

 Katsaus

Menetelmäkirjallisuus – onko sitä? Katsaus media- ja viestintätieteiden menetelmäkirjallisuuteen

Onko media- ja viestintätieteillä omia metodologisia pohdintoja ja menetelmällisiä ratkaisuja vai lainaanko kaikki muualta? Entä miten sujuu monitieteinen monimenetelmäisyys tai uusien menetelmien kehittäminen?

Hahmottelen tässä kirjoituksessa media- ja viestintätieteiden metodologista maastoa tarkastelemalla yliopistoissa käytössä olevaa oppikirjallisuutta, sellaisena kuin se opetus suunnitelmissa näyttäytyy. Vaikka opetus suunnitelmatekstit eivät kaikkea kerrokaan, antavat ne kuitenkin osviittaa siitä, mitä metodologioista ja menetelmistä media- ja viestintätieteissä on tapana opettaa. Kirjoituksesta paistanee läpi myös opettajaa usein piinaava näkökulma, eli kysymys siitä, miten monia erilaisia tutkimuksen tekemisen tapoja laaja-alaisen tutkintojen opetustehtävissä tulisi hallita.

Methodiongelma?

Missä metodi piilee, kyseli Irma Kaarina Halonen vuonna 2003 *Tiedotustutkimus*-lehdessä ja päätteli, että tutkimusalalla on vallallaan kukin taaplatkoon tyylillään -mentaliteetti. ”Menetelmällistä keskustelua käydään viestintätieteissä ja yleisemminkin yhteiskuntatieteissä nykyisellään huolestuttavan vähän”, huomioi samaisessa lehdessä myös Janne Matikainen (2008) viisi vuotta myöhemmin. Matikaisen mukaan vaarana alalla on *anything goes* -ajattelu, joka ei vedä rajaa yhtään mihinkään tavoitellessaan uusia tiedonhankinnan ja tiedontuotannon muotoja.

Syyksi menetelmäkeskustelun vähäisyyteen Matikainen epäili yliopistotyön yleisiä aikavarkaita: jatkuvia arviointeja, UPJ:tä sekä pragmaattisuutta edellyttäviä nopeita selvitystöitä. Aikapaineet eivät sittemmin ole varmaankaan vähentyneet, päinvastoin: innovaatioiden ja parhaiden käytäntöjen lisäksi tutkijoiden tulisi tuottaa kansainvälisesti korkealle arvostettuja julkaisuja. Voi olla, että kiire ja tutkimukselle asetetut ristiriitaiset tavoitteet koettelevatkin eniten juuri metodologisia ja menetelmällisiä kehittäjiä ja keskustelujia.

Toisaalta menetelmällisen keskustelun vähäisyyttä voi pitää pienenä ihmeenä nykyisen strategiavetoisen yliopistoajattelun aikoina. Metodologiset ja menetelmälliset erohan

nähdään yleensä olennaisina eri oppiaineiden identiteettien kannalta (Mikkeli & Pakkasvirta 2007), ja näitä identiteettejä strateginen profiloituminen pyrkii korostamaan. Tämän logiikan mukaan olisi järkevää korostaa, että juuri meillä osataan tehdä juuri tällaista tutkimusta, päinvastoin kuin muissa yliopistoissa. Eri oppiaineethan tuottavat aivan erilaisia tutkimuskysymyksiä ja -vastauksia, vaikka tutkimuskohteet olisivatkin samoja tai samankaltaisia. Media- ja viestintätieteiden ala vaikuttaakin muotoutuvan lähinnä tutkimuskohteiden, ei tutkimusperinteiden mukaan (Koivisto & Thomas 2010).

Tietämisen tapojen kirjo

Laaja-alaisimmillaan, eli voimassa olevaa tieteenalaluokitusta myötäillen, tiedontuottamisen tapojen kirjo media- ja viestintätieteissä ulottuu informaatiotutkimuksen bibliometriikasta taiteellisen tutkimuksen menetelmiin. Edellisessä tavoitteena on esimerkiksi selvittää, keihin tieteellisissä teksteissä viitataan ja miten joidenkin tutkijoiden suosio leviää julkaisusta toiseen. Taiteellisessa tutkimuksessa puolestaan keskeistä on yleensä luova, taiteellinen työskentely, joka voidaan ymmärtää joko tutkimuksen menetelmänä, aineistona tai tutkimustuloksena (Arlander 2013). Enemmistö median ja viestinnän tutkijoista paikantanee itsensä jonnekin yhteiskuntatieteiden ja humanististen tieteiden välimaastoon, tavoitteenaan ilmiöiden ymmärtäminen ja niiden tulkitseminen, toisinaan myös ongelmien ratkaiseminen ja maailman muuttaminen. Tyypillistä humanistisille ja yhteiskuntatieteellisille aloille on yhtäältä monitieteisyyden juhlinta, mutta myös taipumus järjestyä erilaisiin heimoihin ja koulukuntiin (Ylijoki 1998). Pienimmät yhteiset nimittäjät sijoittunevat jonnekin filosofian, retoriikan ja semiotiikan alueille sekä läheiseen suhteeseen niin sanottuun käytäntöön.

Monitieteisyyttä, laaja-alaisuutta ja kiinteää kytköstä käytäntöön pidetään yleensä yhtä aikaa sekä heikkoutena että vahvuutena. Monitieteisyyden ja laaja-alaisuuden ihanne ei mitenkään automaattisesti tuota vuorovaikutusta mihinkään suuntaan (Halonen 2003), vaikka parhaimmillaan eri traditioiden yhteiselo voisikin johtaa myös uudensuuntaisiin tapoihin jäsentää ja tutkia viestinnän ja median ilmiöitä.

Olennaisen äärellä

Keskustelun vähäisyyttä voi hieman ihmetellä siksi, että metodologisiin ja menetelmällisiin kysymyksiin tiivistyvät normatiiviset käsitykset siitä, mitä tieto on ja miten sitä voidaan tuottaa – ollaan siis varsin olennaisten kysymysten äärellä. Metodologia ja menetelmät ovat ennen kaikkea ajattelua: sen ajattelua, mitä voidaan pitää tietona, miten sitä voidaan tuottaa, miten maailmaa koskevia kysymyksiä tulisi kysyä ja miten niihin tulisi vastata (esim. Loseke 2013). Erityisen kiinnostaviksi metodologia ja menetelmät tulevat viestinnän ja median tutkimuksessa suhteessa erilaisiin ammatillisiin ja tutkimuksellisiin käytäntöihin, kuten vaikkapa journalistisiin, puheviestinnällisiin tai mediakasvatuksellisiin tapoihin muodostaa tietoa sekä ns. kentällä että tutkimuksessa.

Vaikuttaa siltä, että uusi teknologia herättää metodologisia ja menetelmällisiä ihmettelyjä: ovatko entuudestaan käytössä olevat välineet sopivia juuri tämän ilmiön erityispiirteiden tutkimukseen (esim. Laaksonen ym. 2013). Toisaalta myös vanha, aiemmin tutkimukselliseen katveeseen jäänyt kohde vaatii usein uusia ja erilaisia menetelmiä ja lähestymistapoja. Esimerkiksi tiedonvälityksen ideaan nojaava sanomalehti- tai uutisjournalismin tutkimus ei välttämättä tarjoa sopivia menetelmiä aika-kaus- ja ajanvietelehdistön tutkimukseen, vaikka lehdistöstä ja journalismista puhutaankin (Saarenmaa 2007).

Metodien kohdeherkkyys vaihtelee myös suhteessa aineiston kokoon ja pakottaa miettimään, tarttuako tutkimusasetelmassa lusikkaan vai kauhaan (Halonen 2003). Myös tutkimuksen ajallisella orientaatiolla on merkitystä. Monessa suunnitelmassa on kyse nykykulttuuriin tutkimuksesta, eli yrityksestä saada otetta jostakin juuri nyt meneillään olevasta, jostakin, jonka kanssa ja keskellä myös tutkija itse elää. Toisaalta esimerkiksi mediakasvatuksessa tähdätään usein tulevaisuuteen ja sovelletaan toiminta- ja designtutkimukselle tyyppisiä menetelmiä. Elokuva-, lehdistö- ja televisio-tutkimuksessa on puolestaan otettu käyttöön kulttuurihistoriallisia lähestymistapoja (esim. Keinonen 2008; Lehtisalo 2011).

Koska menetelmät eivät ole vain käytännöllisiä työkalupakkeja, vaan maailman metodologista ajattelua, kiteytyy niihin usein paitsi tieto-opillisia eroja ja oppiaineroja myös sukupolvieroja. Juha Herkmanin ja Miika Vähämaan (2007; 2008) mukaan suomalaisessa viestinnän tutkimuksessa on havaittavissa samankaltaista sukupolvi-jakoa kuin suomalaisessa sosiologiassa: varhemmat sukupolvet taitavat kvantitatiivisia menetelmiä nuorempien suosissa kvalitatiivisia menetelmiä. Laadulliset menetelmät ovat suosiossa etenkin Suomessa ja Rankassa, kun taas esimerkiksi Yhdysvalloissa, Virossa ja Japanissa suositaan määrällisiä menetelmiä.

Matikaisen (2008) huomioiden mukaan kielellisen käänteeseen ja laadullisten menetelmien voittokulun jälkeen uusia menetelmiä on tullut vähän, ja määrällisten menetelmien osaaminen on heikkoa. Näyttää siis siltä, että yliopistojen tuottamat valmiudet tehdä kvantitatiivista tutkimusta ovat heikentyneet, vaikka etenkin tilaustutkimuksissa ja -selvityksissä numerotietoa usein kaivataankin. Irma Kaarina Halosen (2003) mukaan näille taidoille olisi tarvetta muutenkin: kyky määrällistää, tuottaa lukuja ja tulkita niitä voi kannustaa uusiin tutkimuskysymyksiin ja opettaa perustelemaan tutkimustarvetta ja tuloksia muillekin. Nyky-yliopistossa etenkin jälkimmäiselle taidolle olisi epäilemättä käyttöä.

Opetussuunnitelmien mukaan...

Muiden organisaatioiden tapaan yliopistot ja niiden yksiköt rakentavat omakuvaansa erilaisissa teksteissä, joiden tarkoituksena on toimia sekä ulkoisen että sisäisen viestinnän välineinä. Tekstilajina opetussuunnitelmat ovat omanlaisiaan dokumentteja, joiden merkitys eri toimijoille voi olla epäselvä ja ristiriitainen. Jotkut mieltävät opetussuunnitelman vain opintohallinnon vaatimaksi dokumentiksi, toiset jonkinlaisiksi

kirjallisuuslistoiksi, kolmannet koko toiminnan ydintekstiksi, joka kertoo, miksi organisaatio on olemassa, millaista koulutusta se tarjoaa ja millaista osaamista se maailmalle tuottaa (Annala & Mäkinen 2011). Niin tai näin, opetussuunnitelmat ovat eräänlaisia tuoteselosteita, jotka kertovat osasta organisaation toimintaa. Julkilausuttujen opetussuunnitelmien rinnalla korkeakouluissa vaikuttavat muun muassa lukuisat erilaiset piilo-opetussuunnitelmat.

Opetussuunnitelmatekstit eivät välttämättä kerro juuri nyt käytössä olevasta kirjallisuudesta, vaan siitä, mitä ylipäänsä on kustannettu sekä siitä, mitä opetussuunnitelman laatimisen hetkellä on ollut tiedossa mahdollisina lukemistoina. Opetussuunnitelmissa ei yleensä näy myöskään tieteellisten artikkeleiden välittämä tieto eivätkä välttämättä erilaiset tutkimusmenetelmien tietokannat. Näistä esimerkiksi kotimainen menetelmäopetuksen tietovaranto MOTV¹ tai Sage Research Methods SRMO² ovat varmaankin käytössä enemmän kuin mitä opetussuunnitelmista voi lukea.

Herkmanin ja Vähämaan selvityksen mukaan suomalaista viestinnän ja median akateemista tutkimusta ovat viime vuosina hallinneet laadulliset menetelmät, jotka liitetään paljolti mediatutkimuksen, kulttuurintutkimuksen ja feministisen tutkimuksen nousuun. Oppikirjatarve olikin 1990-luvulla kova, ja siihen vastattiin muun muassa kääntämällä John Fiskin *Introduction to Communication Studies Merkkien kieleksi* (1.p. 1992) ja Norman Faircloughin *Media discourse Kuinka media puhuu*-teokseksi (1997). Kotimaisin voimin uudenlaista tutkimusta edistettiin esimerkiksi Anu Koivusen ja Veijo Hietalan toimittamassa televisiotutkimuksen lukemistossa *Kanavat auki!* (1997), Anu Kantolan, Inka Moringin ja Esa Väliwerrosen toimittamassa kokoelmassa *Media-analyysi: tekstistä tulkintaan* (1998) ja Mikko Lehtosen *Merkitysten maailmassa* (1998). *Audiovisuaalisen mediakulttuurin* analyysi sai oman suomenkielisen oppikirjansa vuonna 2001 (Herkman 2001), feministinen tutkimus (Mäkelä ym. 2006) ja visuaalinen kulttuuri (Seppänen 2004; Seppänen 2005; Rossi & Seppä 2007) hieman sen jälkeen. Verkon ja sosiaalisen median menetelmäkirjaa saatiinkin sitten odottaa vuoteen 2013 saakka (Laaksonen ym. 2013).

Opetussuunnitelmissa kulttuurintutkimuksen ja feministisen tutkimuksen suuri rooli ei erityisesti näy: juuri näihin fokuoivista kirjoista käytössä ovat vain *Sukupuolishow* (2006) (TaY) ja Paula Saukon *Doing Research in Cultural Studies* (2003) (HY). Analyysien apuvälineinä käytössä ovat lisäksi ainakin *Media-analyysi* (1998) sekä Seppäsen *Visuaalinen kulttuuri* (2005). Laadulliseen analyysin tekemiseen johdatellaan usein yleisten yhteiskuntatieteisiin ja/tai kulttuurintutkimukseen pohjautuvien oppikirjojen avulla. Käytössä ovat esimerkiksi Alasuutarin *Laadullinen tutkimus 2.0* (4.p.2011), Eskolan ja Suorannan *Johdatus laadulliseen tutkimukseen* (8.p.2008) sekä Tuomen ja Sarajärven *Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi* (5. uud. p. 2009).

Vaikka tilastollisen osaamisen epäilläänkin heikentyneen, tutkintovaatimuksissa näkyy useita yleisiä yhteiskuntatieteellisiä oppaita: esim. Heikkilän *Tilastollinen tutkimus* (7.–8. p. 2010), Holopaisen ja Pulkkinen *Tilastolliset menetelmät* (5.–7.p.2012) ja erilaisia tilastotieteen peruskursseja. Esimerkiksi Tarja Heikkilän *Tilastollinen tutkimus* on hyvä johdatus tilastollisen tutkimuksen tekemiseen – ja muillekin tutkimus-

asetelmia mieltäville. Heikkilän kirjasta löytyy hyvää ohjeistusta ja havainnollistusta erilaisiin kysymystyyppisiin ja niiden muotoiluihin, niin kyselyissä kuin haastatteluisakin.

Herkmanin ja Vähämaan selvityksen (2008) mukaan empiirinen yleisötutkimus ei ollut Suomessa niin suosittua kuin mihin sitä koskeva vilkas metodinen keskustelu 1980–1990-luvuilla viittaisi. Kaarina Nikunen (2007) onkin arvellut, että yleisötutkimus pääsynä ”aitoihin ja oikeisiin kokemuksiin” periaatteessa houkuttaa, mutta on metodologisesti sen verran haastavaa, ettei sitä ole liiemmästi tehty. Avuksi yleisötutkimukseen tarjotaan esimerkiksi Schröderin ja kumppaneiden kirjaa *Researching Audiences* (2003) ja Sullivanin teosta *Media Audiences* (2013). Yleisötutkimuksen vanhoja ja uusia avauksia on suomeksi ruotinnut useammassakin kirjoituksessaan Seija Ridell. Opetuskäytössä soisi kulumisen edelleen esimerkiksi *Viestinnän jäljillä* -teoksessa (1998) julkaistu artikkeli *Suuri yleisömetsästys*.

Periaatteellinen kiinnostus yleisöön ja niin sanottuun käytäntöön, tekijöihin, käyttäjiin ja ihmisten kokemuksiin ilmennee innostuksessa tehdä etenkin opinnäytteitä varten haastattelututkimusta. Matikaisen (2008) huomio siitä, että haastattelu koetaan usein helpoksi menetelmäksi on varmaan paikkansa pitävä: haastatteluun ei välttämättä liity ymmärrystä haastattelusta tutkimusmenetelmänä, vaan niihin suhtaudutaan lähinnä (journalistisina) tiedonhankintatapoina. Haastattelujen tekeminen tuntuu sujuvan usein tottumattomaltakin – ja varsinkin journalistisiin haastatteluihin tottuneelta – ja jatkokäsittelyksi kelpaa jonkinlainen teemoittelu ja luokittelu. Usein törmää myös jonkinlaiseen toimintatutkimukselliseen orientaatioon, jossa haastatteluja halutaan tehdä käytäntöjen parantamiseksi, jotta tutkimuksesta olisi jotakin ”oikeata” hyötyä ”oikeille ihmisille”.

Itse näen antoisimpina oppaina haastattelututkimuksen suunnitteluun Ruusuvooren ja Tiittulan *Haastattelu: tutkimus, tilanteet ja vuorovaikutus* -teoksen (2005) ja etenkin sen jatko-osan, aineiston analyysin johdattavan *Haastattelun analyysin* (Ruusuvoori, Nikander & Hyvärinen 2010).

Pienenä yllätyksenä voi pitää sitä, että tutkimusetiikka (Kuula 2006) näyttää olevan pakollista luettavaa vain Helsingissä. Olettaa kuitenkin voi, että tutkimusetiikka on sisällytettynä tavalla tai toisella muidenkin yliopistojen viestintätieteiden ja media-tutkimuksen menetelmäopetukseen. Tutkimusetiikan merkitys ei ainakaan vähene tehtäessä internet-tutkimusta, jonka suosio on selkeästi havaittavissa nykyisissä opinnäytetöissä. *Otteita verkosta* (2013) valottaa onneksi myös verkkotutkimukseen liittyviä eettisiä kysymyksiä.

Opetusohjelmissa ei myöskään juuri näy – edes vaihtoehtoina – oppaita esimerkiksi kehittävään tutkimukseen, toimintatutkimukseen, etnografiaan, tulevaisuuden tutkimukseen tai historian tutkimukseen, vaikka kaikkia näitä lähestymistapoja monitieteisellä alalla suositaan. Muualta lainaamaan tottunut löytää kyllä hyviä apuvälineitä. Esimerkiksi käyttökelpoista tietoa (mitä sillä sitten tarkoitetaan) ja interventioita tavoittelevalle *Toiminnasta tietoon* (2007) esittelee toimintatutkimuksen ja design-tutkimuksen perusteet etupäässä kasvatustieteellisin esimerkein: miten tutkimusprojektit suunnitellaan, toteutetaan, havainnoidaan ja arvioidaan. *Tapaustutkimuksen taito*

(2007) puolestaan pohtii peruskysymyksiä siitä, mikä riittää tutkittavaksi ”tapaukseksi” tai ”ilmiöksi”, miten edustavana yksittäisiä tapauksia voidaan pitää ja millainen on tapaustutkijan rooli. *Tulevaisuudentutkimus – perusteet ja sovellukset* (2. korj.p. 2003) on puolestaan järkäläinen johdatus tulevaisuutta koskevien päätelmien ja ennustusten tuotantoon, joille tuntuu olevan aiempaa enemmän kysyntää.

Uusia menetelmiä ja metodologista mielikuvitusta?

Tutkintovaatimuksiin ja opetusohjelmiin rantautunut kirjallisuus ei tietenkään kerro suoraan siitä, mitä tutkimuksen tekemisestä opetetaan tai minkälaisella välineistöllä opiskelijoita ohjataan operoimaan. Totta sekin, että uutta menetelmäkirjallisuutta syntyy harvakseltaan. Toisaalta osa tutkijoistakin näyttää olevan sillä kannalla, että vanhat menetelmät riittävät hyvin, vaikka kohteet muuttuvat. Ongelmaksi tässä ajattelussa muodostuu se, että myös metodit ja metodologiat kantavat mukanaan maailmankuvia ja -selityksiä, jotka ovat peräisin aivan tietynlaisesta maailmasta. Kaikki tietohan tuotetaan joissakin sosiaalisissa, kulttuurisissa, taloudellisissa ja institutionaalisissa suhteissa, vaikka muuta väitettäisiinkin (esim. Liljeström 2004).

Maailman muuttuessa myös tutkimusmenetelmien tulisi muuttua. Olisihan outoa, jos esimerkiksi pornoa tai pelejä tutkittaisiin vain representaatioina, ottamatta huomioon niiden ruumiillisuutta ja affektiivisuutta, tai ettei ymmärrys yleisöstä olisi lainkaan muuttunut verkon myötä. Verkko onkin vanhentanut monen muuten käytökelpoisen yleisöpaan (esim. Taylor & Willis 1999), joissa vain aavistellaan ”uuden” media, pelien ja internetin tuomia tutkimuksellisia haasteita. Deaconin ja kumppaneiden *Researching Communications* (1999) on kyllä edelleen vaikuttava yleisesitys alan tutkimuksesta, vaikka uusista uusin siitäkin uupuu. Uusia ja monipuolisia verkkotutkimuksen menetelmiä on onneksi ansiokkaasti valotettu esimerkiksi Laaksosen, Matikaisen ja Tikan toimittamassa kirjassa *Otteita verkosta – verkon ja sosiaalisen median tutkimusmenetelmät* (2013).

Metodologista mielikuvitusta on tarvittu esimerkiksi silloin, kun puheviestinnän ydinalueille miellyttävää vuorovaikutusanalyysiä sovelletaan joukkoviestinnän analyysiin, kuten vaikkapa Pietilä ja Sonderman (1994) sekä Reunanen (2007) ovat tehneet. Mielikuvitus on liikkeellä myös silloin, kun ”vanhoilta” aineistoilta kysytään ennakkoluulottomasti uusia kysymyksiä. Esimerkiksi naistenlehdiltä voi – ja pitää – kysyä myös politiikkaa ja julkisuutta koskevia kysymyksiä (Saarenmaa 2007).

Kiinnostus ihmisten arkisiin mediasuhteisiin tuntuu tuottavan kiinnostavia metodologisia keksintöjä, varsinkin, kun ymmärrys yleisöstä on kriisiytynyt pahemman keran ja yleisötutkimuksen tarkoitus osittain hämärtynyt. Omaperäisiin tutkimusasetelmiin on yleensä saatu vaikutteita jostain muualta. Esimerkiksi Ridellin (2005) esittämä antropologi S. Elizabeth Bird tutki mediasuhteita muuan muassa ”tutkijattomalla metodilla”, jossa tutkimukseen osallistujat määrittivät ja tallensivat keskustelunsa itse tai hahmottelivat erilaisissa ryhmissä tv-sarjojen käsikirjoituksia. Brittisosiologit Beverley Skeggs ja Helen Wood puolestaan ovat kehittäneet *text-in-actioniksi* nimeä-

määnsä (Skeggs & Wood 2012) katselun ja kuuntelun menetelmää saadakseen otetta television katselun affektiivisuudesta. Suomessa metodologisesti mielikuvituksellista median käyttäjätutkimusta on harrastettu esimerkiksi *Kelluvassa kiinnostavuudessa* (2012), jossa pyrittiin teemahaastattelujen, ryhmähaastatteluiden ja mediapäiväkirjojen avulla pääsemään käsiksi ikuisuuskytymykseen siitä, mikä käyttäjiä oikeasti kiinnostaa.

Tilaus oppikirjalle

Käytössä näyttää olevan sekä suomenkielisiä että vieraskielisiä oppikirjoja. Hienoa, että jotkut vielä jaksavat kirjoittaa suomenkielisiä oppikirjoja, vaikka yliopistot eivät niiden kirjoittamisesta juuri palkitsekaan. Opiskelijat kyllä arvostavat etenkin menetelmäkirjallisuutta ja tieteenalakohtaisia katsausteoksia, samoin erilaisia tutkimuskursseja opettavat opettajat. Suomenkielisten oppikirjojen kustantajana näyttää kunnostautuneen varsinkin tamperelainen Vastapaino. Käännöskirjallisuuden tai käytössä olevan (angloamerikkalaisen) tutkimuskirjallisuuden kohdalla herää tietenkin kysymys siitä, minkälaisia maailmankuvia niiden mukana raahautuu paikasta toiseen siirryttäessä (käsitteiden matkaamisesta ks. Bal 2002; Ridell, Väliaho & Sihvonen 2006).

Näyttää siltä, että median ja viestinnän tutkimuksen alalla on tarjolla ja käytössä erilaisia yleisoppaita ja erilaisten *casejen* kuvauksia, mutta väitän, että tilausta olisi jonkinlaiselle tutkimusalan metodologiselle ja menetelmälliselle käsikirjalle, oppikirjalle tai ainakin aiempaa tarkemmalle kartastolle. Teoreettista taustaa ja esimerkkejä on kyllä tarjolla, mutta jonkinlainen metatason pohdinta viestintä- ja mediatieteellisen tiedon tuottamisesta, tavoitteista ja tulkintojen tekemisestä näyttää puuttuvan. Koska tutkimusalan tiedon luonnetta koskeva yleisempi pohdinta usein puuttuu, haastetta riittää opiskelijoiden ohjaamisessa ohi nopeasti vanhentuvien tutkimusesimerkkien kohti yleisempiä metodologisia kysymyksiä.

Tämän saa jokainen menetelmä- ja tutkimuskursseja opettamaan päässyt karvaasti tuta. Kun kerran tienristeyksessä ja joutomaalla ollaan, miten selittää erilaisten tutkimustraditioiden lähtökohdat, tyylit ja tavoitteet? Millaista tietoa tuotetaan, mikä on analyysin tavoite: määrällinen, laadullinen, kriittinen, ymmärtävä, kehittävä – vai jokin muu? Mitä mistäkin mediaan liittyvästä aineistosta voi lukea ja miten tulkintoja tehdään? Mihin kaikkeen tutkimaansa suhteuttaa? Miten valottaa sitä, että yhteiskuntatieteissä pääosassa ovat usein teoria, tutkimuskysymys ja laaja metodologinen reflektio, humanistisissa puolestaan aineisto, materiaali ja käsitteet sekä tutkijan tulkinnot?

Entä miten ohjata käytäntöjä kehittäviä tutkielmia, joita niin moni haluaa tehdä, jotta tutkimuksesta olisi jotain hyötyä? Jälkimmäiseen liittyy tietenkin kaikkein olennaisin tieteen tekemisen kysymys, joka ”käytännönläheisillä” toimijoilla voi olla hakuksessa. Miksi tiede on? Miksi viestinnän ja median tutkimusta tehdään? Millaisia metodisuhdanteiden vaihteluita alalla on koettu ja nähty? Millaista normatiivisuutta metodologia ja menetelmät raahaavat mukanaan? Miten tieteidenvälisyys, monitieteisyys ja monipaikkaisuus tulisi ymmärtää?

Koiviston ja Thomasin *Mapping Communication and Media Research* (2010) rakentaa tutkimusalan laajaa globaalia karttaa, mutta tarvetta olisi myös mittakaavaltaan pienemmälle kartastolle – ja muutamalle kunnan matkaoppaallekin. Veikko Pietilän *Joukkoviestintätutkimuksen valtateilla* (1998) sekä Tuomo Mörrän, Inka Salovaara-Moringin ja Sanna Valtosen toimittama *Mediatutkimuksen vaeltava teoria* (2004) valottavat ansiokkaasti muutamien matkaseurueiden ajattelua ja liittymäkohtia viestinnän tutkimukseen, mutta yleissivistävä tutkimustraditioiden ja -menetelmien opas puuttuu – etenkin, jos ajatellaan koko kenttää, tieteenalaluokitusta mukaillen. Kateeksi käy esimerkiksi liiketalouden alaa, jossa *Menetelmäviidakon raivaajat* -teos (2011) opastaa laadullisten menetelmien käyttöön ja valintaan valaisevien esimerkkien avulla. Kuten Ronkainen ja kumppanit (2011) huomauttavat, useassa tutkimuksen tekoon ohjauksessa opaskirjassa jää yllättävän vähälle huomiolle se, miten itse asiassa tulkintoja lopulta tuotetaan.

Jokohan olisi mahdollista saada aikaan – muutamien muiden alojen mallien mukaan – esimerkiksi *Viestintätieteellinen tietäminen* -niminen oppikirja? Tai miten olisi *Viestintätieteiden vaeltavat metodit*? Oppikirjassa voisi yrittää hahmottaa erilaisia tutkimuksen tekemisen tapoja ja niiden edellyttämiä erilaisia tutkimustaitoja myös nykyisen työelämäpuheen kautta: erottaa selvästi toisistaan varsinaisen akateemisen tutkimuksen tekemisen taidot ja toisaalta erilaisten selvitysten tekemiseen tarvittavat taidot. Muutenhan käy niin, että vaikkapa ammattikorkeakouluista valmistuvat hallitsevat paremmin jotkut tutkimuksen tekniset välineet ja niiden rajoitteet kuin yliopistoista valmistuvat.

Akateemiseen tutkimukseen liittyvät taidot liittynevät lähinnä taitoihin tulkita aineistoja ja kontekstoida tutkimuksen kohteena olevat ilmiöt isoihin yhteiskunnallisiin ja kulttuurisiin kehityskaariin. Työelämässä tarvittaviin tutkimustaitoihin voisi lukea esimerkiksi kvantitatiivisen analyysin, sisällönerittelyn, verkkoaineistojen keräämisen ja analyysin, samoin esimerkiksi kehittävään tutkimukseen liittyvät taidot luoda jotakin uutta yhdessä tutkittavien kanssa jonkun organisaation hyväksi. Nämä kaikki ovat tietenkin myös akateemisen tutkimuksen välineitä ja lähestymistapoja.

Ennen alan metodologisen oppikirjan valmistumista opetusohjelmiin voi suositella ainakin yhtä kirjaa. Suvi Ronkaisen, Leila Pehkosen, Sari Lindblom-Ylänteen ja Eija Paavilaisen *Tutkimuksen voimasanat* (WSOY 2011) on hinnaltaan järkyttävän kallis, mutta sisällöltään antoisa hahmotus siitä, mistä tutkimuksen tekemisessä oikeastaan on kyse. Sitä tietoa tarvitsevat kaikki, käytännönläheisetkin.

Viitteet

- 1 <http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/>
- 2 <http://srmo.sagepub.com/>

Kirjallisuus

- Alasuutari, Pertti (2011). *Laadullinen tutkimus* 2.o. 4. uud. painos. Tampere: Vastapaino.
- Annala, Johanna & Mäkinen, Marita (2011). Korkeakoulutuksen opetussuunnitelma tulkintojen kohteena. Teoksessa: Mäkinen, Marita; Korhonen, Vesa; Annala, Johanna; Kalli, Pekka; Svärd, Päivi & Värri, Veli-Matti (toim.). *Korkeajännityksiä. Kohti osallisuutta luovaa korkeakoulutusta*. Tampere: TUP, 104–129.
- Arlander, Annette (2013). Taiteellisesta tutkimuksesta. *Lähikuva* 26: 3, 7–24.
- Bal, Mieke (2002). *Travelling Concepts in the Humanities: A Rough Guide*. Toronto: University of Toronto Press.
- Deacon, David; Pickering, Michael; Golding, Peter & Murdock, Graham (1999). *Researching Communications. A Practical Guide to Methods in Media and Cultural Analysis*. London: Arnold.
- Eskola, Jari & Suoranta, Juha (1998). *Johdatus laadulliseen tutkimukseen*. Tampere: Vastapaino.
- Fairclough, Norman (1997). *Miten media puhuu*. Tampere: Vastapaino.
- Fiske, John (1992). *Merkkien kieli. Johdatus viestinnän tutkimiseen*. Tampere: Vastapaino.
- Halonen, Irma Kaarina (2003). Perinteistä, luistelua vai jotain muuta? Mediatutkimuksen metodista. *Tiedotustutkimus* 26: 3, 17–19.
- Heikkilä, Heikki; Ahva, Laura; Siljamäki, Jaana & Valtonen, Sanna (2012). *Kelluva kiinnostavuus. Journalismin merkitys ihmisten sosiaalisissa verkostoissa*. Tampere: Vastapaino.
- Heikkinen, Hannu L.T.; Rovio, Esa & Syrjälä, Leena (toim.) (2007). *Toiminnasta tietoon. Toimintatutkimuksen menetelmät ja lähestymistavat*. Helsinki: KVS.
- Herkman, Juha (2001). *Audiovisuaalinen mediakulttuuri*. Tampere: Vastapaino.
- Herkman, Juha & Vähämaa, Miika (2007). *Viestintätutkimuksen nykytila Suomessa*. Helsinki: Helsingin yliopisto.
- Herkman, Juha & Vähämaa, Miika (2008). Kulttuurinen käänne suomalaisessa viestinnän tutkimuksessa. *Kulttuurintutkimus* 25: 3, 15–27.
- Kamppinen, Matti; Kuusi, Osmo & Söderlund, Sari (toim.) (2003). *Tulevaisuudentutkimus. Perusteet ja sovellukset*. Helsinki: SKS.
- Kantola, Anu; Moring, Inka & Väliverronen, Esa (toim.) (1998). *Media-analyysi. Tekstistä tulkintaan*. Helsingin yliopisto, Palmenia.
- Keinonen, Heidi (2008). Metodologia prosessina. Tutkimusasetelmien rakentuminen televisiohistorian tutkimuksessa. Teoksessa: Keinonen Heidi; Ala-Forssi, Marko & Herkman, Juha (toim.) *Radio- ja televisiotutkimuksen metodologiaa. Näkökulmia sähköisen viestinnän tutkimukseen*. Tampere: TUP, 121–136.
- Koivunen, Anu & Hietala, Veijo (1997). *Kanavat auki! Televisiotutkimuksen lukemisto*. Turun yliopisto, täydennyskoulutuskeskus.
- Koivisto, Juha & Thomas, Peter D. (2010). *Mapping Communication and Media Research : Conjunctures, Institutions, Challenges*. Tampere: TUP.
- Laaksonen, Salla- Maaria; Matikainen, Janne & Tikka, Minttu (toim.) (2013). *Otteita verkosta. Verkon ja sosiaalisen median tutkimusmenetelmät*. Tampere: Vastapaino.
- Laine, Markus; Bamberg, Jarkko & Jokinen, Pekka (2007). *Tapaustutkimuksen taito*. Helsinki, Gaudeamus.
- Lehtisalo, Anneli (2011). *Kuin elävinä edessämme. Suomalaiset elämäkertaelokuvat populaarissa historiakulttuurina 1937–1955*. Helsinki: SKS.
- Lehtonen, Mikko (1998). *Merkitysten maailma*. Tampere: Vastapaino.
- Liljeström, Marianne (toim.) (2004). *Feministinen tietäminen. Keskustelua metodologiasta*. Tampere: Vastapaino.
- Loseke, Donileen R. (2013). *Methodological Thinking: Basic Principles of Social Research Design*. Los Angeles: Sage.

- Matikainen, Janne (2008). Metodit – ketä kiinnostaa? *Tiedotustutkimus* 31: 1, 35–37.
- Mikkeli, Heikki & Pakkasvirta, Jussi (2007). *Tieteiden välissä? Johdatus monitieteisyyteen, tieteidenvälisyyteen ja poikkitieteisyyteen*. Helsinki: WSOY Oppimateriaalit.
- Mäkelä, Anne; Puustinen, Liina & Ruoho, Iiris (toim.) (2006). *Sukupuolishow. Johdatus feministiseen mediatutkimukseen*. Helsinki: Gaudeamus.
- Nikunen, Kaarina (2007). Kokemuksia kokemassa – kriittinen katse yleisötutkimukseen. *Tiedotustutkimus* 30: 2, 61–65.
- Pietilä, Veikko (1997). *Joukkoviestintätutkimuksen valtateillä*. Tampere: Vastapaino.
- Puusa, Anu & Juuti, Pauli (toim.) (2011). *Menetelmäviidakon raivaajat. Perusteita laadullisen tutkimuslähestymistavan valintaan*. Helsinki: JTO.
- Reunanen, Esa (2007). Kohdistajat ja kohteet sanomalehdessä. Menetelmiä vuorovaikutuksen määrän ja laadun mittaamiseksi. *Tiedotustutkimus* 30: 2, 32–51.
- Ridell, Seija (1998). Suuri yleisönmetsästys. Joukkoviestinnän vastaanoton käsitteellistämistä ja tutkimisesta 1930-luvulta nykypäiviin. Teoksessa: Kivikuru, Ullamaija & Kunelius, Risto (toim.). *Viestinnän jäljillä. Näkökulmia uuden ajan ilmiöön*. Helsinki: WSOY, 431–453.
- Ridell, Seija (2005). Loputtomia sukellusretkiä media-arjen syövereihin? Kulttuurinen yleisötutkimus 2000-luvun alussa. *Tiedotustutkimus* 28: 4–5, 85–92.
- Ridell, Seija; Väliaho, Pasi & Sihvonen, Tanja (toim.) (2006). *Mediaa käsittämässä*. Tampere: Vastapaino.
- Ronkainen, Suvi; Pehkonen, Leila; Lindblom-Ylänne, Sari & Paavilainen, Eija (2011). *Tutkimuksen voimasanat*. Helsinki: WSOYpro.
- Rossi, Leena-Maija & Seppä, Anita (2007). *Tarkemmin katsoen. Visuaalisen kulttuurin lukukirja*. Helsinki: Gaudeamus.
- Ruusuvuori, Johanna & Tiittula, Liisa (2009). *Haastattelu. Tutkimus, tilanteet ja vuorovaikutus*. Tampere: Vastapaino.
- Ruusuvuori, Johanna; Nikander, Pirjo & Hyvärinen, Matti (2010). *Haastattelun analyysi*. Tampere: Vastapaino.
- Saarenmaa, Laura (2007). Lehdistön historian portinvartijan rooli: katvealueita ja julkisinhhoa. *Tiedotustutkimus* 30: 2, 66–70.
- Saukko, Paula (2003). *Doing Research in Cultural Studies: An Introduction to Classical and New Methodological Approaches*. London: Sage.
- Seppänen, Janne (2004). *Katseen voima. Kohti visuaalista lukutaitoa*. Tampere: Vastapaino.
- Seppänen, Janne (2005). *Visuaalinen kulttuuri. Teoriaa ja metodeja mediakuvan tulkitsijalle*. Tampere: Vastapaino.
- Skeggs, Beverley & Wood, Helen (2012). *Reacting to Reality Television. Performance, Audience and Value*. London: Routledge.
- Schröder, Kim; Drotneer, Kirsten; Kline, Stephen & Murray Catherine (2003). *Researching Audiences*. London: Arnold.
- Sullivan, John L. (2013). *Media Audiences : Effects, Users, Institutions, and Power*. Los Angeles: Sage.
- Tuomi, Jouni & Sarajarvi, Anneli (2009). *Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi*. 5. uud. painos. Helsinki: Tammi.
- Ylijoki, Oili-Helena (1998). *Akateemiset heimokulttuurit ja noviisien sosialisaatio*. Tampere: Vastapaino.