

## Itsetutkiskelun paikka

Viestinnän tutkimuksen<sup>1</sup> yhteiskunnalliset vaikutukset eivät käsittääkseni ole olleet viime vuosikymmeninä Suomessa kovinkaan suuria. Väitöskirjoista ja tutkimusprojektien raporteista on tehty jonkun verran uutisia, mutta laajemmat viestinnän tutkimuksen katalysoimat kansalais- tai mediakeskustelut ovat olleet tui-ki harvinaisia. Tutkijoiden tekemiset eivät ole onnistuneet laajemmin puhuttelemaan yhteiskuntaa omien piirien ulkopuolella.

Tutkimus tai tutkijat eivät myöskään ole onnistuneet olennaisesti vaikuttamaan journalistisiin käytäntöihin ja siihen, mihin suuntaan journalismia on kehitetty – ainakaan valtakunnallisissa viestimissä. Näkyvintä mediakritiikkiä ja -analyysia harrastavat usein muut kuin alan tutkijat. Kärjistäen voisi sanoa, että viestinnän tutkimus elää omaa elämäänsä ja muu yhteiskunta ja media omaansa.

Uskon, että aika monet tutkijat ja hyvin monet päättäjät ja journalistit ovat näistä tilanearviosta osapuilleen samaa mieltä – valtaosa kansalaisista ei varmaankaan osaisi sanoa viestinnän tutkimuksesta sitä tai tätä. Suurempia erimielisyyksiä sen sijaan on siitä, mitä johtopäätöksiä yhteiskunnallisen roolin vähäisyydestä pitäisi tehdä.

Monet tutkijat katsonevat, ettei tässä ole mitään ongelmaa, tai että ongelman ydin ei ainakaan ole tutkimuksen sisällössä. Tälle näkemykselle löytyy monia perusteluja. Voimme ensinnäkin ajatella, että tiedeyhteisön onnistumista tulee ensisijaisesti mitata vertaisarvioinnoinnin perusteella eli esimerkiksi sillä, kuinka mielenkiintoisia teorioita ja näkökulmia tutkimukset tuottavat ja kuinka paljon toiset tutkijat niitä kotimaassa ja ulkomailla siteeraavat. "Yhteiskunnallinen vaikuttavuus" tai medianäkyvyys ovat sitten sivutuotteita, jotka tulevat jos ovat tullakseen.

Toisaalta voi ajatella, ettei viestinnän tutkimus poikkea yhteiskunnallisen roolinsa osalta muista lähitieteistä. Markkinavetoinen ajan henki on kerta kaikkiaan sellainen, ettei yhteiskunta- ja sosiaalitieteilijöiden ajatuksilla ole samantyyppistä kysyntää yhteiskunnan (tai esimerkiksi Yleisradion) suuntaviivojen suunnittelussa kuin vaikkapa 30 vuotta sitten.

Kolmanneksi voisi ajatella, että viestinnän tutkijoille on oikeastaan kunniaksi, etteivät he ole lähteneet nykyistä innokkaammin median vietäviksi. Tämän logiikan mukaan olisi outoa ensin arvostella mediajulkisuuden konventioita ja seuraavassa hetkessä sopeutua niihin kun kyseessä on julkisuuden saaminen omille ajatuksille. "Vaikka muu tutkimus niin tekisikin, julkisviestinnän tutkimuksen

suoranainen moraalinen velvollisuus on olla tyytymättä rooliin, josta se kainosti anelee medialta tilaa popularisoida sanomisiaan ja mediajulkisuuteen päästes-  
sään mukautuu säyseästi sen vallitseviin pelisääntöihin”, kirjoittaa professori Sei-  
ja Ridell artikkelissaan tässä lehdessä.

Yhteistä näille kolmelle näkökulmalle on se, että vastuu yhteiskunnallisen roolin vähäisyydestä siirretään tiedeyhteisön ulkopuolelle ja epäsuotuisiin olo-  
suhteisiin. Taustalla on ajatus, että tutkimus on hyvää, mutta muut eivät sitä vain  
ymmärrä tai halua ymmärtää.

Voi toki olla niin, että tutkijoiden esittämät ajatukset ovat joskus liian ”uusia”  
tai epäsovinnaisia konservatiiviselle ympäristölle ja että ne eivät sen vuoksi saa  
ansaitsemaansa vastakaikua. Tällaisista ajatuksista ei tietenkään pidä luopua. On  
kuitenkin pään panemista pensaaseen ajatella, että ajan henki tai tutkijoiden  
ajatusten edistyskellisyys olisivat aina syynä siihen, etteivät tutkimukset puhutte-  
le ja ettei niihin edes jakseta reagoida. Ajattelu johtaa helposti liialliseen itseriit-  
toisuuteen ja etujoukkoajatteluun, jossa ”muut” asemoituvat älyllisesti alamittai-  
seksi massaksi, joka ei ymmärrä hyvän päälle.

Joskus olisikin virkistävä nähdä, että viestinnän tutkijat kohdistaisivat omaan  
työhönsä samanlaisen kriittisen katseen kuin vaikkapa mediaan, kun sitä arvos-  
tellaan yleisön jättämisestä passiivisen sivustakatsojan rooliin. Silloin voisi esittää  
vaikkapa tällaisia yliopiston ulkopuolella usein toistuvia kysymyksiä: Onko miele-  
kästä, että tutkijat keskustelevat vain keskenään muiden ohi ja yli? Tarjoavatko  
tällä hetkellä käytettävät lähestymistavat todella hedelmällisiä työkaluja julki-  
suuden analysointiin tai journalismin kehittämiseen? Onko vika todella vastaan-  
ottajassa, jos tutkimukset vaikuttavat skolastisilta ja niiden kieli munkkilatinalta?  
Onko viestinnän tutkimus etäänäntynyt väärällä tavalla tutkimuskohteistaan?

Ulkopuolisen maailman paremmalla huomioimisella en tarkoita siitä, että tie-  
deyheteisön kalleimmasta omaisuudesta, tutkimuksen vapaudesta, täytyisi tinkiä  
tai antaa ulkopuolisten määritellä, mikä on hyvää tutkimusta. Kyse olisi vain ter-  
veestä itsetutkiskelusta, jota vaadimme myös muilta yhteiskunnan instituutioilta.  
Normaali, esimerkiksi tieteellisiä tekstejä koskeva kritiikki ei yleensä tavoita täl-  
laista metatason problematiikkaa.

Tämän tyyppisten kysymysten pohtimiselle pitäisi löytyä nykyistä enemmän  
aikaa etenkin nyt, kun uudet sukupolvet ovat nousemassa keskeisiin yliopistovir-  
koihin ja suuria linjoja toivon mukaan mietitään. Uusia haasteita tuo myös se, et-  
tä kilpailevia väyliä esimerkiksi toimittajien kouluttamiseksi on noussut pilvin pi-  
meiin.

Tämä Tiedotustutkimuksen numero on yritys nostattaa keskustelua siitä, mitä  
viestinnän tutkimus ja opetus on ollut, mitä se on ja mitä se voisi olla. Kyse on  
osittain ns. ikuisuuskyseksistä, mutta sen ei pitäisi olla keskustelun jarruna  
vaan pikemminkin kiihdyttäjänä.

## Viite

- 1 Viestinnän tutkimuksella tarkoitan ennen muuta lähestymistapoja, joita on kutsuttu tiedotus-  
joutkoviesticintä- tai mediatutkimukseksi.