

---

**Miira Niska**

## **Tutkijan työ norsunluutornista someen**

---

Poutanen, Petro & Laaksonen, Salla-Maaria. *Faktat nettiin! Asiantuntijaviestintä sosiaalisessa mediassa*. Helsinki: Gaudeamus, 2019, 202 s.

Yhteiskunnallinen vuorovaikutus ja tutkimuksen vaikuttavuus ovat yliopistojen ja rahoittajien keskeisiä tavoitteita. Rahoitushakemuksissa ja työhaastatteluissa tutkijan on osattava kertoa vakuuttavasti, miten oman tutkimuksen tulokset saatetaan hyötykäyttöön. Stereotypian mukaiselle julkisuutta kammoksuvalle tutkijalle tehtävä ei ole helppo. Eikö tiedeviestintää voi jättää yliopistojen ja tutkimuslaitosten palkkaamien tiedeviestinnän asiantuntijoiden tehtäväksi?

Petro Poutasen ja Salla-Maaria Laaksosen vuonna 2019 julkaistun teoksen *Faktat nettiin! Asiantuntijaviestintä sosiaalisessa mediassa* vastaus kysymykseen on selvä: ei voi. Tutkijoiden tulee viestiä työstään (ja itsestään) sosiaalisessa mediassa paitsi oman uransa edistämisen myös maailman parantamisen vuoksi. Tutkimuksen vaikuttavuus kun varsin usein riippuu siitä, kuinka laajalle sen ideat ja tulokset leviävät. Kirja asettaakin tavoitteekseen muovata lukijastaan aktiivisesti viestivän ja keskus-televan asiantuntijan (s. 17).

Asetetun tavoitteen mukaisesti Poutasen ja Laaksosen teos lähestyy sosiaalisen median asiantuntijaviestintää käytännönläheisesti. Se tarjoaa konkreettisia ohjeita muun muassa kysymyksiin: miten suunnitella oma viestintä, mitä sosiaalisen median palveluita kannattaa ottaa haltuun, millainen sisältö on sosiaalisessa mediassa vetovoimaista? Kirja ohjaa pohtimaan oman someviestinnän tavoitteita ja yleisöä mutta tarjoaa lisäksi myös selkeitä kirjoitusvinkkejä. Esimerkiksi tämän kirja-arvion otsikointiin sain tukea kirjan alaluvusta *Hyvän tekstin anatomia*.

Konkreettisten ohjeiden ohella teos kuitenkin käsittelee tutkijoiden työn kiistakapuloita, kuten lisääntyviä työtehtäviä, tieteen popularisointia ja henkilöbrändäystä. Pääasiassa kirjoittajat – ja heidän haastattelemansa tutkijat – vakuuttavat, ettei sosiaalisen median haltuunottoon liity ongelmia. Tai oikeastaan, että mahdolliset ongelmat ovat suhteellisen helposti ratkaistavissa.

Kirjoittajat tunnistavat, että viestintä sosiaalisessa mediassa vie aikaa ja resursseja. Someviestintään tarvittavan ajan voi teoksen mukaan ottaa esimerkiksi tauoista (s. 48). Tutkimustyötä ajatellen yksi ongelma lienee käytössä olevien taukojen todellinen määrä. Monien tutkijoiden lounas- ja kahvitauot ovat jo vuosia sitten vaihtuneet kokouksen yhteydessä syötävään einessalaattiin ja kävellessä juotavaan take away -kahviin. Siinäkin tapauksessa, että taukoja on mahdollista pitää, saattaa moni tutkija pitää kohtuuttomana kirjan ideaa, että nämä tauot ovat helposti valjastettavissa palvelemaan tiedeviestintää.

Kirjoittajat tuntuvat lähtevän siitä, että tutkijat ovat sisäisesti motivoituneita viestimään työstään ja nauttivat toiminnasta niin paljon, ettei taukojen (tai bussimatkojen tai viikonloppujen) käyttäminen someviestintään ja sen opetteluun tunnu ongelmalliselta. Kirjoittajat kyllä huomioivat, että osa tutkijoista arvottaa someviestintää edelleen kielteisesti – ja varsinkin henkilöbrändäystä ja tieteen viihteellistämistä. Ongelmallista on, että kirjoittajat asemoivat nämä kielteiset henkilöt lukijan kollegoiksi, vanhan maailman edustajiksi, jotka ovat lähinnä kateellisia kirjan lukijan kaltaisille dynaamisille, somessa viestiville kollegoilleen (s. 162). Mutta entä kun kirjan lukija onkin se vanhan maailman edustaja eikä sisäisesti motivoitunut, dynaaminen someviestijä?

Teoksesta puuttuu niiden tutkijoiden ääni, jotka eivät lähtökohtaisesti koe someviestintää kiinnostuksen kohteekseen tai luontevaksi osaksi ammattiaan mutta silti tuottavat sisältöä teoksessa hyvin kuvatun ulkoisen pakon edessä. Tämä ryhmä on kuitenkin helppo kuvitella teoksen varsinaiseksi kohderyhmäksi. Viestintä omasta tutkimustyöstä on kiistatta tärkeää, mutta tälle tärkeälle toiminnalle tulisi voida osoittaa muutakin aikaa ja resursseja kuin tutkijoiden tauot, bussimatkat tai muu niin sanottu vapaa-aika. Olisikin ollut kiinnostavaa lukea kirjoittajien ajatuksia esimerkiksi siitä, mistä muualta someviestintään tarvittavaa aikaa ja resursseja voisi löytää ja kenen vastuulla niiden etsiminen ja löytäminen tulisi olla.

Koska teos on käytännönläheinen opas sosiaalisen median viestintään, sitä ei ole tarkoitettu kriittiseksi puheenvuoroksi. Kirja onkin vahvimmillaan silloin, kun se

tarjoaa konkreettisia ohjeita ja vinkkejä someviestinnän toteuttamiseen. Kriittisten näkökulmien esiin nostaminen ja kumoaminen on osa argumentointia (s. 120), mutta lukijalle jää paikoitellen epäselväksi, onko kirjoittajien tavoite kumota esiin nostettuja kriittisiä näkökulmia. Kirjassa korostetaan, että henkilöbrändäys on tärkeää (s. 19) ja onnistunutta brändäystä on syytä suunnitella (s. 43). Toisaalta taas todetaan, että brändäys on puhtaasti viestinnän ja maailman muuttamisen sivutuote eikä suinkaan itsetarkoituksellista (s. 20). Kirjassa ehdotetaan, että tutkijan persoonaan kohdistuva viestintä on asioihin keskittyvää viestintää vaikuttavampaa, mutta samalla korostetaan, ettei kenenkään tutkijan tarvitse suostua yksityiselämää avaaviin henkilöjuttuihin (s. 163).

Kaiken kaikkiaan Poutasen ja Laaksosen teos kokoaa hienosti yhteen asioita, joita tutkijoiden tulisi huomioida sosiaalisen median viestintää suunnitellessaan ja toteuttaessaan. Kirja on hyödyllinen jokaiselle tutkijalle, jolle someviestintä ei (vielä) ole luonnollinen osa tutkimustyötä. Moni tutkija ei varmasti yhdy kirjassa esiintyvään näkemykseen, että tutkimusrahoitus ilman vaikuttavuutta mahdollistaa vain *helpon* työpaikan tutkijalle (s. 14). Mutta moni tutkija varmasti yhtyy kirjoittajien näkemykseen, että henkilökohtaisista kiinnostuksenkohteista tai mieltymyksistä huolimatta ympäröivä yhteiskunta nykyään odottaa tutkijoiden viestivän työstään myös sosiaalisessa mediassa.

## **Kirjoittaja**

### **Miira Niska**

VTT, dosentti, yliopistonlehtori, Helsingin yliopisto  
sähköposti: miira.niska@helsinki.fi

Arvio on kirjoitettu osana Suomen tiedekustantajien liiton Tiedejulkaisemisen perusteet -kurssia.