

Tieteen julkisuudet



TUUKKA TAMMI

Yksi tieteen peruseriaatteista on, että se on julkista ja yhteiseksi hyväksi jaettua. Suurin osa tutkimuksesta on kuitenkin niin erikoistunutta, että sen tulokset pitää erikseen ”yleistajuistaa” alan ulkopuolisille. Yleistajuistaminen, popularisointi tai yleisesti tiedeviestintä, on kuitenkin taitolaji: sen voi tehdä hyvin tai huonomin. Tieteellä on myös useita eri yleisöjä, joille tutkimustulokset kannattaa avata eri tavoin: näkökulma ja perusteellisuuden taso on syytä valita vastaanottajan mukaan. Esimerkiksi sosiaalisessa mediassa sama asia esitetään eri tavalla kuin hallinnollisessa työryhmässä, televisiohaastattelussa eri tavoin kuin riskisijoittajalle tutkimusperustaista start-up-innovaatiota pitchatessa, tiedeuutisessa eri tavalla kuin peruskoulun oppikirjassa, ja niin edelleen.

Tänä vuonna tiedeviestinnän rumpua on lyöty olan takaa. Vuoden aikana on ilmestynyt peräti neljä tiedeviestintää käsittelevää kirjaa. Yleisteosmaisista niistä on viestinnän professori Esa Väliiverosen teos *Julkinen tiede*, joka takakansitekstin sanoin ”piirtää monipuolisen kuvan tieteen roolista yhteiskunnasta (...) ja rohkaisee tutkijoita osallistumaan yhteiskunnalliseen keskusteluun ja avaa tiedeviestinnän muuttuvia käytäntöjä”. Tiedetoimittaja-kirjailija Tiina Raevaaran *Tajuuaako kukaan? Opas tieteen yleistajuistajalle* on puolestaan ”opas tutkijoille ja toimittajille, jotka haluavat välittää tutkimustuloksia akateemisen maailman ulkopuolelle”. Syyskuussa ilmestynyt tekniikan tohtori Tiina Sarjan kirja *Kuka oikein tietää - Kun mielipide haastoi tieteen* puolestaan ”valottaa tieteellisen tiedon syntyprosessia ja tiedon muuttumista laboratorion päivälehden tiedesivuille ja edelleen sosiaaliseen mediaan.” Ulla Järven ja allekirjoittaneen toimittama artikkelikokoelma *Maito tappaa ja muita outhoja tiedeuutisia* käsittelee erityisesti tiedejournalismia, sen hyviä ja huonoja käytänteitä. Listaani pitää lisätä vielä pari vuotta sitten ilmestynyt Urpu Strellmanin ja Johanna Vaattovaaran toimittama *Tieteen yleistajuistaminen*, joka ”tarjoaa tutkijoille, opettajille ja toimittajille yleiskuvan populaaristamisen liittyvistä kysymyksistä sekä konkreettisia työkaluja tähän vaatimaan mutta tärkeään tehtävään.” Nämä kirjat yhdessä ja erikseen luovat suomalaiselle tiedeviestinnälle todella vankan perustan; ainakaan tiedeviestinnän osaaminen ei kaadu suomenkielisen lähdekirjallisuuden puutteeseen!

Tiedeviestintä ei kuitenkaan ole vain yllä listattujen kirjojen varassa. Alalla tapahtuu muutenkin paljon. Tiedeviestinnän opinto-ohjelmia on kahdessa yliopistossa, Helsingissä ja Oulussa, joista jälkimmäisessä peräti maisteriohjelma. Tiedeviestintää käsitteleviä erillisseminaareja ja muita keskustelutilaisuuksia järjestetään jatkuvasti. Tiedeviestinnän ammattilaisilla on oma ja varsin aktiivisesti toimiva järjestö, Suomen tiedetoimittajain liitto ry. Viime vuosina on myös perustettu tiedeviestintään erikoistuneita yrityksiä konsultoimaan tutkimushankkeita ja näiden tilaajia. Ja onpa meillä kansallinen tiedeviestinnän toimenpideohjelmakin, jonka nimi on Tiede kuuluu kaikille!

Tiedeviestinnän ympärillä käy siis kova kuhina. Näin suinkaan ole aina ollut asianlaita, kuten Esa Väliverronen kirjansa saatesanoissa hauskaasti kuvaa: vielä parikymmentä vuotta sitten harvakseltaan järjestetyissä tieteen popularisointiseminaareissa senioriprofessorit lähinnä toruivat lehtien päätoimittajia ”huonosta tiedotuspalvelusta”. Väliverroksen piirtämä ajankuva saattaa olla kärjistetty, mutta ero nykytilanteeseen on joka tapauksessa suuri. Tiede kiinnostaa julkisuutta ja julkisuus tiedettä.

*

Vaikuttava tiedeviestintä on jatkuvaa ja jatkumoluonteista toimintaa, jossa tarvitaan useita eri tasoja tai foorumeita. Vertaisarvioidut tutkimuslehdet eivät yleensä itse ”yleistajuista” julkaisemaansa tutkimusta. Pikemmin vertaisarvioidut tiedelehdet edustavat juuri sitä tutkijasisäpiiriin sisäistä, vaikeaselkoista ja puisevaakin keskustelua, josta osaava tiedetoimittaja etsii, nostaa ja jalostaa tutkimustuloksia ulkopuolisille yleisöille sopiviin muotoihin.

Vaikka YP on koko lailla perinteinen tutkimuslehti pitkin ja perinpohjaisine artikkeleineen, olemme halunneet harjoittaa tiedeviestintää – pienesti mutta sinnikkäästi – myös muille kuin suppealle tutkija- ja asiantuntijayleisölle. YP on jo pitkään korostanut tieteellisen tiedonkulun kaksivaihemallia. Ensivaiheessa YP suuntaa sisältönsä tietysti lehden ja sen nettiosioiden lukijoille, jotka samalla muodostavat asiantuntijayhteisön, jonka kautta YP:n tiedot ja virikkeet edelleen leviävät. Samanaikaisesti YP suuntaa sisältöjään medialle, toimittajille ja muille, joiden kautta YP-viritteiset jutut leviävät moninkertaisille yleisöille, myös päättäjille ja kansalaisille. Media on vuosikausia ottanut YP:ssä julkaistuja tutkimuksista teemoja uutisointiinsa ja syventäviin juttuihinsa. YP:n sisältöjen saattamiseksi laajempaan tietoisuuteen tarvitaan kuitenkin aktiivista toimintaa, ”sisäänheittöjä” lehden sisältöihin ja tutkimusten ydinviestien paketoiminta eri tasoilla ja eri yleisöille.

Internet ja erityisesti sosiaalinen media ovat tiedeviestinnässä yhä keskeisemmässä roolissa; ne tarjoavat tutkijoille, tutkimuslaitoksille ja tutkimusjulkaisulle väylän lisätä tiedenteen yhteiskunnallista vaikuttavuutta. YP-lehden nettipalveluja on kehitetty jo usean vuoden ajan. Blogikirjoitukset ovat YP:n nettipalvelun suosituin osio. Blogissa tutkimustieto voidaan esittää lyhyessä ja keskusteleavassa muodossa. YP-blogissa julkaistaan vuosittain kymmeniä kirjoituksia, joita kirjoittavat pääasiassa tutkijat. Suosituimpia blogijuttuja luetaan tuhansia kertoja. YP:n uutena tiedeviestintähankkeena lanseerattiin viime vuonna YP-radio eli YP:n nettisivuilla toimiva ”kanava”, jolta voi kuunnella tutkijahaastatteluja, YP:n jutuista nousevia keskusteluja ja ääniblogeja. Tarkoitus on järjestää myös lisää videoitavia tiedekahviloita, joita oli viime vuonna jo kahdesti. Tutkimuslehdelle sosiaalinen media voi tarjota nasevan väylän kertoa julkaisemastaan tutkimuksesta. YP on aktiivisesti lisännyt näkyvyyttään Facebookissa ja Twitterissä – ja on tässä melko hyvin onnistunutkin. Seuraavaksi tarkoitus kokeilla YP:n artikkeleihin perustuvan tiedon visualisointia somessa.

Tiedeviestintä on paitsi tärkeää, myös hauskaa ja palkitsevaa.