

Millainen on mediamaisemamme?

■ Marja- Kaisa Aulan tokaisu Yleisradion nais- ja mieskuvaseminaarissa joulun alla jäi soimaan päässä. Kansanedustaja- tutkija sanoi, että hyvä olisi, jos vaikka ihmiskuva- analyysin avulla saataisiin viestinnän tutkimus viimein kiinnostumaan tv- ohjelmien sisällöistä. Sisällöistä, miten ihmeessä? Tekstejähän tässä viime vuosina on melkein pä pelkästään tutkittu. Aulan puheenvuoron loppuosa kirkasti ajatuksen: puhuja katsoi, että totista, systemaattista, mediakriittisesti painottunutta sisältöjen tutkimusta ei ole tehty aikapäiviin. On ikäänkuin noukittu rusinoita pullasta ja jätetty sitten asia silleen.

Ensiksi teki mieli väittää vastaan. Jonkin aikaa lausumaa maisteltuani Aulan väitteelle rupesi löytymään perusteita. Tekstit ovat tekstejä, ja niitä on käännetty uutterasti, mutta mediasubstanssin tutkimusta ei todellakaan ole paljon tehty viime vuosikymmenenä gradutöitä vaativammassa puiteissa miltään joukkoviestinnän alueelta.

Ajatus lähti kierimään eteenpäinkin. Mediamaiseman käsite on viime aikoina käynyt meilläkin muodikkaaksi. Mutta monikohan viestinnän tutkija tämän päivän Suomessa voisi hahmotella suomalaisen mediamaiseman peruspääpiirteet, siis rakenteiden ja sisältöjen mutkikkaat suhteet sellaisina kuin ne vastaanottajien silmiin näkyvät? Viestinnän tilastointi on meillä hyvällä tolalla, ja Tilastokeskuksen mediaväki ansaitsee muutoinkin kiitosta valppaudestaan, koska talossa on sinnikkäänti yritetty rakentaa pohdiskelua prosenttien ympärille. Mutta millaisen arvosanan me muut saamme tässä asiassa?

Mikä on sisältöjen ja rakenteiden suhde yhä mutkistuvassa viestintäkentässä, ja millaisia kriteerejä voidaan käyttää sisältöjen arviointiin? Käytännön kentällä on väkeä kahdessa leirissä, osa on hirveästi huolissaan ja osa on antautunut ”mitään ei mahdeta, kaikki menee” - ajattelulle. Viestintäalan tutkijoista moni ei tätäkään leirikuntaisuutta liene edes havainnut.

On muodikasta ja osin asiallisesti tottakin päivitellä, miten niukasti viestintäalan tutkimuksella ja opetuksella on resursseja alan merkitykseen suhteutettuna. Mutta jos rehellisiä ollaan, onhan resursseja sentään saatu lisää, jos lähtötasoksi otetaan vaikkapa 60- luvun tilanne — laitoksia on syntynyt eri puolille maata, kiinnostavasti erilaisin profiilein. Ilkeämielinen voisi asettaa kysymyksen toisinkin päin: onko ala antanut katetta investoinneille? Kuherruskuukausi saattaa hyvinkin olla lopuillaan, tutkimuksen ja opetuksen tason kuumentamisen aika lähellä. Toistaiseksi laitoksien kelpoisuutta mitataan lähinnä kirjojen ja artikkelien lukumäärillä, mutta projektien evaluoinnissa kysellään myös relevanssin perään. Ja yhä suurempi osa tutkimusrahoista tulee vastaisuudessaakin projektien kautta.

Väite siitä, että Suomeen mahtuu vain yksi ajatus kerrallaan, on kiistatta halpa, vulgaarikin — mutta ainakin viestinnän tutkimuksen osalta siinä on silti perää. Kun

meillä innostutaan teksteistä, koko tutkimus on pelkkää tekstiä, kaikki muu leimautuu armotta vanhanaikaiseksi. Kun innostutaan reseptiosta, vain reseptio on 'sallittua'. Kannamme periferistä identiteettiä, joka vannoo yksilöllisyyden nimiin, mutta sallii sitenkin vain marssin koko lailla yhtenäisessä rivistössä. Pahinta on se, että tutkija kokee itseään pidettävän otteeltaan vanhanaikaisena, sillä kulttuuriperiferiällä on vahva tarve osoittaa pysyväänsä ajassa mukana.

Ala myös osittuu yhä pienempiin palasiin. Tutkijat perustelevat omaa kapeuttaan sillä, että eri tutkijat erittelevät eri viipaleita ja näistä viipaleista sitten syntyy kokonaisuus. Tosiasiassa muutamaa viipaleita ositetaan yhä kapeampiin osasiin, kun taas isojaakin sektoreita on vailla minkäänlaista tutkimusta, koska ne eivät ole muodissa. Esimerkkeinä olkoot vaikkapa Aulan nimeämä sisältöjen ja siis perimmältään lähettäjäorganisaatioiden tutkimus tai viestinnän talouden tutkimus, jossa yrittäjiä on meillä todella harvassa, vaikka maailmalla alueelle on jo melkein tunkua. Ei edes uusi teknologia ole suomalaistutkijoita innostanut paljon muuhun kuin yleistäviin "kaikki muuttuu" - julistuksiin ja journalismiverkon liikuttavaan jahkailuun siitä, kuka saa ja kuka ei saa siinä avata sanaista arkkuaan web- journalismista; näyttää siis siltä, että kaikki muuttuu mutta into vetää rajoja ja huolehtia rajamuodollisuuksista säilyy täältä ikuisuuteen.

Moniko tohtii ryhtyä kuokkimaan uusinta muodikasta iskulausetta, jonka siivellä useampikin ehkä uskoo varmistavansa leipänsä lähitulevaisuudessa, tietoyhteiskuntaa nimittäin? Mitä pitääkään perimmältään sisällään tietoyhteiskunnan käsite, jonka ympäriltä ainakin uskotaan irtovan määrärahoja ja projekteja — mitä muuta kuin tietotekniikkaa, koneita ja niihin ohjelmia? Suomen kieli on yksi niitä harvoja maailmassa, joka on keksinyt nimittää kehittyntä kalkulaattoria tietokoneeksi, ikäänkuin järjestyneen viisauden lähteeksi. Sama sumutus saattaa hyvinkin jatkua tietoyhteiskuntahankkeissa, elleivät viestinnän yhteiskuntatieteilijät ja kulttuurintutkijat valpastu. Kyynisyttä parempaa sanaa on vaikea keksiä sille, että rahantulon toivon nimissä pannaan suu suppuun toistaiseksi.

Ala muuttuu rajummin kuin aikoihin niin rakenteiden kuin tuotantotapojen tasolla, mutta tutkimus ei tunnu olevan muutoksesta edes tietoinen, nyripistelee vain kaikelle, mikä haiskahtaa viestintäpolitiikalle. Joukkoviestinnässä meillä on valtakunnantasolla kukaties piankin edessä huikkeen haastava viestintäpoliittinen ratkaisu: suosiako kotimaista keskittyntä omistus pohjaa vaiko ulkomaista, usein niinikään vahvasti keskittyntä omistusta? Onko omistus pohjan muutoksella kulttuurisia vaikutuksia ja jos on, millaisia?

Valtion rooli viestinnän sääntelyssä ja ohjailussa on kutistunut entisestään, mutta jos politiikantekijöillä kuitenkin sattuisi olemaan kiinnostusta kyliksi asettaa työryhmä tai toimikunta asiaa pohtimaan, jäsenet taitaisi tarvita nimetä kansantalouden puolelta, koska 'pehmeät' viestinnän tutkijat tuskin ovat edes motivoituneita mokomaa asiaa pohtimaan. Kritiikin paikka löytyy vasta sitten, kun taloustietäjät ovat rakentaneet rautalankänäkemyksensä syy- ja seuraussuhteista ...

Jännittävää on sekin, että omaksemme väittämällämme pehmeälläkin puolella meillä on aika erikoinen logiikka, joka jää etäälle ihmisten arjesta. Kannamme pääsämme perimmältään hyvinkin loogista ja systemaattista näkemystä tutkimuskohteestamme, vaikka vannomme polysemian ja aktiivisen vastaanottajan nimiin. Olemme

vakuuttuneita esimerkiksi siitä, että viestinnän kokonaisuus näyttäytyy vastaanottajalle samanlaisena kuin itsellemme, jakautuneena eri välineisiin, genreihin, faktaan ja fiktion, joukkoviestintään ja keskinäisviestintään ja että vastaanottaja liikkuu eri elementtien keskuudessa A:sta B:hen ja B:stä C:hen. Ala on luonut oman Linnén järjestelmänsä ja olettaa, että kansa on sen ottanut omakseen. Vaan lieköhän? Jospa vastaanottaja on vielä paljon aktiivisempi ja anarkistisempi kuin tutkija tohtii kuvitellaakaan?

Joskus 70-luvulla vitsailtiin, että tiedotusopilta tuppasi tutkimuskohde katoamaan alan oikeaoppisuuden selvittelyissä. Ettei vain olisi niin käynyt nytkin? Elämä menee menojaan, viestintämaisema muuttuu, mutta viestinnän tutkimus — oppineempänä kuin koskaan — onkin kukaties rakentanut itselleen tutkimuskohteeksi mikä- mikämaan, jota ei ole olemassakaan?

Moni yksinään tutkimustyötä pakertava on katsellut haikeana niitä, jotka ovat pystyneet luomaan erilaisia opinto- ja keskustelupiirejä, joissa voidaan ajatuksia tuulettaa ja joissa tekstejä kommentoidaan. Rakentava kritiikki on harvinaista herkkua, jota joillekulle onnellisille tuntuu tihkuvan, kun valtaosa jää ilman. Periaatteessa tiedeelliset keskustelupiirit saattaisivat muotoutua erilaisten ajattelujuoksuusten kohtauspaikoiksi, joissa näkemykset pulppuavat vaivatta, koska osanottajilla on luottamukselliset välit. Mutta omien kokemusteni ja kuulemieni tarinoiden perusteella tuntuu siltä kuin tällaiset piiritkin tuppaisivat helposti kääntymään yhden totuuden iltahartauksiksi, joista väääröppiset kaikkoavat tai heidät palautetaan ruotuun luonnonmenetelmällä. Yhdenmukaisuuden paine taitaa olla suomalaisen viestinnän tutkimuksen kansallisviitsaus.

Tilanne huolestuttaa ennen muuta kolmesta syystä.

Ensinnäkin tuntuu luvalla sanoen hullulta, että viestinnän tutkimus ei ole kiinnostunut viestinnän nykytilasta Suomessa. Vertaillemme herkästi alamme tilaa muihin, joten se olisi ehkä paikallaan tässäkin. Voisiko kuvitella, että vaikkapa lääkäri tai juristi sanoisi piutpaut alansa kokonaistilanteelle ja tutkisi pelkästään ihmisen vasenta korvaa tai rikoslakia? Kyse ei ole siitä, että kaikkien pitäisi hallita kaikkea, vaan siitä, että kaikkien pitäisi edes yleisellä tasolla arvostaa, arvottaa ja jäsentää kokonaisuutta, josta hänen oma erityisalueensakin kasvaa.

Toisekseen tanssiminen kovin esoteerisen koreografian kuvioissa vaikuttaa vastuun pakoilulta tai ainakin näköalattomuudelta. Voidaan toki sanoa, että joku Majid Tehranian on megalomaaninen huikeine tulevaisuusnäkyineen ja mahtavine perspektiiveineen, mutta miten hyvää annos megalomaniata tekisikään tässä maassa tällä alalla, jonka ainoa legitiimi yhteiskunnallinen pohdiskelu on rutina siitä, miten vähän rahaa tutkimukselle on saatavilla. Rahan niukkuus on todellinen ongelma, mutta voi sitä vastaan sotia tekemällä tutkimustakin — upeaa, näyttävää, veret seisauttavaa maailmanselitystä. Viestinnän tutkijoille on vakiintunut käsitys siitä, että rahojen ja resurssien jaossa ala aina putoaa tuolien väliin ja vanhat aineet jylläävät. Toki näin saatetaan ollakin, mutta paras tapa taistella vastaa kai on se, että teemme itsemme näkyviksi, välttämättömiksi, oleellisiksi.

Kolmanneksi viestinnän tutkimuksen kapeus ja aneemisuus huolestuttavat siitäkin syystä, että viestinnän maailma on kukaties paljon kiehtovampi, upeampi, jos kohta mutkikkaampikin kuin millaiseksi tämä hetken tutkimus sen ymmärtää. On sääli, jos

tutkimus haalistaa ja banalisoi ilmiöitä pyrkiessään niitä analysoimaan. Kiireistä kommenttia kättävät toimittajat vetävät toki usein mutkat suoriksi omaan suuntaansa, mutta metsä on hukunut puilta siltäkin, joka kieltäytyy kommentoimasta sanomalla, että ei osaa sanoa mitään kokonaisuudesta, koska on fokusoinut pelkästään yhteen kokonaisuuden elementtiin. Kai sen palasen kauttakkin sentään pyritään ihmisten elämää ja olemista selittämään ja ymmärtämään?

On helppo naureskella lausuntoautomaatteja kahvikupin äärellä yliopiston kuppi-lassa, mutta miten olisi, jos panisimmekin asian paperille, jos ryhtyisimme järjestelmällisesti tutkailemaan toisaalta tutkijoita, jotka eivät halua vastuunkantajiksi, ja toisaalta journalismia, joka säännöllisesti tarvitsee kainalokepikseen media-asiiantuntijan mieli- pidettä — mikä tahansa kelpaa, kunhan lausujalla on jonkinlainen yliopistollinen asema? Kieltäytymisen perusteluksi ei kelpaa, että näin ryhtyisimme oman pesän likaajiksi.

Ehdotus: entäpä jos suomalainen viestinnän tutkimus pyrki rakentamaan suomalaisen viestinnän nykytilan ja ongelmien esittelyn, eräänlaisen kotimaisen ”McBride kommission raportin” Suomen mutkistuvasta mediamaisemasta, unohtaen paikka- kunta- ja paradigmapohjaiset koulukuntajaot ja pyrkien sen sijaan hyödyntämään tutkimusotteiden moninaisuutta niin, että selvityksestä tulisi näkemyksissään rikas ja monipuolinen. Jokin ministeriö saattaisi hyvinkin antaa rahaakin projektin siemeneksi, mutta varsinaisena kimmokkeena olisi alan tutkijoiden ja opettajien maisemansuojelullinen ammatillinen huoli huomispäivästä.

Ullamaija Kivikuru