

# Tiedeviestintä osana tutkimuksen vaikuttavuutta

RIITTA TIRRONEN

Tieteen ja tutkimuksen vaikuttavuudesta puhutaan tiedepolitiikassa ja tutkijoiden piirissä yhä enemmän. Taustalla on tarve tuoda esiin tieteellisen työn merkitys yhteiskunnassa laajasti ja tehdä näkyväksi tulokset, jotka on yhteisillä varoilla toteutetussa tutkimuksessa saatu aikaan. Mutta mitä tutkimuksen vaikuttavuudella tarkoitetaan ja miten se näkyy? Tuottaako vaikuttava tutkimus taloudellista hyvinvointia, uusia teknisiä keksintöjä, ratkaisuja globaaleihin ongelmiin, tietoa opetuksen tueksi, oivaltamisen iloa vai kaikkea tätä?

Näihin kysymyksiin on haettu vastauksia luomalla erilaisia vaikuttavuuden käsitettä avaavia malleja. Perusjakona voi pitää erottelua tieteelliseen vaikuttavuuteen ja yhteiskunnalliseen vaikuttavuuteen. Tarmo Lemolan ja kumppaneiden (2008, 9–10) tutkimuksessa yhteiskunnallista vaikuttavuutta tarkastellaan jakamalla yhteiskunta seuraaviin osa-alueisiin:

- talous ja uudistuminen (talouden kasvu, tuottavuus, kansainvälinen kilpailukyky, kullutus, työllistyminen)
- oppiminen ja osaaminen (koulutus- ja tutkimusjärjestelmä, kehitys, sivistys)
- suomalaisten hyvinvointi (terveys, elinolot, toimeentulo, itsensä toteuttaminen, onnellisuus)
- ympäristö (ympäristöongelmat ja niiden ratkaisu, ympäristöinnovaatiot, ympäristöteknologia).

Perusjaon lisäksi on pohdittu esim. sitä, miten tutkimustieto siirtyy esimerkiksi päätöksenteon tueksi tai osaksi uuden liiketoiminnan ideointia. Malleilla on pyritty hahmottamaan niitä prosesseja, joiden kautta tutkimustieto ja sen tulokset konkretisoituvat yhteiskunnassa.

On kuitenkin yksi sellainen prosessi, jonka kautta kaiken tutkimustiedon on kuljettava tulakseen vaikuttavaksi. Se on viestintä – se monivaiheinen prosessi, jonka kautta tieto tutkimuksesta ja sen tuloksista syntyy, muuntuu ja leviää.

Pyrin tässä kirjoituksessa hahmottamaan tiedeviestinnän kentän rakennetta ja sen viimeaikaisia kehityspiirteitä. Kuten Timo Kolu ja Laura Valkeasuo (2009, 19–20) korostavat, yhteiskunnassa vallitseva työnjako on eriyttänyt toiminnan institutionaaliset kentät ja yhteisöt toisistaan. Kullakin kentän toiminnalla on oma erityiskohde, välineet, arvot, säännöt, yhteisöt ja työnjako. Siksi myös tiedeviestinnän prosessiin osallistuvilla tahoilla – tutkimusyhteisöllä ja tutkijalla, yliopiston, tutkimuslaitoksen tai tutkimusrahoitusorganisaation viestintäosastolla sekä tiedotusvälineillä ja toimittajilla – on kullakin omat vahvat toimintaperiaatteet, rakenteet sekä toimintaa ohjaavat arvot.

## Ammattimainen tiedeviestintä lisääntynyt

Ammattimainen tiedeviestintä on parin viime vuosikymmenen aikana lisääntynyt voimakkaasti niin kansainvälisesti kuin Suomessakin. Tämä näkyy tieteeseen ja tutkimukseen erikoistuneiden tv- ja radio-ohjelmien, tiedesivujen ja erikoisaikakauslehtien esiinnousuna, mutta myös tiedeaiheiden ja tutkijoiden näkyvyytenä uutispalstoilla yleisemminkin. Tiedeviestinnän kasvu näkyy niin ikään tutkimus- ja tutkimusrahoitusorganisaatioiden viestintäosastojen toiminnan laajenemisena.

Tiedetoimittajien työhön ja tiedejournalismin sisältöihin vaikuttavat tiedotusvälineiden omien pelisääntöjen, taloudellisen tilanteen ja journalistisen työprosessin lisäksi tutkijoiden ja tiedeorganisaatioiden viestinnällinen toiminta. Näiden toimijoiden valinnat ja aktiivisuus heijastuvat siihen, mitkä tiedeaiheet nousevat esiin tiedotusvälineissä.

Claus Madsenin tekemän selvityksen mukaan jopa puolet eurooppalaisissa lehdissä julkaistuja tiedeuutisista on peräisin tiedeorganisaatioiden lehdistötiedotteista (Lindberg Christensen 2007, 7). Toisen arvion mukaan noin 30 prosentissa uutisista lähteenä olisi yliopisto tai tutkimuslaitos (Bucchi & Mazzolini 2008, 57).

Tiedeorganisaatioiden viestinnän merkitys tiedejournalismin päiväjärjestyksen asettajana ei myöskään näyttäisi olevan vähenemässä – pikemminkin päinvastoin. Kiristynyt taloudellinen tilanne mediataloissa sekä lisääntynyt verkkoviestintä ja sosiaalisen median käyttö luovat otollisen tilanteen organisaatioviestinnälle.

Organisaatioiden tiedeviestinnällisen aktiivisuuden lisääntymisen taustalla on useita syitä. Tieteen ja tutkijoiden näkökulmasta nousee esiin tieteellisen työn ja tutkimustiedon tärkeiden ja yhteiskunnallisen merkityksen korostaminen ja sitä kautta tieteen aseman vahvistaminen yhteiskunnassa. Tähän liittyy myös tietynlainen edistyksen filosofia ja ajatus tieteestä valoisamman tulevaisuuden mahdollistajana (kts. esim. Bauer & Gregory 2008, 37).

Tutkijoiden viestintäaktiivisuuteen vaikuttaa myös kilpailu tutkimusrahoituksesta. Kilpailu rahoituksesta saattaa heijastua myös eri tieteenalojen väliseen kisaan mediahuomiosta. Tiedejä tiederahoitusorganisaatioiden viestinnän aktiivisuuden motiiveina ovat samat tavoitteet kuin muillakin organisaatioilla: tehdä omaa organisaatiota ja sen toimintaa tunnetuksi myönteisessä hengessä.

Vaatimukset tutkimuksen vaikuttavuuden osoittamisesta lisäävät osaltaan tieteen ja tutkimuksen toimijoiden tarvetta saada työnsä laajempaa julkisuutta ja myönteistä tunnettuutta.

### Tutkija, tiedottaja, toimittaja – tiedontuotannon erilaiset arvot

Tutkijan, tiedottajan ja toimittajan taustayhteisöjen arvot, toimintakulttuuri ja työtavat heijastuvat näiden ammattiryhmien tapaan tuottaa tietoa ja myös siihen, mitä he arvostavat tiedontuotannossa. Taulukkoon 1 on koottu joitakin huomioita tiedeviestinnän prosessiin osallistuvien tiedontuottajien arvostuksista.

Tiedontuotannon erilaisten arvostusten ja prosessien takia tiedeviestintään kuuluu ikään kuin pysyvä ja sisäänrakennettu ristiriita tieteellisen tiedon tarkkuuden ja viestinnällisen ilmaisun vaatimusten välillä. Miten kirjoittaa vetovoimaisesti, ihmisläheisesti ja yleistävästi, mutta samalla

Taulukko 1. Kts. aiheesta myös Lindberg Christensen 2007, 14 ja Fjaestad 2008, 127

Tutkija arvostaa	Tiedottaja arvostaa	Toimittaja arvostaa
tieteellisen tiedon ominaisuusluonnetta	oman organisaation näkyvyyttä ja roolia	draamaa, tarinallisuutta
tieteellisen tiedon syntyprosessin ymmärtämistä (vrt. itseään korjaava luonne)	ajankohtaisuutta	ajankohtaisuutta, uutuutta
tiedon kertymistä hitaasti	oikea-aikaisuutta, nopeutta	nopeutta
yksityiskohtia	selkeää ilmaisua	ihmisläheisyyttä, liittyy tavallisen ihmisen arkeen
erikoistumista	asioiden oikeellisuutta ja tarkkuutta	ymmärrettävyyttä, valmiita selityksiä
tutkittua tietoa, ei spekulatiivista	eri aihealueiden hyvää hallintaa ja kykyä poimia ajankohtaisia aiheita	erikoisuuksia, ennätyksiä
analyttisyyttä, järkipärisyyttä	hyvää ja monipuolista palvelua tiedotusvälineille	tunnetta
tutkimustyön prosessien hyvää hallintaa	suunnittelua ja ennakointia	ristiriitoja

tieteen näkökulmasta tarkasti ja oikein? Samalla pitäisi pystyä tuomaan esiin myös se, mitä ei vielä tiedetä ja mikä on epävarmaa.

Tutkimus- ja tutkimusrahoitusorganisaation viestintäyksikkö toimii välittävänä tahona tutkijan ja toimittajan välillä. Viestintäyksikön ja tiedottajan ammattitaitoon kuuluu sekä tutkijan työn luonteen että toimituksellisen työprosessin tunteminen. Parhaimmillaan osaava tiedottaja säästää sekä tutkijan että toimittajan aikaa tekemällä aiheeseen liittyvää taustatyötä tutkijan kanssa esimerkiksi tiedotustilaisuuden esitystä, seminaaripuheenvuoroa tai lehdistötiedotetta valmisteltaessa.

Erikoistuneet tiedetoimittajat painottavat kuitenkin usein suoria kontakteja tutkijoihin eivätkä halua tiedottajia välittävään rooliin omassa tiedonhankinnassaan. Heillä monesti onkin hyvät yhteydet tutkijoihin. Tutkimusorganisaatioiden vahvistunut viestinnällinen aktiivisuus on herättänyt joissakin toimittajapiireissä myös suoranaista närää, ja ns. tieteen PR:stä puhutaan paikoin hyvinkin kielteisenä ilmiönä. Tähän lienevät syynä myös kiristyneet työskentelyolosuhteet mediataloissa. Yleistoimittajat käyttävät tiedottajien apua esimerkiksi haastateltavien hankinnassa erikoistoimittajia enemmän. Samoin yleistoimittajat hyödyntävät tiedotustilaisuuksia ja tiedotteita yleisesti omassa uutistyössään. Tällä on vaikutusta myös viestinnän suunnitteluun: sellaiset tutkimukselliset aiheet, jotka sopivat yleistoimittajien käsiteltäviksi eri uutislähetyksissä, kotimaan sivuilla sanomalehdissä tai yleisaikakauslehdissä ovat otollisimpia aiheita myös tutkimusrahoitusorganisaation näkökulmasta.

## **Tutkijoiden asenne viestintään muuttunut**

Tutkijat ovat varsinkin aikaisempina vuosina raportoineet varsin kielteisesti siitä, miten heidän tutkimustaan on uutisoitu tai miten heidän näkemyksiään on käytetty mediassa. Viime vuosina tutkijoiden asenteessa näyttäisi tapahtuneen selvä muutos. Yleistajuinen tiedeviestintä koetaan pääosin tärkeäksi ja merkittäväksi tehtäväksi, joka kuuluu jokaiselle tutkijalle tai vähintään tiedeyhteisölle yhteisesti.

Samanaikainen asennemuutos on nähtävissä myös kansainvälisesti. Viidessä maassa toteutettu kyselytutkimus biolääketieteen tutkijoiden keskuudessa osoitti, että tutkijoiden ja toimittajien vuoro-

vaikutus on vilkastunut ja yleistynyt ja että tutkijat kokevat sen pääosin myönteisesti. Kolme neljäsosaa vastaajista piti kohtaamisia toimittajien kanssa pääosin hyvinä, vain kolme prosenttia koki tapaamiset pääosin huonoiksi. 57 prosenttia haastatelluista tutkijoista ilmoitti olevansa enimmäkseen tyytyväisiä uusimpaan medianäkyvyyteensä ja siihen tapaan, jolla heitä oli siteerattu tai haastateltu. Lisäksi 46 prosenttia vastaajista näki, että mediakontaktit ja -näkyvyys on vaikuttanut heidän uraansa myönteisesti (Peters & al. 2008, 266–268; myös Peters & al. 2008, 204).

Osaltaan tutkijoiden ja toimittajien välisen suhteen myönteiseen kehitykseen on vaikuttanut juuri lisääntynyt tiede- ja tiederahoitusorganisaatioiden viestintä. Organisaatioiden viestintäosastamista on pystytty käyttämään tutkijoiden tukena tutkimuksesta, tutkimustuloksista ja -haasteista viestitettäessä. Toimittajien suuntaan puolestaan ammattimainen tiedeviestintä on näkynyt lisääntyneinä tiedotteina, tilaisuuksina ja tausta-aineistoina ajankohtaisista tutkimusaiheista.

Tiedeyhteisö on myös tullut tietoisemmaksi omasta kuvastaan julkisuudessa ja yhteiskunnallisesta roolistaan. Tutkijoiden ja median vuorovaikutusta analysoineiden tutkijoiden mielestä tiedeyhteisö kontrolloikin tällä hetkellä omaa julkikuvansa tehokkaammin kuin koskaan aiemmin. Paine tutkijoiden ja tutkimuksen näkyvyyteen ja myönteiseen mielikuvaan nousee nimenomaan tutkimus- ja rahoitusorganisaatioiden strategisen viestinnän kautta (Peters & al. 2008, 271).

Julkikuvan liiallisen kontrolloinnin ja viestinnän hallinnan tavoitteessa on myös riskinsä. Winfried Goepfert puhuu valtasapainon muutoksesta: tiedeviestinnän asema on vahvistunut ja tiedejournalismin heikentynyt. Hänestä oikean kuvan välittäminen tieteestä ei voi perustua vain tiedeorganisaatioiden viestintään, vaan siihen tarvitaan journalismia, muun muassa journalistisen prosessin mukanaan tuoman kriittisen näkemyksen takia (Goepfert 2008, 216).

## **Mediaviestintä edistää tutkimustiedon käyttöä**

Median rooli on merkittävä uuden tutkimustiedon välittämisessä suurelle yleisölle ymmärrettävästi ja yleistajuisesti. Se on merkittävä tämän tiedon välittämisessä myös asiantuntijoille ja poliit-

tisille päättäjille. Poliittisille päättäjille sen rooli on merkittävä kahdesta syystä. Ensinnä myös poliitikot vastaanottavat tietoa mieluummin yksinkertaistetussa ja tiivistetyssä muodossa median välityksellä kuin perehtyvät eri alojen tieteellisiin raportteihin. Toiseksi medialla on valta määrillä tärkeät päiväkohtaiset keskustelunaiheet, ja näihin keskusteluihin myös poliitikkojen on syytä olla varautunut.

Media hallitsee yhä enemmän ihmisten huomion kohteiksi ja tietoon tulevia asioita. Siten kaikki ne yhteiskunnan toimijat, jotka haluat saattaa asiansa ihmisten tietoisuuteen, tulevat riippuvaisiksi mediajulkisuudesta ja pyrkivät sopeuttamaan toimintansa median ehdoilla tapahtuvaksi saadakseen kaivattua mediajulkisuutta. (Karvonen 2008, 115.)

Media käyttää myös agenda- ja tulkintavaltaa. Media määrittelee päivittäisen asialistan niistä yhteiskunnallisista keskusteluaiheista, joita käydään. Jos ei pääse tuolle asialistalle, on huomattavasti vaikeampaa saada viestinsä läpi eri sidosryhmissä ja varsinkin suuren yleisön keskuudessa. Tämän lisäksi medialla on myös selitys- ja tulkintatehtävä: se tekee asioista käsitettäviä, vie ne suurempaan viitekehukseen, yleistää havaintoja ja liittää yksittäisiä asioita yhteen isommiksi ilmiöiksi. Toisin sanoen media määrittelee, mitkä asiat nostetaan huomion kohteeksi, ja toiseksi se määrittää, mihin puoliin asioissa on kiinnitettävä huomiota. (Karvonen 2008, 117; kts. alkuperäinen agenda setting -teoria McComb & Shaw 1972.)

Myös tieteen havaintojen ja uusien tutkimustulosten tunnetuksi tekemiseksi yhteiskunnan eri osa-alueilla mediajulkisuudella on keskeinen rooli. Siten voi ajatella, että lehdistötiedottaminen on yksi keskeisimpiä välineitä tieteen tunnetuksi tekemisessä ja tieteellisen tiedon yhteiskunnallisen käytön edistämiseksi. Tullaan siis lehdistötiedottamisen ja tieteen vaikuttavuuden yhteyteen.

## Lukiolaisten koulu-uupumus nousi otsikoihin

Suomen Akatemiassa järjestettiin toukokuussa 2009 tilaisuus tiedotusvälineille lukiolaisten koulu-uupumusta selvittäneestä tutkimuksesta. Kyseessä oli Oppimisen ja motivaation huippuyksikössä Jyväskylän yliopistossa tehty tutkimus, jonka yhden havainnon mukaan jopa joka viides

lukiolaistytö kärsi koulu-uupumuksesta. Tutkimus sai paljon huomiota mediassa. Sähköiset uutisvälineet käsitelivät aihetta saman iltapäivän ja illan uutisissa, lehdet seuraavana päivänä. Pääkirjoittajat tarttuivat aiheeseen myöhemmin samalla viikolla, ja asia nousi esiin myös keskustelupalstoilla. Muutaman päivän päästä aihetta kommentoi myös ministeri Paula Risikko, joka vaati kouluviranomaisilta asian tutkimista ja tarvittavia toimenpiteitä, jotta huono tilanne lukioissa saataisiin korjattua. Lisäksi yksittäinen kansallinen teki aiheesta eduskuntakyselyn.

Tapaus kuvaa hyvin median roolia tutkimustiedon esille nostamisessa. Aihetta oli huippuyksikössä tutkittu jo muutaman vuoden ajan, ja eri tutkimustuloksia oli julkaistu alan tieteellisissä lehdissä kotimaassa ja kansainvälisesti. Tämä tieto ei kuitenkaan ollut tavoittanut esimerkiksi päätöksentekijöitä. Tarvittiin lehdistötilaisuus ja -tiedote sekä median kiinnostus aiheeseen, jotta asia nousi myös poliittiselle agendalle.

Tässä tapauksessa myös aihe ja tiedontuotannon tapa tutkijan-tiedottajan-toimittajan-ketjussa kohtasivat. Aihe oli tiedotusvälineiden näkökulmasta riittävän yleinen ja ymmärrettävä ja koski suurta osaa väestöstä. Se oli ajankohtainen ja herätti tunteita. Tiedottaja toi aiheen oikeaan aikaan esille (loppukevät, väsyneet koululaiset), ja tutkija pystyi tukeutumaan tieteelliseen tietoon (laajoihin tutkimustuloksiin pitkältä ajalta) ilman, että hän joutui lausumaan aiheesta ikään kuin mutu-tuntumalta.

Keskeistä tutkimustiedon esille saamiseksi mediassa näyttäisi tämän tapauksen valossa olevan siis tutkimusaihe, ajankohta, jolloin se nostetaan esiin (esim. yleinen yhteiskunnallinen ilmapiiri ja keskustelu), tutkijan oma esiintyminen sekä aiheen käsiteltävän sopivuus median tiedontuotannolle ja sen toimintatavoille.

Tästä näkökulmasta tutkimusyhteisö ja tutkimusrahoitusorganisaatio voisivat lehdistöviestinnän suunnittelussa satsata medianäkyvyyden takaamiseksi sellaisiin aiheisiin, joiden todennäköinen läpimeno mediassa on melko korkea tai korkea. Osin tiedotusalan ammattilaiset näin toimivatkin, toisin sanoen suunnittelevat lehdistötiedottamista oman ammattitaitonsa ja mediatuntemuksensa perusteella niin, että viestinnän kohteena oleva tutkimus saisi toimittajat kiinnostumaan aiheesta, mikä takaisi näkyvyyttä tutkijalle ja ehkä myös taustaorganisaatiolle.

Ongelmana tässä toimintatavassa on se, että tutkimusaiheet, joista lehdistölle tiedotetaan, keskittyvät muutamaisiin tutkimusaloihin (terveys, hyvinvointi, työelämä), ja näilläkin aloilla joihinkin suosituimpiin aihepiireihin, joiden läpimenon tiedottaja uskoo olevan hyvä. Näin iso osa yhteiskunnallisesti merkittävästä tutkimuksesta jää pimentoon, ja saattaa käydä jopa niin, että kansalaisten ja päättäjien näkemys tieteestä ja tutkimuksesta kaventuu.

On siis mietittävä sitä, millä tavalla tutkimustiedon yhteiskunnallista vaikuttavuutta voisi edistää kokonaisvaltaisesti, toisin sanoen pyrkii tuomaan mediajulkisuuteen myös vähemmän populaareja aiheita ja tutkimustiedon merkitystä kokonaisuudessaan nykypäivän yhteiskunnassa mm. päätöksenteon tukena.

## Medianäkyvyydestä vaikuttavaan viestintään

Edellä on pohdittu tiedeviestinnän suunnittelua ja toteuttamista erityisesti lehdistötiedottamisen ja siinä onnistumisen näkökulmasta. Tutkimuksen, tutkimustulosten ja yleisemminkin tieteen ja tutkijoiden näkyvyyteen mediassa vaikuttavat monet tekijät. Näitä ovat mm. median omat toimintatavat ja lainalaisuudet, tutkimuksen ajankohtaisuus ja ymmärrettävyys, tutkijan persoona ja tutkimuksesta tiedottavan organisaation ammattimaisuus viestijänä. Näiden tekijöiden lisäksi tutkimuksen näkyvyyteen mediassa vaikuttavat myös yhteiskunnallinen tilanne ja yleisön kiinnostus aiheeseen. Näitä ulottuvuuksia yhdistelemällä voi kuvata mediaviestinnän kokonaisuutta ja eri osa-alueiden keskinäisiä vaikutuksia.

- 1) Median omat pelisäännöt ja reunaehdot
- 2) Aihe
- 3) Ajankohta
- 4) Tiedote yms. aineisto
- 5) Lähettävän organisaation ominaisuudet
- 6) Tutkijan persoona
- 7) Tutkimusyhteisön tilanne
- 8) Yhteiskunnallinen tilanne
- 9) Yleisön odotukset

Ajankohta vaikuttaa siihen, mitkä aiheet nousevat mediassa esiin ja miten. Ajankohta on keskeinen monellakin tavalla. Ajankohdan on oltava tutkimuksen kannalta oikea, eli aiheesta on oltava riittävästi tuloksia julkistuksen tueksi. Toisaalta sen on oltava median ja yleisön kannalta ajankoh-

tainen, toisin sanoen aiheen on sovittava median käsitykseen ajankohtaisuudesta ja mahdollittava tiedotusvälineiden tuotantoprosessin aikatauluvaatimuksiin. Sen on myös vastattava yleisön odotuksiin siitä, mistä aiheista halutaan tietää ja milloin.

Ajankohdalla on merkitystä myös tutkimuksen ja tutkijan asiantuntijana käytön kannalta. Tampereen yliopiston Journalismin tutkimuskeskuksen ilmastonmuutoksen käsittelyä journalismissa selvittävän tutkimuksen alustavien tulosten mukaan tutkijat ovat keskeisessä roolissa erityisesti sellaisissa jutuissa, jotka sisältävät tulevaisuuden ennakointia (Journalismin ilmastonmuutos -seminaari, 17.12.2009).

Tämä on mielenkiintoinen havainto. On todennäköistä, että muussakin kuin ilmastonmuutostutkimuksen käsittelyssä tutkijoilta odotetaan mediassa tulevaisuuteen katsovaa ja ennakoivaa roolia. Viestinnän ajoituksella on todennäköisesti merkitystä myös vaikuttavuuden kannalta. Jos tutkimustiedolla halutaan vaikuttaa esimerkiksi päätöksentekoon tai kansalaisten toimintaan, niin milloin on ajoituksen näkökulmasta paras tutkijan tai tutkimusyhteisön tulla esiin? Toisaalta esimerkki kertoo myös siitä, miten suuria odotuksia kansalaisilla ja päättäjilläkin on suhteessa tieteeseen ja tutkijoiden kykyyn ratkaista monia tämän hetken ja tulevaisuuden isoja kysymyksiä.

Viestivän organisaation kannalta olennaista viestinnän onnistumisessa on organisaation uskottavuus ja luotettavuus viestijänä. Rick E. Borchelt luonnehtii organisaation viestintätointia itse asiassa ”luottamussalkun” (*trust portfolio*) johtamiseksi. Luottamussalkulla hän tarkoittaa organisaation ja sen keskeisten sidosryhmien välisiä suhteita. Sillä, miten tätä salkkua viestinnällisesti hoidetaan, on tärkeä merkitys koko organisaation toiminnan onnistumisessa. (Borchelt 2008, 152.) Organisaation luottamus syntyy Borcheltin mukaan kolmesta ulottuvuudesta:

- pätevydestä: kykeneekö organisaatio toteuttamaan sille kuuluvat tehtävät?
- rehellisyydestä/lahjomattomuudesta: toimiiko organisaatio eettisesti ja moraalisesti oikein?
- luotettavuudesta: voiko organisaation toimintaan luottaa? (Borchelt 2008, 153.)

Borcheltin mukaan suurin osa tiedeorganisaatioista keskittyy viestinnässään ja PR-toimissaan ainoastaan ensimmäiseen luottamussalkun ominaisuuteen eli pätevytyteen. Tiedotteiden aiheiksi valikoituvat onnistuneiden tutkimushankkeiden kuvaukset tai niiden tiedeaiheiden esille nostami-

nen, jotka sopivat organisaation omiin tavoitteisiin. Borchelt peräänkuuluttaakin organisaation tiedeviestinnän suunnitteluun huomattavasti syvällisempää otetta niin, että siinä otettaisiin huomioon viestintätoiminnon monet eri tasot (ohjelmallinen, toiminnallinen, organisaation ja yhteiskunnan tasot). (Borchelt 2008, 154–155.)

Massimiano Bucchi pohtii puolestaan sitä, voiko tietoa/tutkimustietoa ylipäättään siirtää tutkimusyhteisöltä suurelle yleisölle. Hänestä tiedeviestintä pitää ymmärtää monipuolisena vuorovaikutuksena asiantuntijoiden ja populaarin diskurssin välillä. Viestinnän tavoitteena ei siten ole vaatimus konsensuksesta, vaan aiheen tulkinta eri näkökulmista ja sen käsittely eri tavoilla eri diskursseissa. (Bucchi & Mazzolini 2008, 66.)

Viestinnän vaikuttavuuden näkökulmasta keskeistä on se, miten hyvin esitetty kokonaisuus toimii, toisin sanoen se, miten eri tutkimus- ja tiedeaiheet tulevat käsitellyiksi mediassa ja mi-

ten hyvin ne nousevat median päivittäiselle asialistalle. Viestinnän ja sen vaikuttavuuden kannalta on keskeistä muistaa, että kyseessä on vuorovaikutteinen prosessi, jonka eri vaiheisiin tiedotaja tai tutkija pystyy lopulta vain jossakin määrin vaikuttamaan.

Viestinnän vaikuttavuutta arvioitaessa voisikin olla toimivaa arvioida sitä, kuinka paljon yhteiskunnallista keskustelua ja erilaisten näkökulmien esille tuomista tiedeuutisten ansiosta saadaan aikaan. Vaikuttavaa viestintä olisi silloin, kun se saisi aikaan keskustelua eri tiedonkäyttäjien ja suuren yleisön näkökulmista. Vaikuttavassa tiedeviestinnässä korostuisi siten viestintä prosessina ja sen osallistava ulottuvuus, ei medianäkyvyys sinänsä. Tutkimuksen vaikuttavuutta edistävä tiedeviestintä kunnioittaa ja noudattaa myös tieteen itseään korjaavaa luonnetta: kun tieto täydentyä tai korvautuu uudella tutkimustiedolla, siitä kerrotaan.

## KIRJALLISUUS

- Bauer, Martin & Gregory, Jane: From journalism to corporate communication in post-war Britain. Teoksessa: Bauer, Martin W. & Bucchi, Massimiano (toim.): Journalism, Science and Society. New York/Lontoo: Routledge, 2008
- Borchelt, Rick E.: Public relations in science: managing the trust portfolio. Teoksessa: Bucchi, Massimiano & Trench, Brian (toim.): Handbook of Public Communication of Science and Technology. New York: Routledge, 2008
- Bucchi, Massimiano & Mazzolini, Renato G.: Big science, little news. Teoksessa: Bauer, Martin W. & Bucchi, Massimiano (toim.): Journalism, Science and Society. New York/Lontoo: Routledge, 2008
- Fjaestad, Björn: Why journalists report science as they do. Teoksessa: Bauer, Martin W. & Bucchi, Massimiano (toim.): Journalism, Science and Society. New York/Lontoo: Routledge, 2008
- Goepfert, Winfried: The strength of PR and the weakness of science journalism. Teoksessa: Bauer, Martin W. & Bucchi, Massimiano (toim.): Journalism, Science and Society. New York/Lontoo: Routledge, 2008
- Karvonen, Erkki: Riippumaton toimittaja! Mediasuhteen ja journalistien professionaalinen ideologia. Teoksessa: Aula, Pekka (toim.): Kivi vai katedraali. Organisaatioviestintä teoriasta käytäntöön. Helsinki: Infor Oy, 2008
- Kolu, Timo & Valkeasuo, Laura: Veden tutkimuksen yhteiskunnallinen vaikuttavuus. Suomen Akatemian julkaisuja 3/09. Helsinki: Suomen Akademia, 2009
- Lemola, Tarmo & Lehenkari, Janne & Kaukonen,

- Erkki & Timonen, Juhani: Vaikuttavuuskehikko ja indikaattorit. Suomen Akatemian julkaisuja 6/08. Helsinki: Suomen Akademia, 2008 [www.aka.fi/julkaisut](http://www.aka.fi/julkaisut) > julkaisusarja
- Peters, Hans Peter & Brossard, Dominique & de Cheveigné, Suzanne & Dunwoody, Sharon & Kalfass, Monika & Miller, Steve & Tsuchida, Shoji: Interactions with Mass Media. Science 321 (2008): 5886, 204–205
- Peters, Hans Peter & Brossard, Dominique & de Cheveigné, Suzanne & Dunwoody, Sharon & Kalfass, Monika & Miller, Steve & Tsuchida, Shoji: Science-media Interface. It's time to Reconsider. Science Communication 30 (2008): 2, 266–276
- Tiedebarometri. Tutkimus suomalaisten suhtautumisesta tieteeseen ja tieteellis-tekniseen kehitykseen. Helsinki: Tieteen tiedotus ry, 2007
- Lindberg Christensen, Lars: The Hands-on Guide for Science Communicators. New York: Springer, 2007
- Suomen tieteen tila ja taso. Suomen Akatemian julkaisuja 9/09. Helsinki: Suomen akademia, 2009.

## Muut

- World Conference of Science Journalists, 29.6.–3.7.2009, Lontoo ([www.wcsj2009.org](http://www.wcsj2009.org))
- Suomen Akatemian viestintästrategia 2008–2015. Suomen Akademia
- Mediaseurantia, Suomen Akademia. M-Brain 1–6/2009 RTD info, Special Eurobarometer issue, Nov. 2005
- Tieteellisten seurain valtuuskunnan 110-vuotisjuhlasseminaari 30.9.2009, Tieteiden talo
- Journalismin ilmastonmuutos -seminaari, 17.12.2009, Helsingin yliopisto, Metsätalo.