

Yliopisto median murroksessa. Käytännön kokemus journalistiikan opetuksesta.

Luento  
Tampereen Yliopisto  
2.4.08 kello 14.15  
Hannu Olkinuora

Hyvät journalismin ystävät,

Media ja joukkotiedotus ovat historiansa suurimman muutoksen kourissa. Eräiden arvioiden mukaan muutos on suurin minkä mikään toimiala on koskaan kokenut. Journalistiikka on joukkotiedotuksen keskeisenä työkaluna tämän muutoksen keskipisteessä. Kun ympäristö muuttuu, muuttuvat toimintaedellytykset. Ja paine kohdistuu myös ytimeen. On siis selvää, että journalismikin muuttuu. Journalistien on syytä itse kysyä miten olemme valmiit työtämme muuttamaan ja kuinka paljon voimme siihen itse vaikuttaa.

Tämä jos mikä on mielenkiintoinen lähtökohta yliopistolle. Ilmiössä riittää tutkittavaa ja opetettavaa. Kun minua on ystävällisesti pyydetty kertomaan kokemuksistani vuoden kestävästä journalistiikan vierailuprofessorin ajalta kevätlukukauden päätöksen jo hämmöittäessä, teen sen mielelläni, koska tämä vuosi on ollut todella inspiroiva. Mahdollisuus keskittyä tähän suureen murrokseen täällä vapaassa ja riippumattomassa yliopistossa on ollut ainutlaatuinen kokemus.

Aion selvittää teille näkemyksiäni tämän murroksen syistä ja seurauksista ja kerron teille mitä olemme täällä kuluneen lukuvuoden aikana tehneet. Koska olen perimmältäni journalisti, täytyy minun tietenkin saada arvioida myös sitä miten yliopisto instituutiona selviää tästä murroksesta.

Vierailuprofessorin tavoite on käytännön kokemusten ja näkemyksen tuominen tutkimukseen ja koulutukseen. Olen ottanut tämän aika sananmukaisesti. Olemme järjestäneet tiedotusopin laitoksella maisteritason opiskelijoille kurssin, jolla olemme suunnitelleet ja toteuttaneet journalistisen julkaisun oikeasti, oikealle kohderyhmälle.

Tavoitteenamme on ollut paitsi opettaa miten käytännön mediaprojekti toteutetaan, myös selvittää opetuksen kautta miten journalismi erityisesti verkossa on kehittynyt. Miten se vaikuttaa perinteiseen lehtijournalismiin ja päinvastoin. Miten yleisö muodostaa yhteisöjä, miten yleisö saadaan muodostamaan niitä ja miten yhteisö voi tuottaa tärkeäksi kokemaansa sisältöä julkaisuun.

Kurssi määritteli kohderyhmän. Kohderyhmä ei tiennyt tarvitsevansa juuri tätä julkaisua. Teimme kuitenkin perusteellista työtä. Kohderyhmän tarpeet selvitettiin ja julkaisulle luotiin journalistinen missio. Opiskelimme journalistista markkinointia ja vedimme naruista, jotka näyttivät johtavan lukijoiden yhteisön muodostumiseen.

Tampereen yliopiston henkilökunnalle – muille kuin tutkijoille ja opettajille – suunnattu julkaisu MappiE on ilmestynyt tammikuusta lähtien paperilehtenä ja verkossa. Verkkajulkaisua on päivitetty jatkuvasti ja paperilehtiä on tehty dummy mukaan lukien seitsemän. Kuukausi sitten toteutimme projektin yliopiston 24 tuntia nimeltä ”Päivämappi” yhteistyössä kuvajournalistikurssin kanssa ja apuna meillä oli myös Nokian tutkimuskeskus, jonka avulla selvitimme mobiiliin toimittajatyökalun käyttöä. Jatkamme vielä muutaman viikon toimitustyötä, jonka jälkeen arvioimme mitä on saatu aikaiseksi.

Tärkeintä tässä projektissa on ollut se, että se voitiin luoda tyhjästä ja aloittaa puhtaalta pöydältä. Lukuisa joukko luennoitsijoina vierailleita asiantuntijoita takasi että meillä on käytössä viimeisin tieto.

Kurssilaiset sanovat arvostavansa eniten tällaista oikean käytännön työn kautta tapahtuva opetusta, johon yhdistetään alan asiantuntijoiden luennot.

Journalismia on opetettu tässä yliopistossa omien julkaisujen avulla aiemminkin ja sitä tehdään edelleen. Meidän kurssimme vahvistaa selvästi, että laboratoriossa oppii enemmän kun toiminta on mahdollisimman käytännönlähteistä ja opetus tapahtuu ratkaisemalla samoja ongelmia kuin mihin toimittaja tulee törmäämään työssään. Jotta murrosta voi ymmärtää, täytyy tietä mikä muuttuu.

Mitkä tekijät vaikuttavat yleisön mediakäyttäytymisen muutokseen? Miten nämä parametrit muuttuvat ja miksi? Yksinkertaisia kysymyksiä suurista asioista. Toimittajien ja toimitusten täytyy esittää näitä kysymyksiä jatkuvasti. On tärkeää että toimittajaopinnoissa opetetaan vastausten hakemisen näihin kysymyksiin kuuluvan ammattitaitoon.

Vuosien saatossa olen tutustunut muutamiin amerikkalaisiin yliopistokampuksiin, joissa journalismin opiskelijat toimittavat joko yliopiston tai jopa koko paikkakunnan kaupallista julkaisua eetterissä, paperille painettuna tai netissä. Äskettäisellä opintomat kallani Yhdysvalloissa vierailin jälleen eräällä tällaisella oman lehtensä tekevällä kampuksella.

Kun ajattelen opetusta ja muutoksen tutkimista, ei parempaa keinoa ole kuin opetuksena tehtävä oma julkaisu. Jatkuvat toimitukselliset päätökset ovat parasta pohjaa ammattitaidolle. Miksi Tampereella ei voitaisi tällaista tehdä? Jos ei yksin niin yhteistyössä jonkun kaupallisen toimijan kanssa.

MappiE rohkaisee yliopiston johtoa ainakin pohtimaan näitä vaihtoehtoja. Hyötynäkökohtia on runsaasti. Oman yhteisön vahvistuminen ei ole näistä vähäisin.

Julkaisuprojektistamme on lyhyessä ajassa tullut yleisönsä näköinen. MappiE on yliopistolla tunnettu ja se on hyvää vauhtia muodostumassa yhteisönsä kitiksi, jossa toimitus on pystynyt tuomaan journalistisin keinoin – vanhoihin ja uusiin – keskusteluun yhteisön kannalta tärkeitä asioita. Tutkimuksellisesti tämän mittainen hanke on vain raapaisu, jonka pohjalta ei pystytä tekemään kovinkaan syvällisiä johtopäätöksiä journalismin muuttumisesta. Silti tälläkin ajalla pystyimme osoittamaan, miten tärkeitä muutokseen vastaaminen kokeilun keinoin on.

Olemme pystyneet osoittamaan miten helppoa uusien julkaisujen tekeminen on. Toisaalta taas olemme vakuuttuneita että ilman journalistista ammattitaitoa pysyvää jälkeä ei synny. Vaikka johtava opetusmetodimme onkin ”venäläinen uimakoulu” ovat kurssin opiskelijat osoittaneet haluavansa laadullisesti korkeatasoista journalismia – ja marisheet vanhojen toimittajien tapaan että aika ei ole laatuun riittänyt..

Käytännön näkökulmaan liittyy myös professuurini toinen teema, mediajohtaminen. Viime vuoden lopulla tamperelainen kunnallisneuvos C V Åkerlundin säätiö lahjoitti Tampereen yliopistolle viisivuotisen mediajohtamisen professuurin. Oppituolin perustaminen ja opetussuunnan suunnittelu ovat täydessä käynnissä ja tällä viikolla täällä järjestään aiheesta kansainvälinen tutkijaseminaari.

Mediajohtaminen on kapea poikkitieteellinen suuntaus johtamistieteiden ja tiedotusopin välimaastossa. Tampereella se onkin aivan oikein näiden kahden laitoksen yhteishanke. Mediajohtamisen koulutus ja tutkimus ovat käsillä olevassa murrosvaiheessa entistäkin tärkeämpiä. Media on perinteiltään vahva toimiala. Siksi sen muuttaminen vaatii vahvaa johtajuutta ja tietoa muutoksen suunnasta. Tätä tietoa voi yliopisto tuottaa ja tällä tiedolla muutosta voi ohjata. Olisi luontevaa ja hyödyllistä, jos mediaa ohjaavia perususkomuksia pystyttäisiin arvioimaan kriittisesti riippumattomassa yliopistossa.

Sen ymmärtäminen, että medialla on aina ollut yhteiskunnallisesti tärkeä tehtävä, on muutoksessakin oleellista. Tähän yhteiskunnallisesti merkittävään toimintaan vaikuttavat monet muutkin yhteiskuntaa muuttavat voimat. Omistajien ja mediajohtajien kiitollinen tehtävä on ymmärtää miten julkaisemisen missio muotoillaan ja miten sitä toteutetaan. Se, että maailma on muuttunut paremmaksi, ei poista journalistisen mission tarvetta. Sen olemassaolosta ja kehitymisestä suurimman vastuun kantavat kustantajat.

Mediajohtamiseen erikoistuneissa yliopistoissa maailmalla murrosta lähestytään eri kulumista: Jossain tutkitaan murroksen vaikutuksia mediarytyksiin, toisaalla mainonnan ja markkinoinnin muutoksia tai teknologian mahdollisuuksia. Johtamisen kannalta yhtä tärkeitä on sisällön suunnittelu ja sen tuottaminen uusilla tavoilla.

Mediajohtamisen suuntauksista tässä näkökulmassa, jossa journalismilla on selkeä paikkansa, Tampereella on selkeä erikoistumisen paikka. Verkottumalla Suomessa ja kansainvälisesti, alueella on paljon saavutettavissa. Siitä hyötyvät niin tämän yliopiston opiskelijat kuin alan käytännön toimijatkin.

Olen jo pariinkin otteeseen ehtinyt esittää väittämän suuren murroksen takana olevista tekijöistä. Mikä yleisön mediavalintoja ja tottumuksia ohjaavassa käyttäytymisessä muuttuu ja miksi. Tältä paikalta en voi esittää näitä kysymyksiä yrittämättä vastata niihin.

Otan tarkasteluun neljä näkökulmaa, jotka vaikuttavat journalismiin, toimittajan työhön ja tiedonvälitysorganisaatioiden toimintaan.

1. Yleisöt jakautuvat yhteisöihin toisella tavalla kuin aikaisemmin. Yhteisöjen jäsenten kommunikointia ylläpitävät aiheet muuttuvat jäsenten arvomaailman muuttuessa. Joukkotiedotuksen voima suurien yhteisöjä koossa pitävänä tekijänä heikkenee viihdettä lukuun ottamatta.

Yhteiskunnallisesti merkittävät aiheet eivät enää kerää samanlaisia yleisöjä kuin ennen. Perinteisesti tärkeiden asioiden tuntumaan kokoontuu pienempiä, sirpaleisempia yhteisöjä suurten joukkojen kerääntyessä perinteisessä katsannossa kevyempien aiheiden ympärille. Tästä asiasta kärsivät median ohella kaikki kansalaisaktiivisuuden varassa toimivat instituutiot – puoluepolitiikka (äänestäminen) ja kirkko näkyvimpinä esimerkkeinä.

Arvopohjaisen sirpaloitumisen lisäksi yleisön mediakäyttäytymisessä tapahtuu muutoksia, jotka ovat seurausta perheyhteisön aseman muuttumisesta, työelämän muutoksesta ajankäytön arvostuksista sekä muuttoliikkeestä suuriin asutuskeskuksiin.

2. Samaan aikaan teknologian kehitys tietoliikenteessä on mahdollistanut viestinnän moninkertaistumisen. Laajan kaistan levittäytyminen yhdessä internetin kanssa antaa jokaiselle meistä mahdollisuuden seurata ääretöntä määrää medioita.

Kymmenessä vuodessa on tapahtunut harppaus, joka on vienyt meidät räätiseivistä modeemeista jokaisen taskussa olevaan laajakaistaan kahden elokuvalipun hintaisella kiinteällä kuukausimaksulla.

Yhdensuuntainen joukkoviestintä on saanut rinnalleen voimakkaasti kasvavan yksilöiden ja pienempien ryhmien viestinnän, josta osa täyttää median tunnusmerkit. Se on kohdistetumpaa ja ennen muuta se on monensuuntaista ja vuorovaikutteista. Tästä näkökulmasta katsoen joukkoviestinnän paradigma on murtunut kun perinteisen toimintatavan rinnalle on syntynyt toimintatavaltaan ja tavoitettavuudeltaan erilainen viestintä.

3. Yleisön valinnan mahdollisuudet lisääntyvät

Yhtäkkiä me voimme seurata kaikkia maailman tiedotusvälineitä reaaliaikaisesti. Voimme verrata näkökulmia ja toimittajien töitä. Läpinäkyvyys ja toisaalta median keveämmän genren laajeneminen tekee meistä kriittisempiä. Blogosfääristä katsoen toimittajan työ näyttää helpolta.

Valinnan vapauden kasvaminen vahvistaa tarjonnan sirpaloitumista. Suuret tekijät, joilla on vahvoja tavaramerkkejä; suuria lehtiä, televisiokanavia jne vahvistavat keskittymistä keräämällä yhä suuremman osan yleisöistä ja näin ollen mainostuloistakin. Mutta ne tekevät sen yhä useammalla kanavalla ja tavaramerkillä, sirpaloimalla omaakin toimintaansa.

Sirpaloituminen tulkitaan ilmiönä kielteiseksi, koska se viestin lähettäjän kannalta hankaloittaa perillemeno. Toisaalta kanavien hajoaminen pienemmiksi lisää myös moniarvoisuutta, joka on selvästi edelleen keskittyvässä mediamaaisemassa arvokasta. Ja toisaalta kohderyhmistä tulee tarkemmin määriteltäviä, mikä helpottaa sekä tekijöiden että mainostajien elämää.

4. Kilpailu lisääntyy ja keinot monipuolistuvat. Sirpaloitumisesta ja teknologisesta kehityksestä johtuen median keskinäinen kilpailu kovenee.

Kynnys tulla alalle on matala. Internet mahdollistaa helpon ja huokean jakelun. Vanhojen liiketoiminnan ansaintamallien ja toimintatapojen rapautuminen synnyttää uusia innovaatioita. Mukaan on tullut toimijoita, jotka ovat tehneet täysin uudenlaisia mediatuotteita (hakukoneet) tai ovat laajentaneet toimintaansa tälle alueelle (operaattorit, laitevalmistajat). Me emme edes muista miten uusia! Alueelliset monopolit murtuvat. Kumppaneista voi tulla kilpailijoita ja kilpailijoista kumppaneita. Suuruuden ekonomian luoneet, vanhoihin tapoihin tottuneet toimijat ovat pakotettuja uusimaan ajatteluaan. Suuruuden ekonomian murtumisen kriittisen pisteen lähestyessä veitsi on kurkulla ja uudistuminen on pakko.

Ansaintamalleista paras; lehdistön arvo sekä lukijoille että mainostajille, on kovien paineiden alla. Yhdysvalloissa suurten metropolien sanomalehdet ovat tällä hetkellä vapaassa pudotuksessa. ”The Golden Goose Is Dead”, opin kuukausi sitten tekemälläni opintomatalla Yhdysvaltoihin. Kultamunia munivan hanhen toimintatavat aiheuttavat enemmän ongelmia kuin ratkaisevat niitä, sanovat useat havainnoitsijat.

Yhdysvaltain markkinoista ei voi tehdä pitkälle meneviä johtopäätöksiä. Suomalaiset mediayhtiöt tekivät viime vuonna kaikkien aikojen parhaat tuloksensa. Kassat ovat täynnä rahaa, toimialajärjestelyjä on ilmassa ja hanhi näyttää hautovan tyytyväisenä.

En väitä, että maailma olisi näin mustavalkoinen. Mutta väitän, että kaikki edellä luetellut ilmiöt vaikuttavat jo Suomessa ja muuallakin Euroopassa.

Tärkein kysymys journalismin kannalta on miten se kestää ympäristössä vallitsevan muutospaineen. Miten se muuttuu ja onko sillä tulevaisuudessa samaa sijaa kuin siinä noin sadan vuoden lähihistoriassa, jossa sananvapauden, journalismin ja joukkotiedotuksen osuus yhteiskunnallisessa kehityksessä on ollut aivan ratkaisevaa.

Käsillä olevassa murroksessa on selvää, että yleisön suhtautuminen mediaan ja sen kulutukseen on muuttunut. Ja samanaikaisesti median suhtautuminen yleisöön on muuttunut. Nyt punnitaan kuinka paljon media voi lujittaa yleisösuhdettaan kehittämällä vanhaa koettua ydintään, journalismia. Vai ovatko kuvaamani muutosparametrit sellaisia, joihin voimme reagoida vain jälkijättöisesti?

Samalla punnitaan miten tiedotusvälineet pystyvät näkemään yleisön tottumukset kommunikoida keskenään ja luoda omia yhteisöjään. Nuoret elävät tässä maailmassa jo nyt, henkisesti vireät suuret ikäluokat ovat valmiita siihen. Mikäli mediaorganisaatiot eivät pysty näkemään mikä voimavara yleisön ottamisessa osaksi tuotantoprosessia on, alkaa lihavakin hanhi riutua.

Uutisjournalismi on ollut se tekijä, josta kansalaiset ovat olleet valmiit maksamaan. Lisäarvo ja maksuhalukkuus ovat kuitenkin kadonneet, kun tarjonta on kaikkien saatavilla eikä todellisten uutisten määrä ole lisääntynyt. Haluanko maksaa erilaisista sanajärjestyksistä, lennokkaista ilmaisuista tai kymmentä minuuttia aikaisemmin saamastani uutisesta? Markkinoiden vastaus näyttää olevan aika tyly; kun tarjonnan niukkuus on kadonnut, on maksuhalukkuus mennyt saman tien. Tarjontaa lisäävät uutiset alueilta, joita ei aikaisemmin pidetty merkittävänä.

Pelastusrengas, johon me toimittajat mielellään tartumme, on riippumattomuus, luotettavuus ja syvyys. Kai ihmiset ymmärtävät, miten arvokasta on se, että me teemme työtämme yhteiskunnassa vallitsevista eturyhmistä riippumatta, hankimme paljon tietoa, josta seulomme esiin oleellisen ja asetamme sen oikeisiin yhteyksiinsä. Lisäksi kerromme vielä käsityksemme siitä miksi näin kävi ja mihin ollaan mahdollisesti menossa.

Toimittajana uskon, että näillä asioilla on arvonsa, ja niistä ollaan valmiit maksamaan. Internetavaruus korostaa luotettavan tiedon tarvetta ja se arvo tuntuu vain kasvavan. Sen lisäksi että toimittajat ovat puheenaihebusineksessä, he ovat myös luotettavuusbusineksessä.

Journalismin historia osana joukkotiedotusta on aika lyhyt. Kirjoja on painettu vajaat 500 vuotta ja sanomalehtien kulta-aikaa on eletty siitä vain sata vuotta. Tänä aikana journalismin hallitseva lajityyppi on ollut poliittinen, yhteiskunnan kehitystä jonkun ideologian kannalta asioita ajava. Suomessa riippumattomaksi tiedotusvälineet julistautuivat riippumattomiksi vasta poliittisen kantoaallon heikentyessä varsin äskettäin.

Kun riippumaton uutisvälitys elää omaa, uutta ”arvotonta” elämäänsä, mikä on siitä jäljelle jäävän luotettavuuteen perustuvan journalismin lisäarvo? Palaammeko takaisin asianajoaikaan? Onko tulevaisuus pelkästään mainosrahoitteen journalismin, joka ei sellaisenaan riitä monipuolisten journalististen tuotteiden toimittamiseen? Oliko intresseistä riippumaton journalismin kehitysvaihe ohimenevä ilmiö, jota seuraa toinen. Seuraako omaehtoista riippumattoman journalismin kautta yleisön diktatuuri – laji, jota nyt paljon tutkittu ja kokeiltu yleisölähtöinen, yleisön tuottama journalismi oikein hyvin ruokkii.

Kun yhden välineen keräämät yleisömäärät vähenevät, rapautuu suuruuden ekonomian mahdollistama rahoitusmalli. Aikaisemmin pystyttiin sanomalehtien toimitukset mitoittamaan levikkikappaleiden mukaan, koska niiden avulla pystyttiin määrittelemään myös kaava markkina-alueen mainostuloihin. Mikäli tämän perinteisen toimintamallin pohja pettää, sillä on vakavia seurauksia journalistiseen tuotantoon; sen kattavuuteen ja laatuun.

Tämän näkymän toteutumisen ehkäisemiseksi on mediayhtiöiden lisättävä panoksiaan kehitystoimintaansa. Yleisön käyttäytymisen muuttuminen on pysyvää ja yleisön suhtautumisen on muutettava median omia toimintatapoja.

Muutos on suuri staattiselle ja hyvinvoivalle toimialalle, joka perinteisesti on panostanut erittäin vähän kehitykseen. Muutoksen välttämättömyyden käsittelykin on hankalaa, kun toisaalta olemassa olevan toiminnan kannattavuutta halutaan suojella. Yhtiötasolla strateginen ajattelu alalla on lyhytjänteistä puolustusvoittoista reagoimista. Vanhan liiton toimittajat taas varjelevat integriteettiään liikaakin altistumatta vuoropuheluun yleisönsä kanssa.

Mediayhtiöt tulevat laajentamaan käsitystään markkinoistaan. Perinteisen journalismin rinnalle nousee journalistisia palveluja, jotka yleisö kokee välttämättömäksi. Jakelukanavat monipuolistuvat. Viestintä tapahtuu siellä, missä yleisö on. Sosiaalinen media hakee hahmonsä ja vahvistaa nykyisiä kehitystrendejä. Mainosraha ei vähene vaan hakeutuu yhä useampiin kanaviin. Journalististen innovaatioiden kysyntä on suuri. Paikallisyhteisöt ovat vahvoilla, koska ne ovat fyysisesti luontevin kohderyhmä. Paikallisjournalismi tulee olemaan se väliaine, jolla rakennetaan siltaa yksityisestä yleiseen. Kaikilla kanavilla. Tekstillä, äänellä ja kuvalla – liikkuvalla ja jäädytetyllä.

Yhdysvalloissa mainonnan kehitysennusteet povaavat paikallisen mainosrahan suurimman kasvun tulevan verkossa tapahtuvasta videomainonnasta – alue, josta emme edes tunne.

Merellä tuulee ja pilvet ovat synkkiä. Purjehtijana tiedän, että mereltä ei pääse pois tuulen yltyessä. Ainoa keino selviytyä, on säätää purjeita ja pitää vauhtia yllä.

Journalismin tekijöiden kannalta joukkotiedotus on historiansa mielenkiintoisimmassa vaiheessa. Ikäviä kysymyksiä pitää voida esittää rehellisen tulevaisuudenkuvan hahmottamiseksi.

Murros heijastuu siis kaikkeen mitä teemme. Se luo monimedian, jossa toimitukset eivät elä kuten ennen, jossa lukija arvottaa uusia asioita vanhojen rinnalla, jossa mainostaja hakee uusia kontakteja, jossa omistajat joutuvat katsomaan pidemmälle kuin kvartaaliin ja jossa julkisella palvelullakin on selkeä paikkansa.

Opetukseen näin merkittävä journalismin muutoksen pitää heijastua selkeästi. Journalismin opetuksen tulee kattaa kaikki välineet ja keskittyä journalistisiin perusasioihin – ja muutoksen hallintaan ymmärtämällä miten yleisö ajattelee.

Tutkimuksen on tunnettava nykyistä selkeämmin muutokseen vaikuttavien tekijöiden suunta ja kehitys. Avainkysymyksiä ovat yleisön arvot ja asenteet mediaa kohtaan ja toimittajien asenteet yleisöön. Vastausta joukkoviestinnän tulevaisuuden muodoista on haettava kaikin käytettävissä olevin keinoin.

Yliopisto murroksessa

Suomalaiseen yliopistoon kohdistetaan suuria muutoksen odotuksia. Poliitikot puhuvat maailmalta opittua mantraa: Opetus, tutkimus, kansainvälinen kilpailukyky – huiput.

Suomalaisen korkeakoulun opetus kärsii huomattavasta resurssipulasta ja resurssien huonosta jaosta. Perusopetukseen pitää saada enemmän resursseja. Syventävä opetus ja siihen liittyvä tutkimus kärsii suomalaisesta suljettujen ovien toimintakulttuurista. Professorit tulkaa esiin! Hallintokuormaa hallinnolle ja asenne ketä varten täällä ollaan kuntoon. Tutkinno uudistuksen arviointiin sopii nostaa mukaan mahdollisuus lähettää kandidaatit töihin ensimmäisen opintovaiheen jälkeen ja sopia työnantajien kanssa, että maisteritutkinto hyödyntää työkokemusta samalla kun se syventää opintoja. Hyöty olisi sekä yliopiston että teollisuuden.

Tällä kokemuksella olisi nyt luontevaa vaatia tiiviimpää yhteistyötä viestintäteollisuuden kanssa. Siinä onkin parannettavaa. Sitä ennen täytyy kuitenkin oma toiminta olla sellaisessa kuosissa, että yliopistolla on vuoropuhelun toisena osapuolena annettavaa. Tutkimusaloitteet täytyy ottaa vielä nykyistä tukevammin omiin käsiin.

Tärkeintä: Onko meillä joukkotiedotukseen, journalismiin ja sen arvoihin, yleisön käyttäytymiseen, markkinoiden kehittymiseen ja median johtamiseen liittyvää relevanttia tutkimusta riittävästi?

Onko koko alueelta ja näistä näkökulmista selkeä suuri kuva, johon liittyviä syy-yhteyksiä osataan selvittää niin, että pystytään tekemään johtopäätöksiä ja toimimaan.

Vain tiedolla mikä muuttuu ja miksi, voidaan muutokseen vaikuttaa.

Hyväksi lopuksi lainaan maailman tunnetuinta vuosittaista mediatapahtumaa, Oscar-gaalaa:

Kiitos kaikille, jotka ovat tehneet tämän mahdolliseksi: Oppilaat, opettaja- ja tutkijakollegat sekä Helsingin Sanomain säätiö. On hienoa työskennellä vapaassa ja riippumattomassa sivistysyliopistossa.