

Tieto käyttöön

Viestintäopas



VALTIONEUVOSTON
SELVITYS- JA TUTKIMUSTOIMINTA

Tämä julkaisu on toteutettu osana valtioneuvoston vuoden 2014 selvitys- ja tutkimussuunnitelman toimeenpanoa (www.vn.fi/TEAS). Julkaisun sisällöstä vastaavat tiedon tuottajat, eikä tekstisisältö välttämättä edusta valtioneuvoston näkemystä.

Valtioneuvosto tarjoaa näkyvyyttä hankkeille omissa kanavissaan. TEAS-toiminnalla on blogi ja uutiskirje, jossa julkaisemme mielellämme hankkeisiin liittyvää informaatiota.

VN TEAS Twitterissä: @vntas ja #tietokäyttöön

SISÄLLYSLUETTELO

- 3 Tieto on arvokkainta jaettuna
- 6 Anna tiedon kiertää
- 8 Testaa hypoteeseja pitkin matkaa
- 12 Ratkaisut edellä
- 14 Somesta vauhtia vaikuttamiseen
- 16 Onnistuneella tilaisuudella on selkeä tavoite
- 18 Neljä vinkkiä tehokkaaseen ohjausryhmyöskentelyyn
- 19 Näin saat median kiinnostumaan tutkimuksestasi

TEKIJÄT

Valtioneuvoston selvitys- ja tutkimustoiminta

Sisällöntuotanto: Kaskas Media

Graafinen suunnittelu: Kilda Creative

TIETO ON ARVOKKAINA JAETTUNA

MIKSI TUTKIJOIDEN, VIRKAKUNNAN
JA PÄÄTTÄJIEN VÄLISTÄ VUORO-
PUHELUA PITÄÄ VAHVISTAA,
VALTIONEUVOSTON KANSLIAN TIEDE-
ASiantuntija KAISA LÄHTEENMÄKI-SMITH?

Vuoropuhelu lisää keskinäistä ymmärrystä. Syntyy parempia päätöksiä, kun virkakunta ja päättäjät ymmärtävät paremmin asioiden taustoja ja ovat perillä vaihtoehtoista. Tietoa tuotetaan yhä enemmän ja kilpailu ihmisten huomiosta kovenee.

Päätöksentekijät seuraavat laajasti asioita, mutta silti valtavasti tietoa jää hyödyntämättä. Toki on paljon tieteellistä tietoa, jolla ei ole välinearvoa, mutta on myös paljon tutkimustietoa, joka on arvotonta, jos

siinä esitetyt ajatukset eivät sysää liikkeelle toimintaa.

Vuosi sitten puhutti Maailmanpankin selvitys, josta kävi ilmi, että lähes kolmasosa heidän raporteistaan ei oltu koskaan ladattu ja 87 prosenttia ikinä siteerattu. Ei enää riitä, että vain tutkii, vaan tutkijan pitää osata määritellä, kenelle tieto on tarpeellista ja miten se tavoittaa heidät.

KANNUSTATTE HANKKEITA HYÖDYNTÄMÄÄN
YHTEISKEHITTÄMISEN MENETELMIÄ. MIKSI?

Yhteiskehittämisellä tarkoitetaan sitä, että tiedon tuottajat ja hyödyntäjät tuodaan yhteen mieluiten jo silloin, kun tutkimuskysymyksiä ja -asetelmaa muotoillaan.

TEAS-hankkeissa etsitään ratkaisuja yhteiskunnallisiin ongelmiin. Ratkaisut ovat usein palveluja, ja jotta niistä tulee käyttökelpoisia ja helposti saavutettavia, on ne suunniteltava yhteistyössä käyttäjien kanssa. Näin toimittiin esimerkiksi valtioneuvoston kokeilutoimintaa pohjustaneessa Design for Government -hankkeesta, josta voi lukea sivulta kahdeksan.

MIKSI VASTUUTA HANKKEIDEN VIESTINNÄSTÄ SÄLYTETÄÄN TUTKIJOILLE?

Ensin tutkitaan ja sitten tiedotetaan on vanhentunut toimintamalli. Nykyaikaisessa viestinnässä korostuvat vuorovaikutteisuus ja monipuolisuus. Viestintä on tärkeä osa asiantuntijoiden työtä. Viestinnän avulla tutkija voi tuoda esiin asiantuntijuuttaan ja tehdä tutkimustansa tunnetuksi. Toivon, että viestintä nähdään mahdollisuutena, jonka avulla asiantuntijan on mahdollista saada tietoa ja välittää sitä eteenpäin sidosryhmille, kuten medialle, tiedeyhteisölle, päätöksentekijöille ja luonnollisesti myös suurelle yleisölle. Kannustamme tutkijoita ottamaan viestinnän huomioon jo tutkimushanketta suunniteltaessa.

EIKÖ JOTAIN OLENNAINEN TUTKIMUSTIEDON LUONTEESTA KATOA SITÄ YLEISTAJUUSTETTAESSA?

Tieto on aina arvokkaampaa jaettuna. Monitukaisten asioiden yleistajuistaminen ei ole yksinkertaista, mutta se ei ole myöskään niin vaikeaa kuin usein annetaan ymmärtää. Monet kansainväliset tiedejulkaisut edellyttävät jo kahta tiivistelmää: yhtä akateemiselle yleisölle ja toista maallikoille.

Tutkijat usein valittavat julkisen keskustelun heikkoa tasoa. Viestinnän professori Esa Väliaverron totesi hiljattain hyvin, että tiedeviestintä ei ole vain omista tutkimuksista viestimistä vaan vuoropuheluun altistumista. Aihe ei aina ole oma tutkimusaihe, vaan se voi olla jotain sen liepeiltä.

EIKÖ OLE RISKI, ETTÄ TUTKIMUKSEN RIIPPUMATTOMUUS KYSEENALAISTUU JA TUTKIJAT TUOTTAVAT VAIN TILAAJALLE MIELUISIA TULOKSIA?

En näe riskiä. Tutkija vastaa tuloksistaan. Päätöksentekijä vaikuttaa aihepiirien ja teemojen valintaan, mutta tutkija säilyttää tutkimusta tehdessään riippumattomuutensa. Tutkija tekee toimintasuosituksia, mutta

sitten on aivan oma lukunsa, mitä lopulta päätetään ja miten asiat laitetaan käytäntöön. Tutkijan riippumattomuus ei vaarannu vuoropuhelussa virkakunnan ja päättäjien kanssa tutkimuksen teon aikana. Ei ole päättäjänkään edun mukaista, että tutkija tekee huonoa tutkimusta miellyttääkseen rahoittajaa.

MILLAINEN ON VNK:N NÄKÖKULMASTA HYVIN VIESTITYTTÄ TUTKIMUSHANKE?

Hyvin viestityssä hankkeessa tiedon tarvitsijat on määritelty hyvissä ajoin ja he ovat saaneet tietoa hankkeesta helposti

omaksuttavassa muodossa silloin, kun sitä on tarvittu.

Teollinen internet -hanke ajoitti hienosti tulosten julkistuksen hallitusohjelman valmistelun yhteyteen. Heillä oli selkeä viesti päättäjille: teollisen internetin liiketoiminta tuo onnistuessaan Suomeen 12 miljardia investointeja ja luo 48 000 työpaikkaa vuoteen 2023 mennessä. Mikään ei kiinnosta päättäjiä enemmän kuin investoinnit ja työpaikat. Kaikkien hankkeiden sisältö ei taivu numeroiksi, mutta viestin ajoitukseen, muotoiluun ja jakeluun kaikki voivat panostaa.



Viestintä on hyvä aloittaa heti hankkeen alkaessa, jotta se tavoittaa tiedon käyttäjät mahdollisimman laajasti.



1. ASETA TAVOITE

Mitä haluat saada viestinnällä aikaan? Määrittele, ketkä ovat ne tahot, joiden kanssa yhteistyössä tavoite toteutuu. Kenen pitää tietää tutkimuksesta sen eri vaiheissa? Miten eri kohderyhmien tiedontarve eroaa toisistaan? Mieti, missä ja miten tavoitat oikeat ihmiset tehokkaimmin.

2. KIRKASTA PÄÄVIESTI

Tiivistä hankkeen keskeiset tavoitteet muutaman lauseen ydinviesteiksi. Onko sama pääviesti olennainen kaikille kohderyhmille? Jotta viesti menee perille, tiedon täytyy tuntua vastaanottajasta hyödylliseltä. Käytä hänelle tuttuja sanoja. Vältä oman alan jargonia.



3. PANOSTA OHJAUSRYHMÄÄN

Kokoa hankkeelle sitoutunut ohjausryhmä. Mieti tarkkaan kenen jäsenyydestä olisi eniten hyötyä projektillesi. Ota mukaan laajasti verkostoituneita tiedon hyödynnäjiä. Ohjausryhmän hyvä koko on 6–8 henkilöä. Valmistelee tapaamiset huolella ja aseta niille selkeät tavoitteet.

1.

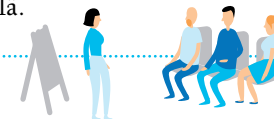
4. TARJOA TIEDONMURUJA

Tutkimuksesta on hyvä tuottaa tiedonjyviä julkisuuteen pitkin matkaa. Ne voivat olla kuvia, infografiikoita tai vaikka yhden sivun tietokoosteita. Visuaalista materiaalia on helppo hyödyntää esityksissä, hankeblogissa ja sosiaalisessa mediassa. Verkosta löytyy sivustoja, joilla infografiikkaa voi tuottaa jopa ilmaiseksi. Yksi hyvä palvelu on Infogram ([infogr.am](https://infogram.com)).



5. KATSOKAA SEMINAARISSA ETEENPÄIN

Seminaarit ovat hyvä tapa jakaa tietoa, mutta tutkijat katsovat niissä helposti vain menneisyyteen. Voisiko katsetta luoda enemmän tulevaisuuteen? Järjestä erilaisia tapaamisia hankkeen eri vaiheissa ja valjastaa osallistujien tietotaito käyttöön yhteiskehittämisen menetelmiä hyödyntämällä.



6. PYYDÄ TÄRKEÄ TYYPPI LOUNAALLE

Hankkeen aikana kannattaa kohdata mahdollisimman monia sen kannalta tärkeitä sidosryhmiä. Kun tiedät tarkkaan kuka hyötyy tiedoistasi, miksi et pyytäisi häntä vaikka lounaalle tai kahville? Älä epäröi olla yhteydessä suoraan virkakunnan edustajiin, päättäjiin tai toimittajiin.



7. PIDENNÄ TUTKIMUKSEN ELINKAARTTA

Tutkimusten elinkaari jää usein lyhyeksi. Älä odota, että loppuraporttia tarvitsevat löytävät sen verkon uumenista, vaan mieti tapoja, miten voisit jakaa julkaisua esimerkiksi sosiaalisessa mediassa ja uutiskirjeissä. Vinkkaa siitä eri tahoille, kun raporttiin liittyvät asiat tulevat ajankohtaiseksi vuosienkin jälkeen.

TESTAA HYPOTEESEJA PITKIN MATKAA

Design for Government -hankkeessa suunniteltiin toimintamalli sen tulevien käyttäjien kanssa. Miten yhteistyö toimi tutkijan ja tilaajan näkökulmasta?

“Halusimme luoda hankkeessa ehdotuksen toimintamallista, jolla valtionhallinto voi suunnitella kansalaisten kanssa parempaa yhteiskuntaa. Hankkeen tavoitteena oli juurruttaa käyttäytymislähtöisyyttä ja kokeilukulttuuria julkiselle sektorille. Käyttäytymislähtöisyys on sitä, että päätösten suunnittelussa selvitetään kokeiluilla ja tutkimustietoa hyödyntäen, millaisia vaikutuksia niillä on ihmisten arkeen.

Olemme työskennelleet ajatushautomo Demos Helsingissä pitkään näiden teemojen parissa, ja Design for

Gouvernement -hanke oli erinomainen tapa saada asia nytkähtämään eteenpäin Suomessa.

Demos Helsingin toiminta on kumppanuusvetoista, eli mietimme aina hankkeiden aluksi, ketkä ovat ne tyypit yli sektorirajojen, joilla on asiasta kiinnostavia näkemyksiä ja keiden pitäisi olla mukana hankkeessa. Kutsuimme tämän hankkeen tiimoilta keskeiset ihmiset eräänä syksyisenä iltana toimistollemme ja kysyimme, mitä asioita heidän mielestään pitäisi ottaa aihetta käsitellessä huomioon.”

HASHTAGEILLA KANSAINVÄLISTÄ JULKISUUTTA

“Järjestimme vajaan vuoden aikana seitsemän tilaisuutta ja työpajaa. Kolme niistä liittyi Aalto-yliopiston kanssa yhteistyössä järjestettyyn Design for Government -kurssiin, jossa opiskelijat ratkoivat valtionhallinnon heille antamia konkreettisia haasteita. Opiskelijatöiden lopputilaisuuteen Säätytalolle ilmoittautui 350 ihmistä. Huima määrä on osoitus siitä, että aihe oli ajassa ja että olimme onnistuneet tavoittamaan asiasta kiinnostuneet.

Viestimme hankkeesta Demos Helsingin 5 000 hengen Facebook-ryhmässä, blogissamme ja tilaisuuksissa hyö-

dynsimme Twitteriä. Pyrimme Twitterissä kytkeytymään aiheen kannalta tärkeisiin hashtageihin ja näin saimme hankkeelle huomiota myös kansainvälisesti. Alle vuoden kestävä hanke on niin lyhyt, että sille ei kannata alkaa rakentaa omaa Twitter- tai Facebook-yleisöä. Sen sijaan kannattaa viestiä hankkeesta olemassa olevissa

yhteisöissä, joissa on teemasta kiinnostuneita.

Tilaisuuksien ja työpajojen lisäksi kävimme lukuisia kahdenkeskisiä keskusteluja eri toimijoiden kanssa. Monet heistä kommentoivat myös hankkeen väli- ja loppuraporttia.”



Design for Government -avajaispaneelissa keskustelivat Seungho Lee, Marco Steinberg, Kaisa Lähteenmäki-Smith, Turkka Keinonen ja Juha Leppänen. Kuva: Richard Hylertstedt.

KUTSU KÄVI HALLITUSNEUVOTTeluihin

“Tiiviissä hankkeessa kannattaa ehdottomasti lähteä nopeasti ulos tapaamaan ihmisiä. Toimintamallin suunnittelussa on erityisen tärkeää, että ymmärtää kenttää, jonne sitä suunnittelee. Ymmärrys kehittyy vain lukuisten haastattelujen ja tapaamisten myötä.

Keskustelut eri tahojen kanssa eivät olleet vain empirian keräämistä, vaan testasimme hypoteeseja ja kysyimme vinkkejä ja mielipiteitä tutkimuskirjallisuudesta.

Tottakai keskeneräisten ajatusten testaaminen jännitti tosi paljon, mutta vastaanotto oli erittäin positiivista ja keskusteluista oppi valtavasti.

Kävimme haastattelemassa alan huippuja myös Lontoossa. Tapaamisten järjestäminen oli työlästä. Opimme, että yksi sähköposti ei todellakaan riitä, vaan aina pitää soittaa perään. Vaivannäkö ehdottomasti kannatti, saimme tapaamiset keskeisten henkilöiden kanssa aina Cabinet Officen virkamiehistä projekteja toteuttaviin suunnittelijoihin.

Jos omista tutkimuksistaan ei puhu, eivät ne myöskään kiinnosta ketään ja vaikutta mihinkään. Ehkä siksi, että hankkeemme tunnettiin virkakunnan keskuudessa niin

hyvin, sain kutsun keväällä asiantuntijaksi hallitusneuvotteluihin Toimintatavaryhmään, jota Olli-Pekka Heironen veti. Hallitusohjelmaan kirjattiin: “Toteutetaan kokeiluohjelma, joka koostuu erikseen valittavista laajemmista kokeiluista sekä lukuisista pienemmistä kokeiluista” sekä että “kokeiluissa hyödynnetään kansalaislähtöisiä toimintatapoja”.

Juha Leppänen, hankkeen johtaja, Demos Helsinki

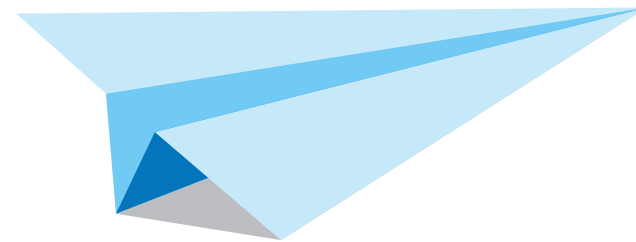
FAKTA:

Nimi: Design for Government – ohjauksen uudet työkalut ja kokeilukulttuuri

Hankkeen johtaja: Juha Leppänen, Demos Helsinki

Rahoitus: 80 350 euroa

Toteuttajatahot: Demos Helsinki, Tutkimuspaja Avanto Helsinki, Aalto-yliopiston Design for Government -kurssi



”YHDESSÄ OLII HELPOMPI TEHDÄ
UUSI ALUEVALTAUS”

”Meihin teki vaikutuksen jo hakemuskvaiheessa Demos Helsingin ja kumppanien ehdotus tiivistä yhteistyöstä tilaajan kanssa. Aalto-yliopiston opiskelijoiden mukaanotto oli myös erinomainen idea. Päätimme heti aluksi edetä keskustellen ja yhdessä ideoiden. Se oli välttämätöntä, koska aihepiiri oli käsitteellisesti vaativa. Hankkeessa otimme haltuun käyttäytymislähtöisyyttä ja kokeiluajattelua kokonaisvaltaisesti. Keskustelumme olivat todella inspiroivia. Fiilis pysyi koko ajan innostuneena ja palavereissamme naurettiin

paljon! Näemme hallitusohjelmasta, että kokeilukulttuuri on hallituksen keskeisiä tavoitteita ja liittyy laajaan ja syvälliseen toimintatapojen uudistamiseen julkisella puolella. Kunta- ja uudistusministeri Anu Vehviläinen totesi DfG-raportin julkistustilaisuudessa, että raportti sisältää monia uusia ja rohkeita tapoja tukea hallinnon ja kansalaisyhteiskunnan vuorovaikutusta. Raportti säilyy pitkään tärkeänä peruslähteenä. Sitä vilkuillaan tulevaisuudessa kerran jos toisenkin.”

Sirpa Kekkonen, strategiasihteeristön päällikkö, valtioneuvoston kanslia

RATKAISUT EDELLÄ

Päättäjät saa kuulolle, kun tarjoaa heille hyödyllistä tietoa oikeaan aikaan. Kansanedustaja Sanna Lauslahti (kok.) antaa kuusi vinkkiä työtoveriensa tavoittamiseen.

SELVITÄ KUKA VASTAA MISTÄKIN

Tärkeintä on tunnistaa heti hankkeen aluksi kenelle päätöksentekijöistä ja avustajakunnasta tutkimustiedollasi ja tietämykselläsi on käyttöä. Selvitä, kuka istuu missäkin valiokunnassa ja ajaa mitäkin asiaa. Edustajille ovat Arkadianmäellä edelleen tärkeitä ne teemat, joilla he kampanjoivat itsensä sisään.

Apua voi kysyä esimerkiksi eduskuntaryhmien sihteereiltä.

PANOSTA AJOITUKSEEN JA OLE KÄRSIVÄLLINEN

Ajoitus on tiedon perille menossa kaikki kaikessa. Kannattaa ottaa hyvissä ajoin selvää, milloin itselle tärkeät teemat tulevat valiokunnissa käsittelyyn. Päättäjät on vastaanottavainen, kun tieto on työn kannalta hyödyllistä. Heinä-elokuu ja tammikuu ovat kansanedustajien kalenterissa rauhallista aikaa, joten ne ovat hyviä aikoja yhteydenotoille. On hyvä muistaa, että omaa viestiä pitää rummuttaa monta kertaa, jotta se rekisteröidään. Yksi sähköposti on harvoin tarpeeksi.

LÄHESTY SOMESSA TAI VEDÄ HIHASTA

Kesällä minuun otti yhteyttä Facebookissa tutkija, joka kertoi terveysteknologia-tietämyksestään. Työskentelen juuri teeman parissa, joten ehdotin hänelle

tapaamista. Minuun kannattaa ottaa yhteyttä Facebookissa ja Twitterissä. Facebook-chatissa on helppo vaihtaa näkemyksiä. Saan päivässä noin 80–100 sähköpostia, joten someyhteydenotolla erottuu muista. Hyvä tapa jäädä päättäjän mieleen on vetäistä hihasta tapahtumassa. Tulkaa rohkeasti juttelemaan ja kertomaan omista tutkimusaiheistanne.

EHDOTA 15–30 MINUUTIN TAPAAMISTA

Jos tutkija ottaa yhteyttä ajankohtaiseen aiheeseen liittyen ja haluaa tulla vartiksi kertomaan tutkimustuloksistaan, on vaikea sanoa ei. Kansanedustajilla on harvoin aikaa kuunnella puolentoista tunnin esitelmiä. Esiityksen pääkohdat on hyvä tiivistää pariin kalvoon tai liuskaan. Materiaaleista voi olla myöhemmin hyötyä esimerkiksi välikysymystä valmisteltaessa. Myös avustajan on hyvä olla tapaamisessa läsnä, jotta hänelle ei tarvitse selittää asiaa myöhemmin uudelleen. Päättäjiä voi myös rohkeasti kutsua vierailulle omalle työpaikalle.

ÄLÄ ESITTELE ONGELMIA VAAN RATKAISUJA

Kansanedustaja haluaa kuulla sinulta tapaamisessa ratkaisuja. Ongelmat usein jo tunnetaan. Kerro siis lyhyesti ja konkreettisesti, mitä pitää tehdä toisin ja perustele näkökantasi sen jälkeen. Vältä pitkää johdattelua aiheeseen. Kansanedustajat seuraavat aktiivisesti julkista keskustelua, joten mielipidekirjoitukset ja muut käytännönläheiset tekstit ovat hyödyllistä vaikuttajaviestintää.

PYYDÄ PÄÄTTÄJÄ PUHUMAAN TILAISUUTEESI

Kansanedustajat tulevat mielellään puhumaan tilaisuuksiin. Varmin tapa siis saada päättäjät perehtymään aiheeseen on pyytää häntä kommentoimaan sitä seminaariin. Kalenteri täyttyy nopeasti, joten ota kommenttipyyntöön tiimoilta yhteyttä vähintään puolitoista kuukautta etukäteen.

Lauslahti toimii tutkijoiden ja kansanedustajien seuran puheenjohtajana.



SOMESTA VAUHTIA VAIKUTTAMISEEN

Sosiaalinen media on tärkeä osa tutkimusviestintää. Somenäkyvyydellä kasvatat projektisi tunnettavuutta ja osallistut yhteiskunnalliseen keskusteluun.

MIKSI HANKKEEN KANNATTAA NÄKYÄ SOMESSA?

Mitä suurempi yleisö tuntee hankkeesi, sitä todennäköisemmin sillä on yhteiskunnallista vaikutusta. Sosiaalisessa mediassa viestiminen on nopein ja kustannustehokkain tapa saattaa projekti päättäjien, median ja muiden kiinnostuneiden tietoisuuteen. Some auttaa verkostoitumaan ja liittää hankkeen osaksi yhteiskunnallista keskustelua.

MISSÄ KANAVISSA KANNATTAA NÄKYÄ?

Somekanavia on lukematon määrä. Kannattaa valita yksi tai kaksi kanavaa, josta löydät hankkeen kannalta tärkeän yleisön. Tutustu rohkeasti onnistuneisiin hankkeisiin ja ota niistä mallia.

Tämän hetken suosituin kanava tutkimusviestinnälle on Twitter. Someviestintä kannattaa mieltää alusta asti osaksi hanketta. Ajatuksen tiivistäminen 140 merkin twiittiin voi tuntua aloittelijasta haastavalta. Päivittämään oppii päivittämällä, joten ennen pitkää se sujuu rutiinilla.

Hankkeella on hyvä myös olla blogi, jonka kirjoittamiseen projektin parissa työskentelevät voivat osallistua. Saat lukijoita blogiin jakamalla linkkejä sinne Twitterissä.



Tietoa hankkeesta kannattaa pyrkiä jakamaan laajasti myös oman taustaorganisaation eri somekanavissa ja julkaisuissa.

KANNATTAAKO PÄIVITTÄÄ OMALLA NIMELLÄ, HANKKEENA VAI TAUSTAORGANISAATIONA?

Jos hanke on lyhyt, kannattaa sille luoda oma hashtag ja käyttää twiittaamiseen omaa tai organisaation Twitter-nimeä. Asiantuntijat kiinnostavat usein persoonattomia organisaatioita enemmän.

Hankkeen hashtagin alle on helppoa koota kaikki aiheesta tehdyt julkaisut. Hyvä hashtag on lyhyt ja informatiivinen. Näin se ei syö viestin merkkimäärää. TEAS-hankkeista Teollinen internet ja automaatio-hankkeesta viestitään hashtagilla #teollineninternet ja Kyberosaaminen Suomessa -projektista tunnisteella #kyberturvallisuus.

MITEN SAADA IHMISET KIINNOSTUMAAN?

Aktiivinen sisällöntuotanto ja vuorovaikutus ovat edellytyksiä somessa menestymiselle. Twitter perustuu vuorovaikutukseen muiden käyttäjien kanssa, eli heidän julkaisujensa kommentointiin ja twiittien uudelleen twiittaamiseen (retweet). Omat twiitit

kannattaa yhdistää ajankohtaisiin tai alalla käytettyihin hashtageihin. VN TEAS-hankkeiden hashtag on #tietokäyttöön.

Seuraamalla muita käyttäjiä tulet huomatuksi, joten käy seuraamassa kiinnostavia henkilöitä ja organisaatioita. Kun lisää @-merkin ja henkilön käyttäjätunnuksen julkaisuusi, vastaanottaja saa siitä ilmoituksen. "Tagaamalla" voit herättää esimerkiksi päättäjän mielenkiinnon.

Vaikka omasta hankkeesta ei olisikaan uutta raportoitavaa, hashtag kannattaa pitää elossa kommentoimalla ajankohtaisia keskusteluja ja jakamalla muiden aiheita läheltä liippaavia artikkeleita. Voit myös "livetwiitata", eli raportoida reaaliajassa hankkeeseen liittyvistä tapahtumista.

KUINKA REAGOIDA ASIATTOMIIN KOMMENTTEIHIN?

Sosiaalisessa mediassa törmää kaikenlaisiin kulkijoihin. Suurin osa käyttäjistä kommentoi asiallisesti ja viesteihin kannattaa vastata aktiivisesti. Epäasiallisten kommentojien kanssa kiistelemiseen ei kannata tuhlaa aikaa.

Artikkeli perustuu VNK:n Sosiaalinen media päätöksentekijätiedon palveluksessa -työpajaan, joka järjestettiin joulukuussa 2014.

ONNISTUNEELLA TILAISUUDELLA ON SELKEÄ TAVOITE

Hyvässä tilaisuudessa hanke ottaa askeleen eteenpäin ja osallistujien tietotaito pääsee käyttöön, sanoo THL:n viestintäpäällikkö Kaarina Wilskman. Tässä kymmenen vinkkiä.

Mietimme aina hankkeen alkaessa: Mikä muutos tällä halutaan saada aikaan? Ketkä voivat toteuttaa muutoksen? Mitä argumentteja he kuuntelevat ja miten heidät voi tavoittaa? Kaarina Wilskman havainnollistaa.

ASETA SELKEÄ TAVOITE

Mieti tarkkaan, mistä hankkeelle olisi eniten hyötyä ja rakenna ohjelma tukemaan

tavoitetta. Hyvä tilaisuus ei ole kiva tietää tiedonvaihtoa, vaan se johtaa johonkin, eli sysää jonkin muutoksen liikkeelle.

SELVITÄ KILPAILEVAT AKTIVITEETIT

Ota huomioon ajankohtaa miettiessä kutsuttavien mahdolliset muut tärkeät menot ja muualla Suomessa asuvien mahdollisuudet päästä paikalle. Milloin saapuu ensimmäinen juna Joensuusta, entä lento Oulusta? Kuntapäätäjät kokoustavat usein maanantaisin. Eduskunnan täysistuntojen aikataulut löytyvät eduskunnan verkkosivuilta. Hyvä tilaisuus loppuu ennen neljää.

ALOITA KUTSUMINEN AJOISSA

Lähetä useita kutsuja. Pari kuukautta aikaisemmin voit lähettää varoituskutsun, kuusi viikkoa ennen tarkan ohjelman ja vielä muutuskutsun pari viikkoa ennen tilaisuutta.

Henkilökohtainen kutsu on yleistä ilmoitusta tehokkaampi. Lähetä siis tärkeimmille henkilökohtainen viesti.

PANOSTA AVOIMUUTEEN

Julkaise kutsu eri verkkosivuilla, uutiskirjeissä ja aiheen kannalta tärkeillä

ammattifoorumeilla. Ihmiset ovat niin kiireisiä, että odottamatonta yleisöryntäystä tuskin tulee. Moni sen sijaan saattaa pistää kutsun merkille ja seurata keskustelua Twitteristä, vaikka ei pääse paikalle.

HYÖDYNÄ KAIKKIEN OSAAMINEN

Ihmiset ovat mielellään hyödyksi, joten rakenna ohjelma niin, että kaikkien osallistujien osaamista hyödynnetään. Tarjoa taustatietoa hankkeesta, mutta kuuntele paljon muita ja pyri hyödyntämään heidän tietotaitoaan.

VIESTI MONIKANAVASESTI

Kehota osallistujia käyttämään hankkeen hashtagia Twitterissä. Näin saatte kaikki hanketta koskevat twiitit niputettua saman sanan alle. Jos mahdollista, videoikaa ja tallentakaa tilaisuus ja jakakaa linkkejä tallenteisiin sosiaalisessa mediassa. Laita materiaalit jakoon SlideSharessa jälkikäteen.

OLE LUOVA OHJELMAN SUUNNITTELUSSA

Mieti vaihtoehtoisia tapoja osallistaa ihmisiä. Voisiko alustuksen toteuttaa haastatteluna? Tai jakaa osallistujille rooleja ja pistää heidät

väittelemään Post-it-sulkeisten sijaan? Jos pidät paneelin, panosta valmisteluun. Älä anna ihmisille mahdollisuutta puhua toistensa ohi, vaan haasta heidät kommentoimaan rohkeasti toistensa puheenvuoroja.

LUO TUNNELMAA YKSITYISKOHDILLA

Huolehdi, että ilmastointi toimii ja taukoja on riittävästi. Ihmiset rupeavat räpläämään kännykkää usein 20 minuutin jälkeen, joten pidä puheenvuorot lyhyinä. Pyydä ihmisiä nousemaan välillä seisomaan ja huolehdi, että taukoja on riittävästi.

MUISTA KERÄTÄ PALAUTETTA JA PIDÄ YHTEYTTÄ

Jos organisaatiossasi ei ole vakiintunutta palautteenkeräysjärjestelmää, Google Drive tarjoaa siihen ilmaisia ja helppoja työkaluja. Kerro osallistujille tilaisuuden jälkeen, miten hanke etenee.



4 VINKKIÄ TEHOKKAASEEN OHJAUSRYHMÄ- TYÖSKENTELYYN

Ohjausryhmä yhdistää tutkimuksen tekijät sen käyttäjiin.



OHJAUSRYHMÄSTÄ SPARRAUSRYHMÄKSI

Ohjausryhmä ei ole vain muodollisuus, vaan sen tehtävä on kannustaa tutkijoita huipputulokseen.

SUURI EI OLE KAUNISTA

Toimivassa ohjausryhmässä istuvat hankkeesta kiinnostuneet, jotka hyötyvät sen tuloksista. Kokoa ei ole syytä paisuttaa kutsumalla jäseniä tittelien perusteella.

NÄPIT IRTI YKSITYISKOHDISTA

Ohjausryhmä ei mikromanageroi eikä tee työtä tutkijoiden puolesta.

AJOISSA LIIKKEELLÄ

Hyvä ohjausryhmä aloittaa työnsä heti ja ideaalitapauksessa jäsenet ovat osallistuneet jo hankkeen suunnitteluun.

Vinkit antoi maa- ja metsätalousministeriön tutkimusjohtaja Mikko Peltonen.

NÄIN SAAT MEDIAN KIINNOSTUMAAN TUTKIMUKSESTASI

Vedä toimittajan kanssa yhtä köyttä, niin tuloksesi saavat näkyvyyttä.

OTA YHTEYTTÄ VARHAIN

Kerro tutkimustuloksista jo ennen niiden virallista julkistamista. Näin toimittajat saavat aikaa perehtyä aiheeseen ja kirjoittaa juttunsa valmiiksi.

SOITA OIKEALLE TOIMITTAJALLE

Yleinen tiedote ei tee vaikutusta. Lähetä sähköposti ja soita suoraan aiheeseen erikoistuneelle toimittajalle.

HYVÄSTIT AKATEEMISELLE JARGONILLE

Älä pidä jääräpäisesti kiinni tieteellisestä esitystavasta, vaan puhu ja kirjoita yleistajuisesti pääkohdista.

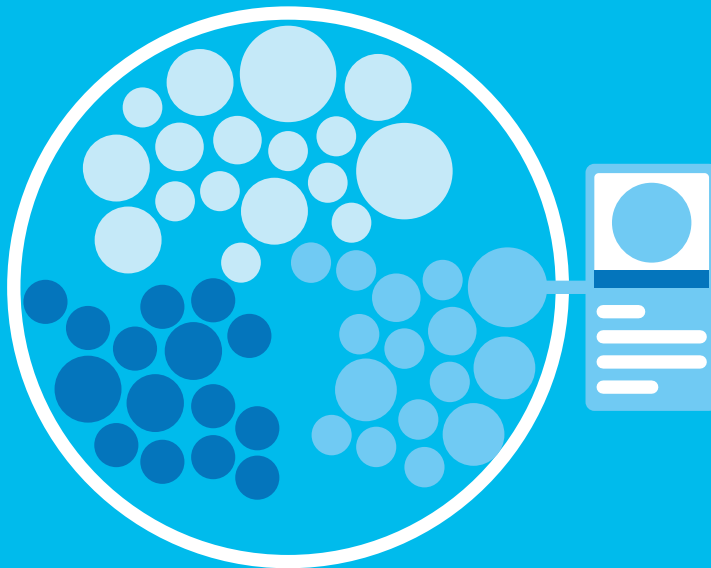
OLE HYVÄ YHTEISTYÖKUMPPANI

Ole tavoitettavissa ja kärsivällinen. Toimittaja saattaa esittää lisäkysymyksiä vielä useaan otteeseen haastattelun jälkeen.

Vinkit antoi toimitussihteeri Riikka Haikarainen Helsingin Sanomista.



TEAS-kartta



Tiedot valtioneuvoston selvitys- ja tutkimustoiminnan hankkeista kootaan helppokäyttöiselle verkkoalustalle. Kokeilun tarkoituksena on lisätä hankkeissa tuotetun tiedon käyttöä.

Pääset tutustumaan TEAS-karttaan osoitteessa vn.fi/teas. Sivustolta löytyy lisätietoja tietojen syöttämisestä alustalle.