



# Miten hyödyntää sosiaalista mediaa?

Tehyn kuntapäättäjäseminaari

17.3.2018

Katri Lindqvist

Johtaja, viestintä

Tehy





# Viestinnän periaatteita

## Viestinnän tulee

- Tavoittaa kohderyhmät
  - oikeat välineet, monikanavaisuus, selkeys, ymmärrettävyys
- Olla vaikuttavaa
  - samastuminen, kieli, puhuttelevuus, mittaaminen
- Tukea strategisia tavoitteita
  - viestintä on aina tavoitteellista – miksi, kenelle, mitä?
- Tehyn viestinnän lähtökohta:
  - etujärjestö, joka ajaa tietyn ryhmän etuja suomalaisessa yhteiskunnassa ja kansainvälisesti

### Tutkittua

Tehy on Suomen 3. arvostetuin ammattijärjestö ja mielikuva Tehystä on ammattijärjestökentässä 2. paras. (Lähde: Taloustutkimus 2017)

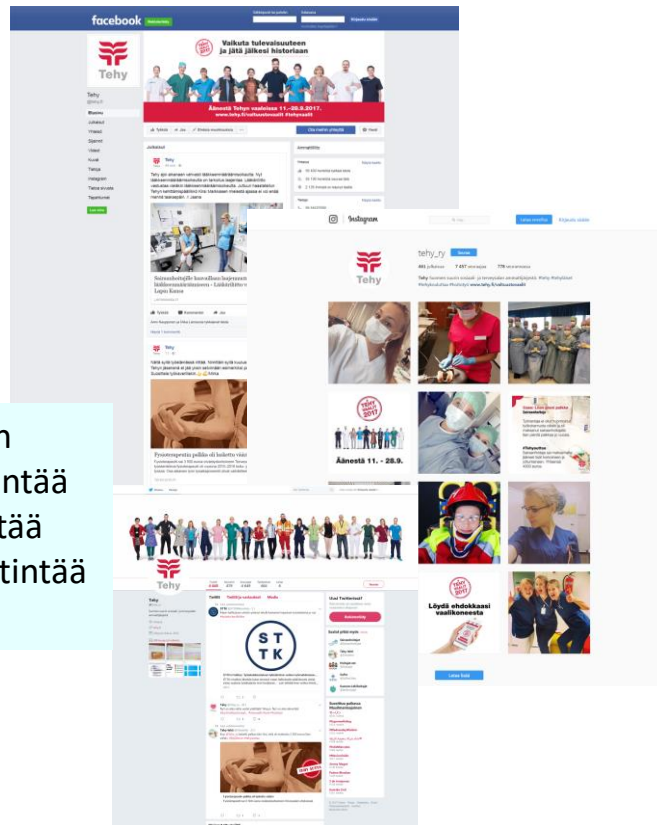
# Tehyn monikanavainen viestintä

Tehy on somen suurin ammattiliitto

- Tehy.fi, Tehylehti.fi
- Somekanavat: FB, Twitter, Instagram
- Verkkouutiset ja ajankohtaissisällöt
- Blogit
- Uutiskirjeet
- Kampanjat
- Julkaisut, esitteet
- Tehy-lehti ja verkkolehti

Eri kanavissa tehdään

- Ajankohtaisviestintää
- Vaikuttajaviestintää
- Markkinointiviestintää



## Tiedon koti:

Perustieto Tehystä  
Työelämäopas  
Lausunnot, kannanotot, julkaisut  
Jne.

## Ajankohtainen tieto:

Uutiset  
Ajankohtaiset  
Some-nostot  
Blogit  
Mediatiedotteet

suomi •  Käykää sisään [Lity jäseneksi](#) [Työttömyyskassa](#)

[Etusivu](#) [Tehy](#) [Palvelut ja edut](#) [Työelämäopas](#) [Lehti](#)

**Tehy on Suomen suurin sosiaali- ja terveysalan ammattijärjestö.**

Ongelmia töissä?

Eikö ratkaisua löydy?

Tehyn jäsenpalvelut

[Lity jäseneksi](#)  
[Oleeko pö jäsen? Käykää](#)

**Äänestä Tehyn vaaleissa**  
Äänestysaika on 11.–28.9.2017

**ÄÄNESTÄMÄÄN >**

**tehy-lehti** #Tehy.fi 11.9.2017  
**Opanovien ja Ormovia tuonneko lasa-lääkkeiden vaarat?**

**tehy-lehti** #Tehy.fi 10.9.2017  
**10 hoitajiaan vanhuuden merkkiä**

**tehy-lehti** #Tehy.fi 11.9.2017  
**Historian suurin naisi Ensimmäinen naisi pomo**

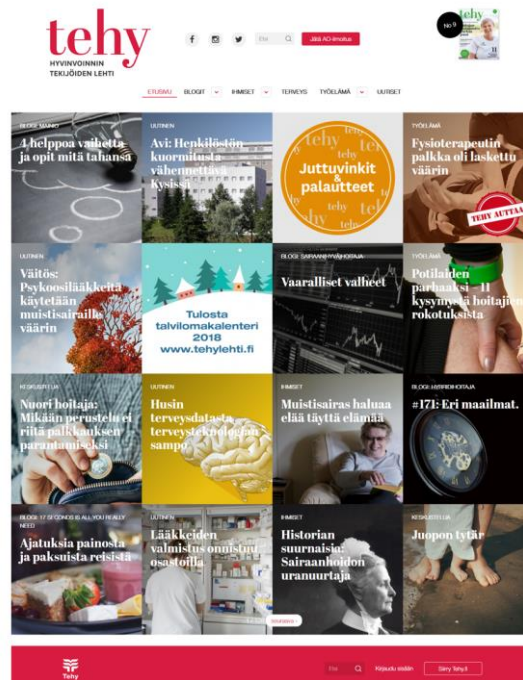
Työelämäopas auttaa ongelmatilanteissa [Klikkaa](#)

Terveystuotoalan työttömyyskassa [Klikkaa](#)

# Tehy-lehti

Verkossa  
tehylehti.fi

- Ammatti- ja järjestölehti, Aikakauslehtien liiton jäsen
- Tarkastettu levikki 134 649 (LT 2016)
- Kansallinen mediatutkimus, lukijamäärät verrattavissa suuriin naistenlehtiin
- Printtilehti ilmestyy 12 nroa/v
- Verkkolehti, verkkouutiset, lehden omat some-kanavat, blogiyhteisö



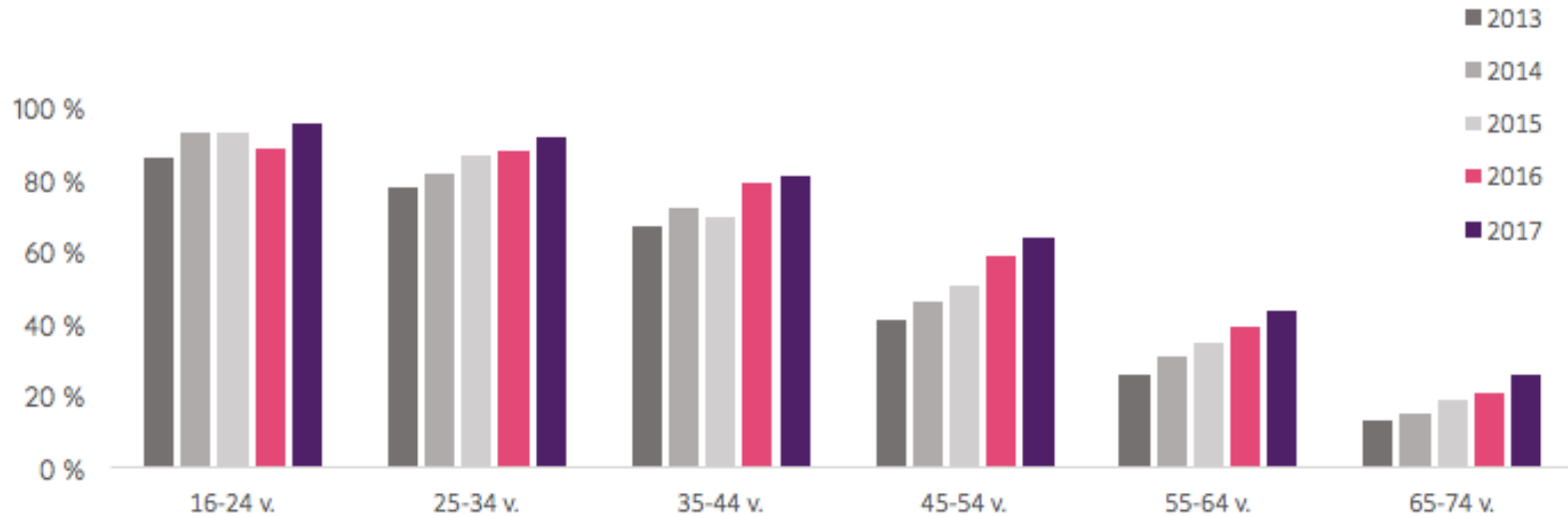


# Sosiaalisesta mediasta

- Määritelmä: verkkopalvelut ja sovellukset, joissa yhdistyy käyttäjien välinen kommunikaatio ja oma sisällöntuotanto. Viestintää monelta monelle poiketen joukkoviestimistä, perinteisestä mediasta. Käsitettä käytetty laajemmin vajaat 10 vuotta.
- Jälkiteollinen ilmiö, joka muuttanut ja muuttaa taloutta, tuotantoa, kulttuuria, politiikkaa.
- Algoritmi: ohjelmapätkä, joka päättää, mitkä päivitykset nousevat esille, mitkä eivät, muuttuu jatkuvasti, on salainen
- Algoritmi vaikuttaa nykyään paljon viestinnän tekemiseen ja kustannuksiin
- Esim. FaceBook kertoi uusimmista algoritmin muutoksista tammikuussa -vähentää yritysten, organisaatioiden näkyvyyttä, lisää näkyvyyttä kavereiden päivitykselle



# Suomalaiset somessa 2017



Yhteisöpalvelujen käyttö Suomessa 2013-2017

# Suomalaiset somessa 2017

## Suomalaisten käyttämät somepalvelut



88 %



82 %



70 %



46 %



35 %



32 %



28 %



22 %

Datalähde: DNA:n Digitaalisen elämäntavan tutkimus, 06/2017, kaikki 15-74-vuotiaat, N=1005  
Luvuissa mukana vastaajat, jotka käyttävät somepalveluja vähintään *harvemmin kuin kerran viikossa*. Kuva: Harto Pönkä, 23.8.2017



# Somen merkitys

## Sisäisesti, esim. Tehyn jäsenviestinnässä

- Luonne – läsnäolo, henkilökohtaisuus, nopeus
- Tavoittaa nopeasti ja erittäin kustannustehokkaasti suuret joukot, markkinointi- ja jäsenhankintakanava, vahvistaa yhteisöllisyyttä, Tehy-perhe koolla
- Suora vuorovaikutus jäsenten kanssa, nopeita vastauksia, palautetta, heikkoja signaaleja, myös kritiikki päätyy heti oikeaan osoitteeseen
- Myös väärinkäsitysten ja kriisien lähde, trollien luontainen elinympäristö
- Somekanavilla eri profiilit – Tehyn Facebook jäsenviestinnässä (uutisia, informaatiota, paljon asiaa, keskustelua, palautetta) , Instagram jäsenviestinnässä (henki positiivinen, ilo, yhteisöllisyys, oma ammatti...), Twitter (yhteiskuntasuhteet, medianäkyvyys)



# Somen merkitys

## Uutislähteenä ja vaikuttajaviestinnässä

- Twitter on ns. päättäjämmedia
- Yhteiskunnallisen vaikuttamisen foorumi
- Toimittajat, poliitikot, eri alojen asiantuntijat Twitterissä
- Tärkeä perinteisen median uutislähde (uutisen elinkaari alkaa lähes aina sieltä)
- Jälleen somen luonne - läsnäolo, henkilökohtaisuus, nopeus
- Vaikuttavin yhdistelmä: Tehyn tilit + Tehyn päättäjien, toimijoiden, asiantuntijoiden oma some-aktiivisuus!
- Aktiivinen keskustelu, kommentointi
- Oma sisältöä keskustelun avauksiksi ja jaettavaksi (esim. bloggaaminen, mielipidekirjoitukset jne.)



# Somen haasteet

- Palautteeseen kannattaa varautua – kriittinenkin keskustelu käydään joka tapauksessa jossain
- Kiitä palautteesta
- Ää provosoidu, vaikka provosoidaan (*Kill them with kindness*)
- Älä poista viestejä, ellei ole selkeästi asiaton tai lainvastainen (piilota, jos tarpeen), sensuuri synnyttää uusia some-myrskyjä
- Trollit yleisiä
- Some nopeuttaa ja vahvistaa ilmiöitä
- Valeuutiset, valemedia arkea
- Oikaise, korjaa vääriä tietoja, älä intä, se ei auta - *Don't feed the troll*
- Kun asiat kriisiytyvät, myös tarkoitushakuinen vastaviestintä lisääntyy
- Tiedon luotettavuuden ja medialukutaidon merkitys korostuu



# *Tutkimus: How lies spread on social media?*

- Science-lehdessä maaliskuussa 2018 julkaistu tutkimus
- Huhut ja valheet leviävät Twitterissä paljon totuutta nopeammin
- Syy ei ole algoritmi, botit ym. vaan ihminen
- Eniten nopeaa leviämistä selitti ihmisten tunnereaktio huhuun ja halu välittää uutta tietoa eteenpäin
- Hyvä uutinen on se, että mediakasvatuksella voi vaikuttaa asiaan
- Tiedon luotettavuuden arviointi on oikeasti tärkeää ja voimme vaikuttaa itse viestintäympäristöömme
- <http://www.sciencemag.org/news/2018/03/fake-news-spreads-faster-true-news-twitter-thanks-people-not-bots>



# Päätäjät somessa, huomioita

- Mahdollisuus!
- Kosketuspinta kansalaisiin, palautekanava. Vrt. sähköpostiin vastaaminen.
- Vaikuttajafoorumi. Asiantuntijuus ja yhteiskunnallinen painoarvo vaikuttajana viestittyy – tai jää viestittymättä
- Henkilöbrändit
- Tehy-pohjalta lisäarvoa työelämää, sosiaali- ja terveysalaa koskeviin keskusteluihin. Hyödynnä Tehyn sivuilta tiedotteet, lausunnot, blogit, julkaisut jne.
- Osallistu, argumentoi, vaikuta, vakuuta, oikaise väärää tietoa, jaa tietoa omille verkostoillesi, tee omaa sisältöä esim. blogga
- Pekka Sauri: Julkishallinto ja sosiaalinen media -opas, Millariikka Rytönen



KIITOS.