

# Tutkimukseen perustuva viestintä on vaativa laji

13.3.2017

[193Share](#)

[Tweet](#)

[0Share](#)

Viime päivinä on käyty keskustelua paristakin viestintätapauksesta, joiden pääväittämät liittyvät ilmastonmuutokseen ja sitä koskevaan tutkimukseen. Kritiikkiä ovat saaneet Bioenergia ry:n turpeenpolttoa ajava [Turveinfo-kampanja](#) ja [Valion tiedote](#) suomalaisen karjatalouden ilmastovaikutuksista.

Ilmastonmuutos on suuri yhteiskunnallinen kysymys, joka herättää voimakkaita tunteita. Tulenarkojen aiheiden kommunikoinnissa viestinnän ammattilaisilta vaaditaan rohkeutta tuoda esiin myös kiistanalaisia näkemyksiä. Tämä ei poista viestijän vastuuta väitteiden paikkansapitävyydestä.

Viestinnän eettiset ohjeet edellyttävät, että virheellisiä väitteitä ei esitetä eikä myöskään esitetä asioita tavalla, joka antaa niistä harhaanjohtavan kuvan. Juuri viimeksi mainitusta on usein kyse.

Viestinnän ammattilainen voi kokea painetta muotoilla väitteensä niin, että ne herättävät riittävästi huomiota. Voimakas näkyvyyden tavoittelu johtuu paitsi mediakentän muutoksesta myös viestinnän strategisen otteen vahvistumisesta. Viestinnällä halutaan vaikuttaa, ja vaikuttaminen vaatii monenlaisten viestinnän foorumien hyödyntämistä.

Nykyisessä viestintäkentässä virheistä ja harhaanjohtavista väitteistä jää kuitenkin nopeasti kiinni. Paniikkireaktiona voidaan muokata otsikoita ja väittämiä uudelleen tai jopa poistaa joitakin kohtia. Virheiden korjaaminen on velvollisuus. Julkaistun tekstin hiljainen muokkailu ei ole korjaus. Virheen korjaus pitää tehdä välittömästi ja näkyvästi.

Ongelma koskee myös tiedeviestintää itseään. Parin vuoden takaisen brittitutkimuksen mukaan yli kolmannes tutkimuksista kertovista tiedotteista sisälsi alkuperäisiin tutkimusartikkeleihin verrattuna selvää liioittelua ja ylitulkintaa. Tämän seurauksena virheet jatkavat leviämistään.

Tieteestä kertominen on laajentunut aiempien kapea-alaisten tiedefoorumien ulkopuolelle erilaisiin medioihin, sosiaaliseen mediaan, kansalaisyhteiskuntahankkeisiin ja kaupallisille foorumeille. Vaikka ammattimaisia toimijoita sitoo ammattikunnan etiikka, kiusaus eettisten rajojen ylittämiseen voi olla suuri.

Muutama perusasia.

- Kannattaa selvittää itselle, mikä on eri tutkimusten ydinviesti. Yhteen tutkimukseen nojautuminen ei usein riitä. Ellei tutkimuksen kenttää ja julkaisujen sisältöä ymmärrä itse, ei pysty tuottamaan paikkansapitävää tekstiä, kuvaa, grafiikkaa. Virheellisten tai vähintäänkin kyseenalaisten johtopäätösten vetämisen riski on suuri. Usein on turvaututtava alan asiantuntemukseen viestinnän jokaisessa vaiheessa.
- Toisten esittämiin, omiin intresseihin sopiviin väitteisiin on suuri houkutus nojata, vaikka ne osoittautuvat lopulta kestäättömiksi. Ei pidä antaa johtaa itseään harhaan ja hyväksyä puolueellisia tai yksipuolisia esityksiä.
- Ei pidä taipua näkyvyyden paineen alla. Sensaatiohakuisten väitteiden esittäminen on tulella leikkimistä, vaikka ne voivat houkuttaa yleisöä. Jos ne osoittautuvat kuplaksi, kiinni jääminen on varmaa ja organisaation luotettavuus vaarassa.
- Vaikka viestinnän vastuu on viime kädessä johdolla, viestinnän ammattilaisen vastuulla on aina tuoda esiin riskit ja varoittaa niistä.
- Jos virheitä kaikesta huolimatta tulee, ne pitää korjata samassa yhteydessä ja yhtä näkyvästi kuin alkuperäinen viesti. Joskus anteeksipyyntökin on paikallaan.

**Elisa Juholin**

Puheenjohtaja

**Henrik Rydenfelt**

Varapuheenjohtaja

<http://ven.fi/tutkimukseen-perustuva-viestinta-vaativa-laji/>