



Selvitys: Viestintätutkimuksen nykytila Alankomaissa

Tekijät: VTT Liina Puustinen, PhD Peter Thomas ja VTT Mervi Pantti
Viestinnän tutkimuskeskus – CRC

Selvityksen taustaa

Selvityksessä kartoitetaan median ja viestinnän tutkimusta Alankomaissa. Hollantilainen median ja viestinnän tutkimus on Euroopan maiden kärjessä, ja alalla tehdään (Britannian jälkeen) eniten julkaisuja englannin kielellä. Vaikka viestinnän ja median tutkimus on nuorta, on sillä Hollannissa jo vankka asema. Alankomaissa on kehittynyt yliopistojärjestelmä, ja valtio panostaa tohtorikoulutukseen ja tutkimukseen.

Raportissa luodaan katsaus taustalla olevaan Alankomaiden yhteiskuntajärjestelmään sekä mediamaisemaan. Sen jälkeen esitellään median ja viestinnän tutkimuksen kannalta keskeiset tutkimusinstituutiot, yleisimmät tutkimusalueet, -aiheet ja -näkökulmat. Selvityksessä kartoitetaan myös tutkimuksen suhdetta käytännön viestintäalan työhön.

Selvityksen aineisto on kerätty syksyn 2007 ja kevään 2008 aikana, ja se koostuu hollantilaisen viestinnän tutkimuksen ja opetuksen selvityksistä, yliopistolaitosten itsearviointiraporteista sekä haastatteluista hollantilaisten viestinnän tutkijoiden ja professorien kanssa. Aineistona on käytetty myös internethakuja ja tutkimuskirjallisuutta.

Kommunikaatitieteet ja mediatutkimus

Viestinnän tutkimuksen katsotaan alkaneen Alankomaissa toisen maailmansodan jälkeen, jolloin ensimmäinen "lehdistöpropagandan ja julkisen mielipiteen" lehtoraatti perustettiin Amsterdamin yliopistoon (*Universiteit Amsterdam, UvA*) vuonna 1947. 1950-luvulla virkoja perustettiin myös Nijmegenin katoliseen yliopistoon sekä Amsterdamin vapaaseen yliopistoon (*Vrije Universiteit Amsterdam, VU*).

Ensimmäinen viestinnän tutkijasukupolvi, joka koostui lehtien päätoimittajista, otti runsaasti vaikutteita saksalaisesta lehdistötieteestä (*Zeitungswissenschaft*). Toinen akateemisen koulutuksen saanut tutkijasukupolvi suuntautui yhdysvaltalaiseen empiiriseen viestinnän tutkimukseen. 1970- ja 1980-luvun vaihteessa viestinnän tutkimus kasvoi ja sai virallisen aseman tieteenalana. Tätä ennen tutkimusta ja opetusta oli harjoitettu muiden tieteenalojen laitoksilla.

Nykyisin median ja viestinnän tutkimus Alankomaissa jakautuu yhteiskuntatieteelliseen kommunikaatitieteeseen (Communication Sciences) ja humanistiseen mediatutkimukseen (Media Studies). Kommunikaatitieteiden nimellä harjoitetaan tutkimusta ja opetusta yhteiskuntatieteellisissä tiedekunnissa olevissa laitoksissa. Kommunikaatitieteiden instituutioissa työskentelee määrällisesti enemmän tutkijoita, kuin mediatutkimuksessa, ja alan tutkimusprojektit ovat menestyksellisiä kilpailtaessa kansallisen säätiön (NWO) tutkimusrahoituksesta.



Kommunikaatiotutkimuksen rahoitus ja projektien hallinta tapahtuu keskitetysti ja laajassa mittakaavassa, kun taas mediatutkimuksen rahoitus ja hallinto on enemmän hajallaan. Kommunikaatiotieteiden parissa on perustettu valtakunnallinen tohtorikoulutusta koordinoiva viestinnän tutkimuskoulu ("research school") *NESCoR* sekä useita paikallisia tutkimusinstituutteja. Toisaalla humanistisen mediatutkimuksen projektit ovat mukana monitieteisissä tutkimuskouluissa ja paikallisissa instituuteissa. Mediatutkimuksen parissa suositaan poikkitieteellistä näkökulmaa.

Tärkeimmät instituutiot: ASCoR, NISCO, VU Amsterdam ja TWICoR

Hollannin tärkeimmät viestinnän tutkimuksen instituutiot sijaitsevat Amsterdamissa, ja myös puolet viestinnän opiskelijoista saavat koulutuksensa siellä sijaitsevilla yliopistoilla ja ammattikorkeakouluissa. Maan ja myös Euroopan johtava tutkimuskeskus on Amsterdamin yliopiston (UVA) viestinnän laitoksen yhteydessä toimiva tutkimusinstituutti *ASCoR (Amsterdam School of Communications Research)*. Sen parissa työskentelee 40 vakituista senioritutkijaa sekä 28 tohtoriopiskelijaa nelivuotisessa englanninkielisessä tohtorikoulutusohjelmassa. *ASCoR* on myös *NESCoR*in tukikohta. *ASCoR*in monitahoinen ja laaja tutkimusprofiili jakautuu kolmeen tutkimusohjelmaan: 1) Media, journalismi ja julkinen mielipide, 2) Suostutteleva viestintä ja 3) Media viihde ja populaarikulttuuri.

Radboud University Nijmegen (RU) on toinen perinteikäs yliopisto, joka on merkittävä viestinnän tutkimuksen kannalta. Yliopistolla on oma tutkimusinstituutti *NISCO (Nijmegen Institute for Social and Cultural Research)*, jossa tutkitaan erityisesti media käyttöä, poliittista viestintää sekä joukkoviestimiä osana kulttuuria ja yhteiskuntaa.

Tärkeä viestinnän tutkimuksen keskus on myös *VU University Amsterdam*, johon perustettiin vasta 2003 uusi viestinnän tutkimuksen laitos. Laitos on kuitenkin kasvanut nopeasti ja sen erikoisalueet mediapsykologia ja uusi media nähdään erityisesti tulevaisuudessa merkittävänä tutkimusalueina. Myös Twenten yliopiston viestinnän laitoksen yhteyteen on viime aikoina perustettu viestinnän tutkimusinstituutti *TWICoR (Twente Institute for Communication Research)*, jossa tutkitaan erityisesti viestinnän sosiaalisia vaikutuksia sekä viestinnän välineitä ja keinoja.

Humanistista mediatutkimusta harjoitetaan muun muassa Amsterdamin yliopiston mediatutkimuksen laitoksen yhteydessä toimivassa *ASCA (Amsterdam School for cultural analysis)* instituutissa, jonka aloja ovat kulttuurintutkimus sekä elokuvatutkimus. Utrechtin yliopistossa poikkitieteellisessä *Research Institute for History and Culture* tutkimusinstituutissa harjoitetaan myös mediatutkimusta.

Tutkimuksella kiinteä suhde käytännön mediatyöhön

Median ja viestinnän tutkimus Hollannissa rahoitetaan pääosin valtion yliopistoille osoittamalla tutkimusmäärärahoilla sekä riippumattomien säätiöiden varoilla. Viestintätutkimuksen parissa varsinaista soveltavaa tilaustutkimusta tehdään vähän. Akateemiset tutkimusinstituutit ja laitokset



pitävät tärkeänä tieteen riippumattomuuden ylläpitämistä. Mutta toisaalta tutkimuksen yhteyksiä käytännön viestinnän ammattien harjoittamiseen sekä yhteiskuntaan pidetään erittäin tärkeinä, ja yhteistyöllä on pitkät perinteet. Hollannissa akateemisen tutkimuksen tehtävänä on osallistua yhteiskunnalliseen keskusteluun ja sosiaalisten kysymysten selvittämiseen.

Viestinnän tutkijoilta pyydetään neuvonantoa niin julkisen palvelun kuin yksityisen sektorin mediataloista ja liikeyrityksistä sekä kunnan- tai valtionhallinnon yksiköistä. Esimerkiksi valtakunnalliselle televisioyhtiö NOSille viestinnän tutkijat ovat tehneet yleisötutkimuksia sekä selvityksiä monikulttuurisuuden haasteista.

Vaikka ja tilaustutkimuksiin suhtaudutaan pääosin varauksellisesti, vaihtelee asenne eri yliopistoissa ja instituutioissa. Ammattikorkeakouluissa soveltava tutkimus ja liikemaailmalta tuleva rahoitus nähdään oleellisena. Esimerkiksi Utrechtin ammattikorkeakoulussa *Cross Media Content* -tutkimusyksikkö suunnittelee ratkaisuja mediataloille niiden siirtyessä perinteisestä uuteen mediaan. Myös VU Amsterdamin yliopistoon on hiljattain perustettu sekä perus- että soveltavaa tutkimusta palveleva monitieteinen viestintäteknologiaan keskittynyt yksikkö *CAMeRA@VU*.

Uusi media, poliittinen viestintä, journalismi ja populaarikulttuuri

Kommunikaatitieteiden parissa, erityisesti ASCoRissa ja VU Amsterdamin hallitsee empiirinen ja määrällinen tutkimusote. Mutta myös laadullisella ja tulkitsevalla näkökulmalla on oma tärkeä paikkansa. Tulkitsevaa, kulttuurista näkökulmaa harjoitetaan enemmän humanistisen mediatutkimuksen parissa, esimerkiksi Amsterdamin yliopiston ASCA-instituutissa. VU Amsterdamin viestinnän laitoksen mediapsykologian tutkijat käyttävät runsaasti luonnontieteistä peräisin olevia kokeellisen tutkimuksen menetelmiä.

Tärkeitä teemoja hollantilaisessa median ja viestinnän tutkimuksessa ovat tällä hetkellä muun muassa uusi media, poliittinen viestintä, journalismi ja populaarikulttuuri.

Uutta mediaa, joukkoviestinnän digitalisoitumista, Internetiä ja mobiiliviestintää tutkitaan lähes kaikissa viestintätutkimuksen instituuteissa ja useilla laitoksilla. Uutta mediaa tutkitaan niin sen tuotannon, sisältöjen kuin käytön näkökulmista. ASCoRissa tehdään tutkimusta esimerkiksi digitaaliaikakauden uutisjournalismista. VU Amsterdamin tutkijat selvittävät internetin ja uuden median psykososiaalisia vaikutuksia. Myös poliittinen viestintä sekä viestintäkampanjat ovat merkittäviä tutkimusalueita edellä mainituissa yliopistoissa.

Populaarikulttuurin ja mediaviihteen tutkimus ovat keskeisiä tutkimusalueita niin viestintätutkimuksen kuin mediatutkimuksen instituutioissa. Globalisaatio, maailmanlaajuinen muuttoliike, monikulttuurinen yhteiskunta ja etniset vähemmistöt muodostavat hollantilaisessa yhteiskunnassa ajankohtaisen kontekstin, jotka ovat oleellisia ymmärrettäessä median ja viestinnän ilmiöitä.

Tulevaisuuden tutkimuksen aiheiksi Hollannissa nähdään digitaalinen media, mobiilimedia, medioiden konvergenssi (eli yhdentyminen), globalisaatio, viihde ja populaarikulttuuri.