vain 12% katsoi MTV:tä säännöllisesti (Lööv 1990, 22). Musiikkivideoiden katselu on siis - yllätys, yllätys - yleisempää kalifornialaisnuorten kuin keski-

suomalaisten ja ruotsalaisten nuorten keskuudessa. Lisäksi amerikkalaisnuoret ilmoittivat katselevansa MTV:tä keskimäärin pari tuntia päivässä, joten voi olettaa että he ovat keskimäärin harjaantuneempia musiikkivideoiden katselijoita kuin omaan tutkimukseeni osallistuneet nuoret.

Katselun määrä on kuitenkin ongelmallinen kriteeri, sillä katseluksi voi ilmoittaa myös sen, että TV on taustalla auki, vaikka sitä ei keskittyneesti seuraisikaan (ks. Suoninen 1993,45). Määrä sellaisenaan ei siis välttämättä kerro mitään siitä, miten musiikkivideoita katsotaan tai edes siitä, miten harjaantuneita nuoret ovat katsojina.<sup>15</sup> MTV:n katselu ei myöskään välttämättä tarkoita musiikkivideoiden katselua, sillä kanava tarjoaa paljon muutakin ohjelmaa, ja osa tutkimukseeni osallistuneista nuorista totesikin katsovansa MTV:ltä vain konserttitaltiointeja tai haastatteluja.

Sun ja Lull eivät mielestään voineetkaan tutkimuksensa kvantitatiivisten tulosten pohjalta selittää nuorten katselua tai sen syitä.<sup>16</sup> He (1986, 120-121) hahmottelivat katsojien motiiveja, intressejä ja näkemyksiä avointen kysymysten perusteella ja päätyivät toteamaan, että MTV:tä ja musiikkivideoita katselevat nuoret ovat ensinnäkin hyvin valikoivia. He myös tietävä tarkkaan (tarkemmin kuin television katsojat yleensä), mitä haluavat katsella - esimerkiksi tietyn artistin tietyn konsertin tai ohjelmaa, jossa esitetään juuri heidän mielimusiikkiaan. Tämä näkyi myös omassa aineistossani: ne, jotka katsovat MTV:tä useammin valikoivat katsottavansa.

*"En minä tiedä, se vaan on hyvää viihdykettä"* vastaavat television katsojat yleensä, kun heiltä kysellään syitä ohjelmien katsomiseen. Amerikkalaisnuorten vastauksissa esiintyvät syyt "Viihtyminen" ja "mielihyvä" voitaisiin siis määritellä katsomisen motiiveiksi, mutta Sun ja Lull (1986, 121) tulkitsivat vastausten viittaavan sisältöihin. Videot ovat miellyttäviä, ja siksi niitä katsotaan. Kalifornialaisnuoret selittivät katsomistaan myös viehtymyksellä MTV:n ja musiikkivideoiden audiovisuaaliseen kieleen, siihen että visuaalinen ulottuvuus lisää musiikkiin ja sanoitukseen jotain uutta. Yhteenvetona Sun ja Lull (1986,124) toteavat, että nuorilla näyttäisi olevan jonkinlainen näkökulma musiikkivideoiden sisältöihin, jolloin he eivät ehkä niin helposti olisi manipuloitavissa.

Vaikka etnografinen musiikkivideotutkimus siis onkin ottanut askeleen kohti nuoria ja pitää jo ennako-oletuksenomaisesti heitä nopeasti kehittyvän audiovisuaalisen kulttuurin kompetentteina kuluttajina, on sekin mahdollisia haittavaikutuksia ennakoidessaan (olettaessaan) onnistunut sivuuttamaan jotain nuorten ja nopeasti kehittyvän tietoyhteiskunnan kannalta keskeistä. Katsojatutkimus ilman tekstianalyysiä ei nimittäin pysty hahmottamaan nuorten ja musiikkivideon audiovisuaalisen kielen suhdetta multimedia- ja hypertekstikulttuuriin ja sen uusiin kommunikaatio-tietoihin ja -taitoihin. Tästä syystä onkin tarpeen asettaa tekstianalyttisen tutkimuksen ja empiirisen katsojatutkimuksen rajalle, kohtaan jossa sisäiskatsoja tai oletettu katsoja ja todellinen katsoja kohtaavat.<sup>17</sup>

## Musiikkivideon ja katsojan välissä

Yhtä yritystä asettua musiikkivideoiden ja katsojien väliin edustavat "laboratorio-olosuhteissa" tehdyt kokeet, jotka kuitenkin jatkavat useille sisältö-analyyseille tai empiiriselle katsojatutkimuksellekin ominaista haittavaikutus-keskustelua ja perustuvat ns. viestinnän siirtomalliin. Tällainen koe on esimerkiksi Christine H. ja Ronald D. Hansenin (1988, 292-299) tutkimus, jossa nuoret pantiin ensin katsomaan musiikkivideoita ja sitten seuraamaan episodiamiehen ja naisen välisestä vuorovaikutuksesta, jotta selviäisi, miten stereotyyppisiä mies- ja naisrooleja sisältävät videot vaikuttavat nuorten käsityksiin vuorovaikutuksen luonteesta. Kirjoittajat (mt.,309) päätyivät korostamaan musiikkivideoiden haitallisia vaikutuksia; esimerkiksi musiikkivideoiden stereotyyppiset käsitykset ja tausta-asetteet näyttivät siirtyvän arkipäivän tilanteiden ja vuorovaikutuksen tulkintaan (vrt. Greeson & Williams 1986).

Hieman toisenlaisesta näkökulmasta asiaa on lähestynyt amerikkalainen populaarikulttuurin tutkija Sut Jhally. Hän analysoi katsojien näkemyksiä itse editoimansa musiikkivideokoosteen<sup>18</sup> avulla ja pyrki selvittämään, miksi katsojat eivät kyseenalaista esimerkiksi useiden hevivideoiden ilmeisen seksistisiä naisrepresentaatioita. Jhally (1994, 159, 167-168) toteaa tutkimuksensa päätteeksi, että hänen videokoosteensa - vastoin hänen tarkoituksiaan - on kuitenkin avoin teksti, jolle katsojat voivat antaa useita tulkintoja, eivätkä ne välttämättä käy yksiin sen kanssa, mitä hän yritti koosteellaan sanoa (vrt. Grossberg 1989, 258). Tässä tulee ilmi Jhallyn tutkimuksen kompastuskivi; hän päätyi koosteen tekemiseen, koska nuoret eivät tulkinneet musiikkivideoita kuten hän, ja vielä koosteen tehtyäänkin hän oletti nuorten lukevan sitä kuin hän. Katsojatulkintojen moninaisuudesta huolimatta Jhally korosta, että suuri osa nuorista sanoi koosteen aukaisseen heidän silmänsä, he pystyivät sen nähtyään ottamaan kriittistä etäisyyttä musiikkivideoiden representaatioihin ja kyseenalaistamaan aiemmin harmittomina ja luonnollisina pitämänsä naiskuvat.

Jhally (1994,168) korostaakin tutkimuksensa päätteeksi tarvetta musiikkivideoiden ja yleisöjen välisen suhteen määrittelyyn ja tutkimiseen. Näin välttyään joko pelkkiin "teksteihin" keskittyvän tutkimuksen tai katsoja-tulkintoja korostavan käyttötarkoitustutkimuksen (uses and gratifications) ongelmilta, toisin sanoen siltä, että tekstit (sisäiskatsojineen) ja todelliset katsojat eivät tutkimuksessa kohtaa. Sen lisäksi, että pyritään yhdistämään tekstien ja katsojien tulkinnat, olisi syytä kiinnittää huomio vielä siihen, kenen ehdoilla ja näkökulmasta tämä kohtaaminen tapahtuu.

Tekstin ja katsojan väliin asettuessaankin useat amerikkalaistutkijat edelleen pohtivat, miten videot vaikuttavat nuorten omakuvaan ja toisaalta nuorten katsojien käsityksiin naisista, seksuaalisuudesta, rodusta ja väkivallasta. Vaikka kyseessä on kieltämättä tutkimisen arvoinen asia aihetta lähes-

tytään usein kovin yksisilmäisesti ja -puolisesti, ja kysymys nuorison audiovisuaalisesta lukutaidosta sivuutetaan tai heitä kohdellaan vain passiivisina vastaanottajina. Tai jos katsojalle annetaankin aktiivisempi rooli merkityksen-muodostuksessa, keskittyy tutkimus vain johonkin musiikkivideon osatekijään, kuten visuaalisen elementin tulkintaan.<sup>19</sup>

Jotta musiikkivideotutkimuksessa päästäisiin vielä muutama askel eteenpäin, olisi mielestäni tarpeen tarkastella asiaa nuorten lähtökohdista, nähdä musiikkivideot osana sitä multi- ja hypermediakulttuuria, jossa/johon tämän päivän lapset ja nuoret kasvavat.<sup>20</sup>

## **Epäitsenäinen kuva vai alkuperäinen musiikki?**

Musiikin ja kuvan suhteesta on musiikkivideotutkimuksessa pitkään käyty kiistaa.<sup>21</sup> Yksi kiistan perusargumenteista on se, että visuaalinen aines jyrää musiikin alleen, jolloin sivuseikasta muodostuu pääasia, ja itse musiikki jää toisarvoiseksi artistin imagon tai videon kuvailmaisun rinnalla. (Goodwin 1992,1, 7; Gaar 1992, 324-325.)

Musiikkivideon visuaalisen aineksen hallitsevuuden argumenttia on pyritty kumoamaan seuraavasti: vaikka kuva näennäisesti hallitsisikin katselu- ja kuuntelukokemustamme, musiikki on kuitenkin musiikkivideon tärkein osa, olihan musiikkisingle olemassa jo ennen videota. Lisäksi single tai cd voivat esiintyä itsenäisinä (myynti) artikkeleina, kun taas kuva musiikkivideon epäitsenäisenä osana määrittyy viime kädessä aina suhteessa musiikkiin (Berland 1993,25). Glenn Martin Rand (1995) perusteli saman asian MTV:n logoon vedoten. Hänen mukaansa musiikin hallitsevuutta symboloi jo se, että logossa M on iso kirjain ja tv pieni kirjainyhdistelmä. Puhumattakaan siitä, että kuurot katsoijat kyllästyvät pian katselemaan "merkityksetöntä kuvatulvaa".<sup>22</sup>

Voisi kuitenkin kysyä, ovatko kuva vai musiikki -kiistaan juuttuneet kirjoittajat jääneet tätä nopeasti kehittyvää audiovisuaalista kulttuuria ajatellen vanhoihin, kangistuneisiin joko- tai -ajatusrakennelmiin. Omassa reseptioaineistostani katsojien vastaukset nimittäin viittaavat siihen, että musiikkivideon visuaalinen aines tai musiikki eivät hallitse tulkintaprosessia vaan useimmat nuoret katselevat musiikkivideota ennen kaikkea kokonaisuutena. Tämä näkyy esimerkiksi seuraavassa katkelmassa, jonka katsoja on kirjoittanut nähtyään Shakespeares Sister -duon kappaleen 'Hello (turn your radio on)<sup>3</sup>:

*"Syntyy hurja kontrasti kun laulaja on meikattu pelottavan näköiseksi mutta laulu on rauhallinen ja kaunis. Pelottavaa, sairasta, kiehtovaa, kiinnostavaa. Video sopii tekstiin aivan loputtoman hyvin. " (opiskelijatyttö, 21 v.)*



Näin ollen tuntuukin mielekkäältä siirtyä tarkastelemaan musiikkivideota multimedianaäkökulmasta, jolloin musiikkivideot ja nuoret nähdään osana tämän hetken audiovisuaalisen kulttuurin kehitystä. Multimedia-ajattelun lähtökohtana on monista eri osatekijöistä koostuva kokonaisuus, jolloin kiista jonkin osan hallitsevuudesta on toissijainen ja huomio kiinnittyy ennen kaikkea osien väliseen yhteispeliin. Tämä välittyy osuvasti määritelmässä, jonka mukaan "hyvässä multimediarepresentaatiossa yhdistyvät teksti, kuva, grafiikka, videokuva, animaatio, musiikki ja efektit saumattomasti toisiinsa kuten TV-mainoksessa ui rockvideossa" (Ekholm & Oesch 1993, 43). Tosin on syytä muistaa, että eri elementtien saumaton yhdistyminen ei ole itsestäänselvyys mainosten ja musiikkivideoiden kohdalla, mutta juuri sitä nuoret tuntuvat musiikkivideoilta usein odottavan.

Seuraavaksi tarkastelenkin yksityiskohtaisemmin sitä, mitä tutkimukseeni osallistuneilla nuorilla itsellään on sanottavaa musiikkivideon audiovisuaalisesta kielestä - mitkä ovat ne asiat, joihin he kiinnittävät huomiota tulkitessaan musiikkivideoita.

## **Musiikkivideo nuorten silmin: ääni JA kuva**

Vaikka musiikkivideo ei olekaan multimedia määritelmän ahtaimmassa merkityksessä,<sup>23</sup> se yhdistää multimedian tavoin musiikkia ja ääntä, sanoitusta sekä nonverbaalia viestintää ja kuvailmaisua. Eri tekijöistä rakentuvan kokonaisuuden ideaa kuvastavat osaltaan myös lukiolaisten vastaukset kysymykseen, "mitä odotat hyvältä musiikkivideolta?":

*"Muutakin kuin pelkästään hyvää musiikkia. Hyvää juonta tai hyvää kuvan käyttöä. Pääasiassa hyvää kokonaisuutta. "*

*"Mielikuvituksellinen. Käy yhteen kappaleen kanssa. "*

*"Hyvää sanoitusta, sovitusta, mielenkiintoista erilaista videota. "*

*"Siinä on oltava juoni tai tapahtumia, jotka liittyvät laulun sanoihin. "*

*"Ei liian sekava, jaksaa seurata, muutakin kuin pelkkä bändi näkyy... tavallaan tarina tai lyhyt elokuva' laulun sanoihin pohjautuen... "*

Nuoret eivät yksityiskohtaisesti selitä, miten sanoitus liittyy kuvalliseen juoneen tai "mielikuvituksellinen" kuvailmaisuu kappaleeseen (= musiikki ja sanoitus). Kuitenkin jo näkemys siitä, että nämä tasot sopivat tai eivät sovi toisiinsa osoittaa useiden katsojien tarkastelevan musiikkivideota

ennen kaikkea audiovisuaalisena kokonaisuutena. He eivät siis pohdi, kumpi hallitsee, musiikki vai kuva.

Vielä paremman kuvan musiikkivideon audiovisuaalisesta - musiikkia, kuvaa ja sanaa yhdistävästä - kielestä ja nuorten mielipiteistä saa kuitenkin niistä vastauksista, joita he antoivat kirjallisesti katsoessaan kuusi musiikkivideota<sup>24</sup>. Nuoret katsoivat videot joko yliopistolla tai koulussa ja vastasivat jokaisen videon nähtyään kirjallisesti kysymyksiin "oletko nähnyt videon aikaisemmin" ja "kerro omin sanoin, mitä ajatuksia video sinussa herätti". Seuraava katkelma on oiva esimerkki siitä, miten katsoja hyvin lyhyessäkin vastauksessa tulee ottaneeksi kantaa videoon kokonaisuutena:

*"Omituinen video, omituinen tunnelma. Ei mitään erityisen kiinnostavaa, mutta kuitenkin nauliuduin katsomaan. Mykkäfilmimäisyyttä, kummallista (yllättävää) rumuutta. Musiikki ja toteutus sopivat hyvin yhteen (niin kuin kyllä muissakin nähdyissä videoissa). Yleisesti: vaikuttaa paljon, pitääkö kappaleesta. Tosin 'huonolla' biisillä voi olla hyvä, paljon pelastava video. Hyvän biisin video - vaikka se olisi huonokin - ei kuitenkaan pilaa musiikkielämystä. Eli visuaalisuus auttaa. " (opiskelijatyttö, 21 v.)*

Vastaaja nostaa esiin musiikkivideon "imun", se nauhitsee katsomaan, vaikka video ei varsinaisesti kiinnostakaan. Omituisuus kiehtoo, ja outo vaikutelma syntyy musiikin ja kuvan yhteisvaikutuksesta. Ajatus eri osien yhteensulautumisesta ja yhteisvaikutuksesta ilmenee vielä selkeämmin seuraavassa vastauksessa:

*"... Video oli rauhallinen, muttei paikallaan junnaava, koska huomio kiinnittyi juuri pieniin yksityiskohtiin: "ikkunan" pesemiseen, paperisuikaleisiin päässä, toisen aamutakkiin ja räjähtäneeseen ulkomuotoon ja toisen viimeisen päälle siloteltuun olemukseen. Vastakohtia, jotka pistävät taas mieltämään. Musiikin sanat olivat oleelliset, itse rytmi oli niitä tukeva. Kuva ja musiikki eivät liittyneet yhteen, ne OLIVAT yhtä..." (opiskelijatyttö, 22 v)*

Tämä eri tekijöiden yhteisvaikutuksesta syntyvä merkitysten lisääntyminen tai voimistuminen näkyy myös seuraavassa kommentissa, jossa vastaaja nostaa esiin monia katselukokemukseen ja merkityksenmuodostumiseen vaikuttavia tekijöitä:

*"...herätti sekavia tunteita...tuli karmaisevia, ehkäpä pelonsekaisia tunteita mukaan. 'Karmaisevuutta' videossa loi luultavasti laulajien rajut meikit sekä heidän tuskaiset, murheiset ja toisaalta vihaiset äänet. Tuli kylmiä väreitä selkäpiihin. Tämän tapaista musiikkia voisin kuunnella*

*joskus ollessani masentunut, kun 'elämä on tuottanut pettymyksiä', muissa tilanteissa vaihtaisin toiselle kanavalle. " (lukiolaistyttö, 16 v.)*

Tässä vastaaja tuo keskusteluun myös oman roolinsa aktiivisena valintojen tekijänä: mikäli video ei miellytä, vaihdetaan kanavaa. Hän kommentoi omia tuntemuksiaan ja etsii syitä niihin päätyen viittaamaan musiikkiin, laulajien ääniin ja ulkonäköön. Tästä ei olekaan enää kuin askel assosiaatioiden maailmaan ja kohti musiikkivideon suhdetta hypertekstiin.

## **Musiikkivideon tekstuaalisuus**

Musiikkivideo ei ole hypertekstiä, mutta jotain samankaltaista siinä voi silti nähdä. Hypertekstin eri osista pääsee siirtymään linkkien avulla uusiin asiayhteyksiin, ja musiikkivideo muistuttaa hypertekstiä juuri moniulotteisuutensa ja assosiativisuutensa vuoksi. Musiikkivideon eri elementteihin keskittyen katsoja voi rakennella erilaisia tarinoita, ja useat videon tekijät käyttävät tietoisesti hyväkseen tätä mahdollisuutta "tekstinsisäisen" monitulkintaisuuden rakentamiseen. Silloinkin, kun katsoja (tai video) ei edes pyri rakentamaan tarinaa, musiikkivideon monimerkityksisyys ja moniulotteisuus välittyy viittauksina videon ulkopuolisiin tekijöihin:

*"Cool! Shakespears Sister pelaa ihan omilla säännöillään: yksinkertainen, halpa, ei-kertova, ei artistien kauneutta korostava, ei kaupallinen ei... teeskentelevän taiteellinen, yksinkertaisesti kiinnostava video, jota ei myöskään voi jättää katsomatta. Avantgardea, mutta ei liian. Videossa pysäyttää kenties myös sen mustavalkoisuus, ei vain väreissä, vaan naisten imagoissa ja videon yleisessä ideassa. Hyvä rockvideo voi siis syntyä ilman kirkkaita värejä, diskovaloja, paljasta pintaa. Hyvä rockvideo voi olla yksi ainoa näytös yhdessä ainoassa tilassa. " (opiskelijatyttö, 21 v.)*

Hypertekstille ominainen assosiativisuuden periaate sisältyy siis musiikkivideon intertekstuaalisuuden<sup>25</sup> muodossa. Hypertekstin lukija voi tosin valita linkin, jota pitkin siirtyy omaan tahtiinsa seuraavaan asiaan ja keskittyy valitsemaansa osa-alueeseen. Musiikkivideon katsoja sen sijaan on nopeasti etenevän videon armoilla, ellei kyseessä ole nauhoitettu versio. Hän ehtii katsoessaan havaita tietoisesti vain osan assosiaatioihin johtavista kulttuurisista viittauksista ja muista tulkintaan vaikuttavista tekijöistä. Niistäkin katsoja tietoisesti tai tiedostamattaan valitsee, mihin tarttuu. Viittaukset voivat olla joko musiikillisia, kuvallisia tai verbaalisia tai niiden yhdistelmiä.

Musiikkivideoiden intertekstuaalisuus on kaksisuuntaista: tulkintaan vaikuttavat sekä tekijän että katsojan tekstiin tuomat intertekstuaaliset viit-

taukset. Esimerkiksi yllä oleva, Shakespears Sistersien videota kommentoiva vastaus sisältää viittauksia duon tuotantoon osana musiikkivideo-teollisuutta, taiteeseen sekä draamaan -katsojan tulkita lähtee näistä osatekijöistä (ks. Modinos 1995).

Intertekstuaalisuutta ilmentää myös seuraava vastaus, jossa opiskelija tulkitsee katsomaansa videota suhteessa muihin näkemiinsä videoihin:

*"Siinä mielessä miellyttävästi edellisistä eroava video, että tässä ei keskitytty naisvartalon esittelyyn. Tietysti Madonnan videossakin näytettiin puolialastomia vartaloita, mutta siinä se jotenkin kuului musiikkiin, ja tuki kokonaisuutta, mutta yleensä videoissa näytetään rintoja ym. pelkästään näyttämisen vuoksi ilman, että sillä on mitään erityistä yhteyttä esitettävään musiikkiin, mutta tämä oli siis ilahduttava poikkeus..." (opiskelijatyttö, 30 v.)*

Katsoja pohtii Shakespears Sistersien Hello, (turn your radio on) -kappaletta, mikä ei suoraan käy ilmi vastauksesta: vastaaja ei tulkitse videota yksittäisenä, vaan suhteessa viiteen koetilanteessa aiemmin näkemäänsä videoon ja yleensä näkemiinsä videoihin. Niinpä tämän videon merkitys "ilahduttavana poikkeuksena" muodostuu suhteessa muihin videoihin ja populaarikulttuurin tuotteisiin. Katsoja on kiinnittänyt huomionsa naisesiintyjiin, jotka eivät ole puolialastomia, ja joita ei kuvata vain naisvartaloa esitellen, kuten musiikkivideoissa ja mainoksissa usein on tapana. Toisenlaisten kulttuuristen assosiaatioiden kautta videota tulkitsevat taas vastaajat, joka kiinnittävät huomionsa videon tyylikeinoihin:

*"Thana 20-lukulainen kuva! Kaunis biisi, siis videokin kiinnostaa. Kitarasoolot on aina kamalia, kultuna ja nähtynä..." (opiskelijatyttö, 23 v.)*

*"Thana mustavalkoinen mykkäfilmin tunnelma kuvauksessa. Tavallisuudesta poiketen melko "hidas" leikkaus, mikä sopi musiikkiin..." (opiskelijatyttö, 24 v.)*

Myös useat muut vastaajat viittaavat mykkäfilmeihin, ja seuraava katsoja vie loppuun ne ajatukset, jotka edellisissä vastauksissa ovat vielä ehkä vasta aavistuksina:

*"...yhteys kuvien ja sanojen välillä oli tunnelman tasolla. Toisin sanoen laulu oli haikea, kuten 1910-luvun mykkäelokuvat, joista visuaalinen kieli oli lainattu. Asetelma jätti hämmentyneeksi (hyvä asia): kaksi lähes androgyyniä naista näyteikkunassa! Asetelma toi kuitenkin vahvasti mieleen mykkäelokuvat (silmämeikkeineen) ja esimerkiksi Pierre & Gillesin vahvasti lavastetut kuvat (jotka kyllä ovat hyvin värikkäitä, toisin kuin*

*tämä). Keinoja oli käytetty sopivan säästeliäästi: kuva oli kuin pyritty saamaan vanhan näköiseksi (ylivalotuksella, rakeisuudella jne). " (opiskelijapoika, 23 v.)*

## **Musiikkivideotutkimus audiovisuaalisen hyper- ja multimediatekniikan kontekstiin**

Musiikkivideot murtautuivat siis suuren yleisön tietoisuuteen ja tutkijoiden aiheeksi 1980-luvulla, jolloin musiikkivideo vakiinnutti asemansa merkittävänä osana musiikkiteollisuutta. Kaupallisten, myyntinumeroita mittaavien tutkimusten ohella musiikkivideot askarruttivat myös akateemisia tutkijoita, jotka analysoivat muun muassa musiikkivideoiden sisältöjä. Näihin tutkimuksiin sisältyi usein oletus nuoresta passiivisena, seksismille, rasismille ja väkivallalle alttiina katsojana. Musiikkivideoiden mahdollisten haitallisten tekijöiden ohella tutkimuksissa hahmotettiin musiikkivideoiden postmodernia olemusta olettaen katsojan aktiivisesti rakentavan merkityksiä ja tehtiin empiirisiä, todellisen katsojan tulkintoja kuvaavia tutkimuksia.

Musiikkivideotutkimus otti askeleen eteenpäin, kun tavoitteeksi otettiin tekstientulkinnan ja yleisötulkintojen yhdistäminen, mutta tutkijat olettivat edelleen katsojan olevan vaikutuksille alttiina. Jos katsoja miellettiin aktiiviseksi eikä lähtökohtana ollut mahdollisten haittavaikutusten tutkiminen, perustui analyysi usein pelkästään musiikkivideon visuaalisen elementin hahmottamiseen, tai musiikkivideoiden epäilyttäviä sisältöjä ja nuorten tulkintoja tutkittiin kokonaisuuksista irrallaan, kuten Suu Jhally teki musiikkivideokoosteellaan.

En halua tässä vaiheessa tehdä lopullisia päätelmiä, mutta väitän oman aineistoni perusteella, että monilla tutkimukseeni osallistuneilla nuorilla on käsitys musiikkivideosta ilmaisuvälineenä, jossa eri tekijät yhdessä muodostavat merkityksen. Näin kiista esimerkiksi kuvan tai musiikin hallitsevuudesta jää toissijaiseksi, ja pelkkään visuaaliseen tasoon keskittyvät tutkimukset valottavat vain osaa tutkittavasta asiasta, esimerkiksi musiikkivideoiden sisältöjen "vaikutuksista" nuoriin.

Useimmat nuoret hallitsevat audiovisuaalisen kielen, joskin heiltä puuttuu käsitteitä, joilla puhua asiasta. Tätä kuvaavat hyvin vastaukset, joissa tulkinta ja tulkinnan perusteet jäävät hämärään, mutta vastaaja kommentoi eri tekijöiden suhdetta ja niiden yhteensopivuutta. Tämä näkyy esimerkiksi seuraavassa vastauksessa:

*"Than katsottava. Biisi on aivan mahtava ja vaikka video oli hieman outo, se sopi biisin 'uneliaisuuteen'. Samoin mustavalkoisuus sopi melodian tunnelmaan. Olisi saanut olla enemmän 'äksöniä'. Sähkökitara oli huono, se rikkoi fiiliksen, (lukiolaistyttö, 17v.)*

Kun siis tutkitaan musiikkivideoita ja nuoria ja aivan erityisesti, jos kyseessä on musiikkivideoiden mahdollisten vaikutusten tutkiminen, on multi- ja hypermediakaudella jo otettava huomioon musiikkivideon monimerkityksinen rakenne, sanan, kuvan ja musiikin yhteisvaikutus ja musiikkivideoiden pääasiallinen yleisö, joka kasvaa tähän audiovisuaaliseen kulttuuriin ja omaksuu sen lainalaisuudet nopeammin kuin heitä edeltävä sukupolvi. Se, mistä löytyy kieli näiden asioiden käsitteellistämiseen onkin kokonaan toinen asia.

## Lähteet

- Alanen, Antti & Pohjola, Ilppo (1992): *Sähköiset unet. Kuinka taiteesta tuli pop*. Helsinki: Vapokustannus.
- Auferheide, Pat (1986): Music Videos: The Look of the Sound. *Journal of Communication*, 36 (1).
- Berland, Jody (1993): Sound, Image and Social Space: Music Video and Media Reconstruction. Teoksessa Frith, Simon, Goodwin, Andrew & Grossberg, Lawrence (toim.): *Sound & Vision. The Music Video Reader*. London: Routledge.
- Brown, Jane D. & Campbell, Kenneth (1986): Race and Gender in Music Videos: the Same Beat but a Different Drummer. *Journal of Communication*, 36 (1), 94-106.
- Brown, Jane D. & Schulze, Laurie (1990): The Effects of Race, Gender and Fandom on Audience Interpretations of Madonna's Music Videos. *Journal of Communication*, 40 (2), 88-102.
- Cowie, Elizabeth (1988): The Popular Film as a Progressive Text - Discussion of *Coma*. Teoksessa Penley Constance (toim.): *Feminism and Film Theory*. London: BFI.
- Denisoff, R. Serge 1991. *Inside MTV*. New Brunswick (USA): Transaction Publishers.
- Ehrnrooth, Jari (1990): Vasoanottotutkimuksen analyysimetodi: reseptiosta luentaan, eläytymisestä tulkintaan. Teoksessa Mäkelä, Klaus (toim.): *Kvalitatiivisen aineiston analyysi ja tulkinta*. Helsinki: Gaudeamus.
- Ekholm, Kai & Oesch, Klaus (1993): *Hypermedia. Opas hypertekstin ja hypermedian käyttäjälle*. Helsinki: Otava.
- Eskola, Katarina (1991): Kirjallisuus ja audiovisuaalinen kulttuuri kommunikaationa. Teoksessa Kytömäki, Juha (toim.): *Nykyajan sadut. Joukkoviestinnän kertomukset ja vastaanotto*. Helsinki: Gaudeamus ja Yleisradio.

- Frith, Simon (1993): Youth/Music/Television. Teoksessa Frith, Simon, Goodwin, Andrew & Grossberg, Lawrence (toim.): *Sound & Vision. The Music Video Reader*. London: Routledge.
- Frith, Simon, Goodwin, Andrew & Grossberg, Lawrence (toim.,1993): *Sound & Vision. The Music Video Reader*. London: Routledge.
- Gaar, Gillian (1992): *She's a Rebel. The History of Women in Rock &Roll*. Seattle: Seal Press.
- Goodwin, Andrew (1992): *Dancing in the Distraction Factory. Music Television and Popular Culture*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Gow, Joe (1990): The Relationship Between Violent and Sexual Images and the Popularity of Music Videos. *Popular Music and Society*, 14 (4), 1-9.
- Greenson, Larry E. & Williams, Rose Ann (1986): Social Implications of Music Videos for Youth: an Analysis of the Content and Effects of MTV *Youth and Society*, 18 (2), 177-189.
- Grossberg, Lawrence (1989): MTV: Swinging on the (Post)modern Star. Teoksessa Ian Angus & Sut Jhally (toim.): *Cultural Politics in Contemporary America*. New York: Routledge.
- Grossberg, Lawrence (1995): *Mielihyvän kytkennät. Risteilyjä populaarikulttuurissa*. Tampere: Vasopaino.
- Hansen, Christine H. & Hansen, Randal D. (1988): How Rock Music Videos Can Change What Is Seen When Boy Meets Girl: Priming Stereotypic Appraisal of Social Interactions. *Sex Roles, a Journal of Research*, 19 (5/ 6), 287-316.
- Huhtamo, Erkki & Lahti, Martti (1989): Musta Madonna. *Filmihullu* (4),25-29.
- Hämäläinen, Juho 1996. Miksei musiikkivideo myy? *Keskisuomalainen*, 6.3. 1996,10.
- Jhally, Sut (1994): Intersections of Discourse: MTV Sexual Politics and Dreamworlds. Teoksessa Cruz & Lewis (toim.): *Viewing, Reading, Listening. Audiences and Cultural Reception*. Boulder: Westview Press.
- Kalis, Pamela & Kimberley A. Neuendorf (1989): Aggressive Cue Prominence and Gender Participation in MTV. *Journalism Quarterly*,66 (1), 148-154.
- Kaplan, E. Ann (1987): *Rocking Around the Clock. Music Television, Postmodernism and Consumer Culture*. London: Methuen.
- Lewis, Lisa A (1993): Being Discovered: the Emergence of Female Address on MTV Teoksessa Frith, Simon, Goodwin, Andrew & Grossberg, Lawrence (toim.): *Sound & Vision. The Music Video Reader*. London: Routledge.
- Lööv, Thomas (1990): *Music Video and Lifestyle. Modern or Postmodern Aesthetics. Research Papers in the Sociology of Communication*. Report no 24. Lund: Lunds Universitet Reprocentralen.

- Mattila, Hannele (1995): Kulttuurisia nuoruuksia. *Nuorisotutkimus* 13 (2), 60-61.
- Modinos, Tuija (1994): *Nainen populaarikulttuurissa. Madonna ja The Immaculate Collection*. Jyväskylä: Nykykulttuurin tutkimusyksikön julkaisuja, no 42.
- Modinos, Tuija (1995): Naisartistit musiikkivideobisneksessä. Shakepears Sister, musiikkivideot ja naiset. *Peili* 3, 16-19.
- Nykänen, Riitta (1996): Musavideot ovat bändeille elinehto. Kuka ostaisi äänen ilman kuvaa? *Katso* 21, 12-14.
- Paananen, Vesa-Matti & Lallukka, Leena (1994): *Multimedia kohti hypermediaa*. Jyväskylä: Gummerrus.
- Rand, Glenn Martin (1995): Psychophysics and MTV Luentopaperi 1.5.1995.
- Schwichtenberg, Cathy (toim., 1993): *The Madonna Connection. Representational Politics, Subcultural Identities, and Cultural Theory*. Boulder: Westview Press.
- Sherman, Barry L. & Dominick, Joseph R (1986): Violence and Sex in Music Videos: TV and Rock 'n' Roll. *Journal of Communication*, 36 (1), 79-93.
- Sun, Se-Wen & Lull, James (1986): The Adolescent Audience for Music Videos and Why They Watch. *Journal of Communication* 36 (1), 115-125.
- Suoninen, Annika (1993): *Televisio lasten elämässä*. Jyväskylä: Nykykulttuurin tutkimusyksikön julkaisuja no 37.
- Suoninen, Annika (1995): Voisiko Rölli olla tyttö? *Peili* (3),12-13.
- Taalas, Peppi (1996a): *Computers in Education. A Survey of Computer Use among English Teachers in Vocational Schools and Commercial Schools in Finland*. Reports from the Vocational Education. College of Jyväskylä 14.
- Taalas, Peppi (1996b): Kieltenopetus vaihtaa multimediaan, mitä tekee opettaja? *Tempus* (tulossa).
- Touru, Heli (1995): Mikä net? Mikä free? *Peili* (3), 14-15. Zoglin, Richard (1996): Chips Ahoy *Time*, February 19, 42-45.



## **Viitteet:**

<sup>1</sup> Vaikka musiikkivideo nykymuodossaan ehkä syntyikin 1980-luvulla, leikkauksilla, kuvakulman vaihdoksilla tai valoefekteillä tyyliteltyjä studio- tai konserttitaltiointipätkiä näytettiin erilaisissa musiikkiohjelmissa jo ennen 1980-lukua. Tällaisia ohjelmia olivat Amerikassa Midnight Special ja American Bandstand, Englannissa Top of the Pops ja Suomessa Levyraati sekä Iltatähti. Ensimmäisinä varsinaisina musiikkivideoina mainitaan kuitenkin yleensä Beatlesin vuonna 1967 levyn markkinoinnin edistämiseksi tehty 'Strawberry Fields Forever', Queenin ristikuvin, zoomauksin ja silhuetein rakentuva 'Bohemian Rhapsody' vuodelta 1975, tai David Bowien abstrakteja välähdyksiä sisältävä 'Space Oddity' vuodelta 1973.

<sup>2</sup> Musiikkivideon historiaa ja estetiikkaa ovat käsitelleet kirjoituksissaan mm. Pat Auferheide (1986), E. Ann Kaplan (1987), Lawrence Grossberg (1989), Antti Alanen ja Ilppo Pohjola (1992) sekä Jody Berland (1993).

<sup>3</sup> Keräsin aineistoa lukiolaisilta ja yliopisto-opiskelijoilta. Taustakyselylomakkeen, jolla selvitin sitä, kuinka usein vastaajat katselevat MTV:tä ja musiikkivideoita ja millaisia ovat heidän käsityksensä hyvistä ja huonoista videoista, palautti 99 lukio-laista (67 tyttöä ja 32 poikaa) sekä 195 yliopisto-opiskelijaa (169 naista ja 26 miestä). Kuutta näytettyä musiikkivideota koskevan II-lomakkeen palautti II lukio-laista ja 41 opiskelijaa. Keräsin myös ryhmäkeskustelu- ja haastatteluaineistoa, mutta en käsittele sitä tämän artikkelin yhteydessä. Kirjoton työn alla olevassa tutkimuksessa, mikä rajaa käsittelyn siihen aineistoon, johon olen tähän mennessä ehtinyt perehtyä.

<sup>4</sup> Kun tilauksesta oli Keskisuomalaisessa 6.3.1996 Juho Hämäläisen juttu musiikkivideokokoelmien huonosta myyntimenestyksestä Suomessa. Juttua varten haastateltu Polygram Finlandin tuotepäällikkö Pekka Säilä huomauttaa, että esimerkiksi "Englannissa parhaat artistit myyvät miljoonia videoita", kun taas Suomessa musiikkivideot eivät oikein käy kaupaksi. Syyksi hän epäilee sitä, että MTV:n runsas tarjonta riittää katsojille, jotka eivät sen vuoksi vaivaudu ostamaan videoita. Riitta Nykäsen Katso-lehteen kirjoittamassa jutussa korostuu asian toinen puoli, eli musiikin myyminen musiikkivideoiden avulla, ja tämä on kirjoittajan mukaan viimeisen vuoden aikana noussut ajankohtaiseksi Suomessa.

<sup>5</sup> Lyhyt luonnehdinta musiikkivideotutkimuksen koko kentästä ei tee oikeutta yksittäisille tutkimuksille, ja tulen väistämättä oikoneeksi mutkia ja tehneeksi yksinkertaistuksia, mutta tarkoitukseni on tässä yhteydessä antaa jonkinlainen yleiskuva musiikkivideotutkimuksesta ja pohjustaa paikkaa omalle tutkimukselleni osana koko tähän astisen musiikkivideotutkimuksen kenttää. Yksityiskohtaisemmin asiaa käsittelevät esim. Andrew Goodwin (1992) ja Simon Frith sekä Goodwin ja Grossberg (1993).

<sup>6</sup> Vaikka useissa teoksissa ja artikkeleissa viitataan vuoteen 1981 MTV:n syntyhetkenä, niin R. Serge Danisoff (1991) osoittaa kirjassaan Inside MTV varsin vakuuttavasti sen, että MTV kompuroi sekä taloudellisesti, "esteettisesti" että näkyvyysalueidensa ja yleisömenestyksensä suhteen vielä monta vuotta, ennen kuin onnistui vakiinnuttamaan aseman, joka sillä nyt on.

<sup>7</sup> Grossberg (1995, 110) hahmottaa sodanjälkeisessä kulttuurihistoriassa kaksi ristiriitaista tulkintaa suurten ikäluokkien identiteetistä; suuret ikäluokat on hänen mukaansa määritelty yhtäältä televisiosukupolveksi, toisaalta roksukupolveksi, ja musiikkitelevisio edustaisi näin ensimmäisen voittoa jälkimmäisestä.

<sup>8</sup> Vaikka mediatutkimuksen viimeaikainen kehitys on kulkenut kohti monitulkintaisuuden ja katsojatulkintojen korostamista sekä tekstianalyysien ja reseptitekstien yhdistämistä, pulpahtaa keskustelu esimerkiksi televisioväkivallan vaikutuksista tasaisin väliajoin pintaan, etenkin jos ohjelmien kohdeyleisönä ovat nuoret tai lapset (Suoninen 1993, 8-11; 1995, 12-13). Viimeisin kuohuntaa aiheuttanut asia on V-chip, jolla vanhemmat voisivat kontrolloida sitä, mitä heidän lapsensa televisiosta katsovat (Zoglin 1996,42-45). Musiikkivideotutkimuksen puolella väkivalta, seksismi, rasismi -keskustelua ovat käyneet esim. Barry L. Sherman ja Joseph R. Dominick (1986), Jane D. Brown ja Kenneth Campbell (1986), Larry E. Greeson ja Rose Ann Williams (1986), Christine ja Ronald D. Hansen (1988), Pamela Kalis ja Kimberley A. Neuendorf (1989), Joe Gaw (1990), Thomas Lööv (1990) sekä Sut Jhally (1994).

<sup>9</sup> (Musiikkivideo)tutkimuksessa kohdeyleisön ikämääritys on tutkimusten vertailtavuuden kannalta ongelma, koska eri kirjoittajat määrittelevät sekä kohdeyleisön että nuorison iän eri tavalla (ks. Frith 1993, 72-73). Nuori määritelmänä sisältää myös alistussuhteen ja arvolutauksen, se "on aikuisten tapa niputtaa nuoria ihmisiä yhteiskunnallisiin kategorioihin, jotta nuoria olisi helpompi käsitellä"<sup>35</sup> (Matti 1995,61). Tässä tapauksessa tutkijat niputtavat nuoret tiettyyn kategoriaan, usein vain iän perusteella.

<sup>10</sup> Musiikkivideoiden lajityyppiin kyllä sen sijaan usein kiinnitetään huomiota; tutkimukset keskittyvät esimerkiksi rapvideoihin tai hevivideoihin, tai videot luokitellaan muodon ja sisällön perusteella, kuten esimerkiksi E. Ann Kaplan (1987, 55), joka on jakanut musiikkivideot romanttisiin, sosiaalisesti tietoisiin, nihilistisiin, klassisiin ja postmodernistisiin.

<sup>11</sup> Esimerkiksi Madonnan videoissa nonverbaalisen viestinnän, leikkauksen tai sanoituksen perusteella syntyvän, olemukseltaan aktiivisen Naisen kuvalta voi viedä tehon narraatio, ts. se että Naiskuva kerronnan tasolla, osana tarinaa muodostuu passiiviseksi (Modinos 1994, 81). Tosin ei ole itsestään selvää, että yleisö tulkinnoissaan painottaisi juuri narraatiota. Tämä on kuitenkin asia, joka tulisi ottaa huomioon, kun puhutaan musiikkivideoiden sisällöistä ja niiden mahdollisista vaikutuksista. Elizabeth Cowie (1988,136) on todennut, että nykyelokuvioiden naisrepresentaatiot ovat vain näennäisesti parempia kuin perinteiset representaatiot, sillä Naiset yhä edelleen tarvitsevat Miehen apua ongelmien ratkomiseen ja Naiset edelleen ajautuvat passiivisesti tilanteesta toiseen, sen sijaan että vaikuttaisivat tapahtumien kulkuun. Vaikka naiset siis esitetäänkin ominaisuuksiltaan aktiivisina, aggressiivisina ja älykkäinä, ovat he narratologisella tasolla edelleen passiivisia.

<sup>12</sup> Kirjallisuuden ja audiovisuaalisen kulttuurin vastaanottotutkimuksista kirjoittaessaan tätä kysymystä - joskin juuri katsojatutkimusten näkökulmasta - käsittelee myös Katarina Eskola (1991,147). Hän korostaa, että television empiirisissä vastaanottotutkimuksissa ohjelmien analyysi harvoin yhdistetään katsojien tulkintojen analyysiin.

<sup>13</sup> Se-Ven Sun ja James Lull (1986, 116) tutkivat MTV:n kohdeyleisöksi luokiteltujen nuorten katselutapoja, -tottumuksia ja -motiveja sekä rodun, sukupuolen, vertaisryhmän, koulunkäyntiin liittyvien asenteiden ja muiden henkilökohtaisten musiikkivideoiden katseluun mahdollisesti vaikuttavien tekijöiden merkitystä musiikkivideoiden katselulle. Datan he keräsivät etnisesti monimuotoisen, kalifornialaisen San Jose -koulun 9-12 luokkalaisilta, ja aineistoa (603 vastaajaa, 587 vastauksista käyttökelpoisia) he käsitelivät sekä kvalitatiivisesti että kvantitatiivisesti.

<sup>14</sup> Kyselyn vastasi 99 lukiolaista, joista MTV:tä ilmoitti katsovansa päivittäin 17, pari kertaa viikossa 22, pari kertaa kuukaudessa 22, harvemmin 23 ja ei koskaan 15. Päivittäiseen katseluun käytettyä aikaa en edes kysynyt. Yliopisto-opiskelijoista 197 vastasi kyselyyn, ja heistä 12 ilmoitti katsovansa MTV:tä päivittäin, 24 pari kertaa viikossa, 45 pari kertaa kuukaudessa, 88 harvemmin ja 28 ei koskaan. Lukiolaisten ja opiskelijoiden vastauksissa ilmenevät erot voivat selittyä opiskelukiireillä, tai sillä, että MTV ei näy opiskelija-asunnossa (minkä useat itse totesivatkin).

<sup>15</sup> MTV:ltä voi katsoa myös muuta ohjelmaa kuin musiikkivideoita, joten katselun määrä ei siinä mielessä kerro mitään siitä, miten harjaantuneita nuoret ovat musiikkivideoiden katselijoina. Usein MTV:stä ja musiikkivideoista puhutaan miltei synonyymeinä, jolloin herkästi syntyy näkökulma, että musiikkivideoista voidaan puhua yhtenä monoliittisena, MTV:n estetiikkaa ilmentävänä kokonaisuutena, mikä ei tee oikeutta yksittäiselle artistille tai videolle.

<sup>16</sup> Tämä pätee myös omaan aineistooni, tosin se johtuu osittain myös kysymyksenasettelusta. Kartoitin nimittäin omalla kysymyslomakkeellani katsojien käsityksiä hyvistä ja huonoista musiikkivideoista (musiikkivideon kielestä), en niinhän sitä, miten paljon ja miksi he MTV:tä tai musiikkivideoita katsovat.

<sup>17</sup> Sisäiskatsojalla tarkoitan musiikkivideon "tekstin" rakentamaa teoreettista katsojaa, katsojapositiota. Oletetulla katsojalla sen sijaan tarkoitan katsojaa, jonka tutkija olettaa musiikkivideolle. Esimerkiksi kirjoittaessaan musiikkivideoiden väkivaltaisten sisältöjen mahdollisesta vaikutuksesta nuoreen katsojan tutkija usein olettaa katsojaksi nuoren, joka passiivisesti ottaa vastaan sen, mitä musiikkivideo tutkijan tulkinnan mukaan tarjoaa.

<sup>18</sup> Jhally (1994, 151-153) on tehnyt videokoosteen *Dreamworlds: Desire/Sex/Power in Rock Video*, jonka tavoitteena oli selvittää dekodauskäyttäytymisen perusteita. Hän pyrki rakentamaan musiikkivideokoosteensa siten, että musiikkivideopätkät ja niitä sivuan kertojan kommentointi lisäsivät vieraannuttavan vaikutuksen (kognitiivisen ja emotionaalisen etäisyyden videoista). Tämän hän toteutti hajottamalla musiikkivideon siten, että vaihtoi alkuperäisen musiikin tilalle jotain muuta. Tällaiseen ratkaisuun Jhally päätyi huomattuaan, että opiskelijoiden oli vaikea tarkastella musiikkivideoita kriittisesti, koska ne olivat ensinnäkin liian "tutuja". Toisekseen sen sijaan, että nuoret olisivat keskittyneet esimerkiksi seksististen naiskuvien purkamiseen, he lauloivat biisien mukana ja nauttivat musiikista... Toisin sanoen musiikkinautinto toimi esteenä kriittiselle lähestymiselle. Valikoimaan koosteseensa räikeän seksistisiä naiskuvia, alleviivattuaan niitä toistoilla ja hidastuksilla sekä asiaa selittäen Jhally joutui kuitenkin toteamaan, että osa tutkimukseen osallistuneista nuorista luki hänen koostettaan toisin kuin hän oli tarkoittanut.

<sup>19</sup> Yleisötulkintoja ovat kirjoituksessaan Madonnasta sivunneet myös Erkki Huhtamo ja Martti Lahti (1989). Madonna on muutenkin poikkeus musiikkivideotutkimuksessa, hänen tuotantaan ja sen tulkintoja on tähän mennessä tutkittu mitä moninaisemmista näkökulmista, yleisötulkintoja unohtamatta (ks. Schwichtenberg 1993). Yleisötulkintoja ja tutkijaluentaa vertaa tutkimuksessaan myös Jari Ehnrooth (1990), joka on ottanut lähtökohdakseen ajatuksen verbaalisen, visuaalisen ja musiikillisen tason merkityksestä tulkinnassa, mutta tutkimustaan selittäessään hän, kuten moni muukin, päätyy kuvailemaan sitä pääasiassa visuaalisen tason analyysiin keskittyen.

<sup>20</sup> Heli Touru (1993, 15) toteaa freenettä käsittelevässä kirjoituksessaan, että sanomalehti koulussa -projekti ei ole enää vuosien riittänyt median ja sen lukutavan opiskeluun. Medioiden nopea kehitys ja nuorten kasvaminen tässä ympäristössä ei kuitenkaan tarkoita sitä, että kaikilla nuorilla olisi automaattisesti audiovisuaalinen "lukutaito", jota kaikilla opettajilla ei ole, vaan sitä, että kysymys audiovisuaalisesta lukutaidosta tulisi tutkimuksessa ja opetuksensuunnittelussakin ottaa huomioon. Peppi Taalas (1996a, 1996b) esimerkiksi korostaa tietokoneavusteista kielenopetusta kartoittaessaan sitä, että pelkkä tietokoneisiin panostaminen ei riitä; opettajat täytyy myös kouluttaa opettamaan nuoria tässä uudessa tietokoneavusteisessa ympäristössä.

<sup>21</sup> Tämän kiistan nimesi jo itse asiassa brittiyhtye The Buggies kappaleessaan 'Video killed the radio star', jonka MTV esitti ensimmäisenä videona aloittaessaan toimintansa vuonna 1981 (Gaar 1992, 323).

<sup>22</sup> Tietystä määrin samalle linjalle Randin kanssa asettuu myös Frithin, Goodwinin ja Grossbergin toimittama artikkelikokoelma Music video reader, joka kirjoittajien (1993, ix) esipuheen mukaan pyrkii asettamaan musiikkivideotutkimuksen kontekstiin, johon se alun alkuun olisi kuulunut, nimittäin osaksi (rock)musiikki teollisuutta.

<sup>23</sup> Multimedialla tarkoitetaan tietokoneella tapahtuvan äänen, kuvan ja tekstin eri muotojen yhdistämistä yhdeksi mielekkääksi kokonaisuudeksi (Ekholm & Oesch 1993, 43). Toisaalta multimediämääritelmiä on monta; yhden näkemyksen mukaan lineaarisesti etenevä multimedia, johon voi vaikuttaa vain rajallisesti, on osa hypermediaa, joka taas perustuu koneen ja ihmisen vuorovaikutukseen, siihen että ihminen pystyy vaikuttamaan omalla toiminnallaan sovelluksen etenemiseen ja käsiteltävän tiedon määrään. Hyperteksti taas on tekstiä, jonka eri osista pääsee siirtymään linkkien avulla uusiin asiayhteyksiin. (Paananen & Lallukka 1994, 10-11)

<sup>24</sup> Tutkimukseen osallistuneet nuoret katsoivat kuusi musiikkivideota (Corona: 'The rhythm of the night', Shampoo: 'Viva la megababes', Madonna: 'Papa don't preach', Madonna: 'Express Yourself', En Vogue: 'Free your mind', Shakespears Sister: 'Hello, (turn your radio on)'). Jokaisen videon nähtyään he kirjassivat paperille, olivatko he nähneet videon aikaisemmin ja vastasivat kirjallisesti kysymykseen "Kerro omin sanoin millaisia ajatuksia video herättää sinussa? Mikä sinua erityisesti kiinnostaa videossa? Jos et pidä videosta perustelee, miksi et. Kirjoita vapaasti ja mahdollisimman pitkästi kaikesta, mitä tulee mieleesi."

<sup>25</sup> Intertekstuaalisuus ei toki ole vain musiikkivideoiden ominaisuus, kirjallisuuden tutkimus on täynnä erilaisia subtekstianalyyssejä. Kuitenkin muotonsa vuoksi musiikkivideo moninkertaistaa jo pelkästään tekstinsisäisen intertekstuaalisuuden mahdollisuuden.