

Potku ulkoa

"Olisi varmasti hyödyllistä lähettää journalismin ongelmiin juuttuneet suomalaiset tiedotusoppineet opintomatkalle Kanadaan, jotta heidän näkökulmansa avautuisivat uusien haasteiden tutkimuksiin."

Potkaisija, Jussi Raumolin (Helsingin Sanomat 13.3.1984), perustelee hätistelyään sillä, että Kanada on jonkinlainen elävä laboratorio viestintätekniikan kehitykselle ja käyttöönotolle. Se, mistä me suomalaiset tiedotusoppineet alamme vasta - kenties - keskustella, on Kanadassa jo historiaa.

Me rannalle jäävät voimme matkaajien terveisiä odotellessamme lukea Tiedotustutkimuksen käsillä olevasta numerosta muun muassa, miten videot (uutta viestintäteknologiaa?) yrittävät löytää markkinarakoaan niin talouden kuin tunteidemme rakenteissa. Tai voimme kotoisin voimin pohdiskella, millaisia tarinoita televisio "muuttuvassa viestintämaisemassa" (muun muassa uuden viestintäteknologian ansiosta) tarjoaa ja millaisia tarinoita tarjotusta itse sepittelemme.

"Uusiin haasteisiin" alkaa siis löytyä vastauksia jopa suomalaisilta tiedotusoppineilta.

Juuttumista journalismin ongelmiin ei tiedotusoppineille voine lukea synniksi; eivät journalismin ongelmat "uusilla haasteilla" poistu, muuttavat kenties muotoaan. Näinä "muutoksien" ja "uutuuksien" aikoina konkreettinen historiallinen tutkimus koko viestinnän kentästä näyttääkin yhä välttämättömämmältä, jotta näkisimme, mikä uudessa on uutta, mikä vanhaa uudella nimellä. Tiedotustutkimuksen historiallistamista kaivataan myös numeromme keskusteluosassa.

Jo useiden vuosien ajan Tiedotustutkimuksen pääkirjoitukset ovat peräänkuuluttaneet lehden palstoille enemmän konkreettista tutkimusta, konkreettista journalismin analyysiä ja kritiikkiä, enemmän tutkimuksen ja käytännön yhteyksiä. Näistä kehotuksista ei ole syytä luopua nytkään.

Totta on, että myllerryksiä viestintämaisemassa tapahtuu, suurimmat niistä sähköisen viestinnän kentällä: paikallisradiot, kaapelit ja satelliit-

tit levittäytyvät, videot jatkavat voittokulkuaan ... Koko länsieurooppalaisessa yleisradiotoiminnassa käydään keskustelua kahden paradigman välillä: markkinaparadigma versus yleishyödyllinen paradigma. Tällä taisteluareenalla Suomi ei ole jälkijunassa, ja uusi viestintäteknologia vain kärjittää taistelua. Yleishyödylliselle yleisradiotoiminnalle povataan jo tuomiopäivää.

Miten Suomessa? Miten yleishyödyllisyys-ideologia istuu suomalaisen kulttuurin, politiikan ja talouden maaperässä? Onko sillä elämisen mahdollisuudet ainoastaan monopolistisissa tai suhteellisen monopolistisissa oloissa? Onko yksityinen sähköinen tiedonvälitys välttämättä kaupallista? Mitä voisi olla yksityinen, ei-kaupallinen? Mikä on tulevan paikallisradion paikallisuusluonne, pelkkä alueellinen, maantieteellinen kategoriako vai jotain erityistä yhteiskunnallista, sosiaalista?

Nämä ovat vain muutamia niistä kysymyksistä, joihin tiedotusoppineet voisivat hakea vastauksia myös tämän lehden palstoilla. Uudet, rohkeat ajatukset ja näkökulmat, vaikka kuinka kotoiset ja vaikka kuinka kirjoituspöydän ääressä syntyneet älkööt pelottako tarttumasta kynään tai koneeseen.

Henkistä protektionismia Tiedotustutkimus ei aio lähteä edellä olevista painotuksista huolimatta harrastamaan. Ovet ovat avoinna kaiken maailman ajattelijaille. Myös niille, jotka eivät tunnista itseään tiedotustutkijoiksi, sillä nimestään huolimatta Tiedotustutkimus-lehti ymmärtää itsensä foorumina, jolla voivat kohdata niin tiedotusoppineet kuin yleensä kulttuuritutkijat kuin käytännön tekijät.

Kaksi lehden tekemisessä pitkään mukana ollutta, lehteä ratkaisevalla tavalla kehittänyttä järeää sopulua, päätoimittaja Jukka Haapasalo ja toimitussihteeri Kauko Pietilä hengähtävät hetken. Uudistetun vanhan toimituksen kiitokset heille; jäljet velvoittavat.

Leena Paldán