

Tieteessä tapahtuu -lehti kokoaa yhteen eri tieteenalat. Se on foorumi ajankohtaisille ja yleis-tajuisille tiedeartikkeleille sekä keskustelulle tieteestä ja tiedepolitiikasta.

TOIMITUS

Päätoimittaja: Ilari Hetemäki
Toimitussihteeri (kirja-arvostelut, ilmoitukset): Tiina Kaarela

Snellmaninkatu 13,
00170 Helsinki
Puh. (09) 228 69 227
tieteessatapahtuu@tsv.fi

TOIMITUSNEUVOSTO

Professori Johanna Arola, päätoimittaja Ilari Hetemäki, professori Peter Johansson (pj.), pääsihteeri Ulla Järvi, dosentti Anna-Kaisa Kuusisto, yliopistonlehtori Nelli Piattoeva, toiminnanjohtaja Lea Ryytänen-Karjalainen, ylikirjastonhoitaja Kimmo Tuominen ja filosofian tohtori Kaisa Välimäki.

OSOITTEENMUUTOKSET

JA TILAUKSET

tilaukset@tsv.fi
Puh. (09) 228 69 254

JULKAISIJA

Tieteellisten seurain valtuuskunta
Painos 7 100 kpl
Ilmestyy 5 kertaa vuodessa
38. vuosikerta
Lehdestä ilmestyy myös verkkoversio:
www.tieteessatapahtuu.fi

Seuraava numero ilmestyy huhtikuun puolivälissä.
Julkaisemme siinä tapahtumati-etoja, jotka on lähetetty viimeistään 23.3.2020 osoitteeseen: toimitussihteeri@tieteessatapahtuu.fi

ILMOITUKSET

1/1 takakansi 550 € (4-v.)
Takakannen sisäsivu 480 € (4-v.)
Sisäsivut (4-v.) 540 €
1/1 (mv) 480 €
1/2 sivu (mv) 280 €
Myynti: puh. 0400 467 195 tai ilmoitukset@tieteessatapahtuu.fi

ISSN 0781-7916 (painettu)
ISSN 1239-6540 (verkkolehti)

Painotalo Plus Digital,
Lahti 2020.

PÄÄKIRJOITUS

TIEDE MARKKINOILLA

Tiede on mennyt markkinoille. Tutkimusta tehdään pääosin ulkopuolisella, kilpailuun perustuvalla rahoituksella. Tutkijoita kannustetaan kaupallistamaan tutkimustuloksiaan ja kiihdyttämään innovaatioiden virtaa talouskasvun turvaamiseksi. Epäsuorasti markkinoistumista vahvistaa myös kasvava tieteen mittaaminen erilaisilla indikaattoreilla, joilla menestyminen parantaa niin tieteenalojen, tutkijoiden kuin yliopistojen markkina-asemia.

Tieteen markkinat eivät kuitenkaan ole yksi ja yhtenäinen pelikenttä. Tutkijat liikkuvat monenlaisilla markkinoilla, joilla kilpaillaan erilaisista asioista, tavoitellaan erilaisia päämääriä ja tuotetaan erilaista tietoa erilaisille yleisöille. Löytyy ainakin viidenlaisia markkina-alueita: akateemiset markkinat, yritysmarkkinat, politiikkamarkkinat, professiomarkkinat ja julkiset markkinat.

Akateemiset markkinat paikantuvat tiedeyhteisön sisälle. Niillä kilpaillaan akateemisesta tutkimusrahoituksesta ja maineesta. Usein nämä ovat sidoksissa toisiinsa: tutkimusrahoitus niin sanotuilta hyviltä rahoittajilta tuo tieteellistä mainetta, ja saavutettu maine tuo tutkimusrahoitusta. Menestys tässä kilpailussa on tärkeää yliopistouran kannalta. Akateemiset markkinat luovat siten tieteen sisäistä hierarkiaa, joka kiristyvän kilpailun oloissa entisestään voimistuu. Näiden markkinoiden kautta tiedejärjestelmä myös puolustaa autonomiaansa itse määrittellä, mitkä ovat tärkeitä tutkimusaiheita ja millä kriteereillä tutkimuksen laatua arvioidaan.

Yritysmarkkinoilla kilpaillaan yhteistyöstä yritysten kanssa. Yritykset rahoittavat tutkimusta ja niiden intressit ohjaavat tutkimusaiheiden valintaa. Tavoitteena on tuottaa tietoa, jolla on yrityksille kaupallista hyötyä. Tutkimusryhmät voivat myös itse kaupallistaa tuloksiaan esimerkiksi perustamalla startup-yrityksiä. Menestyksen mittana ovat tieteellisen maineen sijasta innovaatiot, tuotekehitys ja taloudellinen voitto. Erityisesti monet tekniset tieteet ovat toimineet pitkään yritysmarkkinoilla. Sen sijaan humanistisilla tieteillä ja yhteiskuntatieteillä on rajattu pääsy näille markkinoille, sillä niiden tutkimuksella on harvoin suoraa taloudellista arvoa.

Politiikkamarkkinoilla tietoa tuotetaan poliittisen päätöksenteon tueksi. Julkishallinnossa omaksutun näyttöön perustuvan politiikan mukaan poliittisen valmistelun, päätöksenteon ja toimeenpanon tulee pohjautua tutkittuun tietoon. Tämä on luonut kasvavat markkinat ennakointi-, seuranta- ja arviointitutkimukselle. Rahoituskilpailua ei käydä vain yliopistotutkimuksen sisällä, vaan myös valtion tutkimuslaitokset,

ajatushautomot ja konsulttitoimistot ovat aktiivisia näillä markkinoilla. Tutkimuksen tavoitteena on yhteiskunnallinen vaikuttavuus ja vahvan asiantuntijan roolin saavuttaminen. Haasteeksi voi kuitenkin muodostua se, kenellä on valta määrittellä, mitkä kulloinkin ovat politiikkarelevantteja tutkimuskysymyksiä ja mistä suunnasta niihin etsitään vastauksia.

Professiomarkkinat sijoittuvat tieteen ja tietyn ammattikunnan leikkauspisteeseen. Tavoitteena on tuottaa tietoa ja välineitä, joiden avulla ammattikäytäntöjä voidaan kehittää ja uudistaa. Siten ammattikunnan tarpeet ja toiveet suuntaavat tutkimustyötä. Kilpailua käydään ennen muuta asiantuntija-asemasta ja tieteellisestä auktoriteetista ammattikunnan sisällä. Menestys tässä kilpailussa tuo tutkimukselle myös yhteiskunnallista vaikuttavuutta. Tutkimusrahoituksen kannalta professiomarkkinoiden merkitys on vaatimaton, mutta erityisesti perinteiset ja vahvat professiot, kuten lääkärikunta ja juristit, voivat tarjota tutkimukselle merkittävää taustatukea.

Julkiset markkinat kuljettavat tieteen suuren yleisön ja tavallisten ihmisten pariin. Tavoitteena on syventää ihmisten ymmärrystä erilaisista ilmiöistä ja parantaa hyvinvointia. Tutkimusalat eroavat toisistaan siinä, miten hyvä pääsy niillä on julkisille markkinoille. Jotkut aihepiirit, kuten terveyttä koskevat tutkimukset, ovat suuren yleisön suosiossa, jotkut toiset eivät. Tämä markkina on siinä mielessä hauras, ettei se juurikaan pysty tarjoamaan tutkimusrahoitusta. Rahoituksen sijasta kilpailua käydään ennen muuta mediahuomiossa. Tärkeää on esiintyä mediajulkisuudessa valppaana ja vakuuttavasti sekä sitä kautta parantaa omaa ja tutkimusalan näkyvyyttä, mikä sitten voi kohentaa asemia myös muilla markkinoilla.

Tieteen markkinat asettavat tutkimustyölle erilaisia reunaehtoja. Osittain eri markkinat sopivat yhteen ja vahvistavat toisiaan; osittain ne aset-



Kuva: Tampereen yliopisto.

tavat ristiriitaisia ehtoja ja odotuksia siitä mitä, miksi ja kenelle tutkimusta tulee tehdä. Tieteenalat ja tutkimussuunnat paikantuvat markkina- maastossa eri tavoin, mutta kaikille aloille on yhteistä, että rahoituksella on voimaa. Rahoitus on tehokas ja vaikuttava instrumentti, jolla tiedeyhteisön toimintaa pystytään ohjaamaan. Tutkijat eivät silti ole passiivisesti markkinoiden armoilla. Tutkijat ovat kekseliäitä ja aktiivisia toimijoita, jotka luovivat ja suunnistavat taitavasti tieteen markkinoilla ja pyrkivät luomaan tilaa omille tutkimusintresseilleen.

OILI-HELENA YLIJOKI

Kirjoittaja on tutkimusjohtaja Tampereen yliopistossa sijaitsevassa Tiedon, tieteen, teknologian ja innovaatioiden tutkimuskeskus TaSTI:ssa.