

Suomalainen tutkija ei osaa viestiä työstään

Näkökulmat Julkaistu 26.03.2015 klo 12:37 Kirjoittaja Maria Lassila-Merisalo

Opinnäytteiden tekijät eivät usein usko tulostensa kiinnostavan ketään, eivätkä ammattitutkijatkaan osaa aina markkinoida tuotoksiaan yleisölle.

Ammattikorkeakoulu lähetti medialle tiedotteen opiskelijansa opinnäytetyöstä. Lännen Median toimittaja kiinnostui aiheesta ja halusi kirjoittaa lehtijutun, mutta ei tavoittanut opiskelijaa. Tiedotteessa oli ainoastaan opiskelijan ja opinnäytteen ohjaajan sähköpostiosoitteet. Toimittaja metsästi puhelinnumeroita ja yritti viiden tunnin ajan tavoittaa opinnäytteen tekijää sähköpostein, tekstiviestein ja soittamalla, mutta ei saanut häntä kiinni.

Koska opinnäytetyön tekijää ei tavoitettu eikä tiedotteessa ollut riittävästi informaatiota jutun tekemiseen, opiskelija menetti tilaisuutensa saada työnsä tulokset esiin jopa kahdentoista eri sanomalehden sivuilla. Opinnäytetyön ohjaajan toimittaja kyllä tavoitti. Tämä kuulosti toimittajan mukaan yllättyneeltä opinnäytteen saamasta huomiosta. Tämä pieni tositarina on valitettavan kuvaava. Usein tiedote tehdään, koska se pitää oppilaitoksen ohjeiden mukaan tehdä, ei koska tutkielman tekijä uskoisi, että ketään kiinnostaisi, mitä hän on saanut aikaan.



Maria Lassila-

Merisalo on journalismin post-doc-tutkija Jyväskylän yliopistossa.

On ymmärrettävää, jos vastavalmistunut opiskelija arastelee työnsä julkistamista. Sen sijaan on käsittämätöntä, kuinka usein ammattitutkijatkaan eivät vaivaudu tiedottamaan kunnolla tutkimustensa tuloksia. Omien aikaansaannosten mainostamista pidetään nolona itsekehuskeluna, vaikka vanha sanonta kissan hännästä pitää yhä vankemmin paikkaansa. Ei toimittajilla ole aikaa etsimällä etsiä, mitä joku tutkija olisi saanut kammiossaan tehtyä.

Suomessa myös tutkijoiden keskinäinen viestintä on hämmentävän heikolla tolalla. Yliopiston käytävän varrella istuva tutkija ei välttämättä tiedä, mitä kollega viereisessä huoneessa tekee. Yliopistot saisivat osaltaan petrata viestinnässään. Jos tutkimushankkeista löytäisikin mainintoja niiden valmistuttua, on yllättävän vaikeaa selvittää, millaista tutkimusta on tulossa.

Tutkimuksen tekeminen tehostuisi merkittävästi, jos vähintäänkin samaa tieteenalaa edustavat ihmiset tietäisivät, mitä muualla on tekeillä. Jos sama ulotettaisiin vielä tieteenalojen rajojen yli, poikkitieteellisyys nousisi helpommin paperilta käytäntöön. Sen sijaan omista ideoista pidetään mustasukkaisesti kiinni, eikä tietoja vaihdeta. Kun toimintaympäristö ruokkii kovenevaa kilpailua, tämä voi olla viisastakin. Hyvät projektihakemukset ovat haluttua kauppatavaraa, jolla eri toimijat voivat pyrkiä ajamaan etujaan.

Tietyt tutkijat ovat vakiinnuttaneet paikkansa julkisuudessa. Laaja-alainen, selkeäsanainen ja helposti tavoitettavissa oleva asiantuntija on medialle arvokas. Usein maine tutkijayhteisössä heikkenee sitä mukaa kuin mediaesiintymiset lisääntyvät. ”Päivystävillä dosenteilla” naureskellaan, mutta kateus kalvaa mieltä.

Mediassa tiedetään asiantuntijuuden keskittyvän harvoille. Helsingin Sanomien Säätiön mediainnovaatioita etsivässä [Uutisraivaaja](#)-kilpailussa finaaliin pääsi projekti, jolla halutaan saattaa yhteen toimittajat ja asiantuntijat ja monipuolistaa näin mediassa näkyvien haastateltavien kirjoja. Kilpailun tuomariston puheenjohtaja kertoi tieteen popularisoinnin olevan selvä trendi tänä vuonna.

Yllättävän moni tutkija väheksyy tieteen yleistajuistamisen arvoa ja merkitystä. Jos tutkijat tekevät tutkimusta vain rahoittajille ja toisilleen, mitä virkaa tutkimuksella edes on?

Tutkimuksesta viestiminen ei ole puutteellista ainoastaan Suomessa. Jyväskylän yliopiston työnä on vasta avattu [eurooppalaisen journalismitutkimuksen uutisportaali](#). Portaalin rakentajat ovat pitkin matkaa tuskailleet, kuinka vaikeaa tutkimuksesta on löytää tietoa, ja sekin on pirstaleista, epäjohdonmukaista ja hankalasti käsiteltävää. On paradoksaalista, että jopa viestintää työkseen tutkivat ammattilaiset kompuroivat omassa viestinnässään.

Amerikkalaiset osaavat ainakin yksilötasolla homman paremmin. Omista saavutuksista ei arastella kertoa, eikä niitä milloinkaan vähätellä. Joulukuussa Suomen USA:n suurlähettiläs Bruce Oreck ilmoitti *Helsingin Sanomissa*, että suomalaisille ”[esikouluikäisistä väitöskirjaopiskelijoihin on opetettava tarinankerrontaa, markkinointia ja itseluottamusta](#)”.

Näillä kolmella suomalaisen tutkimuksenkin tilaa saataisiin kohennettua reippaasti. Tutkimisen substanssitaitoja meillä jo on.