

Välittäjästä välittäviin – tieteellisen tutkimuksen ja bisneskirjallisuuden välimaastossa

■ JUKKA-PEKKA PURO

Nando Malmelin ja Markku Wilenius: *Välittäjät – Vastuullisen viestinnän tulevaisuus*. Gaudeamus 2008.

Malmelinin ja Wileniuksen teoksen otsikossa on mieltä kutkuttavia kerroksia. Vaikka tuntisi viestinnän tutkimusta vain pintapuolisesti, välittämisen kaksi merkitystä avautuvat helposti. Malmelin ja Wilenius viittaavat toisaalta välittämiseen vastuullisena ja ymmärtämään tähtäävänä toimintana, toisaalta välittämiseen informaation välittämisen tarkoittamassa mielessä. Kirja keskittyy käsitteen ensimmäiseen ulottuvuuteen ja jättää jälkimmäisen tietoisesti taka-alalle, eikä se juurikaan uppoudu niihin teoreettisiin kysymyksiin, joita sanaleikin takaa avautuu. Otsikkovalinta onkin lähinnä retoriikkaa – välittämisen monimerkityksellisyyttä käytetään kirjassa ennemminkin mielenkiinnon herättäjänä kuin käsitteellisenä tai teoreettisena haasteena.

Välittäjät vastaa kuitenkin hyvin herättämäänsä mielenkiintoon. Se on toisaalta haastattelututkimuksen raportti, toisaalta eräänlainen nasevaan ja iskevään verbaliikkaan nojautuva bisneskirja. Haastateltavia on kaikkiaan 30. Puolet heistä edustaa yritysjohtoa ja toinen puoli, kuten kirjoittajat toteavat, ”mainonnan huippuasiantuntijoita”. Haastateltavien nimet paljastetaan, mutta heidän antamiaan haastattelupuheenvuoroja, joita siteerataan teok-

ssa paljon, ei yksilöidä. Lukija siis tietää, että haastateltavien joukossa ovat esimerkiksi YLE:n Mikael Jungner ja Alma Median Kai Telanne, mutta ei sitä, mitkä teoksen si-
taateista kuuluvat heille.

Välittäjät jakautuu kahteen osaan: mainontaan ja mediaan. Malmelin on kirjoittanut ensimmäisen osan ja Wilenius jälkimmäisen. Sellaiset pääotsikot kuin ”Mainonta” ja ”Media” herättävät lukijassa väkisininkin epäilyn siitä, että kirjoittajat pyrkivät ottamaan kohteensa haltuun liiankin suureellisesti, mutta otsikointi sopii kirjoitustyyliin.

Malmelin on selkeästi viestinnän ja mainonnan tutkija, mutta Wilenius tunnetaan ensisijaisesti tulevaisuuden tutkimuksen saralta. Tulevaisuuden tutkijalle ominaista skenaariomaista ajattelutapaa näkyykin jossain määrin Wileniuksen tekstissä, mutta se on teoksessa ennemminkin myönteinen kuin kielteinen vivahde. Kaikkiaan Malmelinin ja Wileniuksen sävelet osuvat hyvin paikalleen ja teemojen tarkastelut ovat hyvin koherenssissa keskenään.

Sisällön kehittäminen nojautuu kummassakin osassa pääosin neljän keskeisen tutkimuskysymyksen varaan: miten vastuullisuus ymmärretään, minkälaisia vastuut ovat, mitkä ovat vastuullisuuden kriittisiä kohtia ja mikä merkitys vastuullisuudella on alan tulevaisuuden kannalta. Kirjoittajat lähestyvät kysymyksiään siten, että päällekkäisyyttä tai kertauksen tunnetta ei lukijalle tule. Tarkasteltavien osaluokkien suuntaus ja sisällöllinen jyvitys on tehty tältä osin hyvin.

Teoksessa on Malmelinin ja Wileniuksen osioiden lisäksi Erkki Izarran laatimia tapausanaly-

sejä. Analyysit on istutettu kirjaan niin sisällöllisesti kuin taitollisestikin erinomaisesti. Ne ovat lyhyitä, mutta kertovat osaltaan kuvaavasti vastuun käytännön ulottuvuuksista. Ajoittain lukijasta tuntuu, että kirjoittajat ovat mieltyneitä juuri tietyn tyyppisiin tapausesimerkkeihin, ja että analyysit ovat ennemminkin trendien haistelua kuin varsinaista analyysiä, mutta se ei ole pelkästään tämän teoksen ongelma.

Välittäjät on siis kokonaisuutena hyvin hallittu kokonaisuus. Se on myönteinen lukukokemus monessakin mielessä: helppolukuisen, miellyttävästi taitettu ja perustehtävänsä – haastattelujen avaamisen näköalojen argumentoimisen – hyvin toteuttava. Jotkin yksittäiset taittovirheet ja oudot kielirakenteet kertovat pienestä kiireestä tai oikoluennan puutteista, mutta kaikkiaan teoksesta välittyy huoliteltu ja pohdittu vaikutelma.

Kun teokseen pureutuu tiukemalla akateemisen tutkimuksen seulalla, sillä on kuitenkin haasteensa. Kirjoittajien valinta kulkea akateemisen tutkimuksen ja bisneskirjallisuuden välimaastossa antaa kriittiselle lukijalle valittavan paljon mahdollisuuksia pureviin välihuomautuksiin. Jotkin niistä ovat sellaisia, että niitä ei voi sivuuttaa, vaikka ymmärtäisi-kin kirjoittajien halua laajentaa lukijakuntaansa. Paikoin tuntuu, että tekstin sujuvuus on ollut sisällöllisiä pohdintoja tärkeämpää. Kirjoittajat ovat ikään kuin jääneet haastattelemiensa mainosalan ammattilaisten tyylivalintojen vangiksi.

Ensimmäinen kriittinen kysymys koskee teoksen lähtökohtia. Miksi teos on otsikoitu ”*Välittäjät – Vastuullisen viestinnän tulevaisuus*”, kun yhdessäkään haastattelukysy-

myksessä ei edes ohimennen viitata viestintään? Tämä korostuu Malmelinin haastattelujen yhteydessä – niissä puhutaan painokkaasti vain ja ainoastaan mainonnasta ja mainonnan vastuista. Jos Malmelin ja Wilenius olettavat, että mainonnan ja viestinnän tutkimus on yksi ja sama asia, se pitäisi argumentoida. Tai sitten yksinkertaisesti vaihtaa otsikkoa. Asiaan on havahduttu takakannessa ja johdannossa, joissa viestintä nostetaan käsitteenä pinnalle, mutta se on tällaisenaan lähinnä kosmeettinen ratkaisu.

Toinen kriittinen havainto koskee suhtautumista haastateltaviin. Jo se, että haastateltaviin suhtaudutaan oletusarvoisesti ”huippu-asiiantuntijoina”, sisältää haasteellisen asenteen. Millä perusteella ”huippuus” on määritelty? Onko huipuksi kutsuminen keino saada lukijat kiinnostumaan tekstistä vai suhtautuvatko kirjoittajat haastateltaviinsa kuin oraakkeleihin? Haastattelujen lukeminen herättää epäilyn siitä, että ainakin jossain määrin kyse on myös jälkimmäisestä, jolloin argumentointiin joutuu paikoin suhtautumaan skeptisesti. Jos kyseessä on akateemisen tutkimuksen raportti, lukijan pitäisi kyetä olettamaan, että tutkija ei automaattisesti oleta haastattelemansa tahon olevan jonkin korkeamman tiedon haltija. Riskinä on, että tutkimus alistuu tällöin olemaan kritiikitön kanonisoidun bisnestiedon välittäjä aidon tulkinna ja ymmärtämisen sijaan.

Kolmas haaste on tieteellisen keskustelun niukkuus. On ymmärrettävää, että bisneskirja ei mene kovin syvälle viestinnän tai mainonnan teoriaan, mutta ilmeisetkin mahdollisuudet esimerkiksi viestintäryitysten johtamisen ja toisaalta

median liiketalouden tutkimuksen osalta jäävät käyttämättä. Katsaukset sellaisiin lehtiin kuin *International journal of media management* tai *Journal of media economics* osoittavat nopeasti, kuinka monilla Malmelinin ja Wileniuksen havainnoilla on kansainväliset vastineensa. Tämä nousee esille etenkin Wileniuksen osuudessa. Mediatilouden muutokset Suomessa seuraavat kansainvälisiä trendejä, vaikka suomalaisten mediatilojen omistus onkin vielä valtaosin kansallisten rajojen sisällä. Tulevaisuuden ennakointi saisi lisää kantavuutta, jos argumentoinnissa nojaututtaisiin haastattelujen ohella niihin tutkimuksiin, joita esimerkiksi Aasian nopeasti muuttuneista mediemarkkinoista on tehty.

Nämä kolme kriittistä reunahuomiota rasittavat kirjaa, jos siihen suhtautuu tieteellisenä tutkimuksena. Ne eivät vie teoksesta uskottavuutta eivätkä ratkaisevasti vähennä sen painoarvoa, mutta jättävät nakertavan tunteen siitä, että sisältöä olisi voinut kehittää pidemmälle. Näkemys siitä, että kirjoittajat ovat nyt painottaneet turhankin paljon tyyllillisiä seikkoja sisällöllisen painoarvon kustannuksella, ei ole mitenkään mustavalkoinen. Malmelin ja Wilenius purkavat omalta osaltaan tutkijoiden ja tekijöiden välisiä ideologisia ja teoreettisia jännitteitä ja pyrkivät hakemaan jonkinlaista demilitarisoitua vyöhykettä viestinnän tutkimuksen ja alan ammattilaisten välimaastossa. Tehtävä on vaikea, ellei mahdoton. Jo pelkästään tästä syystä *Välittäjät* herättää lukijassa myötätuntoa.

Kirjoittaja on Turun yliopiston dosentti ja puheviestinnän lehtori.