

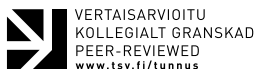
Petro Poutanen &
Salla-Maaria Laaksonen

FAKTAT NETTIIN!

ASiantuntijaviestintä
sosiaalisessa mediassa



Gaudeamus



Copyright © 2019 Tekijät & Gaudeamus

Gaudeamus
www.gaudeamus.fi

Kansi: Ville Karppanen

Kirjoittajien valokuvat liepeessä: Laura Mendelin &
Tuukka Lehtiniemi

Kirjan sisäsivuilla olevien kuvien kuvaajat ja lähteet: s. 69 Emilia Lounela, s. 100 Jussi Heinonen, s. 143 Lihastohtorin Facebook-sivu & Marko Simonet. Henkilökuvat haastateltujen omista someprofileista.

KL: 61.721,07 • UDK: 654,07

ISBN 978-952-345-037-0

Painopaikka: Tallinna Raamatutrukikoja OÜ, Tallinna 2019

SISÄLLYS

1	Johdanto	13
2	Tiede ja asiantuntijat verkossa	25
	Tutkimus – kiinnostaako ketään?	25
	Asiantuntijan uudet saappaat	30
	Yli alkukankeudesta	35
	Mitä asiantuntija hyötyy?	37
	Persoonalla esille.....	41
	Do it yourself: toimintatapoja on monia	43
	Minna Huotilainen: Helposti lähestyttävä tutkija.....	47
	Pekka Isotalus: Sivustakatsojasta aktiiviseksi twiittaaajaksi	49
3	Asiantuntija, sinä olet brändi!	52
	Kilpailua asiantuntijamarkkinoilla	54
	Millainen on asiantuntijan somenäkyvyys?	58
	Millainen on minulle luonteva tapa viestiä sosiaalisessa mediassa?.....	63
	Mikko Meriläinen: Pelitutkija haluaa tuoda nuorten äänen mukaan keskusteluun	69
	Suvi Uski: Koko kansan sometohtori.....	72
4	Suunniteltu asiantuntijaviestintä	74
	Asiantuntijaviestinnän pyramidimalli	74
	Aseta tavoitteita.....	95
	Asiantuntijan sisältösuunnitelma	97
	Elina Lehtonen: Asiantuntijan sisältösuunnitelma	100
	Mari K. Niemi: Suunnitelmallisella tekemisellä vaikuttajaksi....	107
	Mika Pantzar: Toimiiko provo? Facebook joukkoistetun palautteen areenana	110

5	Vetävät sisällöt	112
	Popularisoinnin keinot	113
	Verkon monet tekstilajit	117
	Hyvän tekstin anatomia	126
	Verkon kieli on visuaalinen	130
	Kerro faktoista tarinoita	135
	Tunteiden herättäminen viestinnässä	139
	Ville Mäkipelto: Tubetuksella tiedettä tunnetuksi	150
	Ninnu Koskenalho: AntroBlogi – tiedemedia, joka syntyi rakkau- desta antropologiaan	154
6	Ajanhukkaa, vänkäämistä ja nettivihaa?	157
	”Sosiaalisen median käyttö vie aikaa, ja se on pois tutkimuksesta”	157
	”Kollegat eivät arvosta julkisuudessa esillä olevaa tutkijaa”	162
	”Verkossa joutuu ikäviin keskusteluihin kaikenlaisten hourupäiden kanssa”	163
	Työkalut vaikeiden tilanteiden tueksi	166
	Saara Jantunen: Tutkijan pitää olla tarkka asiantuntijuutensa rajoista	171
7	Viestinnällä vastuullisesti vaikuttava tiede	174
	Vastuullinen mutta rohkea asiantuntijaviestintä on vaikuttavaa	176
	Voiko asiantuntija arvuutella?	179
	Persoonat kiinnostavat	180
	Miten vaikuttavuutta verkossa voi mitata?	181
	Viestintä avaa ovet virallisiin vaikutuskanaviin	184
	Lopuksi: asiantuntijuuden puolustus	185
	Erja Sandberg: Rohkeaa ratkaisuviestintää ja vahvuusajattelua	188
	Seppo Knuutila: Faktojen rakastaja ja tieteen puolustaja	190
	Viitteet	192
	Kirjallisuus	196
	Kirjoittajat	202

Kirjassa esiteltävät työkalut

Verkkonäkyvyyden tulikoe	61
Sosiaalisen median hissipuhe	66
Minä viestijänä eli asiantuntijan SWOT.....	67–68
Asiantuntijan sisältösuunnitelma	97–103
Tutkimusprojektin ABC somessa	104
70 minuutin blogikirjoitusharjoitus	145
Viestin kiteyttämisharjoitus	146
Hankalan verkkoviestintätilanteen arviointi ja toimenpiteet.....	168
Asia, tunne ja kasvot -malli.....	169