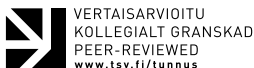


**JOHANNA VAATTOVAARA &
URPU STRELLMAN**

**TIETEEN
YLEISTAJUISTAMINEN
KÄYTÄNNÖSSÄ**



GauDeamus



Jenny ja Antti Wihurin rahasto on tukenut tämän kirjan kirjoittamista.



Copyright © 2026 Johanna Vaattovaara, Urpu Strellman & Gaudeamus Oy
sekä omien tekstiensä osalta Anssi Männistö, Henri Satokangas,
Tomas Sjöblom ja Elina Vitikka

Oikeudenhaltija pidättää oikeudet kaupalliseen tekstin- ja tiedonlouhintaan.

Gaudeamus Oy
www.gaudeamus.fi
Kaisaniemenkatu 13 A, 00100 Helsinki

Tuoteturvallisuuteen liittyvät tiedustelut:
info@gaudeamus.fi

Kansi: Perttu Lämsä

KL 16.8, 07

ISBN 978-952-345-388-3

Painopaikka: Otavan Kirjapaino Oy, Keuruu 2026



SISÄLLYS

Esipuhe 9

Tiede kuulumaan kaikille! 15

Miksi yhteiskunnallinen vuorovaikutus on tärkeää? 15

Mitä on tiedeviestintä ja mitä tieteen yleistajuistaminen? 22

Käyttöohje: Tieteen yleistajuistaminen käytännössä 27

I YLEISTAJUISTAMISEN PERIAATTEET

1 Yleistajuistaminen tutkijan työnä 35

Kuusi syytä karttaa yleistajuista tiedeviestintää 35

Seitsemän syytä panostaa yleistajuiseen tiedeviestintään 40

2 Tutkimuksen toisinajattelemine 47

Tutkija tiedon tuottajana ja tulkitsijana 47

Mutkia suoriksi – vai toista reittiä? 59

Vaikuttavuus syntyy luottamuksesta 66

3 Vaikuttava viestintä 74

Kirkkaan viestin vetovoima 74

Seitsemän askelta ydinviestin muotoiluun 78

Tehokkaan viestinnän työkalut 83

4 Viestintä- ja vuorovaikutussuunnitelma 89

Viestintäsuunnitelmasta vaikuttamiseen 90

Vuorovaikutussuunnitelmalla yhteisen tiedon tuottamiseen 94

II OMAEHTOINEN TIEDEVIESTINTÄ

5 Yleistajuistamista yhteistoiminnassa 101

Tieteidenvälinen osaaminen ja monialainen yhteistyö 104

Tutkimuksen tukipalvelut 113

Viestinnän tukipalvelut 124

Yksityiset tiedeviestinnän tekijät 137

6 Asiantuntijuus sosiaalisessa mediassa 147

Someviestinnän tehtävät ja vaikuttavuus 151

Varautuminen somehäirintään 156

Medianäkyvyyden hyödyntäminen someviestinnässä 160

Vuorovaikutusta hyperlinkeistä, tieteenlukutaitoa vlogista 167

7 Podcast – tutkimustietoa opiksi ja viihteeksi 172

Miksi ryhtyä tekemään podcastia? 173

Kumppanuutta toteutukseen! 177

Podcast teknisenä ja tuotannollisena prosessina 182

8 Tietokirja – näkemystä ja kokonaiskuva 185

Tiedettä kirjassa 188

Kolme syytä kirjoittaa tietokirja 192

Tietokirjailijan kolme valintaa 199

Viittaukset ja lähteiden käyttö 203

Kustantaja kumppanina 208

Tietoa kansainväliselle yleisölle 215

III TIEDE JA TUTKIJA JOURNALISTISESSA MEDIASSA

9 Journalistit tutkijan kumppaneina 225

Miten tutkija pääsee tai joutuu mediaan? 226

Kootut vinkit mediayhteistyöhön 238

Journalistin ohjeet ja Hyvä tieteellinen käytäntö kohtaavat 243

Tiedon visualisointi yleistajuistamisen keinona 249

10 Tutkija aloitteellisena journalismin kentällä 260

Tutkija kirjoittajana: media ja kohderyhmä edellä 260

Tutkija tiedon takana: tiedote ja väitöstiedote 269

Yleistajuistajan juhlahetki: väitöksenalkajaisesityelmä 282

Tiedeviestinnän tulevaisuus? 287

Liite: Tiedeviestinnän tehtäväpaketti 292

Viitteet 298

Kirjallisuus 304

Hakemisto 314

Kirjoittajat 318

Näkökulmatekstit

Termit yleistajuisessa tekstissä | HENRI SATOKANGAS 62

Miksi kannattaa puhua myymisestä? 77

Innostavan tiivistämisen taito 81

Mitä iloa on argumentista? 87

Tiedeviestinnän tavoitteet ja niiden toteutuminen 93

Vuorovaikutussuunnitelman avainkysymykset 96

Kansalaistiede kumppanuutena 109

Kumppaneina yritykset 111

Ajankohtaisuus ja rohkeus synnyttävät vaikuttavaa tiedeviestintää

| TOMAS SJÖBLOM 128

Sometili tutkimushankkeelle? 159

Tutkittu tieto puheeksi: referoinnin rooli yleistajuistamisessa

| ELINA VITIKKA 162

Luova tietokirjoittaminen 196

Suomalainen tietokirjallisuus on eettistä 207

Kirjaideasta kustannussopimukseen 211

Mikä Suomesta kiinnostaa maailmalla? 217

Tutkimuksen tulkki median palveluksessa: Liina-Kaisa

Tynkkynen 234

Kuppi nurin hyvän visualisoinnin tähden | ANSSI MÄNNISTÖ 252

Jutun myyminen mediallyle 264

Erilaisia lehtijuttuja 268