Mikko Yrjönsuuri

MEDIAT JA JUHLAT

Mediafilosofian historia on pitkä, vaikka Esa Saarinen ja Mark C. Taylor juontavatkin *Imagologioissa* (1994) juuret vain Kierkegaardiin asti. Toki he huomauttavat Sokrateen hahmosta, mutta yleisesti ottaen he eivät ota huomioon sitä, miten keskeistä julkisuus ja yleisön ehdoilla toimiminen oli suurelle osalle antiikin filosofiaa. Asiallinen historiallinen tarkastelu pakottaakin näkemään mediafilosofian yksinkertaisesti tämän ajan versiona eräästä filosofian pysyvästä juonteesta.

Elämme kulutusjuhlaa: siksi juhlatilanteen ehdoilla toimiva filosofia sopii erityisen hyvin vertailukohdaksi, jos haluamme katsoa, miten Saarisen ja Taylorin projektin kaltaista filosofista työtä on ollut tapana tehdä.

Juhlimisella on oma logiikkansa, jota nykyaikaiset sähköiset mediat noudattavat hämmästyttävän hyvin. Juhlakansa ei siedä pitkästyä: on edettävä nopeasti. Tärkeää on se, mikä on nyt ja tässä, koska juhlat ovat päämäärä sinällään. Siksi on elettävä reaaliaikaa. Juhlakansa ei halua monimutkaisuutta tai ylipäätään mitään liian vaikeaa. Kuten katsojaluvut ovat tärkeitä, niin myös se, että kaikki viihtyvät illanvietossa. Viihteellisyys on tärkein arvo, vaikka usein sen ei haluta olevan vain typerän sisällötöntä. Nokkeluus on tärkeä arvo. Esteettiset arvot ovat usein tärkeämpiä kuin intellektuaaliset, koska ne tajutaan välittömämmin. Hyvä ote ja seksikkyys ovat tärkeämpiä kuin syvällisyys tai viisaus, koska juhlan rytmi ei salli paneutumista vaikeisiin ajatuksenjuoksuihin. Hienovaraiset käsitteelliset erottelut ovat pahinta, mitä juhlissa voi tehdä.

Ei ole epäilystäkään, etteivätkö filosofit aina olisi arvostaneet juhlimista. Antaahan esimerkiksi ankaran skolastinen William Occamilainen yhtenä tavallisimpana semioottisena esimerkkinään merkistä kehän, joka tarkoittaa tavernasta saatavaa viiniä siksi, että tynnyri on sidottu vanteella. Hän ei puhu esimerkiksi kiekosta, joka tarkoittaa parturia heidän tuolloin käyttämänsä laakean vadin vuoksi.

Keskeinen ongelma mediafilosofian kannalta on se, sopiiko filosofian harjoittaminen ollenkaan juhlien logiikkaan, vai pitääkö filosofin vaihtaa vapaalle geofyysikon tavoin, kun hän lähtee jonkun kissan ristiäisiin? Voidaanko filosofiaa tehdä tavalla, jota mediat edellyttävät? Onko filosofia aina syvällistä ja viisasta paneutumista vaativassa merkityksessä? Vai voiko olla filosofiaa, joka tajutaan yhtä välittömällä tavalla kuin sketsi? Miten käy filosofilta rock'n roll?

Keskeisin teoreettinen peruste mediafilosofian mahdollisuudelle löytyy perinteisestä erottelusta intuitiivisen ja diskursiivisen tiedon välillä.

Intuitiolla on yleensä tarkoitettu välitöntä otetta tarkasteltavaan asiaan: ongelman oivaltamista kerralla, hetkellisellä tavalla, joka ei vaadi aikaa periaatteessa ollenkaan. Intuitio vie aikaa vähemmän kuin hyvä vitsi: intuitiota voisi kuvata siksi hetkeksi, kun vitsi tajutaan.

Diskursiivinen tieto taas tarkoittaa tiedon osasten järjestämistä oikeaan järjestykseen ja osasten läpikäymistä. Se vie aikaa, koska se edellyttää tiedon osasten peräkkäistä ajattelemista. Diskursiivisuudessa on nimenomaan kyse siitä, miten ajatusta kuljetetaan, joten jos filosofia on olemukseltaan diskursiivista, juhlien logiikkaan sopeutuvan filosofian löytäminen on melko epätoivoista. Onhan juhlissa toimivan diskurssin logiikka lähinnä esteettistä, ei intellektuaalista.

Arkkifilosofi Aristoteleen ajattelussa sekä intuitiolla että diskursiivisella järkeilyllä oli oma sijansa. Yksinkertaisesti sanottuna intuitio koski hänen systeemissään tiedon perusosasia, jotka voitiin sitten laittaa järjestykseen diskursiivisen ajattelun avulla. Porfyrios muotoili tämän ajatuksen puhumalla syllogistisesta tieteen puusta. Tämän puun rakenne tunnetaan siten, että intuitiivisesti tiedetään, miten kukin oksa haarautuu eli miten kukin *genus* jakautuu *specieksiin*. Erilaisia tieteellisiä todistuksia saadaan etenemällä diskursiivisesti pitkin puun oksia.

Aristoteleen mukaan kaikki perustavat totuudet tiedetään intuitiivisesti. Niiden keksiminen ei ehkä ole helppoa, se saattaa vaatia oman menetelmänsä, mutta niiden lopullinen hyväksyminen perustuu intuitiiviseen oivallukseen.

Aristotelisen tieteen perusta noudattaa siis vitsin logiikkaa. Oivallus saattaa edellyttää pitkääkin valmistelevaa tarinaa, mutta lopussa kiitos seisoo, niin sanotusti. Ja sitten koko pitkä tarina muuttuu merkityksettömäksi, ellei halua kertoa vitsiä eteenpäin. Siksi koko tiede on Aristoteleen mielestä esitettävissä valmiina syllogistisena kokonaisuutena.

Ylipäätään intuition ja diskursiivisen järkeilyn kesken vallitsee kiinnostava epäsymmetria: intuitio on mahdollista ilman diskurssia, mutta diskurssi ei ole mahdollista ilman intuitiivista taustaa, jota vasten se ymmärretään. Aristoteleen järjestelmässä tämä epäsymmetria tulee hyvin esille.

Intuition välittäminen ei ole helppoa. Tätä ongelmaa koskeva klassinen teksti on Platonin *Seitsemännessä kirjeessä,* joka lienee hänen melko läheisten oppilaidensa kirjoittama. Siinä sanotaan, että on periaatteessa mahdotonta opettaa filosofiaa. Mitä voidaan tehdä, on tietynlaista työtä, joka saattaa edesauttaa sitä, että opetettavan sielussa iskeytyy kipinöitä, jotka tuovat oikean idean hänen sieluunsa.

Kokonaisuutena tämä platonistinen teksti epäilemättä sulkee pois juhlien logiikalla tapahtuvan filosofisen työn. Se ei ole ihme, koska ainakin vanhana Platon oli melko kuiva filosofi. Itse perusidea, sielussa iskevät kipinät, antavat kuitenkin paljon optimistisemman kuvan mediafilosofian mahdollisuudesta. Tämän kuvan mukaanhan filosofiassa on kyse intuitiosta, näkemyksestä, joka toimii enemmän esteettisen havainnon kuin syvällisen ajatuksenjuoksun ehdoilla. Voisihan olla niin, että hyvä mediafilosofi saa kipinät säkenöimään ilman sen suurempaa hiertämistäkin.

Olen seuraaville sivuille kääntänyt Plutarkhoksen (n. 50 — n. 125) esityksen filosofian soveltuvuudesta juominkeihin. Hänen ongelmanasettelunsa on varsin pitkälti ymmärrettävissä sen

kautta, että intuition välittämisestä on mahdoton antaa selviä sääntöjä. Hyvä filosofi pystyy välittämään oikean intuition kiinnostavasta asiasta myös juopuneelle kärsimättömälle kuulijalle, ajattelee Plutarkhos monien muiden antiikin parempienkin filosofien tavoin.

Tämä Plutarkhoksen teksti kuuluu hänen nimellä *Moralia* kulkevaan sarjaansa. Olen tehnyt käännöksen *Loeb Classical Libraryn* englanninkielisestä käännöksestä verraten sitä samassa niteessä olevaan kreikankieliseen alkutekstiin. Homeros-sitaatit ovat Otto Mannisen suomennoksesta. Suomennos on muuten lyhentämätön, mutta olen jättänyt lopusta pois parikymmentä riviä kreikan juomalaulusanastoa koskevaa etymologista spekulaatiota.

Tämä teksti avaa sikermän, jossa on koottuna Plutarkhoksen kertomuksia eri juhlissa käydyistä keskusteluista. Mukana on monia kiinnostavia (kuten: mikä on sopiva aika rakastella?) mutta myös monia sellaisia, ettei niitä voi kuvitella todella juhlissa käydyiksi.

Tässä tekstissä kiinnostavinta on se, että Plutarkhos tuo jossain määrin esiin sitä, että filosofin tulisi pystyä toimimaan — *Imagologioiden* sanoin — pintaenergian ehdoin. Jos hän ryhtyy juopotellessaan liian syvälliseksi, hän turmelee illan. Medioissa, vastaavasti, yhden rivin iskulauseet ovat kaikki — taas *Imagologioiden* sanoin. Plutarkhoksen tekstissä häiritsevää on lähinnä se, että hän näyttää ajattelevan, ettei filosofi tästä syystä voi juopotellessaan saada aikaan kovin paljoa. Plutarkhos ei näytä antavan riittävää painoarvoa intuitiolle.

Samanlainen anteeksipyytely vaivaa myös Ksenofonia, kun hän kuvaa nimellä *Pidot* kulkevassa tekstissä erään Kalliaan järjestämiä juhlia kuvatakseen Sokrateen henkilöä. Hän aloittaa tekstin seuraavasti: ”Olen sitä mieltä, ettei muistelemisen arvoista ole ainoastaan kunnon miesten vakava toiminta, vaan sekin, mitä he ovat tehneet hauskoina hetkinään.” Itse teksti antaa kyllä paljon myönteisemmän kuvan Ksenofonin asenteesta. Siinä on aitoa hauskuutta. Platonin *Pidot* on oleellisesti toista maata.

Itse Sokrateen persoonassa näkyy tietysti kirkkaimmin se, että hän hyväksyi erään Saarisen ja Taylorin mediafilosofian perusperiaatteista: oman persoonan rakentamisen julkisena oliona. Jopa meille asti Sokrateessa on oleellisinta se, millainen persoona hän oli, ei hänen intellektuaalinen opetuksensa. Tämä on tietenkin oleellista juuri juhlien lyhytjänteisen logiikan kannalta. Sanan ‘persoona’ etymologiset juuret ovat klassisessa kreikan kielessä, jossa se tarkoitti muun muassa näyttelijöiden tuolloin kasvoilla käyttämää naamiota, jonka piti näyttää roolihenkilön olemus yhdellä silmäyksellä aina takariville asti.

Ihmisen persoona, hänen olemuksensa tajutaan välittömällä intuitiivisella otteella, vaikka kuva saattaakin täsmentyä vähitellen. Juhlissa on ilman muuta oleellisempaa millainen olet kuin millaisiin ajatuksenjuoksuihin pystyt.

Platonin kohdalla asia on oleellisesti toinen. Hän ei pyrkinyt rakentamaan omaa julkista minäänsä miksikään. Päinvastoin, hän pitää eettisenä ihanteena sisäisen itsen kehittämistä pahalta maailmalta turvassa. Hyvän ihmisen hyvään sieluun ei mikään ulkoinen sattumus saata vaikuttaa pahasti, ajatteli hän. Tämä ajattelutapa on vieroittanut julkisen imagon rakentamisen arvokkaiden asioiden joukosta.

Ilmeisesti Platon oli varsin tylsä tyyppi eikä hänen työnsä saavuttanut populaaria suosiota edes hänen omana aikanaan. Se pysyi omituisen Akatemian korkealentohössötyksenä. Diogenes Laertios kuvaa 200-luvulla jKr. kirjoittamassaan filosofian historiassa oivallisesti Platonin henkilöä. Hän kirjoittaa, että vain Aristoteles jaksoi kuunnella loppuun asti, kun Platon luki julkisesti *Faidonin*.

Itse asiassa oman minän rakentaminen julkisena oliona on läpi koko antiikin kulkeva perusteema. Oma minä tarkoitti useimmille antiikin filosofeille sellaista minää, joka kohdattiin julkisesti: ruumiillisia ominaisuuksia, arkisessa elämässä ilmeneviä luonteenpiirteitä ynnä muuta sellaista. Sielua ja sisästä minuutta painotti oikeastaan vain pythagoralainen, enemmänkin uskonnollinen perinne (jota Platon kovasti arvosti).

Juhlatilanne paljastaa filosofin oman minuuden ulkoisessa merkityksessä aivan oleellisesti toisenlaisella tavalla. Tässä mediafilosofit saattavat olla oikeassa väittäessään olevansa originaaleja: harvat filosofit ovat nähneet oleellisena osana filosofista työtään olla hyvää ryyppyseuraa. Enimmäkseen filosofit ovat halunneet olla Sokrateen tapaan kiusallisia hahmoja. Mutta ehkä kysymys onkin siitä, kenelle on kiusallinen.

> ”Koska pitävät enemmän elämästä varjossa, useimmat filosofit eivät halua kohdata toisten katsetta. He välttävät yrittämästäkään kaikkein vaativinta taideteosta: omaa minää. Foucault on oikeassa, kun hän huomauttaa, että läntinen perinne rajoittaa taideteokset oudosti: ulkoisiin museoissa esiteltäviin fyysisiin esineisiin. Mediafilosofia painottaa, että jokaisen on otettava vakavasti oma elämänsä toiselleolemisena katseen alla. Mediassa puhut toisille ja itsellesi. Filosofian normaalikäytännölle mediafilosofia on vallankumouksellista nimenomaan siksi, että se painottaa pintaenergian tärkeyttä, vaikka traditio on tehnyt kaikkensa hävittääkseen sen. Koulufilosofian näkökulmasta käsitteillä ’pinta’ ja ’energia’ ei ole väliä, koska vakava, intellektuaalisesti institutionalisoitunut filosofi on syvällisyyden ja ikuisuuden, sisällön ja puhtaan logiikan palveluksessa. Mediassa taas pintaenergia on kaikki.”
>
> Esa Saarinen ja Mark C. Taylor, I*magologies — Media Philosophy* (Routledge, Lontoo 1994), jaksosta Media Philosophy, s. 9, tähän suomentanut Mikko Yrjönsuuri.