

Lektio

Kaisu Koivumäki

Pirstaloitumisen sijasta yhteisöllisiä tavoitteita tiedeviestintään

Tiedeviestinnän tutkimuskentän perinteinen käsitys on, että tiede ja tutkijat ovat vaikeasti ymmärrettäviä ja etäännyvät norsunluutorneihin muusta yhteiskunnasta. Tiedeviestinnän tutkimus ja käytäntö pyrkivät kohentamaan tieteen ymmärrettävyyttä, relevanssia ja vuorovaikutusta eri yleisöjen kanssa. Väitöskirjatyön taustalla ovat viimeaikaiset muutokset organisaatiolähtöisen tiedeviestinnän lähtökohdissa ja toimintaympäristössä. Vaikka tutkijat ja tiedeviestinnän ammattilaiset toteuttavat tiedeviestintää kasvavissa määrin, varsinaista tiedeviestinnän tutkimusta on tehty vähän organisatorisesta ja strategisesta näkökulmasta. Hiljattain tiedeviestinnän tutkijat ehdottivat organisatorista käännettä tutkimusalalleen *Journal of Communication Managementin* erikoisnumerossa, jossa mukana oli myös yksi tämän väitöskirjan kolmesta osatutkimuksesta, ja kansainvälinen keskustelu jatkuu parhaillaan.

Väitöskirjassa tarkastellaan, millaista strategisuus on organisaatiolähtöisessä tiedeviestinnässä nykyhaasteiden lomassa. Painotuksena on digitaalinen tiedeviestintä, jota tarkastellaan bloggaavaan ja tviittaavan tutkimusryhmän avulla. Laadullisilla tutkimusmenetelmillä haastateltiin 17 tutkijaa ja 15 viestinnän ammattilaista.

Tiedeviestintä liittyy läheisesti tieteen ja yhteiskunnan suhteisiin. Suomen yliopistoissa yliopistoja veloitetaan toimimaan vuorovaikutuksessa muun yhteiskunnan kanssa ja edistämään tutkimustulosten yhteiskunnallista vaikuttavuutta. Tutkimusrahoituksesta käytävän kilpailun tarkoituksena on tehostaa rahoituksen käyttöä ja edistää tutkimuksen tuloksellisuutta. Suomessa kilpaillun tutkimusrahoituksen osuus tutkimusrahoituksesta on suuri. Tulosperusteinen tutkimusrahoitus yleistyy Euroopassa, ja sitä suunnataan parhaiten suoriutuville tutkimusryhmille ja projekteille. Niiltä voidaan edellyttää viestintää ja vuorovaikutusta osana tutkimuksen vaikuttavuutta, jota arvioidaan rahoituksen myöntämisen ja seurannan yhteydessä. Tutkimuksen laatua ja vaikuttavuutta arvioivat esimerkiksi REF-järjestelmä Britanniassa, Euroopan Unionin RRI (Responsible Research and Innovation), Saksan Transfer Projects ja Suomen Akatemian Strateginen tutkimusneuvosto. Kilpaillun tutkimusrahoituksen vaikutuksia tiedeviestintään, sen rakenteisiin ja kulttuuriin tutkimusorganisaatioissa ei juurikaan ole tutkittu. Aihe on

vastikään nostettu yhdeksi keskeiseksi tiedeviestinnän tutkimusalan puutteista kansainvälisesti.

Yhteiskunnallisen vaikuttavuuden lisäksi tutkimusorganisaatiot edistävät viestinnällään myös kilpailullisia tavoitteita rahoituksesta, opiskelijoista ja yhteistyökumppaneista. Käytännössä tavoitteet voivat joskus olla ristiriitaisia, tiedostamattomia – tai jakaa rintarinnan samoja viestintäresursseja, rooleja ja julkaisuja. Tiedeviestintä ei suuntaudu pelkästään tutkimuskeskuksista ja yliopistoista ulospäin, vaan akateeminen yhteisö on väistämättä yksi tiedeviestinnän yleisöistä. Viestinnällä on performatiivinen eli itseään toteuttava luonne. Autokommunikaatiossa organisaatioiden tiedeviestintä ja mielikuvat tutkijoista rakentavat merkityksiä myös sisäisesti – jolloin tiedeviestintä vaikuttaa tutkijoiden organisatorisen identiteetin rakentumiseen. Nykyään tutkimustyötä tehdään usein projekteissa, ja tutkijat tasapainottelevat lyhytaikaisten projektityösuhteidensa sekä tieteenala- ja organisatoristen identiteettiensä välillä. Tiedeviestinnän tapahtuessa sosiaalisessa mediassa ja verkossa, on nähty, että tutkijoiden digitaaliseksi identiteetiksi muodostuu sekoitus eri perspektiivejä, joita voidaan hyödyntää tilanteen mukaan.

Yksiaänisen konsensuksen sijaan, moniääniset organisaatiot kuten yliopistot, mahdollistavat moninaisten merkitysten rakentumisen. Kuitenkin kiistoja yliopiston olemuksesta ilmaantuu tutkimusorganisaatioiden viestintään. Esimerkkejä löytyy Suomesta ja kansainvälisesti. Tämän väitöskirjan esitarkastaja Sarah Daviesin tutkimuksessa Norjassa haasteet liittyivät yliopiston tiedeviestintä-kampanjaan yritysviestinnästä omaksuttuihin piirteisiin, jotka yhdistettiin akateemisen instituution markkinoistumiseen.

Samaan aikaan nykyhaasteita tiedeviestintään tuovat myös mediamaailman muutokset, jotka muuttavat viestintä- ja media-ammatteja. Verkon ja somen uutiskriteerit haastavat journalistiset uutiskriteerit hetkellisyydellään ja tunnelatauksillaan ja vaativat omaksumaan uusia medialogiikoita. Tämä vaikuttaa tiedon tuottamisen rooleihin, myös tutkijoihin. Tutkimusryhmän johtajasta tai tiedeviestintäasiantuntijasta voi tulla tiedeblogisarjan päätoimittaja, jotta teksteille pystytään antamaan kullannarvoisia julkaisupisteitä, joilla tutkijoita houkutellessa kirjoittamaan. Mutta verkkotekstien keskustelunomaisten tyylien ja diskurssien lomassa tutkijat saattavat huomaamattaan vaikuttaa kylmiltä tai epärelevanteilta noudattaessaan tieteellisiä ilmaisutapoja, joten akateemisten viestintätyylien on tarpeen mukautua ympäröivään viestintäkulttuuriin. Tutkijoilla ja muilla tiedeviestinnän toimijoilla nähdäänkin olevan uudenlaista vastuuta viestintätapojen ja -formaattien vaikutuksesta tieteen kulttuuriseen ja yhteiskunnalliseen auktoriteettiin.

Verkko- ja sosiaalinen media luovat digitaalisen julkisen tilan, joka mahdollistaa tutkijoille ja tutkimukselle näkyvyyden yhteiskunnallisissa keskusteluissa. Kuitenkin tutkijoiden on nähty osallistuvan ehkä odotettua vähemmän verkkokeskusteluihin esimerkiksi ilmastonmuutoksesta. Hyvänä syynä tähän on nähty tutkijoiden työaikaresurssit. Muissa organisaatioissa ja työpaikoilla on kuitenkin huomattu työntekijöiden olevan verrattomia digitaalisia lähettiläitä. Viime aikoina työntekijöihin kohdistuvat odotukset someviestinnästä ovat kasvaneet siinä määrin, että työntekijöiden nähdään toimivan viestinnän ja PR:n ajureina – ohi viestinnän ammattilaisten. Jos tieteen viestintää tarkastellaan koko yhteisön viestintänä, eikä vain viestintäyksikköjen toimintana, on suunnattava tutkimusta myös tutkijoiden ja viestinnän ammattilaisten yhteistyöhön. Tutkimuskohteeksi on suositeltu esimerkiksi viestinnän suunnittelutason ja varsinaisen toteutuksen yhteyttä – tai irrallisuutta.

Tiedeviestinnän tutkimusalalla on viime aikoina jakaannuttu kahteen joukkoon. Kriittisesti tiedeviestinnän promootiokulttuuriin suhtautuvat näkevät strategisen tiedeviestinnän kytkeytyvän tutkimusorganisaatioiden kilpailuun rahoituksesta ja opiskelijoista ja edustavan tieteen markkinoistumista. Organisaatiolähtöistä tiedeviestintää on kuvailtu jopa institutionaaliseksi propagandaksi. Tutkimusrahoituskilpailussa tutkijoiden vaikuttavuuslupausten on pahimmillaan nähty yltyvän liioittelevaksi hypetykseksi ja riskeeraavan yleisön luottamuksen tieteeseen. Tiedeorganisaatioiden viestintäammattilaisten on arvioitu palvelevan lähinnä markkinoistumisen tavoitteita, vaikka heitä on tutkittu vain vähän. Tässä väitöskirjassa heille annetaan ääni.

Puolustava tutkijaryhmä taas sisällyttää tiedeviestintään myös tieteen PR:n ja tulkitsee strategisuudeksi tietoisien yleisö- ja yhteiskuntasuhteiden rakentamisen. Heidän mielestään tiedeviestintää ei pidä supistaa vain tutkijoiden ja tiedetoimittajien harjoittamaan idylliseen eli intressivapaaseen viestintään, sillä yhteistyön rakentuminen tapahtuu eri tavoin eri yleisöjen kanssa. Keskustelu tutkimusalalla on terävöitynyt siinä määrin, että kriitikkojen on sanottu tarpeettomasti vahvistavan tieteenalan kahtiajakoa, vaikka molemmilla olisi paljon annettavaa tiedeviestinnän tueksi nykyisissä, fragmentoituneissa viestintäympäristöissä, joissa vuorovaikutus tai edes yleisöjen tavoittaminen on haastavaa.

Tämä tutkimuskirjallisuuden kahtiajako on ollut lähtökohtana väitöskirjan teoreettisessa viitekehyksessä. Tutkimuksessani tarkastelen, kuinka tiedeviestinnän nykyahteet ja tutkimusalan huolet heijastuvat viestinnän ammattilaisiin ja tutkijoiden työpöydille käytännössä, kun he edustavat tiedettä, sen organisaatioita ja projekteja tiedeblogeissaan ja twiiteissään. Tarkastelen myös, kuinka tutkimuskirjallisuuden erilaiset käsitykset siitä, mitä tiedeviestinnän strategisuudella tarkoitetaan, näkyvät tiedeviestinnässä. Väitöskirjan keskiössä ei ole tiedeviestinnän eri tavoitteiden tai tarkoitusten eettinen arviointi, vaan pyrin tarkastelemaan käytännöllisesti strategisen tiedeviestinnän haasteita ja mahdollisuuksia organisaatioissa. Strategisen tutkimusneuvoston rahoittama BCDC Energia -tutkimusprojekti toimii tämän tutkimuksen empiirisenä taustana, johon konteksti ei kuitenkaan ole rajattu. Projektille työskennelleet kuuluivat samanaikaisesti tutkimusorganisaatioihinsa, ja osa oli mukana muissakin projekteissa. Hanke muodosti näköalan akateemiseen yhteisöön ja tiedeviestintään organisatorisina käytäntöinä monissa tutkimuskeskuksissa, yliopistoissa ja rahoitusinstrumenteissa.

Ensinnäkin tuloksissa oli nähtävissä, että tulkinnat tutkimusrahoittajien vaatimuksesta vaikuttavat tiedeviestinnän tavoitteisiin, taustaoletuksiin ja kulttuuriin. Vaikka yksittäisten rahoittajien vaatimukset usein tavoittelevat yhteiskunnallista vaikuttavuutta aikamme tärkeisiin haasteisiin, rahoitusta tavoittelevien joukossa tutkimusrahoituskilpailu nostaa mielikuvaksi myös tieteen markkinoistumisen. Tulosten pohjalta on erotettavissa, että ongelmalliset strategisuudet, kuten näennäisyydet rahoitushakemusten vaikuttavuus- ja viestintäsuunnittelussa, juontuvat rahoitusjärjestelmästä systeemitasolla, kuten on havaittu aiemmissakin tutkimuksissa. Tässä tutkimuksessa nähtiin, että symbolisella tasolla promootiokulttuurin kritiikki voi muodostua myös esteeksi tiedeviestinnän yhteisöllisen vaikuttavuuden luomisyriyksille. Viestinnän ammattilaiset esimerkiksi minimoivat viestintäpyyntöjään tutkijoille tunnistuen tutkijoiden kiireet, mutta myös siksi, että he uskoivat tutkijoiden kokevan, että suora pyyntö tukea kollegan tai tutkimusorganisaation viestintää sosiaalisessa mediassa voitaisiin kokea liian tungettelevana.

Tutkimuksessa nousi esiin, kuinka nykyisen tutkimusrahoitusjärjestelmän luoma projektiviidakko vaikuttaa tiedeviestinnän järjestäytymiseen ja tutkijoiden organisaatioidentiteetin valinnaisuuteen. Tämä on yhteydessä aiempaan tutkimuskirjallisuuteen, jossa jaettujen viestintätavoitteiden rakentuminen voi olla haastavaa lyhyiden työsuhteiden lomassa, ja vahvistaa satunnaista tiedeviestintää yhteiskunnallisesti strategisemman sijasta. Viestinnän ammattilaiset tässä tutkimuksessa tulkitsivat tutkijoita painokkaammin rahoittajien viestintä- ja vuorovaikutusvaatimuksia yhteiskunnallisesti rakentavina ja tukivat siksi rahoittajien vaatimuksia. He myös näkivät rahoittajien pystyvän itseään vahvemmin ohjaamaan tutkijat osallistumaan tiedeviestintään. Viestinnän ammattilaiset myös korostivat tutkijoita enemmän tiedeyhteisön vastuuta osallistua proaktiivisesti eli strategisesti ajankohtaisiin keskusteluihin. Nämä tulokset antavat vastapainoa tämänhetkisen tutkimuskirjallisuuden käsitykselle tieteen parissa työskentelevistä viestintäammattilaisista.

Toisena keskeisenä tuloksena tässä tutkimuksessa havaittiin yksittäisten tutkijoiden käytäntöjen tasolla, että heidän luomistaan digitaalisista tyyleistä muodostui skaala perinteisestä tutkimustuloksista informoinnista kohti vahvempaa mukautumista verkko-maailmaan. Tutkijat tunnustivat, että tieteelliset faktat eivät ehkä olekaan kiinnostavia ja tarvitsevat huomion herättämiseksi kiehtovia sosiaalisen median keinoja, klikkiotsikoita, myytinmurtamista, mökkitunnelmia ja kissavideoita. Tyylikokeiluissa oli nähtävissä pyrkimys pienentää kuilua tieteen ja yleisöjen maailmojen välillä. Esimerkiksi tutkimusryhmän yhtyessä kaupallisen yhtiön tviittauksiin tarkoituksena oli luoda ammattilaisyleisöille mielikuvaa, jossa tieteellisen tutkimusryhmän työ on yhtä relevanttia ja realistista kuin esimerkiksi Googlen, joka tekee myös johtavaa tutkimusta monella alalla. Tuloksissa on siis nähtävissä, että osa tutkijoista on varsin nokkelia toimijoita, jotka yhdistelevät strategisesti ja ennakkoluulottomasti akateemista eetostaan ja sosiaalisen median kulttuureja. Medioitumisen teorioissa medialogiikkaan mukautuminen on usein kielteisiä mekanismeja kuvaava termi, mutta nämä tulokset avaavat näkökulmaa myös medioitumisen strategiseen hyödyntämiseen samansuuntaisesti kuin esimerkiksi medioituneita tutkijoita tarkastelleet tutkimukset Virossa.

Kuitenkin tässä työssä nousi esiin myös, että osalle tutkijoista oli haastavaa tietoisesti eritellä muiden ja myös omien verkkotekstiensä pyrkimyksiä: millaista suhdetta ja suhtautumista tieteen ja yleisön välille rakennettiin ja mikä kuuluu tieteen yhteiskunnalliseen rooliin? Moni reflektoi blogejaan ja tviittejään jälkikäteen, vasta haastattelutilanteessa, joten niiden luomisprosessia ei voi luonnehtia kovin strategiseksi. Yleisemmällä tasolla pohdittuna, verkkoteksteissä tiedostamattomasti luodut merkitykset saattavat luoda ongelmallista suhtautumista yleisöön, kuten liiallisen etäistä tai tuloksia lupaavaa.

Kolmanneksi näiden tulosten mukaan käytännöllinen strategisuus kohtaa monia haasteita tutkimusorganisaatioissa. Vaikka tutkijoiden, viestinnän ammattilaisten, projektien, organisaatioiden ja rahoittajien tiedeviestintätavoitteet ovat samansuuntaiset, tässä väitöskirjassa esitetyt nykyhaasteet näyttäytyvät esteinä organisaatioiden kyvykkyydelle edistää kollektiivista vaikuttavuutta ja yhteisöllisiä tavoitteita digitaalisessa ympäristössä. Tulosten mukaan tutkijat kyllä kokevat tiedeviestinnän kuuluvan rooliinsa yleisellä tasolla, mutta koska sitä ei ole selvästi osoitettu työtehtäväksi, yleiset odotukset jäävät epämääräisiksi, eivätkä konkretisoidu toiminnaksi. Tulokset tuovat esiin, että verkkoviestinnän muuttaessa rooleja ja rutiineja, tiedeviestinnän vastuukysymyksiin ilmaantui harmaita alueita, kuten esimerkiksi tulisiko tutkijoiden vai viestinnän ammattilaisten seurata tutkimusalaa koskevaa verkkokeskustelua, joka on edellytys strategisesti

oivaltavalle osallistumiselle. Osallistuminen tapahtuu nyt enemmänkin satunnaisesti, reaktiivisesti – ilman strategista silmää.

Tutkijat toivottavat viestinnän ammattilaiset lämpimästi tervetulleiksi aggregoimaan eli kokoamaan tutkimusorganisaatioihin hajaantuneita tutkimusuutisia sekä laukaisemaan tutkijoiden viestintäpotentiaali toiminnaksi yksinkertaisilla, ohjatuilla sosiaalisen median rutiineilla. Mutta tämän ja aiempien tutkimusten mukaan tiedeviestintään osallistuminen on lopulta sittenkin riippuvaista tutkimusjohtajan viestintämyönteisyydestä. Viestinnän ammattilaiset kuitenkin kuvasivat hyvin haasteelliseksi yrityksiään edes koordinoita viestintää tutkimusyksiköiden, projektien ja yhä uusien verkkoprofiilien seassa. Ymmärrettävien kokonaisuuksien kokoaminen on yksi käytännöllisen strategisuuden edellytyksistä, ja tässä tutkimuksessa viestinnän ammattilaiset olivat huolissaan, että sisäinen hajaannus heijastuu tiedeviestintään ja yhteiskuntaan tieteellisen tiedon fragmentoitumisena eli pirstaloitumisena. Tutkimusprojektit voivat kuitenkin myös tukea käytännöllisen ja yhteiskunnallisen strategisuuden yhdistämistä. Projekteissa on mukana useita tutkimusorganisaatioita ja niiden viestintäyksiköitä. Projektit muodostuvatkin yhteistyöalustoiksi ja yhteiskunnan osa-alueita yhdistäviksi voimakkaiksi viestintäverkostoiksi, jotka tuottavat uudenlaista verkostovaikuttavuutta yhteisillä sosiaalisen median kampanjoillaan.

Kokonaisuutena nämä tulokset tukevat tiedeviestinnän tutkijoiden viimeaikaisia ehdotuksia, että tiedeviestinnän tuottamisessa ja lopputuloksissa on tärkeää eritellä ja samalla myös hyväksyä toisinaan jopa kiistanalaisia arvoja. Tämä on keskeinen haaste organisaatioiden strategisen tiedeviestinnän tutkimukselle sekä käytännölle ja johtamiselle kompleksisessä viestintäympäristössä selviytymiseen. Vahvan yhdenmukaisen viestinnän sijasta akateemisen yhteisön luonne kannustaa rakentavasti omaksumaan – ennemminkin kuin torjumaan – moniäänisyyttä ja epäjohdonmukaisuuttakin, mitä viestinnän tutkimuksessa on viime aikoina tarkasteltu. Kuitenkin moniäänisyys voi johtaa kakofoniaan, sisäiseen hajaannukseen ja tiedostamattomiin vaikeuksiin viestinnän koordinoinnissa. Olisi hyvä esimerkiksi pohtia, osallistuvatko tutkimusyhteisöt digitaaliseen tiedeviestintään täysin reaktiivisesti ja vailla suuntaa – fragmentoituneena tiedeviestintänä. Vahvemmallalla tieteen organisaatioiden yhteistyöllä myös käytäntöjen ja resurssien välillä voi olla mahdollista tuottaa tasapainoisuutta ja merkitystä tieteen viestintään ja yhteiskuntaelämään.

Viestintäammattilaisten määrä tiedeorganisaatioissa on kasvanut kansainvälisesti, mihin on yhtenä syynä, että onnistunut viestintä erittäin kompleksisessä mediaympäristössä on hyvin haastavaa. Jos akateemisen yhteisön toiveena on pirstaloitumisen sijaan tehokkaasti, strategisesti ja kollektiivisesti viestiä tieteestä, on mahdollistettava keinoja, joilla yhteisöllisiä tavoitteita ja vaikuttavuutta voidaan vahvistaa yhteiskunnallisena voimana muiden voimakenttien joukossa. Siinä tapauksessa, kuten arvoisa vastaväittäjäni John Besley on todennut: ”Meidän on järjestäydyttävä sellaisilla tavoilla, jotka auttavat tavoitteiden saavuttamiseen – ja me pystymme parempaan.”

FT Kaisu Koivumäen tiedeviestinnän alaan kuuluva väitöskirja ”Fragmentoitunut tiedeviestintä – Organisatorisen tiedeviestinnän nykyhaasteet” tarkastettiin etäyhteyksin Oulun yliopistossa humanistisessa tiedekunnassa 19.2.2021. Vastaväittäjänä toimi professori John C. Besley (Michigan State University) ja kustoksena professori Erkki Karvonen (Oulun yliopisto).