JULKAISU

Veera Värtinen

Tutkijat ja sosiaalisen median käyttö

KAKS – KUNNALLISALAN KEHITTÄMISSÄÄTIÖ

Tutkijat ja sosiaalisen median käyttö

Veera Värtinen

Tutkijat ja sosiaalisen median käyttö

KAKS – Kunnallisalan kehittämissäätiö

Kunnallisalan kehittämissäätiön Julkaisu 5
2017
Toinen versio
ISBN 978-952-7072-94-3

Sisällys

1 Tutkijat ja sosiaalinen media 2017 -kyselyn taustaa 1
2 Kyselyyn vastanneiden tutkijoiden taustatiedot 2
3 Sosiaalisen median käyttö 5
4 Mielipiteet sosiaalisesta mediasta.....8
5 Sosiaalinen media tutkijan työssä.....10
6 Sosiaalisen median hyödyt ja haitat 13
6.1. Hyödyt ja vahvuudet 13
6.2. Heikkoudet ja huonot puolet 15
6.3. Sosiaalisen median tulevaisuus.....19
Liitteet..... 27

1 Tutkijat ja sosiaalinen media 2017 - kyselyn taustaa

Tarkastelemme kyselyn avulla kunta-alan tutkijoiden sosiaalisen median (some) käyttötapoja, käsityksiä somesta ja heidän tulevaisuuden arvioita sosiaalisesta mediasta. Kysely lähetettiin 360 henkilölle ja siihen vastasi 95 tutkijaa (26 %). Vastaukset kerättiin reilun viikon aikana huhtikuussa 2017.

Syksyllä 2014 KAKS teki vastaavan kyselyn tutkijoille. Silloin kysely lähetettiin samankokoiselle ryhmälle ja vastauksia kertyi 120 (33 %). Molemmissa kyselyissä tutkijoilta tiedusteltiin erilaisten taustakysymysten lisäksi muun muassa heidän sosiaalisen median suosikkisovelluksia, somen käyttötarkoituksia ja siellä vietettyä aikaa. Julkaisun liitteenä on eritelty jokaisesta kysymyksestä saadut tulokset kuvallisessa muodossa erilaisilla kuvioilla ja diagrammeilla.

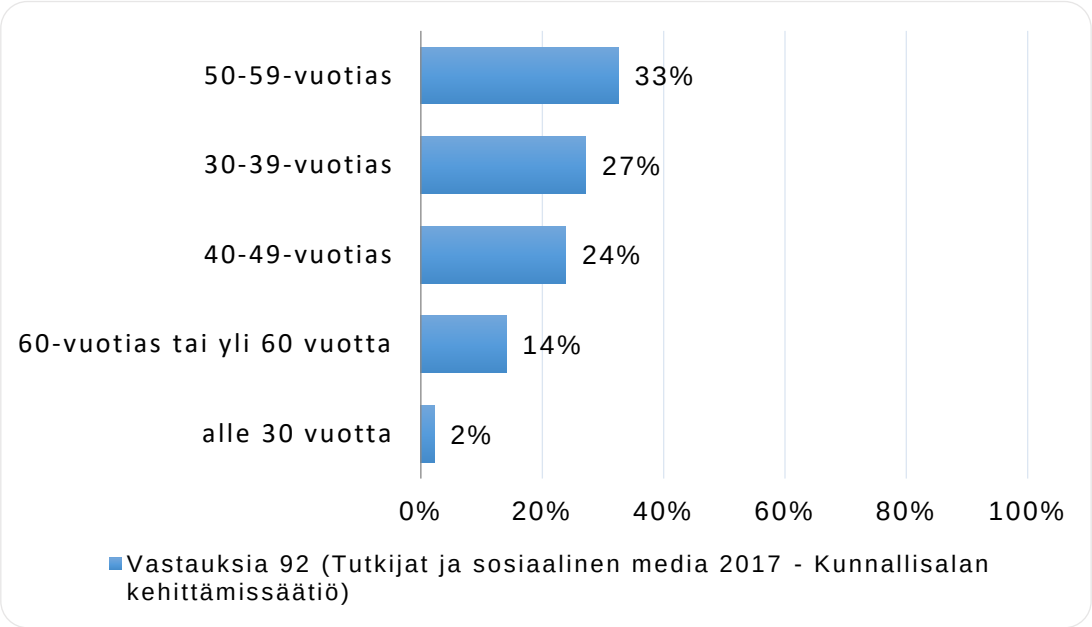
Kyselyn ja tuloksien raportoinnin on tehnyt Kunnallisalan kehittämissäätiön viestintä- ja tutkimusassistentti, VTK Veera Värtinen (pääaine sosiologia, pro gradu -tutkimus sosiaalisesta mediasta: #materialismionnellisuus – Tutkielma nuorten aikuisten suhtautumisesta sosiaaliseen mediaan ja kulutukseen 2017).

6.6.2017

2 Kyselyyn vastanneiden tutkijoiden taustatiedot

Kyselyyn vastanneiden tutkijoiden ikäjakauma oli seuraava:

- alle 30 vuotiaat (2%)
- 30–39-vuotiaat (27 %)
- 40–49-vuotiaat (24 %)
- 50–59-vuotiaat (33 %)
- 60-vuotias tai yli (14%)

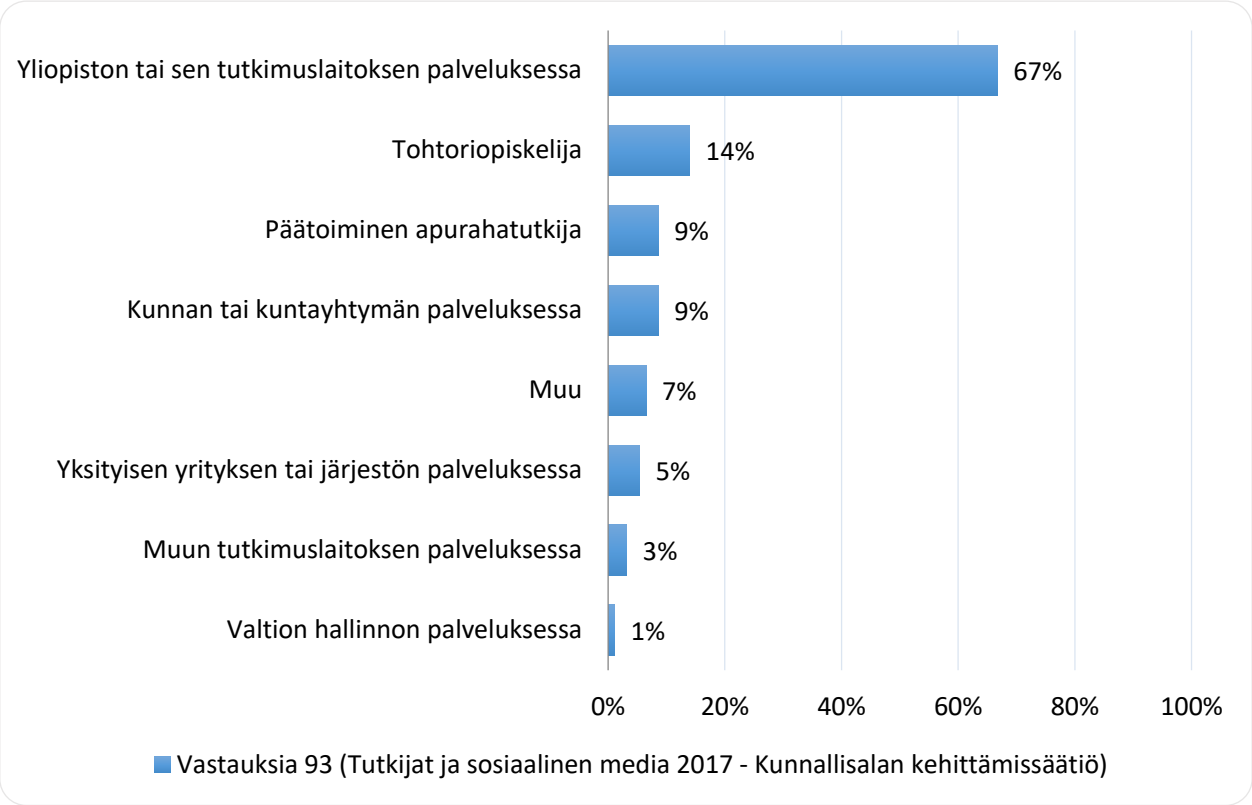


Kuvio 1. Kyselyyn vastanneiden ikäjakauma

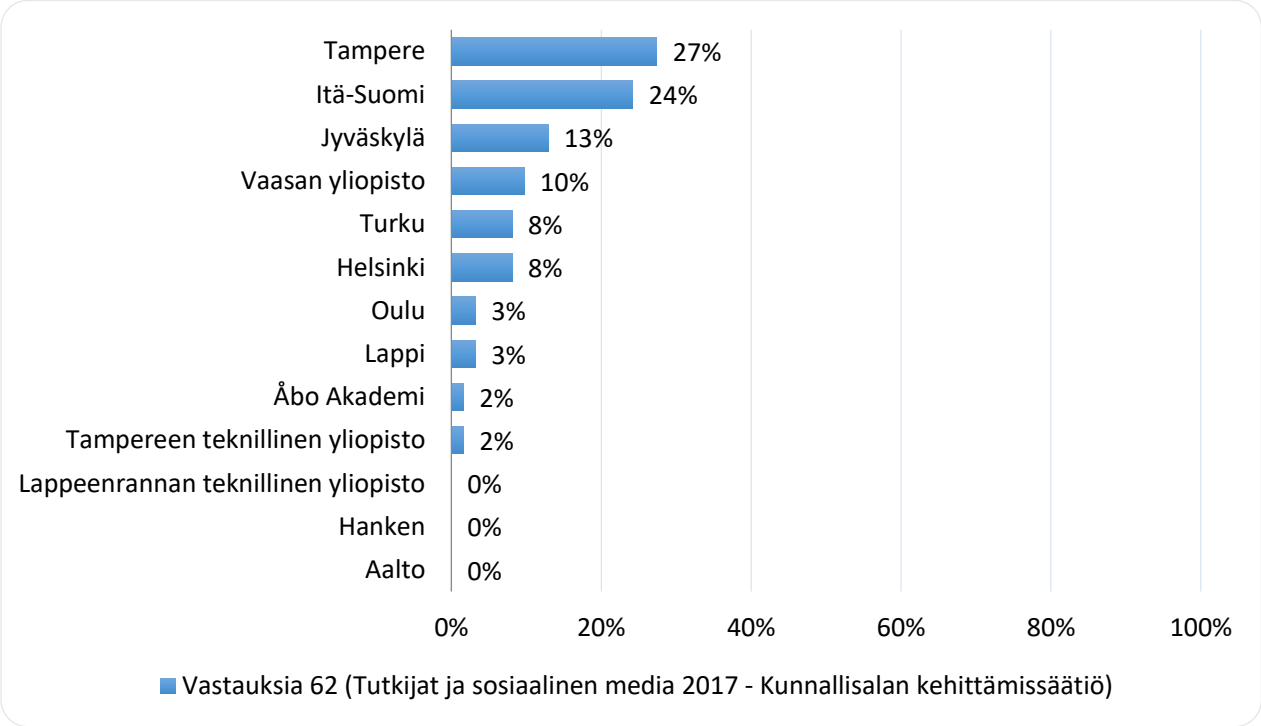
Kyselyyn vastasi siis eniten 50-59-vuotiaita. Vuonna 2014 tehtyyn kyselyyn vastasi eniten (30%) yli 40-49-vuotiaita. Silloin sosiaalista mediaa käsittelevään kyselyyn vastasi siis hieman enemmän nuorempia tutkijoita. 50–59-vuotiaita vastanneista oli 26 % ja yli 59 -vuotiaita 17 %. Alle 30-vuotiaita osallistuneista oli silloinkin vähemmistö, vain 5 %.

Uusimpaan kyselyyn vastasi melko tasaisesti sekä naisia että miehiä. Naisia vastanneista oli hieman enemmän, sillä heitä oli 58 % ja miehiä 42 %. Kaikilla vastanneista oli ainekin ylempi korkeakoulututkinto. Vastanneista ylemmän korkeakoulututkinnon suorittaneita oli 37 %. Tohtoreita oli 63 % kyselyyn vastanneista tutkijoista.

Tutkimukseen vastanneista yli puolet (67 %) on tällä hetkellä yliopiston tai sen tutkimuslaitoksen palveluksessa. Seuraavaksi eniten (14 %) kyselyyn osallistuneista tutkijoista on päätoimisia tohtoriopiskelijoita (Kuvio 2).



Kuvio 2. Tutkijoiden työnantaja

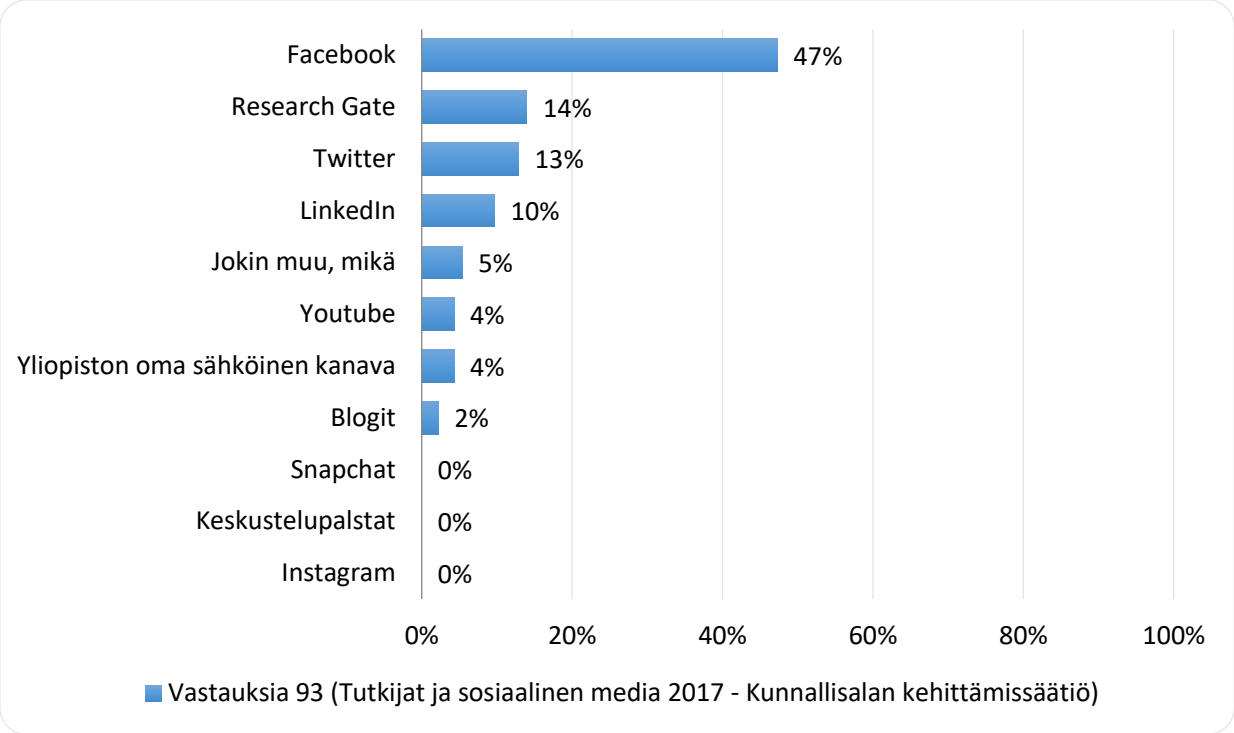


Kuvio 3. Yliopiston palveluksessa työskentelevien tutkijoiden yliopisto

Kysyimme kyselyssä yliopiston palveluksessa olevilta tutkijoilta, missä Suomen yliopistossa he työskentelevät. Yliopiston palveluksessa olevista tutkijoista 27 % on Tampereen yliopiston palveluksessa (Kuvio 3). Itä-Suomen yliopistossa on puolestaan 24 % vastanneista. Kolmanneksi eniten (13 %) yliopistossa työskentelevistä tutkijoista on Jyväskylän yliopistosta. Vaasan yliopistosta oli 10% vastaajista. Tutkijoita oli myös Helsingin (8%), Turun (8%), Lapin (3%) ja Oulun (3%) yliopistoista. Lisäksi vastaajista oli 2% sekä Åbo Akademista että Tampereen teknillisestä yliopistosta.

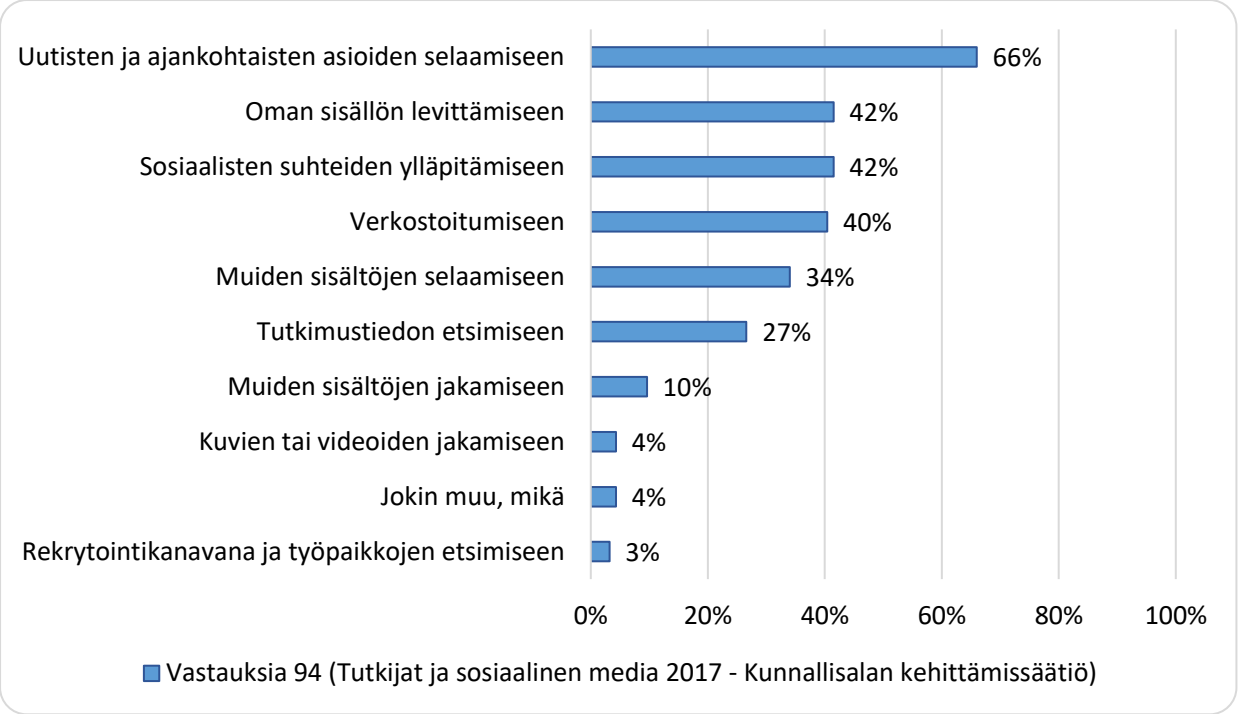
3 Sosiaalisen median käyttö

Kysyimme tutkijoilta kyselyssä mitä sosiaalisen median kanavaa he käyttävät eniten. Selkeästi käytetyin sosiaalisen median sovellus on Facebook (47 %). Toiseksi eniten (14 %) tutkijat käyttävät Research Gate -palvelua, joka on tutkijoille suunnattu yhteisöpalvelu. Kolmanneksi eniten (13 %) tutkijat käyttävät Twitteriä. Sosiaalisen median sovelluksista Instagram ia tai Snapchatia eikä keskustelupalstoja maininnut käyttävänsä eniten kukaan vastanneista. (Kuvio 4). Vastausvaihtoehdossa ”Jokin muu, mikä” tuotiin esille, että pari tutkijaa ei käytä sosiaalista mediaa ollenkaan. Avoimeen vastausvaihtoehtoon tuli myös maininta Academia.edu-sivusto ja sähköposti.



Kuvio 4. Sosiaalisen median käytetyin kanava

Sosiaalista mediaa käytetään eniten (66%) uutisten ja ajankohtaisten asioiden selaamiseen (Kuvio 5). Seuraavaksi eniten (42%) sitä käytetään sosiaalisten suhteiden ylläpitoon ja oman sisällön levittämiseen. Näiden lisäksi sosiaalisen median kanavia käytetään myös melko paljon verkostoitumiseen (40%) ja muiden sisältöjen selaamiseen (34%). Vähiten sosiaalista mediaa käytetään kuvien ja videoin jakamiseen ja rekrytointikanavana. Muutama kyselyyn vastannut luetteli myös omia vaihtoehtoja avoimeen vastauskohtaan ”Jokin muu, mikä?”. Kohdassa mainittiin esimerkiksi kaupungin ja laajempien asioiden informointiin, inspiroitumiseen ja motivoitumiseen sekä tapahtumakutsuihin.

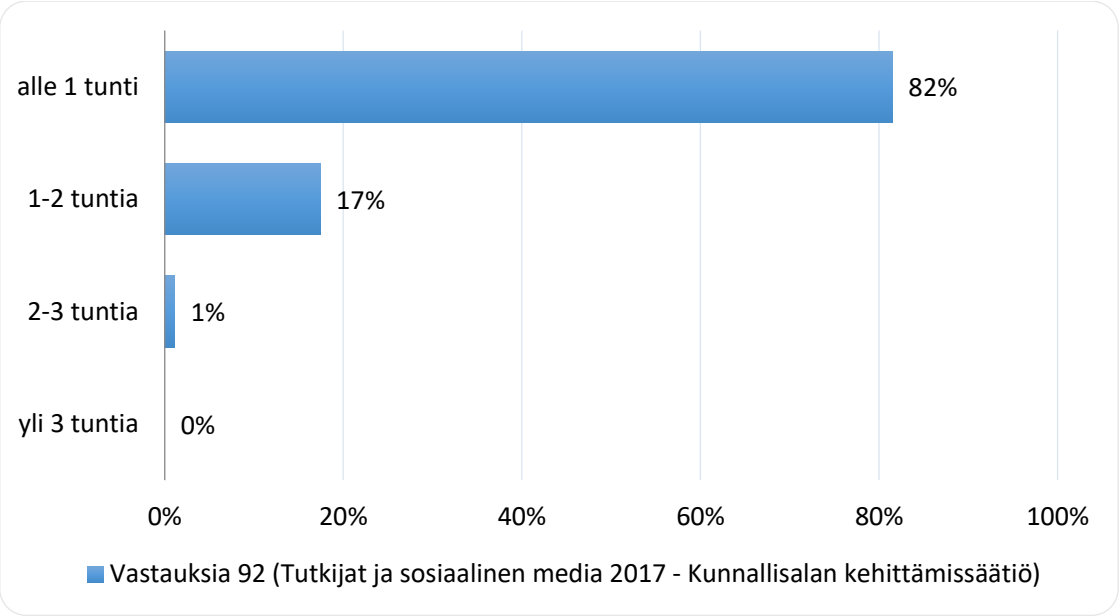


Kuvio 5. Mihin tarkoitukseen tutkijat käyttävät sosiaalista mediaa

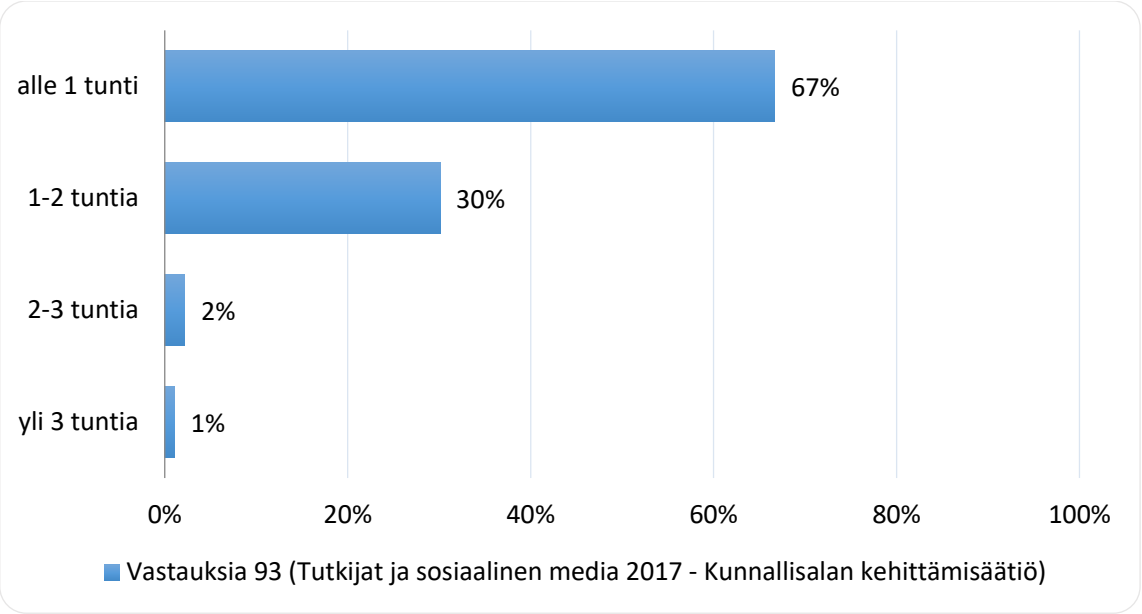
Sosiaalista mediaa käytetään työtehtävien vuoksi melko vähän, sillä vastaajista suurin osa (82 %) vastasi käyttävänsä sitä päivän aikana alle tunnin verran. (Kuvio 6.) Henkilökohtaiseen käyttöön sosiaalista mediaa käytetään hieman enemmän. Vastanneista 67 % kertoi käytävänsä sitä päivän aikana alle tunnin verran. (Kuvio 7.) Tuloksista on huomattavissa, että sosiaalista mediaa käytetään enemmän yksityishenkilönä kuin työ vuoksi, sillä vastanneista 32 % kertoi käyttävänsä sosiaalista mediaa 1-2 tuntia yksityishenkilönä kun taas 17 % käyttää saman verran somea työn vuoksi. Kysymyksessä 1% myös vastasi käyttävänsä yksityishenkilönä somea yli 3 tuntia, eli sosiaalista mediaa saatetaan käyttää erittäin paljonkin vapaa-ajalla.

Sosiaalisessa mediassa käytetään kerralla vaihtelevasti aikaa, alle 5 minuutista aina puoleen tuntiin asti. Yleensä (44 %) sosiaalisessa mediassa ollaan 5-10 minuuttia kerralla. Mutta myös melko moni (32 %) kertoi käyttävänsä kerralla siellä aikaa yli 10, mutta alle 30 minuuttia.

Vuoden 2014 kyselyssä tutkijat vastasivat käyttävänsä sosiaalista mediaa useimmiten (77 %) alle tunnin verran yksityishenkilönä. Työtehtävien hoitamisessa sosiaalista mediaa käytettiin myös (87 %) alle tunnin verran. Käyttöajat eivät siis ole juurikaan nousseet, mutta uudessa kyselyssä useampi vastasi käyttävänsä sosiaalista mediaa yli tunnin ajan päivässä.



Kuvio 6. Kuinka paljon aikaa tutkijat käyttävät sosiaalisessa mediassa **työtehtävien** vuoksi



Kuvio 7. Kuinka paljon aikaa tutkijat käyttävät sosiaalisessa mediassa **yksityishenkilönä**

4 Mielipiteet sosiaalisesta mediasta

Kysyimme kyselyssä myös tutkijoiden mielipiteitä somesta. Käytimme mittaamiseen asteikkoa 1-5. Asteikko vastaa jaottelua, jossa 1 = Olen täysin eri mieltä ja 5 = Olen täysin samaa mieltä. Kysymykset liittyivät sosiaalisen median käyttöön ja ajatuksiin siitä sekä tutkijoiden sosiaalisen median käytön syihin.

Ensimmäisenä kysyimme väittämän: *"Koen sosiaalisen median helpoksi viestintävälineeksi"*. Tutkijat olivat väittämästä melko samaa mieltä (39 %). Seuraavana väittämänä esitimme *"Osaan käyttää sosiaalista mediaa hyvin"*, jossa eniten (29 %) vastauksia annettiin kohtaan 4, mutta melko paljon vastauksia tuli myös kohtaan 2 (28 %). Väittämään suhtauduttiin siis melko eri tavoin. Toisaalta osa tutkijoista on sitä mieltä, että sosiaalista media osataan käyttää melko hyvin, mutta toisaalta lähes yhtä moni vastaaja ajatteli, ettei hallitse sosiaalista mediaa hyvin.

Näiden jälkeen esitimme väittämän: *"Tarvitsen vielä harjoittelua sosiaalisen median käytössä"* johon suhtauduttiin melko neutraalisti, sillä tutkijat eivät ole väittämästä samaa eikä eri mieltä (28 %). Tutkijoista 26 % oli kuitenkin väittämästä melko samaa mieltä. Tutkijat saattavat siis kokea tarvitsevansa vielä harjoitusta sosiaalisen median käytössä.

Seuraavana väittämänä oli: *"Tunnen paljon sosiaalisen median kanavia"*, johon samaistuttiin melko paljon, sillä 31 % tutkijoista on melko samaa mieltä väittämästä. Tämä tulos kuvailee sitä, että tutkijat tietävät monia sosiaalisen median kanavia ja luultavasti käyttävät myös useampaa sosiaalisen median kanavaa arjessaan.

Kyselyssä tarkasteltiin myös uusien kanavien käyttöönottoa väittämällä *"Minun on helppo ottaa käyttöön uudet sosiaalisen median kanavat",* johon tutkijat suhtautuivat melko neutraalisti (29 %). Vastaukset kuitenkin hajaantuivat melko tasaisesti myös asteikon kohdille 2 (28 %) ja 4 (26 %). Tällöin voidaan päätellä, että tutkijoiden joukko on melko jakautunut osaajiin ja aloittelijoihin. Kaikki tutkijat eivät koe uusia kanavia helpoiksi ottaa käyttöön, kun toisille se on taas helpompaa.

Seuraavana väittämänä esitimme *"Pidän sosiaalisen median käytöstä"*, jonka avulla halusimme tiedustella tutkijoiden omaa suhtautumista sosiaaliseen mediaan. Eniten vastauksia saivat asteikon kohdat 3 (30 %) ja 4 (30 %), mikä osoittaa sen, että sosiaalisen median käyttöön suhtaudutaan myönteisesti. Tämän jälkeen tarkastelimme sosiaalisen median hyötyjä väittämällä *"Sosiaalisesta mediasta on ollut minulle hyötyä".* Tutkijoista 39% on väittämästä melko samaa mieltä ja 26% täysin samaa mieltä. Sosiaalisesta mediasta ja sen käytöstä on siis tutkijoiden itsensä mielestä jonkinlaista hyötyä heille.

Somen käyttösyihin paneuduttiin väittämällä *”Käytän sosiaalista mediaa vain, koska kaikki verkostoni ovat siellä”.* Tutkijat eivät kuitenkaan koe verkostojen olevan ainoa käyttösyy sosiaaliselle medialle, sillä eniten 46 % kyselyyn vastanneista tutkijoista on väittämästä melko eri mieltä. Vain 1% vastaajista oli väittämän kanssa täysin samaa mieltä, eli sosiaalisen median käytön taustalla on luultavasti moni muitakin syitä kuin vain verkostojen luominen ja suhteiden ylläpitäminen. Seuraavasta *”Käytän sosiaalista mediaa enemmän kuin perinteistä mediaa (lehdet, televisio, radio)”* väittämästä tutkijat olivat myös melko eri mieltä, sillä 27 % tutkijoista on täysin eri mieltä ja 24 % jokseenkin eri mieltä väittämästä. Kuitenkin melkein yhtä moni (21 %) vastasi olevansa väitteestä melko samaa mieltä. Perinteistä mediaa käytetään luultavasti siis melko paljon vielä sosiaalisen median ohella.

5 Sosiaalinen media tutkijan työssä

Edellä esitetyt väittämät käsittelivät enimmäkseen yleisesti tutkijoiden mielipiteitä sosiaaliseen median liittyen. Näiden väittämien lisäksi kysyimme väittämiä somesta keskittyen tutkijan työhön ja somen hyödyntämiseen tutkijan työssä. Moni tutkijoista vastasi kyselyssä aiemmin käyttävänsä sosiaalista mediaa verkostoitumiseen. Kysyimme asiaa myös väittämissä lauseella: *"Pidän yhteyttä muihin tutkijoihin sosiaalisessa mediassa".* Kyselyyn vastanneista tutkijoista enemmistö (38 %) vastasi olevansa väitteen kanssa melko samaa mieltä. Vastaukset jakautuivat kuitenkin melko tasaisesti, sillä asiaan suhtautui neutraalisti 20 % vastanneista ja väittämän kanssa täysin samaa mieltä ja jokseenkin eri mieltä oli 16 % vastanneista. Vuoden 2014 kyselyssä asiaa kysyttiin tiedustelemalla tutkijoiden panosta keskustelun ja yhteyden ylläpitämiseen muiden tutkijoiden kanssa sosiaalisessa mediassa. Silloin yli puolet (59 %) tutkijoista kertoi pitävänsä panostaan muiden tutkijoiden kanssa keskusteluun sosiaalisessa mediassa pienenä tai kohtalaisen pienenä. Kehitystä yhteyden ylläpitämiseen sosiaalisessa mediassa on siis huomattavissa.

Verkostoitumista tiedusteltiin uudessa kyselyssä myös väitteellä: *"Luon ammattilaisverkostoja sosiaalisessa mediassa",* josta tutkijat olivat melko samaa mieltä (35 %). Väittämästä *"Julkaisen tutkimuksistani tietoa sosiaalisessa mediassa"* tutkijat olivat myös melko samaa mieltä (32 %). Tästä voidaan päätellä, että tutkijat melko mielellään jakavat omaa tutkimussisältöään sosiaalisen median kanavissa ja luovat siellä verkostoja muiden tutkijoiden tai tutkimusalalla työskentelevien kanssa. Tulosta tukee myös alussa kysytty kysymys tutkijoiden sosiaalisen median käyttötarkoituksista. Vuonna 2014 tutkijat vastasivat kyselyssä jakavansa omia julkaisuja somessa melko heikosti, sillä 61 % vastaajista piti omaa panostaan omien julkaisujensa jakamiseen sosiaalisessa mediassa pienenä tai kohtalaisen pienenä. Toisaalta viidennes vastaajista kuitenkin piti panostaan omien julkaisujensa jakamiseen suurena tai kohtalaisen suurena. Oman sisällön jakaminen somessa on siis luultavasti hieman lisääntynyt.

Halusimme uudessa kyselyssä selvittää myös tutkijoiden sosiaalisen median käyttöä tieteellisessä keskustelussa. Kysyimme tätä väittämällä *"Käyn sosiaalisessa mediassa tieteellistä keskustelua",* josta 40 % tutkijoista oli jokseenkin eri mieltä. Sosiaalista mediaa ei siis niinkään nähdä kanavana, jossa voisi käydä tieteellistä keskustelua. Tämän jälkeen esitimme väittämän *"Tutkijoiden tulisi käyttää sosiaalista mediaa enemmän"* saadaksemme tietoa tutkijoiden ajatuksista sosiaalisen median yleisyyteen omassa ammattiryhmässään. Väittämästä oltiin yleisesti jokseenkin samaa mieltä (38 %) tai siihen suhtauduttiin neutraalisti (34 %).

Näiden väittämien jälkeen halusimme tiedustella tutkijoiden mielipiteitä siitä, voiko sosiaalisesta mediasta löytää tutkijan työhön tarpeellisia asioita.

Ensimmäisenä esitimme väitteen: *"Voin löytää sosiaalisesta mediasta itselleni tutkimusaiheen".* Tutkijat suhtautuivat tähän melko neutraalista, sillä eniten (32 %) vastauksia annettiin kohtaan 3. On siis mahdollista, että tutkimusaiheen voisi löytää sosiaalisen median kanavista, mutta sitä ei nähty myöskään erityisen varmana. Vuonna 2014 asiaa tiedusteltiin tulevaisuuden muutoksien näkökulmasta ja silloin 38 % vastaajista uskoi siihen, että tulevaisuudessa tutkimusaiheita voi löytyä sosiaalisen median kautta.

Väittämästä *"Voin löytää sosiaalisesta mediasta tutkimusryhmän"* tutkijat puolestaan olivat uudessa kyselyssä jokseenkin eri mieltä (35 %). Sosiaalisesta mediasta ei ole siis juurikaan todennäköistä löytää tutkimusryhmää tutkimukselle. Vuonna 2014 vastaajista 46 % ei uskonut, että tutkimusryhmiä löytyy tulevaisuudessa sosiaalisesta mediasta. Tutkimusryhmän löytämiseen ei siis silloin juurikaan uskottu, eikä uuden kyselyn mukaan sitä monikaan ole sosiaalisesta mediasta löytänyt. Lopuksi kysyimme vielä väittämän *"Voin löytää sosiaalisesta mediasta tutkimusrahoituksen"*, johon tutkijat suhtautuivat melko kielteisesti. Vastaajista 35 % kertoi olevansa väittämästä jokseenkin eri mieltä.

Kyselyssämme tarkastelimme myös sosiaalisesta mediasta löytyvää tietoa. Esitimme väittämän *"Sosiaalisen median kautta voin löytää tietoa tieteellisistä tapahtumista"* josta tutkijat olivat melko samaa mieltä, sillä vastauksia tuli eniten (42 %) kohtaan 4. Sosiaalista mediaa voisi siis hyödyntää ainekin tapahtumien löytämisessä. Seuraavana väittämänä kyselyssä oli *"Olen luonut sosiaalisen median avulla yhteyksiä tiedeverkostoon"*, johon tuli vastauksia monipuolisesti ja tasaisesti asteikon eri kohtiin. Jokseenkin eri mieltä väittämästä oli 28 %, neutraalisti suhtautuvia 26 % ja jokseenkin samaa mieltä 30 % kyselyyn vastanneista tutkijoista. Tutkijoilla on siis vaihtelevia mielipiteitä tiedeverkoston yhteyksien luomisesta sosiaalisessa mediassa.

Kysyimme kyselyssä lisää verkostoitumisesta väittämällä *"Verkostoidun sosiaalisen median kautta kansainvälisesti".* Kansainvälisten verkostojen luomisesta tutkijat olivat jokseenkin eri mieltä väittämästä (32 %). Moni tutkijoista kuitenkin suhtautui väittämään myös neutraalisti (23 %) tai oli siitä jokseenkin samaa mieltä (27 %). Osa tutkijoista on siis luultavasti hyödyntänyt sosiaalista mediaa kansainvälisten verkostojen luomisessa.

Kyselyssä selvitimme myös tutkijoiden ajatuksia oman tutkimuksen levittämiseen sosiaalisessa mediassa. Tarkastelimme tätä mainostamisen näkökulmasta väittämällä *"Voisin mainostaa maksetulla mainoksella tutkimustani sosiaalisessa mediassa".* Yli puolet (55 %) tutkijoista oli väittämästä täysin eri mieltä. Myös 24 % kyselyyn vastanneista tutkijoista oli väittämästä jokseenkin eri mieltä. Oman tutkimuksen mainostamiseen sosiaalisessa mediassa suhtaudutaan siis kielteisesti tai tutkimusta ei haluta mainostaa sosiaalisessa mediassa ainekaan maksetulla mainoksella.

Vuonna 2014 asiaa kysyttiin oman tutkimustyön tunnetuksi tekemisellä ja silloin selkeästi yli puolet vastaajista (64 %) uskoi siihen, että tulevaisuudessa

sosiaalisen median kautta oman tutkimustyön tunnetuksi tekeminen on tärkeää. Vain 6 % vastaajista ei uskonut tähän ollenkaan. Oman tutkimuksen tunnetuksi tekeminen ja mainostaminen ovat siis luultavasti melko tärkeitä piirteitä tutkijoiden sosiaalisen median käytössä, mutta erityisesti maksetulla mainoksella tunnettavuuden lisäämistä ei nähty todennäköisenä. Aiemmassa kyselyssä myös tiedusteltiin tutkijoiden ajatuksia tutkimusrahoituksen saamisesta sosiaalisen median näkyvyyden perusteella. Selkeästi yli puolet vastaajista (64 %) ei uskonut siihen, että tulevaisuudessa tutkimusrahoitusta jaettaisiin sosiaalisen median näkyvyyden perusteella. Vain 15 % vastaajista uskoi tähän, eli sosiaalisen median näkyvyyttä ei pidetty niinkään tärkeänä kriteerinä tutkimusrahoituksen saamisessa.

Lopuksi uudessa kyselyssämme esitimme vielä väittämiä tarkastellen teemoja hyödyt ja haitat -näkökulmasta. Ensimmäiseksi esitettiin väittämä *"Mielestäni sosiaalisesta mediasta ei ole hyötyä tutkijoille".* Tästä väittämästä tutkijoista 38 % oli täysin eri mieltä ja 34 % jokseenkin eri mieltä. Tuloksesta voidaan siis päätellä, että tutkijat kokevat sosiaalisen median hyödylliseksi välineeksi. Lopuksi vielä tarkastelimme sosiaalisen median haittoja väittämällä *"Sosiaalinen media voi olla haitallinen väline tutkijalle".* Tästä väittämästä moni (34 %) tutkija oli täysin eri mieltä. Väittämään suhtautui myös melko moni neutraalisti (20 %) tai oli siitä jokseenkin eri mieltä (26 %). Sosiaalisesta mediasta saattaa siis olla tutkijalle enemmän hyötyä kuin haittaa.

Seuraavaksi luvussa perehdymme kyselyn avoimiin kysymyksiin juurikin sosiaalisen median hyödyistä ja haitoista. Tämän lisäksi tarkastelemme tutkijoiden ajatuksia sosiaalisen median tulevaisuudesta.

6 Sosiaalisen median hyödyt ja haitat

Kyselyssämme kysyimme kolme avointa kysymystä liittyen sosiaalisen median hyötyihin ja haittoihin sekä sosiaalisen median tulevaisuuden näkymiin. Tutkijat vastasivat kysymyksiin monipuolisesti ja vastauksista oli mahdollista luoda vaikutelmaan tutkijoiden ajatuksista.

6.1. Hyödyt ja vahvuudet

Hyödyksi ja sosiaalisen median vahvuudeksi moni tutkija listasi nopeuden. Tietoa ja materiaalia pääsee sosiaalisessa mediassa levittämään helposti ja se voi tavoittaa nopeasti suuriakin yleisöjä. Myös sosiaalisen median edullisuus ja helppous nostettiin sen vahvuuksiksi. Sosiaalisen median kautta saadaan myös tietoa hyvin reaaliaikaisesti ja heti. Ohessa lueteltu muutamia vastauksia:

”Edullinen ja helppo tapa verkostoitua.”

”Nopeus, ajankohtaisuus ja levittämisalusta”

”Tiedon nopea leviäminen, laajan joukon tavoittaminen”

”Nopea tiedonvälitys, ei tiedottajien kynnyksiä ja byrokratiaa, laajat verkostot, välitön palaute”

”Näkee välittömästi uudet ideat (myös huippututkijoilta).”

”Monet jutut ovat ensin sosiaalisessa mediassa, sitten seuraavana päivänä painetussa.”

”Helppous käyttää, sellaisetkin tutkimusaiheet voivat saada näkyvyyttä, joiden arvoa perinteinen journalismi ei ymmärrä.”

”Aikaan ja paikkaan sitomattomuus”

Sosiaalisen median hyödyksi nähdään myös mahdollisuus olla laajaan yleisöön yhteydessä, keskustella laajan kohderyhmän kanssa ja julkaista heille tietoa.

”Laaja kohderyhmä, oman ja toisten tutkijoiden tulosten jakamisen helppous, kustannustehokkuus, moninaiset mahdollisuudet tutkimukseen ja työhöni liittyen.”

”Julkisuus ja näkyvyys: saa itsensä ja aiheensa esille.”

”Kansainvälisyys on luontevaa sosiaalisessa verkossa.”

”Uusin tutkimustieto löydettävissä, löytyy tukea toisilta ja pystyy vaikuttamaan yhteiskuntaan.”

”Mahdollisuus saavuttaa ihmisiä laajasti. Mahdollisuus myös kohdentaa omaa viestintää tietyille piireille. Tuoda omaa tekemistään tunnetuksi ja saada myös muiden tekemisistä tietoa.”

Tutkijat nostivat hyödyksi myös sosiaalisen median verkostoitumismahdollisuudet. Sosiaalinen media mahdollistaa kontaktien luomisen ja niiden löytämisen.

”Verkostoituminen ja itsensä tunnetuksi tekeminen on huomattavasti helpompaa mitä aiemmin. Akateeminen maailma voi käydä keskustelua muun yhteiskunnan kanssa somessa ja tehdä tutkimuskenttää tunnetummaksi ja helpommin lähestyttävämmäksi”

”Erilaisten verkostojen kombinaatioilla saa omaa elämänpiiriä ja kasvokkaisia suhteita laajemmin käsitystä siitä, mistä erityyppiset ihmiset kulloinkin puhuvat ja toisaalta miten eri tavoin eri osapuolet samoihin keskusteluihin kiinnittyvät. Asiapitoisilta esim. tutkimukseen ja politiikkaan liittyviltä sivustoilta saa nopeasti ja yllättävän kattavasti itseään kiinnostavaa monipuolista informaatiota. Näköjään myös tiedeyhteisö osaa nykyisin päivittää some-alustoja nopeammin kuin esim. kömpelöitä ja mukautumattomia kotisisivuja tms. Lisäksi työviestinnän osalta some-alusta on huomattavasti järkevämpi kuin älyttömän monet ristikkäin ja joidenkin osalta taas katveiset s-postilistat.”

”Mahdollisuus saada uusia kontakteja tuttujen kautta.”

”Helppo tapa pitää yhteyttä”

”Tarjolla olevien verkostojen laajuus kansallisesti ja kansainvälisesti.”

”Nykyajan käyntikorttipankki, ajankohtaisuus ja tiivis esitystapa. Somen avulla on myös mahdollista tavoittaa laajemmin uusia ihmisiä.”

”Verkostoituminen, pääsy "mistä tahansa", easy access, nopea kanava tiedonhakuun”

Sosiaalisen median kautta on helppo löytää ja levittää tietoa ja se on nopeasti saatavilla. Myös tutkimustiedon kannalta se nähtiin hyödyllisenä; sosiaalisessa mediassa on helppoa viestiä sidosryhmien kanssa, sieltä löytää muita saman alan tutkijoita ja se luo mahdollisuuden keskustella alan toimijoiden kanssa.

”Aina saatavilla, tiedon löydettävyys, saavutettavuus.”

”Fiksusti käytettynä kustannustehokkuus ja tavoittavuus”

”Keino levittää tietoa omasta mielestä tärkeästä tutkimustiedosta melko vaivattomasti. Keino tavoittaa ihmisiä joihin muutoin olisi hankalaa saada yhteyttä.”

”Verkostoituminen ja yhteydenpito, "tiedon" jakaminen”

”Keskustelumahdollisuus ajankohtaisista, myös tutkimusalaan liittyvistä yhteiskunnallisista asioista. Tutkijoiden ja muiden kansalaisten kohtaaminen, nopeus, ajankohtaisuus.”

”Tieto liikkuu yleensä ja tapahtumista joihin ei pääse, voi ikään kuin osallistua esim. Twitterin kautta. Voi seurata rahoittajan ajatuksia siitä mikä on tärkeää juuri nyt”

”Kattavuus. Lähes kaikki käyttävät sosiaalista mediaa nykyään. Sanoma välittyy nopeasti laajalle ihmismäärälle.”

”Matalakynnyksisyys, nopea-aikaisuus”

”Käytän todella vähän ja pitäisi aktivoitua enemmän.”

”Räätälöitävyys omiin tarpeisiin sekä suora yhteys tutkimuksen kannalta keskeisille sidosryhmille.”

”Mahdollisuus löytää samaan aiheeseen perehtyneitä tutkijoita kansallisesti ja kansainvälisesti, luoda verkostoja. Rekrytointikanavana hyvä kun osaa hakea oikeista kanavista. Oman tutkimustiedon tietoon saattaminen.”

”Vaivaton tiedon jakaminen ja keskustelumahdollisuus. Uudet kontaktit ja verkostojen rakentuminen.”

6.2. Heikkoudet ja huonot puolet

Tutkijat luettelivat kyselyssämme myös sosiaalisen median heikkouksia ja huonoja puolia. Erityisesti moni nosti esille kuinka sosiaalinen media vie aikaa ja sosiaalisen median sisältö sekä käyttö on usein pinnallista. Vahvuutena nähty nopeus voi myös samalla olla sosiaalisen median huono puoli.

”Pinnallisuus, kertaluonteisuus ja "kuplat"”

”Julkisuus ja näkyvyys: itse asia, kova data ja substanssi jäävät sivurooliin. Asiat käsitellään entistä pinnallisemmin ja nopeammin. Totuus mitataan saatujen klikkausten ja annettujen haastattelujen määrällä.”

”Sosiaalisesta mediasta tulee helposti itsetarkoituksellinen väline; sm:ssa roikkuminen vie aikaa ilman todellista vastinetta tai lisäarvoa”

”Nopeatempoisuus on myös haitta, muodon sanelema tiedon esittämistapa - pelataan lähinnä yksinkertaistuksilla ja huomiota herättävillä asioilla”

”Pintapuolisuus. Asioita käsitellään pintaraapaisuina. Yleensä pintaraapaisulla asiat myös yksinkertaistuvat enemmän kuin mitä asiasisällön kannalta olisi suotavaa.”

”Liiallinen nopeus ja pinnallisuus johtavat väärinkäsityksiin.”

Haittoja kyseltäessä väärinymmärrykset, vihapuhe ja erilaiset ”somekohut” ovat melko vahvasti tutkijoiden mielessä. Sosiaalisessa mediassa kritiikki voi olla todella julmaa ja siellä voi helposti ymmärtää asioita väärin kasvokkaisen viestinnän puuttuessa.

”Pitää tarkkaan miettiä, mitä tietoa jakaa, mille kohderyhmälle ja millä tavoin”

”Vaatii läsnäoloa, tieto "katoaa" nopeasti, kontrollin puute kerran julkaistusta sisällöstä, vihapuhe ja trollaus”

”Väärinymmärrykset, yksipuolisuus (jos vain laittaa julkaisuja, mutta ei kommentoi tai osallistu niiden käsittelyyn)”

”Somessa virheistä voi joutua maksamaan kovan hinnan.”

”Epäasiallinen huutelu, varsinkin jos julkaisee tutkimustuloksia, jotka eivät ole kaikkien mieleen. Voi saada kovaakin kritiikkiä eri henkilöiltä, vaikka henkilöt eivät ole missään vaiheessa tai millään tavoin tutustuneet tutkimukseen, jota kommentoivat sos.mediassa.”

”Keskustelun sävy voi lähteä väärille urille, jos joku käyttää hyökkäävää/provosoivaa kieltä.”

”Vihapuhe”

”Voit tulla tulkituksi monella tapaa, myös aivan toisin kuin tarkoitit (vastuu viestinnästä tutkijalla, panostettava viestin selkeyteen todella paljon), jotkut "jäävät koukkuun", irtaannuttaa tosielämästä”

Sosiaalista mediaa käytetään usein pitkin päivää, jolloin ajankäytön jakautuminen koetaan arkisin hankalaksi, koska työ- ja vapaa-aika sekoittuvat. Sosiaalisen median työ- ja vapaa-ajankäytölle on vaikeaa luoda rajoja, eikä niitä ole helppo erottaa toisistaan.

”Vie aikaa ja aiheuttaa työuupumusta, kun vapaa-aika ja työaika sekoittuvat.”

”Työaikaa en uhraa juurikaan somelle, vaan teen tutkimusta, sillä some on aikavaras.”

”Someen on helppo käyttää paljon aikaa ja vaivaa ilman mitään tolkkua. On vaikea joskus hahmottaa omaa somen käyttöä. Somella on myös suuri tendenssi vääristää keskusteluja, esimerkiksi polarisoiden ajattelua ääripäänäkemyksiin. Somessa täytyy pyrkiä aika voimakkaasti filteroimaan sitä, miten tiedon ottaa vastaan ja myös miten itse osallistuu.”

”Omien verkostojen vinoutuminen ja ajankäytön hallinta.”

Tutkijoilta tuli myös kommentteja sosiaalisessa mediassa esiintyviin ryhmittymiin. Toisaalta sosiaalinen media koetaan avoimeksi kanavaksi yhteyksien luomiseen ja se antaa mahdollisuuksia keskusteluun laajan yleisön kanssa, mutta toisaalta monet kertoivat huonona puolena sen, että omat verkostot ovat helposti ”sosiaalisia kuplia” ja näin ollen somessa näkyvät näkökulmat ovat kaventuneet vain pientä sosiaalista ryhmää koskeviksi.

”Ehkä piiri pieni pyörii, ei riittävästi erilaisuutta.”

”Kuplautumisen riski: esimerkiksi Twitterissä näkökulmat kaventuvat helposti, jos seurattavana on kovin samanmielisiä. Sisältöjen ohentuminen asioita tiivistettäessä.”

”Helposti menee aikaa, eivätkä kaikki tutkimustulokset ole tiivistettävissä tviittiin. Vaarana myös ns. kuplautuminen, jossa poimitaan vaan sellaiset kiinnostavat jutut, jotka sopivat omaan näkemykseen.”

”Sosiaaliset kuplat, rinnakkaistodellisuuden rakentamiset, epäaitous”

”Kuka tahansa voi ryhtyä asiantuntijaksi ottamalla itselleen komean tittelin ja jakamalla ahkeraan lausuntoja.”

Tutkijat nostivat esille myös huolen sosiaalisen median täyttävästä virheellisestä tiedosta, jota on helppo jokaisen jakaa ja luoda. Kuka tahansa voi ryhtyä sosiaalisessa mediassa tiedon välittäjäksi, minkä vuoksi tiede saattaa popularisoitua ja tieteellisen keskustelun taso laskea.

”Virheellinen tieto. Myös tietosuoja, tietojen yhdistely ym. Tästä syystä käytän sos.mediaa vain tavoilla, jotka eivät edellytä kirjautumista. Tämä puolestaan rajaa sen tehokasta käyttöä.”

”Voi sisältää virheitä, vahvoja mielipiteitä ja vaihtoehtoisia faktoja.”

”Kriittisyyden ja medialukutaidon tarve kasvaa. Keskustelut voivat jäädä pinnallisiksi.”

”Vihapuhe, pinnallisuus, vie kaiken vapaa-ajan”

”Tieteen popularisoituminen”

”Mukana voi olla paljon väärää tietoa. Kaikki eivät osaa poimia keskeisiä asioita. Ns. "hömppä" leviää. Keskustelun taso voi laskea.”

”Usein heikko osumatarkkuus, sos. mediassa paljon mielipidesisältöä --> oltava tarkkana tieteentekijän roolin ja aseman säilyttämisessä”

”Mielipidetason viestitys ilman vakavaa näyttöä”

”Yhteiskunnallisista aiheista käytävä somekeskustelu joko hukkuu kohinaan tai käy trollien ja vihaajien älämölöksi.”

”Paljon esitetään tietona mutua. Esim. konsultit dominoivat työhyvinvointikeskustelua samoin kuin vakuutusyhtiöt. Arvostetut tutkijat, jotka oikeasti tutkivat aihetta eivät osallistu yhtä aktiivisesti.”

”Pinnallisuus; väärän tiedon ja huhujen nopea leviäminen”

Tutkijat toivat vastauksissaan esille myös sosiaalisen median loputtoman sisällön, mikä saattaa aiheuttaa negatiivisia tuntemuksia, koska sisältöä ja informaatiota on kanavissa niin paljon. Sosiaalisessa mediassa koetaan siis niin sanottu ”informaatiotulvaa tai -ähkyä”.

”Haittana turhan tiedon paljous.”

”Siitä on ollut vähän käytännön hyötyä, ylimainostettu, vaatisi enemmän kiinnostusta sen seuraaminen, infoähky uhkaa jos sitä seuraisi aktiivisesti”

”Populismi kukkii pintaraapaisujen aikakaudella. Maailma on pullollaan tärkeitä asioita, joihin olisi syytä perehtyä vähän syvemmin ja hitaammin.”

”Asian hukkuminen sälään (tosin filtteröinti ja omat listat auttavat) sekä keskustelun ajoittainen hetkellisyys, vajavaisuus ja pinnallisuus.”

”Informaatiohäly.”

”Somen käyttäminen syö aikaa, sillä tietotulva on aivan valtava. Tutkimustuloksia joutuu liiaksikin yksinkertaistamaan lyhyeen formaattiin. Twitterissä huikea määrä typeriä twiittejä, kun käsiteltävät aiheet ovat mitä vain maan ja taivaan väliltä.”

Sosiaalisen median käyttö nostatti myös muita huolia tutkijoissa. Vastauksissa mainittiin esimerkiksi tietosuojan puute ja eettisyys. Pohdintaa herätti myös sosiaalisen median kasvaminen perinteisen median ohi sekä sosiaalisen median sirpaleisuus.

”Niitä alkaa olla jo jossain määrin liikaa. Markkinalähtöiset some-alustat ovat lisäksi tiedeviestinnän kannalta hieman hankalia alustoja, joiden rinnalle olisi hyvä saada joitakin tutkimuksellisempia alustoja - siis josta jollain tavoin tunnistaisi taustaorganisaation tai linkittymisen tieteeseen. Esim. yliopistojen omat blogi/nettisivualustat olisi ihan hyvä lisä, joka korvaisi esim. blogspotin. Ongelmana vain yleensä se, että kaupallisia on hirveän paljon helpompi käyttää kuin umpikömpelöitä, monimutkaisia ja vanhanaikaisia yliopistoalustoja, jotka käytettävyydeltään ja ulkoasultaan ovat luotaan työntäviä.”

”Käytän todella vähän [somea] ja pitäisi aktivoitua enemmän.”

”Tavallisen median ohittaminen”

”Tietosuojaan ja -turvaan liittyvät kysymykset. Eettisyyden noudattaminen. Hyvät tavatkin unohtuu välillä.”

”Omien tietojen ajan tasalla pitäminen on haastavaa ja aikaa vievää, kanavia myös useita.”

”Sirpaleisuus”

”Vaarat oman tutkimustiedon levittämisessä, mitä uskaltaa julkaista ja missä vaiheessa. Tietosuojariskit ja mm. cv ym. tietojen levittäminen on mahdollisuus, mutta myös riski.”

”Vaatimus uudesta lukutaidosta ei itsestäänselvyys ts. somen käyttö - viestintätaidot ja kriittisyys, tulisi olla kansallistaito. Nyt näin ei ole ja somen edut jäävät hyödyntämättä, osa jää ulkopuoliseksi”

”Lyhyttä viestintää, joka jää usein pinnalliseksi mielipiteiden esittelyksi.”

”Ei tiedä ketä saavuttaa, paljon myös epäasiallista keskustelua”

”Kaupallisuus "yli", verkossa on liikaa kaikkea, ei jaksa eikä kiinnosta”

”Toisaalta -vaikka some-viesti on helppo kirjoittaa, se ei ehkä tavoita kovin monia tavallisella somettajalla - uskottavan ja vaikuttavan some-viestijän pitää panostaa siihen ja rakentaa profiiliaan pitkäjänteisesti. Some-puuha on yksi työtehtävä lisää ja se aika on pois - varsinkin silloin kun sen ottaa vakavasti aika voi olla merkittävä - muista tehtävistä.”

6.3. Sosiaalisen median tulevaisuus

Viimeiseksi kysyimme avoimen kysymyksen tutkijoilta tiedustellen heidän ajatuksiaan sosiaalisen median tulevaisuudesta. Sosiaalisen median käytön uskottiin vielä kasvavan entisestään. Tulevaisuuden kuvana visioitiin esimerkiksi kuinka sosiaalisen median käyttö arkipäiväistyy edelleen ja sosiaalisen median kanavat kasvavat ja laajenevat.

”Sosiaalisen median käyttö lisääntyy”

”Kasvaa voimakkaasti”

”Tulee lisääntymään - ja tulee lisäämään myös valtion, yritysten, rikollisryhmien ym. keinoja seurata käyttäjiä.”

”Muuttuu osaksi arkipäivää monilla aloilla.”

”Entistä laajempaa käyttöä.”

”Uusia sovelluksia ja käytön edelleen laajenemista. Kansainvälistymisen lisääntymistä (monikulttuurisuus vaikuttamisessa).”

”Laajenevaa käyttöä ja uusia käyttötapoja”

”Vaikea sanoa - ehkä se yleistyy ja käyttö rutinoituu laajemmalti, jolloin siitä saadaan enemmän irti. Toisaalta kilpailu voi kasvaa ja henkilökohtainen viestintäteho heikentyä tätä kautta.”

Sosiaalisesta mediasta toivotaan tulevaisuudessa kriittisempää alustaa keskustelulle. Toiveena on myös, että tutkijat löytäisivät sinne enemmän. Lisäksi sisällön toivotaan muuttuvan asiallisemmaksi ja tiedon luotettavuuden kasvavan. Eli sosiaalisen median huonoksi puoleksi nostettu pinnallisuus oli tulevaisuuden toiveissa muutoslistalla. Toisaalta pinnallisuuden uskottiin tulevaisuuden visioissa kuitenkin lisääntyvän entisestään.

”Odotan, että useampi tutkija käyttäisi tätä kanavaa, odotan myös, että sosiaalisen median hyödyntämisestä tutkimustarkoituksessa tulisi ns. "yleisesti hyväksytympää" ja että siihen kohdistuvat ennakkoluulot pienenisivät.”

”Odotan, että ihmiset tulevat kriittisemmiksi ja arvottavat tulevaisuudessa henkilökohtaisia kasvokkaisia tapaamisia aiempaa enemmän”

”Siitä tulee itsestään selvä osa tiedeviestintää ja tiedeyhteisön kommunikointia.”

”Selkeästi tutkijatyötä tukeva työmuoto myös jatkossa.”

”Toivon uusia keksintojä, joilla ihmisiä voidaan kannustaa osallistumaan ja keskustelemaan - rakentavassa hengessä.”

”Painottuminen enemmän asiasisältöihin, luotettavuuden vahvistaminen”

”Eriytymistä, tieteellinen keskustelu ja ylipäätään syvällisempi keskustelu ei ole mahdollista yleisesti käytetyissä some-sovelluksissa (twitter, fb)”

”Juuri sen syvyyden ja hitauden löytyminen kaiken pikaisuuden keskeltä.”

”Käyttö lisääntyy ja tieto pinnallistuu”

”Oletan sen pinnallistuvan entisestään, toivon enemmän mahdollisuuksia aitoon tiedonvälitykseen ja long play -tekstien suosion nousua.”

”Keino vaikuttaa, "kaikki ovat sosiaalisessa mediassa, miksei myös tutkijat"

Tutkijoilta tuli kyselyssä toiveita siitä, että sosiaalinen media tehostuisin tulevaisuudessa tarkemmin esimerkiksi yritysten käyttöön. Myös erilaisten sosiaalisten kanavien toivottiin profiloituvan selkeämmin erilleen toisistaan.

”Paremmin instituutioiden ja julkisten käyttöön, verkkokäytöstapoja”

”Käyttö yksityishenkilönä ja tutkijana eriytyy nykyistä enemmän, nyt limittäin samojen ihmisten kohdalla”

”Käyttäjien ja kanavien profiloituminen. Linkedin on ammattimaisempi kuin Twitter ja siellä on jonkin verran vähemmän höpösisältöä. Linkedinin avulla tavoittaa paremmin juuri asiantuntijoita ja organisaatioiden päättäjiä.”

Tutkijat kertoivat myös tulevaisuuden visioita sosiaalisen median ja tieteellisen maailman yhteydestä.

”Uskon tutkijoiden omiin sovelluksiin, kuten ResearchGate, LinkedIn”

”Yliopistossa somen käyttö tutkimustulosten levittämisessä pitäisi olla viestinnän tehtävänä”

”Somen perusperiaate on, ettei sitä voi liikaa säädellä. Siksi tutkijoiden on siinä oltava jollain tavoin mukana. Näen sen osana ns. avointa tiedettä, jossa sosiaalisen median monet kanavat voivat olla hyviä välineitä. Tärkeää on myös, että somen kautta tiedejulkaiseminen tavoittaa nykyistä paremmin myös tieteellisen tiedon soveltajia esim. Kuntasektorilla.”

Ohessa esitettyjen tulevaisuuden näkymien ja toiveiden lisäksi tutkijat listasivat monia muita visioita tulevaisuuden sosiaaliselle medialle. Alla listattu esimerkkejä vastauksista:

”Menen perinteisillä keinoilla, vaikka ymmärrän ettei se ole aina järkevää. Luotan kuitenkin omaan osaamiseeni ja perinteisin keinoin tehtävään, syvältä ja vaivalla kaivettuun tutkimustietoon.”

”Ei aavistustakaan. Kellun myötävirtaan.”

”Toivoisin, että somesta tulisi entistä älykkäämpi tunnistamaan ihmisten välisiä yhteyksiä. Siis, että some toisi esimerkiksi paremmin yhteen samoista teemoista kiinnostuneita. Toki tässä on jälleen ilmeinen vaaransa, kun eriävät näkemykset ja ihmiset suljetaan ulos. Toivoisin myös, että somessa valtavirtamediaan nähden erilaiset äänet saisivat enemmän näkyvyyttä; nykyisin some tuntuu olevan paljolti jatke isoille uutiskanaville. Periaatteessa somen idea on kuitenkin (nähdäkseni) toimia vastapainona yksisuuntaiselle valtavirralle ja sen portinvartijoille.”

”Helppokäyttöisyyttä, mahdollisuutta arvioida tiedon käyttökelpoisuus.”

”Uskon, että somen käyttö tiedotuskanavana kasvaa entisestään ja opitaan ottamaan siitä enemmän hyötyä.”

”Rajoja. Ymmärrystä.”

”Pylly pidetään matalalla, kun konekivääri ampuu. Linkit parempaan mediaan on parasta, mitä (epä)sosiaalinen media tarjoaa. Tutkimusaineistona some on mielenkiintoinen erilaisten big data - tekniikoiden avulla analysoitavaksi, mikä vaatii yleensä tutkimusryhmiä, joissa on tietojenkäsittelyn ammattilaisia mukana, koska muuten humanistilla voi mennä ikä ja terveys aineiston kokoamisessa, ja jotain olennaista silti hukkua bittiavaruuden syövereihin tai jäädä ottamatta mukaan.”

”Laajempaa rantautumista jokaisen tutkijan työhön ja sille annettavan arvostuksen nousemista”

”Turvallisuutta ja luotettavuutta”

”Verkostojeni yhteistoimintaa tehokkaammin... Liian avoimet ovet ovat toisinaan este etenemiselle...”

”Lähdekritiikkiä joiltakin kirjoittajilta, peiliin katsomista!”

”Enemmän itse kiinnostavia "täsmäsivustoja" tai -ryhmiä.”

”Helppokäyttöisyyttä”

”Sitä, että sen käyttö vakiintuu ja ettei siitä vouhoteta niin paljon. Se ei ole kaikki kaikessa, eikä tule olemaankaan!”

”Näyttöjä tiedon leviämisen hyödyistä”

”Ei some mihinkään häviä, eri kanavat luultavasti eriytyvät ja painottuvat selkeämmin työhön ja vapaa-aikaan - silloin viestitkin voivat tavoittaa kohteensa paremmin”

”En oikeastaan mitään. Olen emerita professori, pärjännyt sähköpostilla tähän asti hyvin ja toivottavasti tästä edespäinkin.”

”Selkeyttä, parempia mahdollisuuksia jakaa tietoa tutkijalta valtaväestölle, helpompia verkostoitumismahdollisuuksia”

Aiemmin toteutetussa kyselyssä, vuonna 2014, tutkijoita pyydettiin pohtimaan, mitä uusia sosiaalisen median toimintamuotoja he näkevät tutkimustoiminnan tulevaisuudessa. Tässä lueteltu tulevaisuudenvisioita muutaman vuoden takaa:

Kansainvälisyys ja tutkijayhteistyö

Eri tutkimusalojen "törmäyttäminen", ideoiden löytyminen, "virtuaaliset" tutkimusryhmät, oman pohdinnan tuki yhteisössä

Tutkimukseen osallistuminen, kansalaisvaikuttaminen tutkimukseen sosiaalisen median kautta

Tutkimustuloksista viestiminen ja vinkkaaminen

verkosto- ja tekstitutkimukselle massiivisesti dataa

Virtuaaliset yhteisjulkaisut ja -projekti, opetusteknologioiden hyödyntäminen (yliopisto 2.0), kriittinen keskustelu ja tutkimustulosten arviointi sosiaalisessa mediassa

Verkostoituminen kansallisesti ja kansainvälisesti

Palautteen saaminen kollegoilta ja kansalaisilta

Tutkimusdatan kerääminen (muuten tuotettu aineisto datana tai erityiset pyynnöt tuottaa tutkimusdataa aiheeseen liittyville ryhmille tai verkostoille esim. Facebookissa)

Tutkimuksen tekeminen somen kautta, esim kyselyn markkinointi (tätä toki tapahtuu jo)

tutkimuksen ja käytännön yhteistyö voi tiivistyä, kun keskusteluun on yhä monipuolisemmin helppoja mahdollisuuksia

Keskustelu tehdyistä tutkimuksista, tutkimustiedon luonteesta

Esim. Rekrytointi tutkimukseen

Joukkoistaminen (eli pienen osatehtävän jakaminen suurelle joukolle alan harrastajia)

Ehkäpä "virallinen" julkaisutoiminta sellaisenaan siirtyy tulevaisuudessa jossain määrin sosiaaliseen mediaan ja vapaammille foorumeille, joissa ei nykyisiä aikatauluihin ym. julkaisuun liittyviä rajoituksia juurikaan ole.

Olen myös vakuuttunut siitä, että tutkimusaiheeni nykyiset, viralliset julkaisufoorumit eivät tavoita kuin vain todella kapean lukijakunnan.

Aineiston hankinnan mahdollistaminen, viestin levittäminen tutkimukseen osallistuvaksi tavoiteltaville

Kaikki hankkeeni ovat salaisina ryhminä febussa.

Kunnallisalan kehittämissäätiön toteuttamassa kyselyssä siis nousi paljon esille tutkijoiden ajatuksia sosiaalisen median käytöstä, sen hyödyistä ja haitoista sekä sosiaalisen median tulevaisuudesta. Verrattuna vuoden 2014 kyselyn tuloksiin, voidaan yleisesti todeta sosiaalisen median käytön hieman lisääntyneen.

Kunnallisalan kehittämissäätiön julkaisujen sarjassa ovat ilmestyneet

1 Sami Borg ja Sari Pikkala
KUNTAVAALITRENDIT (2017)

2 Toim. Soile Pohjonen & Marika Noso
KANSALAINEN KESKIÖÖN! NÄKÖKULMIA SOTE-UUDISTUKSEEN (2017)

3 Markku Lehto MIKSI HANKE EI ONNISTUNUT – VAI ONNISTUIKO SE? (2017)

4 Tapio Häyhtiö OSALLISUUTTA SOTE-PALVELUIHIN PALVELUMUOTOILEIMALLA? (2017)

5 Veera Värtinen TUTKIJAT JA SOSIAALISEN MEDIAN KÄYTTÖ (2017)

JULKAISU

Veera Värtinen

Tutkijat ja sosiaalisen median käyttö

Julkaisu käsittelee KAKS - Kunnallisalan kehittämissäätiön tutkijoille teettämän kyselyn tuloksia heidän sosiaalisen median käytöstä. Julkaisussa tarkastellaan tutkijoiden sosiaalisen median käyttöä, heidän suhtautumistaan sosiaaliseen mediaan sekä heidän mielipiteitä esitettyihin väittämiin aiheesta.

kaks.fi
KUNNALLISALAN KEHITTÄMISSÄÄTIÖ

Tutkijat ja sosiaalinen media 2017

Kunnallisalan kehittämissäätiö

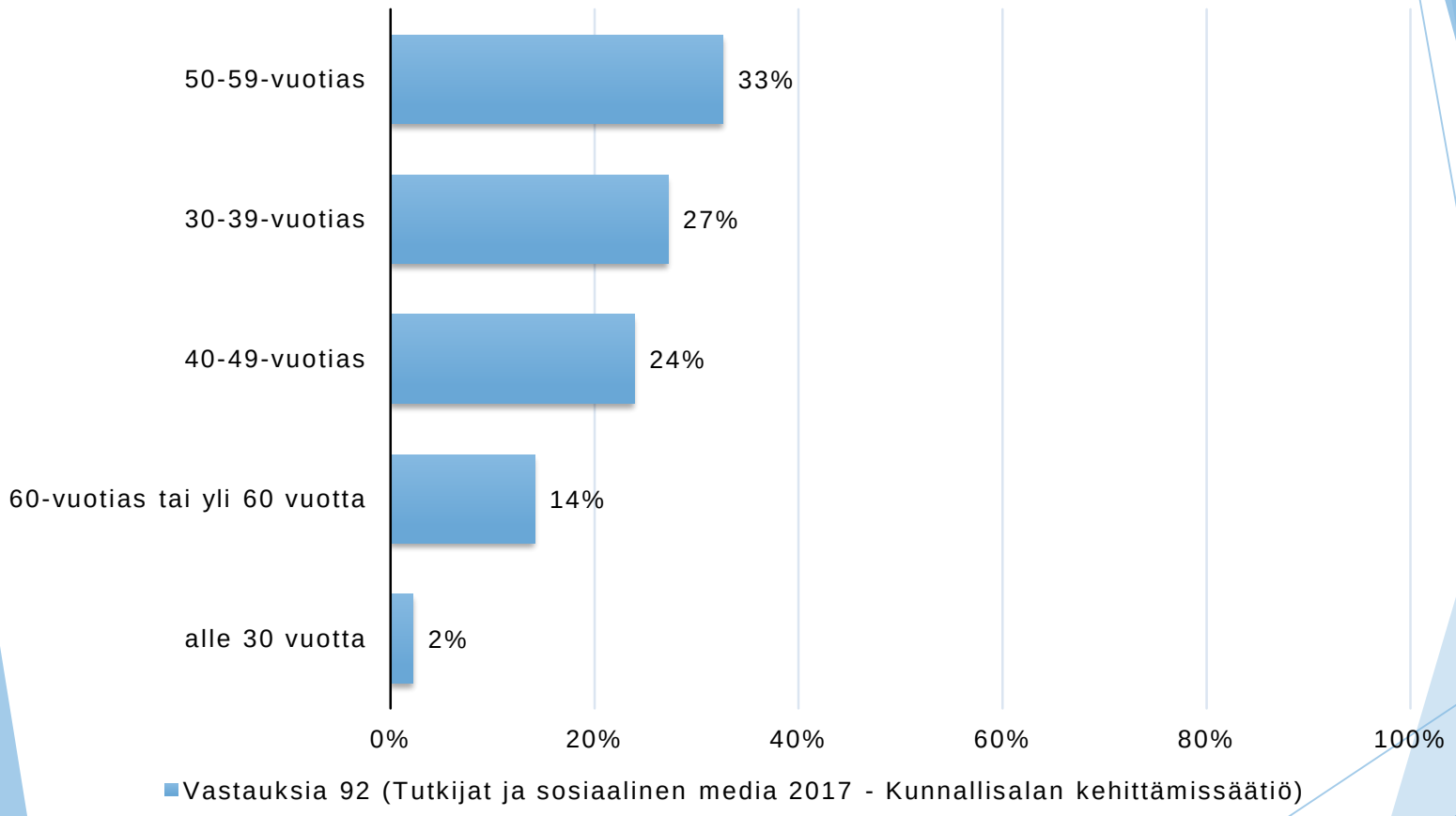
Veera Värtinen

2017

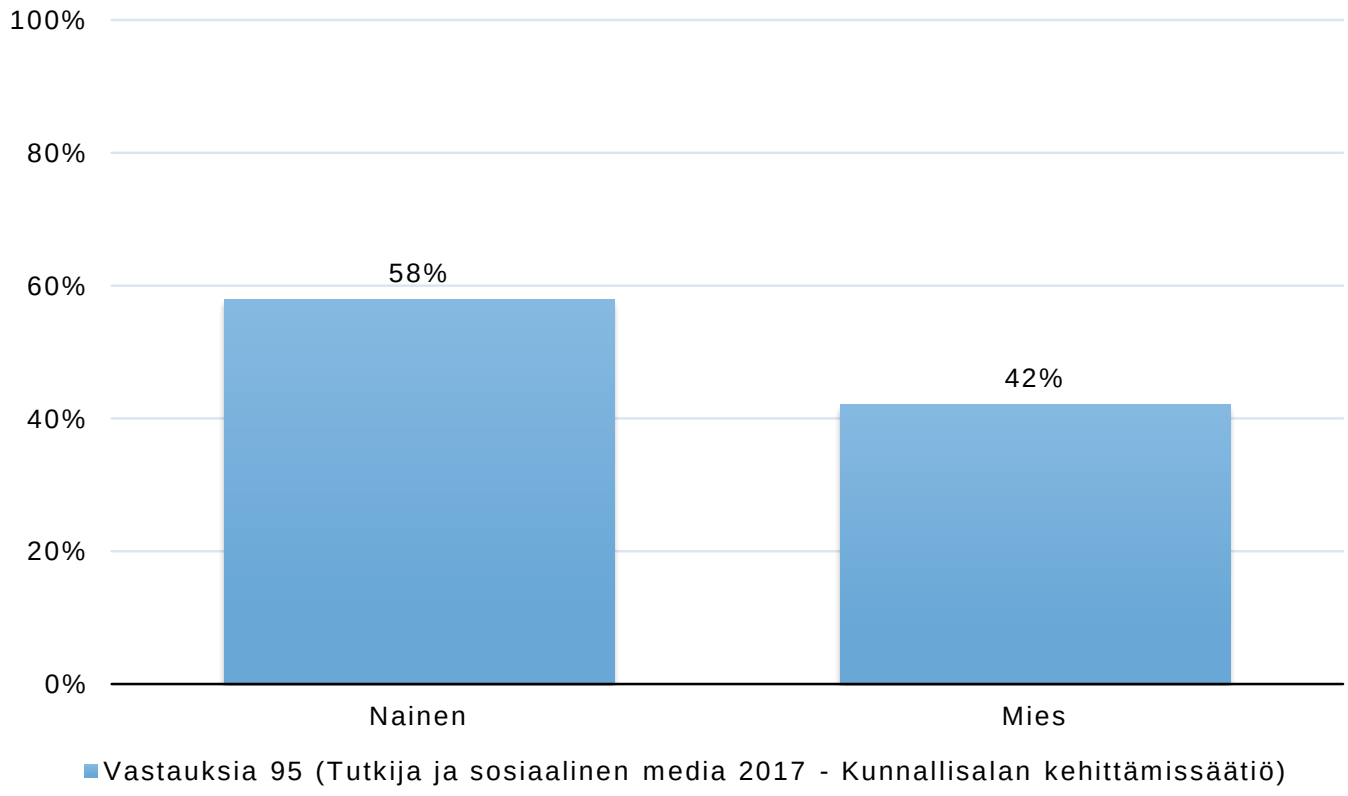
kaks.fi
KUNNALLISALAN
KEHITTÄMISSÄÄTIÖ

Kyselyyn vastanneiden taustatiedot

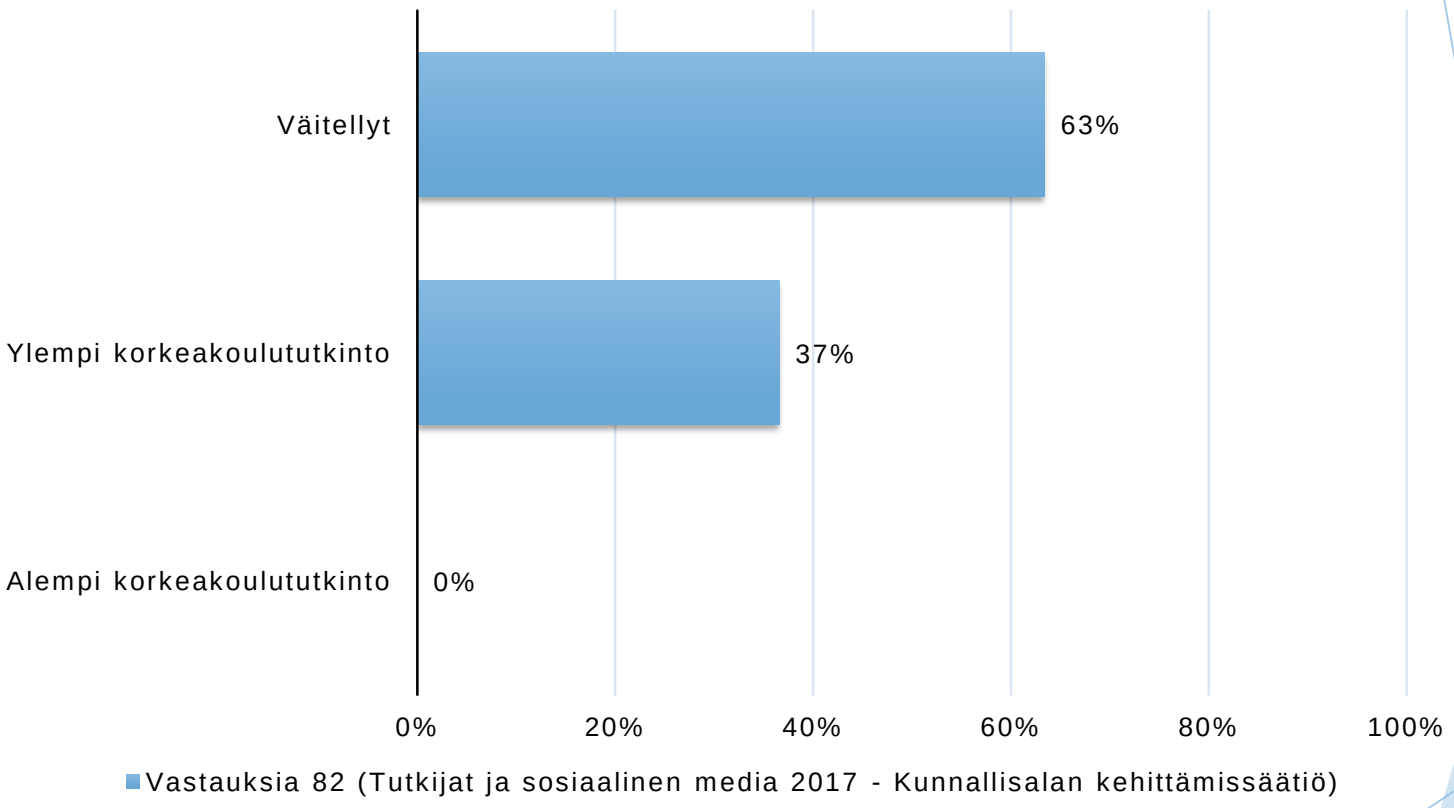
Ikä


50-59-vuotias
33%
30-39-vuotias
27%
40-49-vuotias
24%
60-vuotias tai yli 60 vuotta
14%
alle 30 vuotta
2%
0%
20%
40%
60%
80%
100%
Vastauksia 92 (Tutkijat ja sosiaalinen media 2017 - Kunnallisalan kehittämissäätiö)

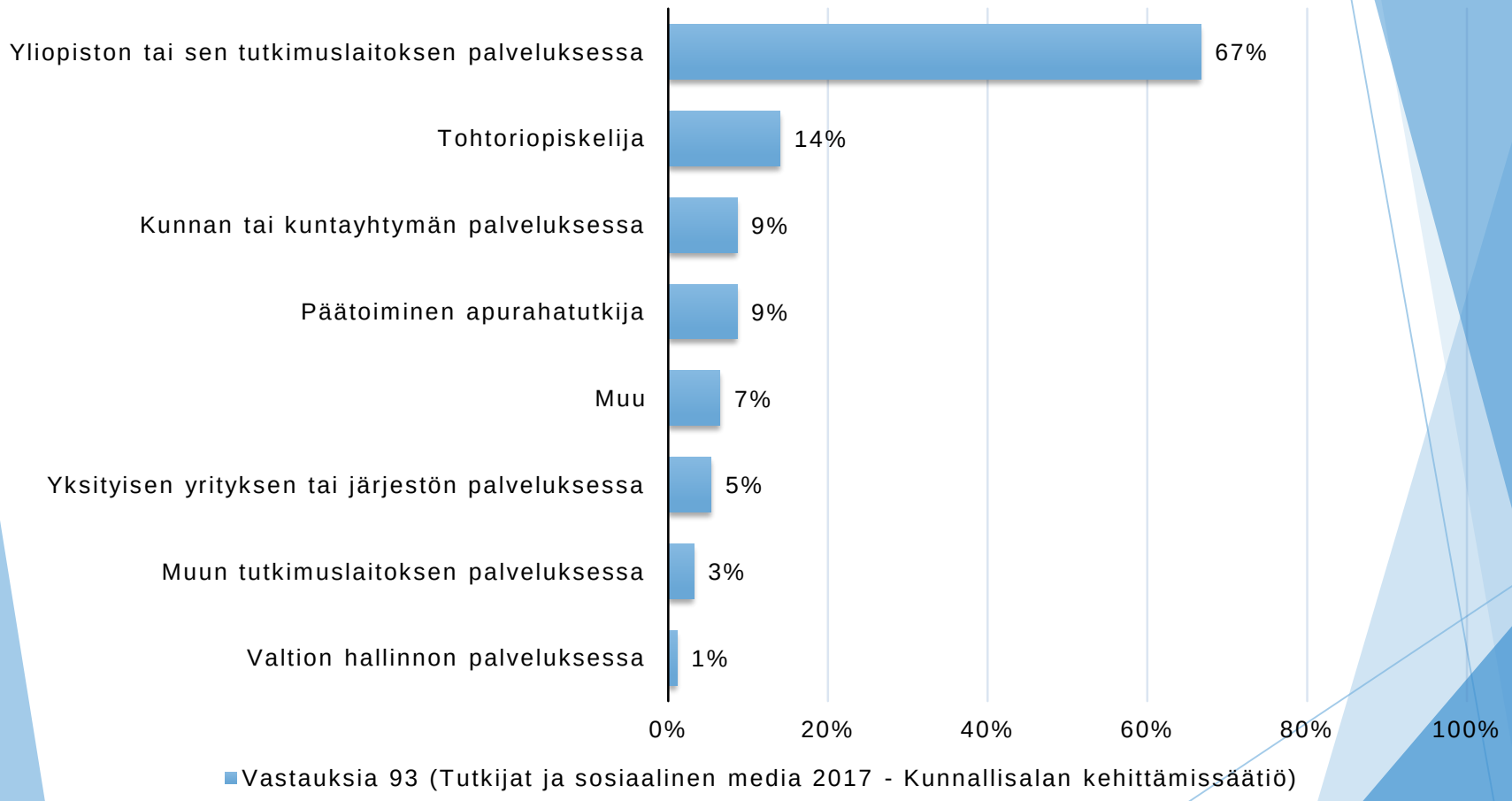
Sukupuoli


100%
80%
60%
40%
20%
0%
58%
42%
Nainen
Mies
Vastauksia 95 (Tutkija ja sosiaalinen media 2017 - Kunnallisalan kehittämissäätiö)

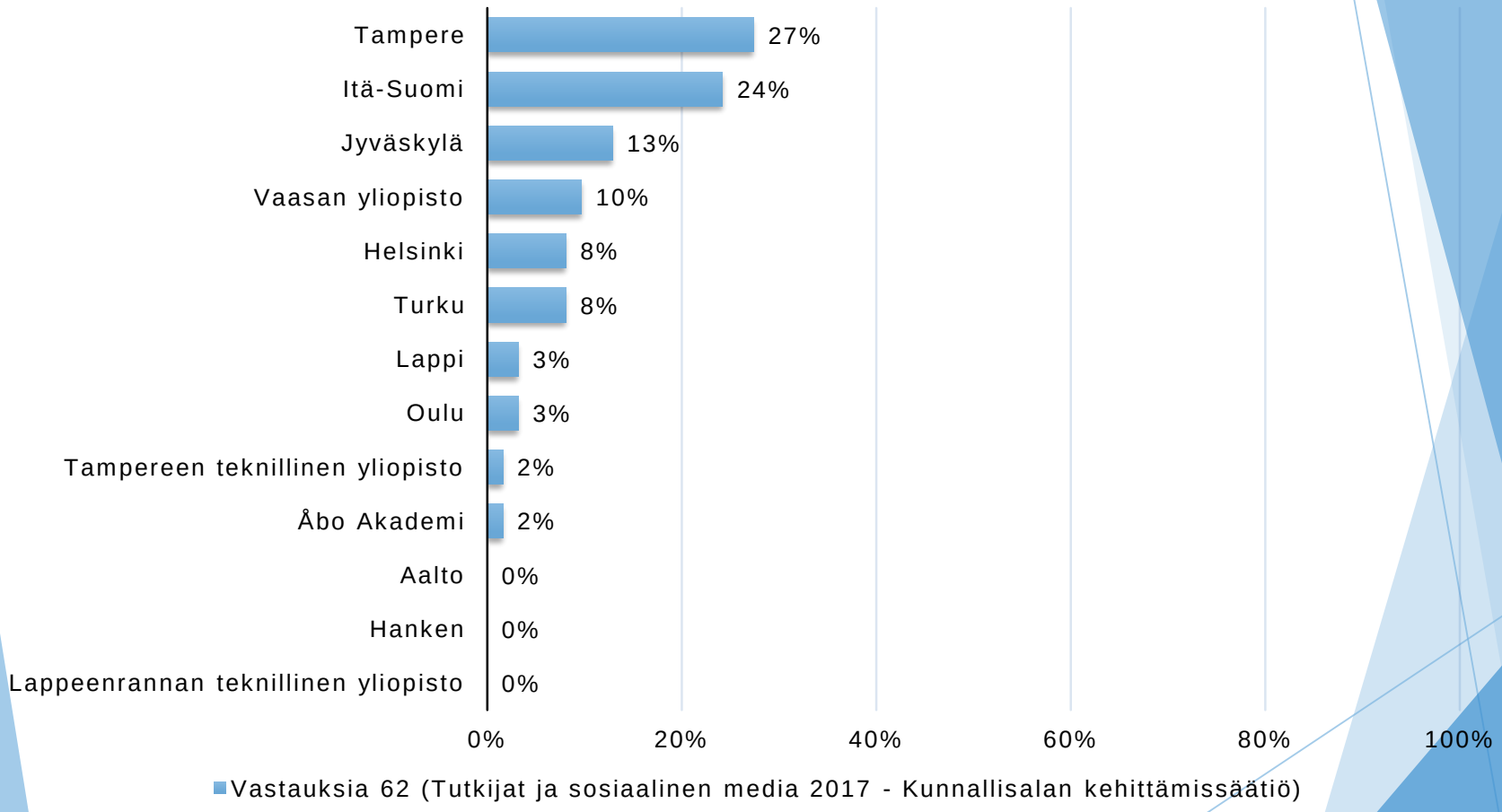
Koulutus


Väitellyt
63%
Ylempi korkeakoulututkinto
37%
Alempi korkeakoulututkinto
0%
0%
20%
40%
60%
80%
100%
Vastauksia 82 (Tutkijat ja sosiaalinen media 2017 - Kunnallisalan kehittämissäätiö)

Työnantaja

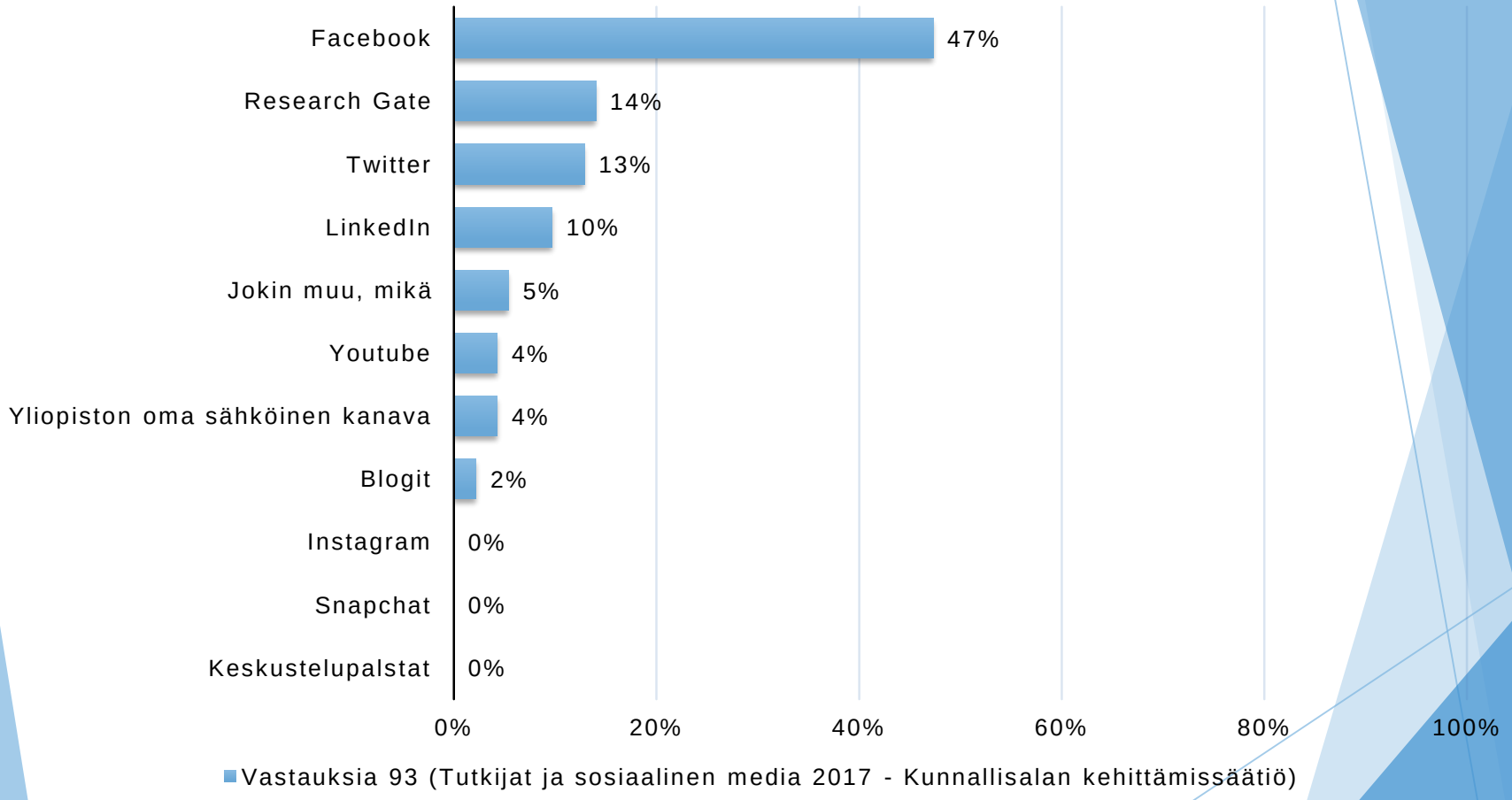

Yliopiston tai sen tutkimuslaitoksen palveluksessa
67%
Tohtoriopiskelija
14%
Kunnan tai kuntayhtymän palveluksessa
9%
Päätoiminen apurahatutkija
9%
Muu
7%
Yksityisen yrityksen tai järjestön palveluksessa
5%
Muun tutkimuslaitoksen palveluksessa
3%
Valtion hallinnon palveluksessa
1%
0%
20%
40%
60%
80%
100%
Vastauksia 93 (Tutkijat ja sosiaalinen media 2017 - Kunnallisalan kehittämissäätiö)

Yliopistojen palveluksessa työskentelevät tutkijat

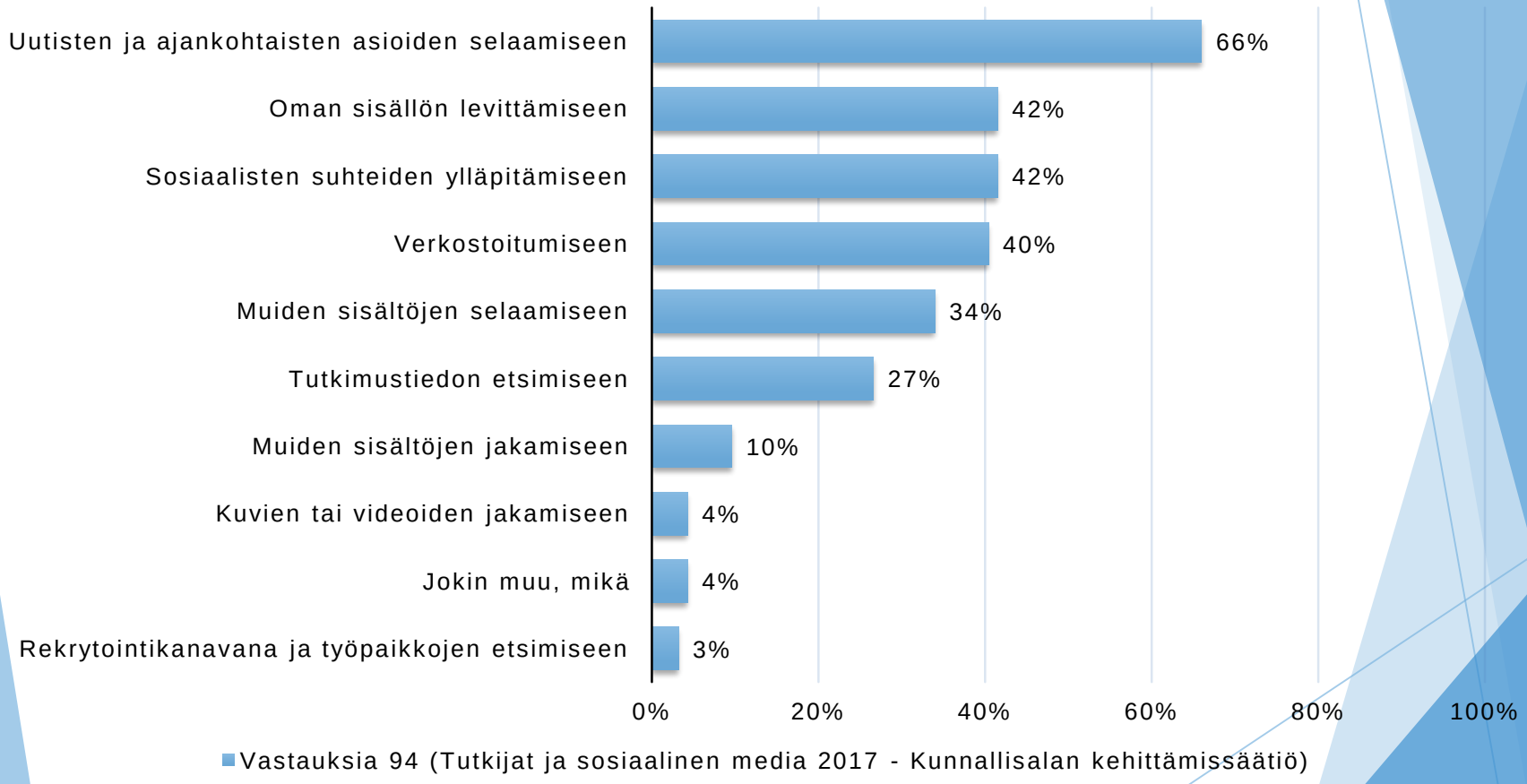


Sosiaalisen median käyttö

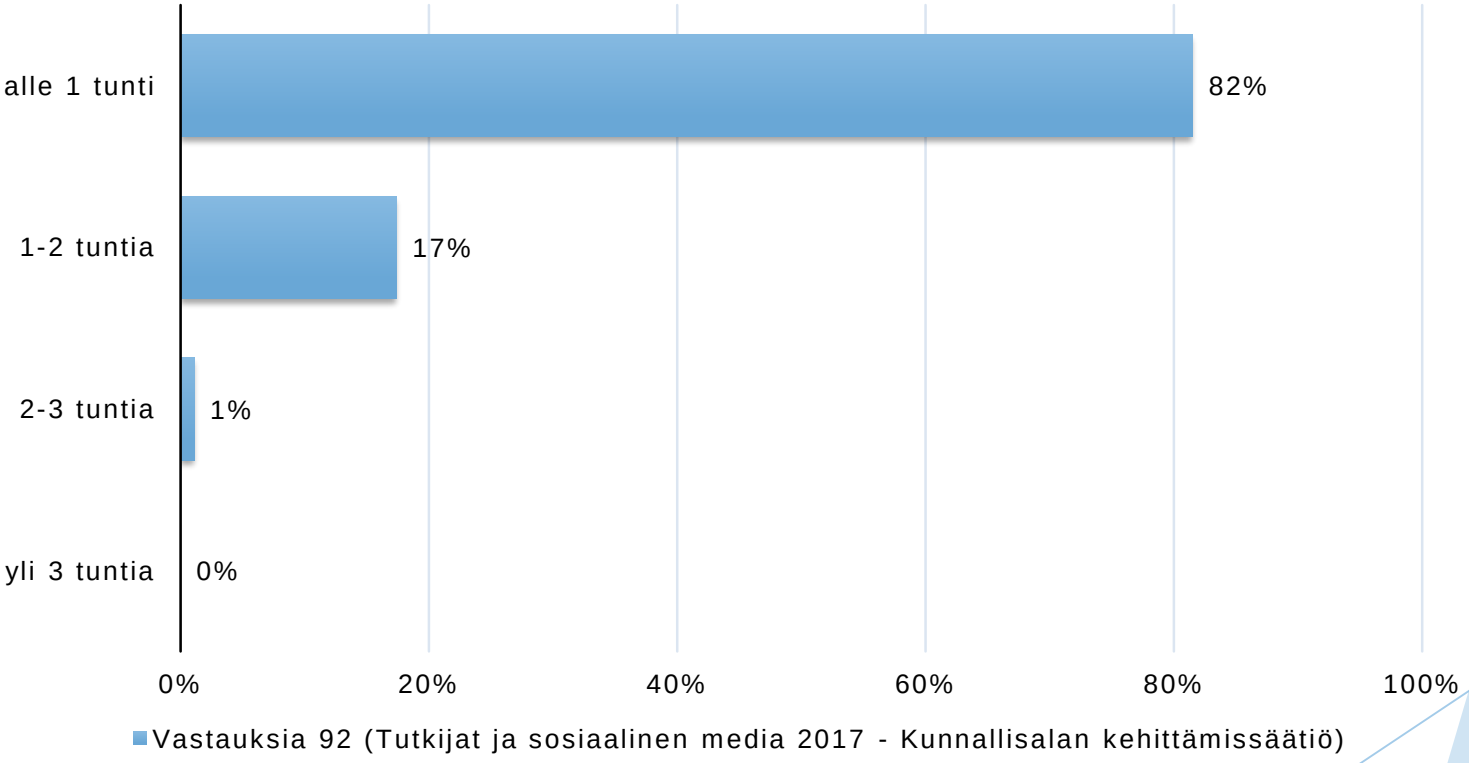
Eniten käytetty sosiaalisen median kanava



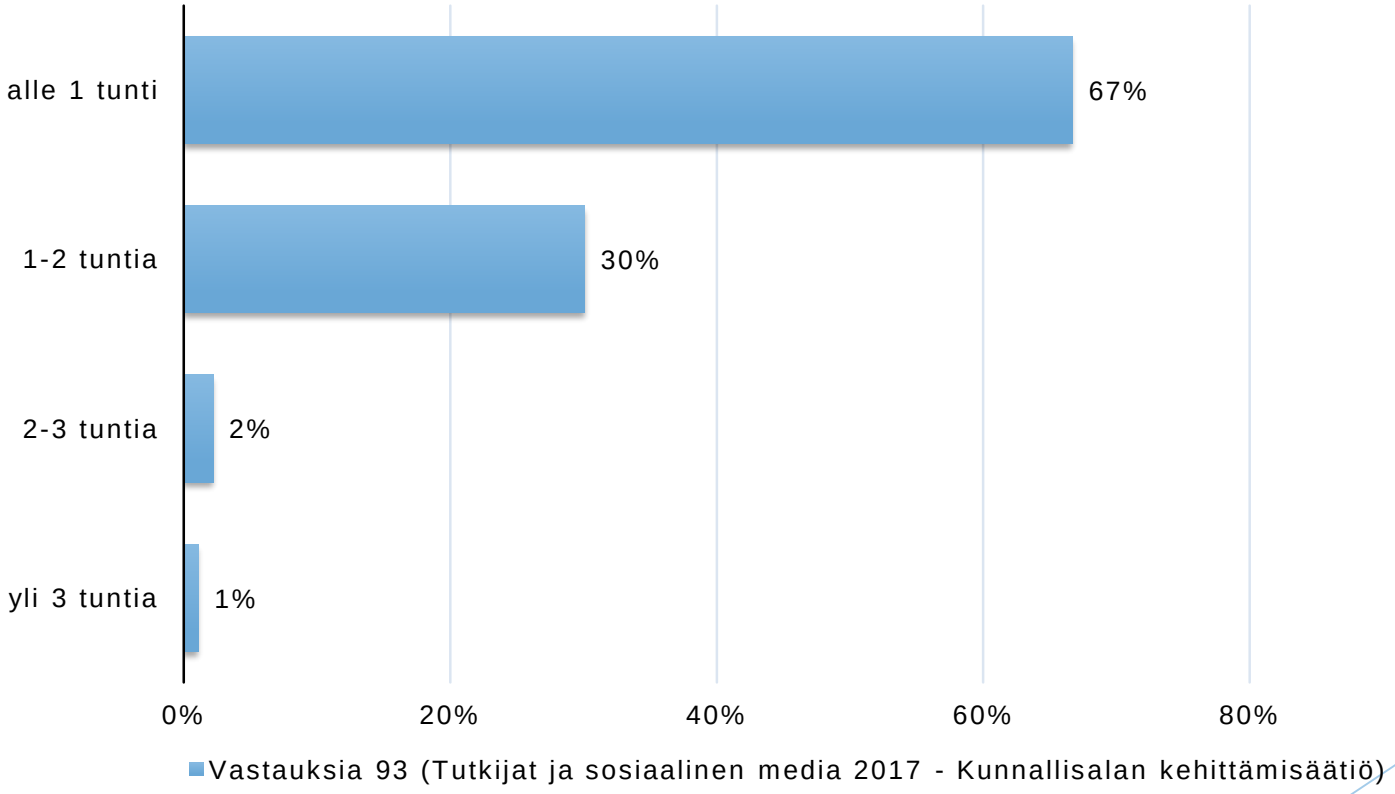
Mihin tarkoitukseen sosiaalista mediaa käytetään



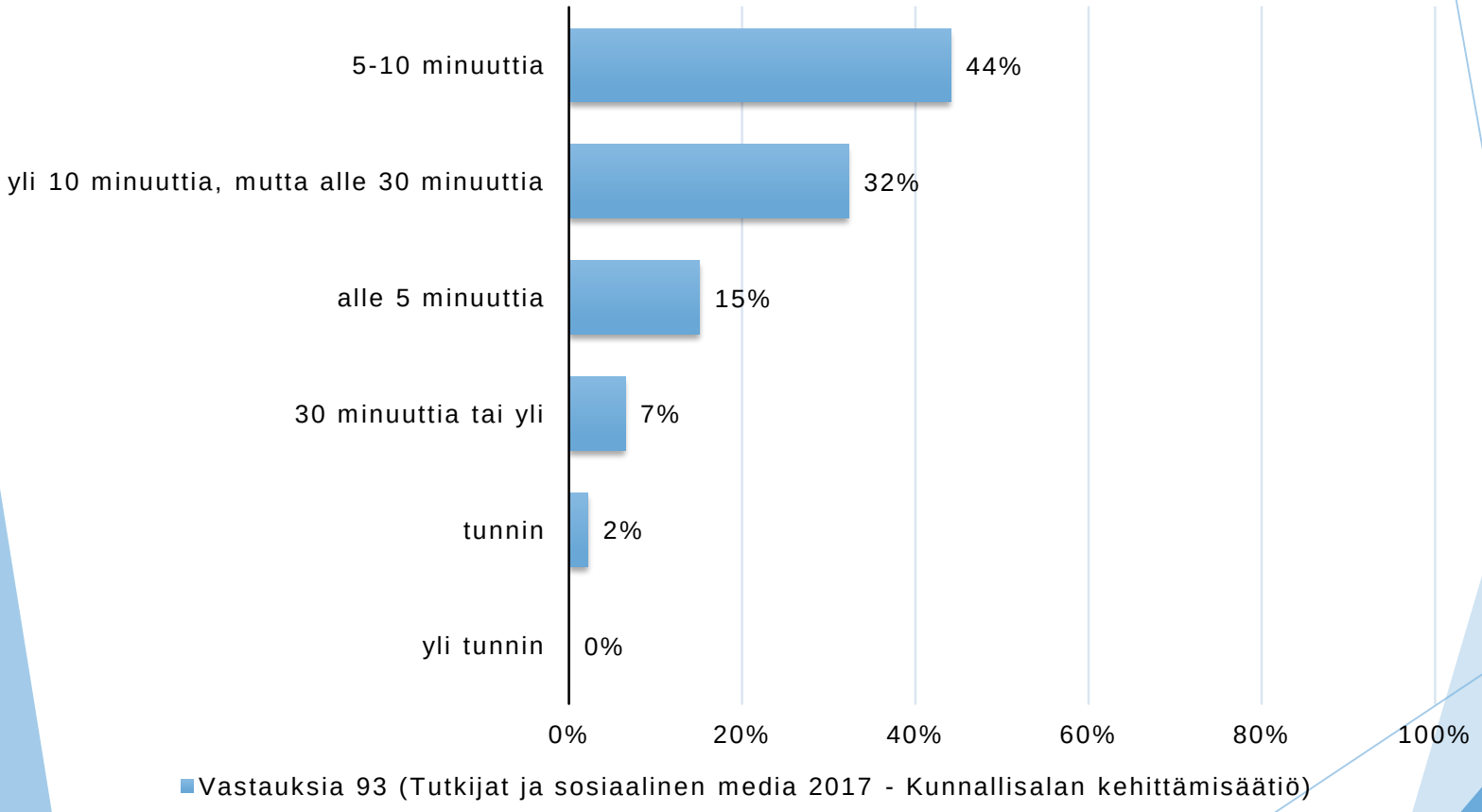
Kuinka monta tuntia päivässä vietään aikaa sosiaalisessa mediassa <u>työtehtävien</u> vuoksi



Kuinka monta tuntia päivässä vietetään aikaa sosiaalisessa mediassa <u>yksityishenkilönä</u>



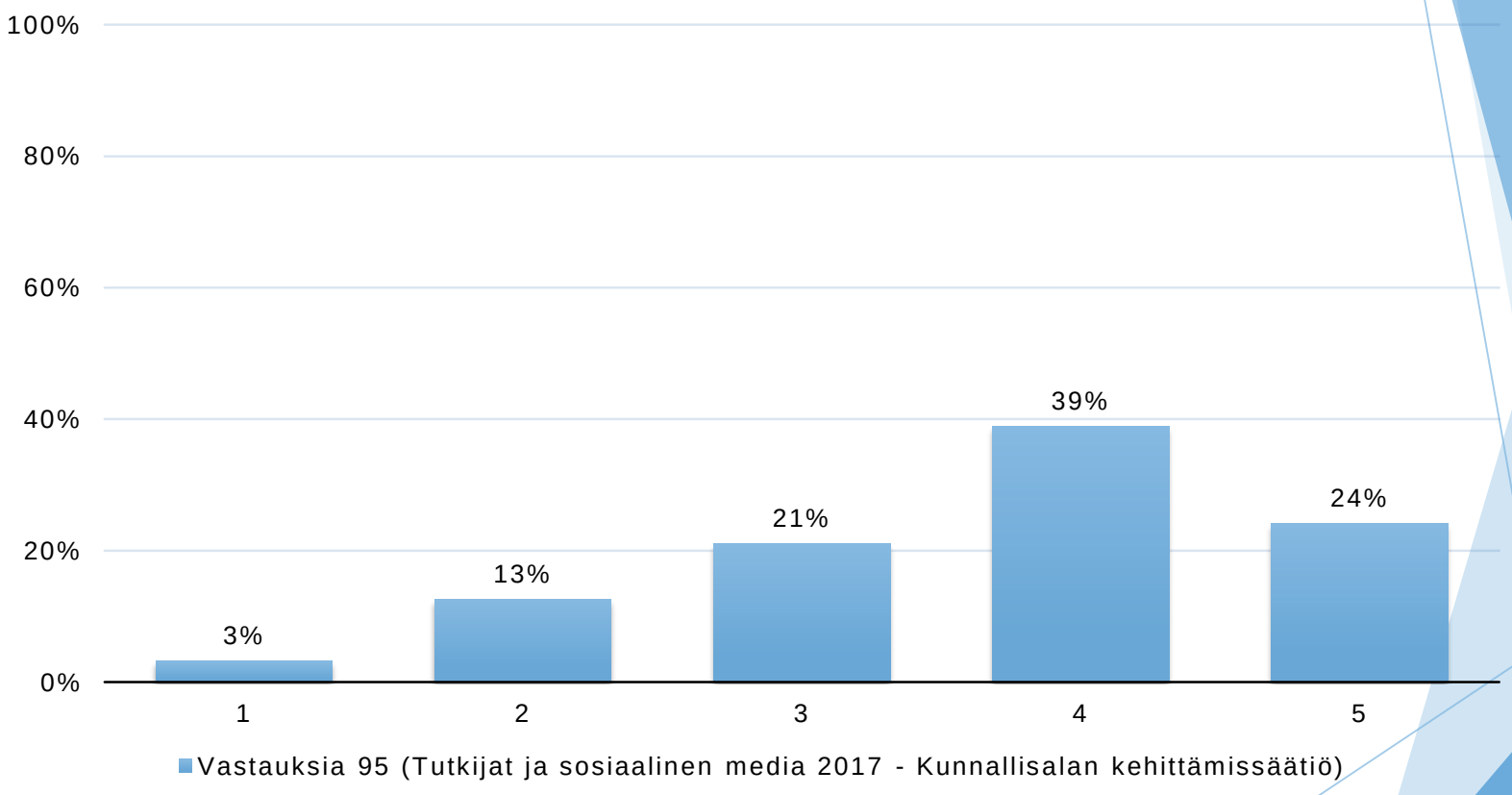
Kuinka paljon vietetään <u>kerralla</u> aikaa sosiaalisessa mediassa



Väittämät sosiaalisesta mediasta

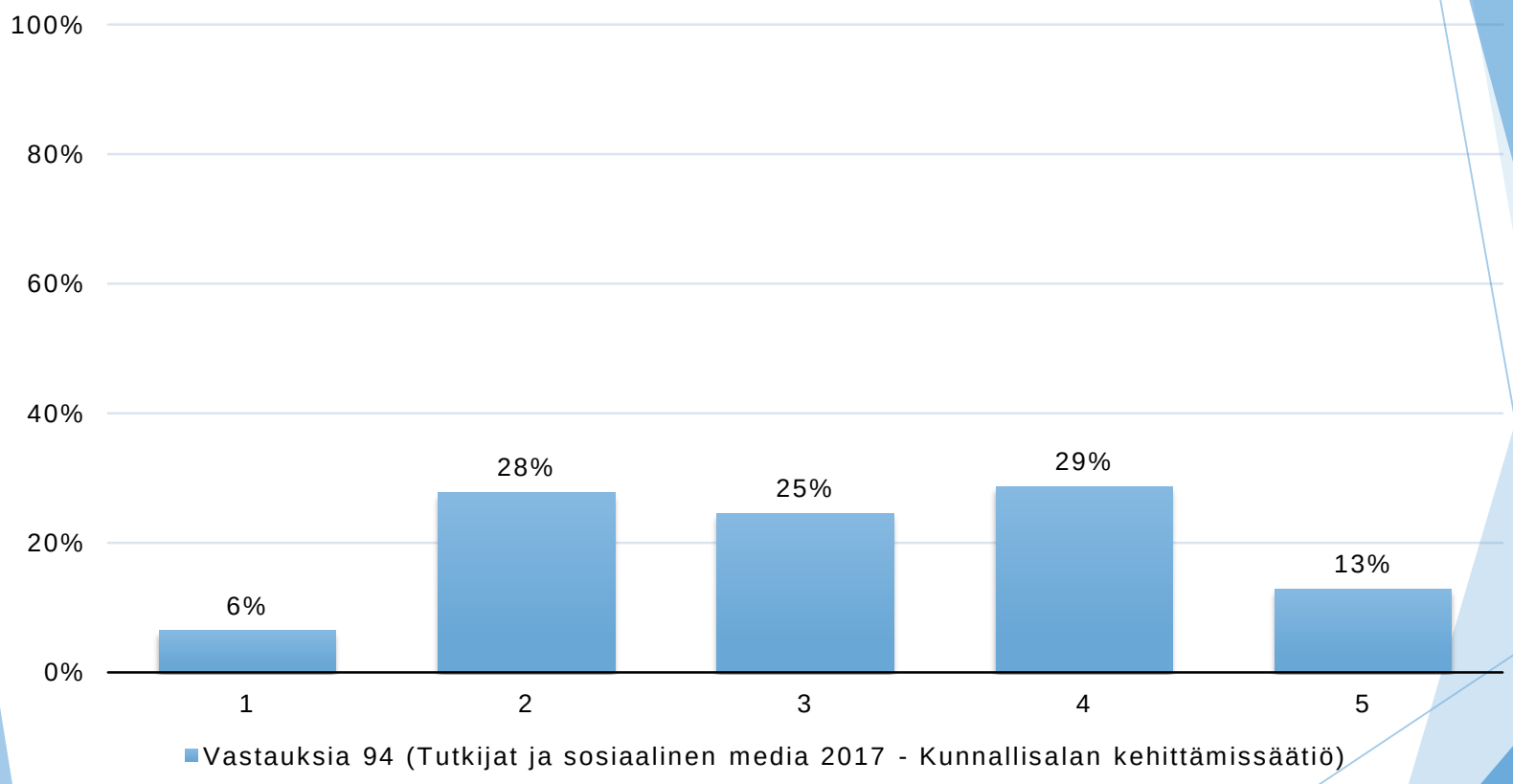
Koen sosiaalisen median helpoksi viestintävälineeksi

(1 = Olen täysin eri mieltä, 5 = Olen täysin samaa mieltä)



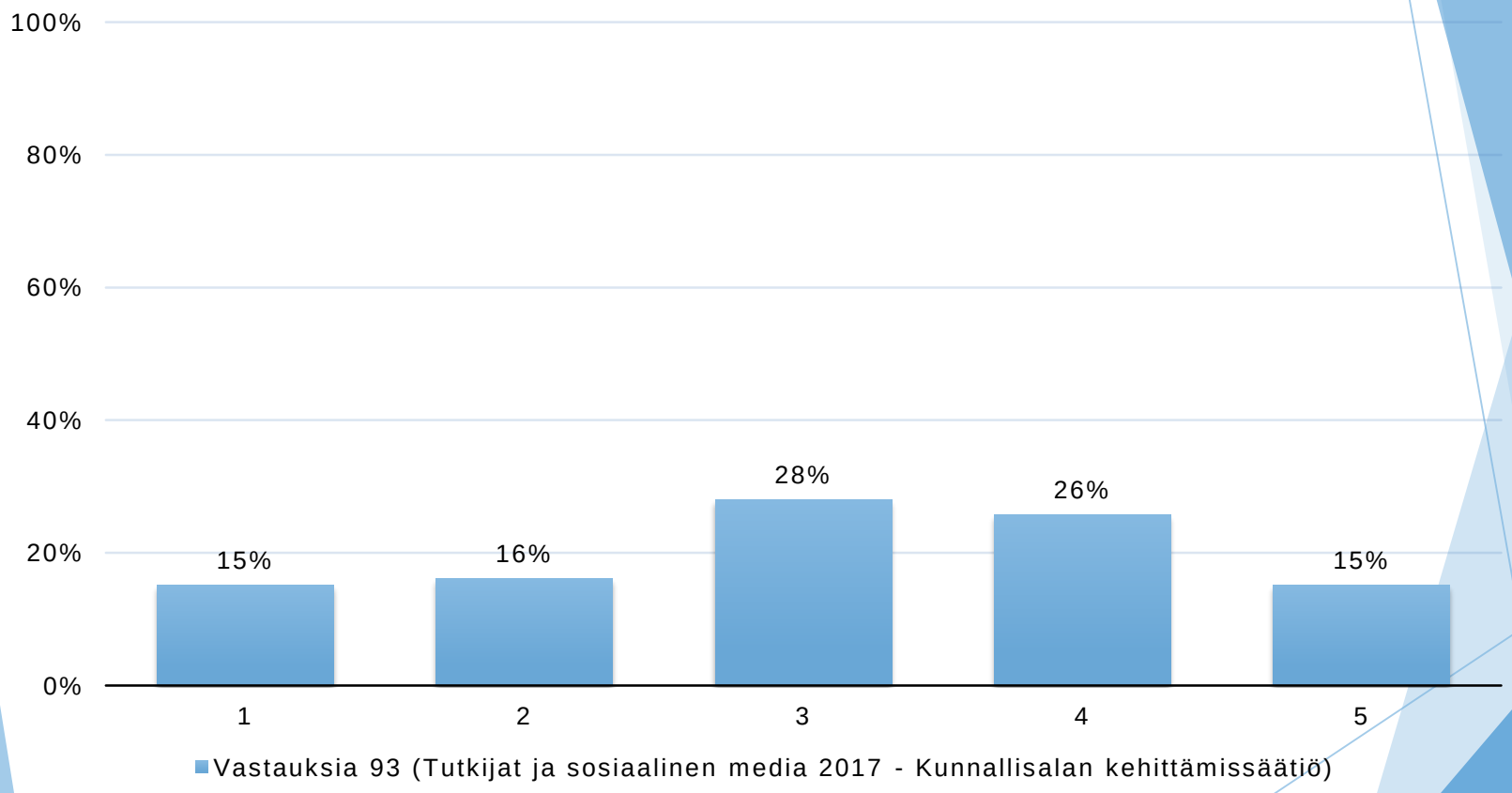
Osaan käyttää sosiaalista mediaa hyvin

(1 = Olen täysin eri mieltä, 5 = Olen täysin samaa mieltä)



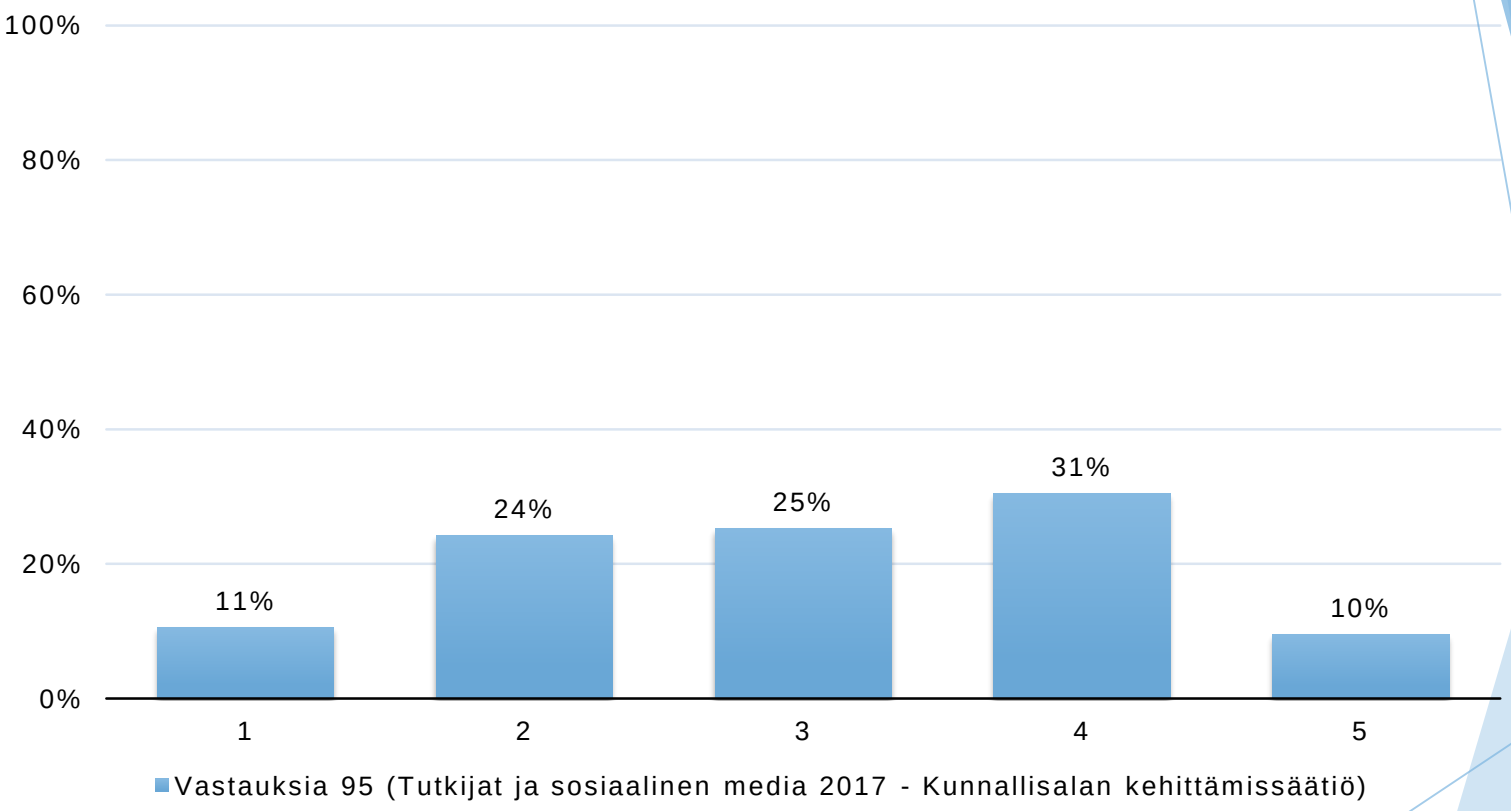
Tarvitsen vielä harjoittelua sosiaalisen median käytössä

(1 = Olen täysin eri mieltä, 5 = Olen täysin samaa mieltä)



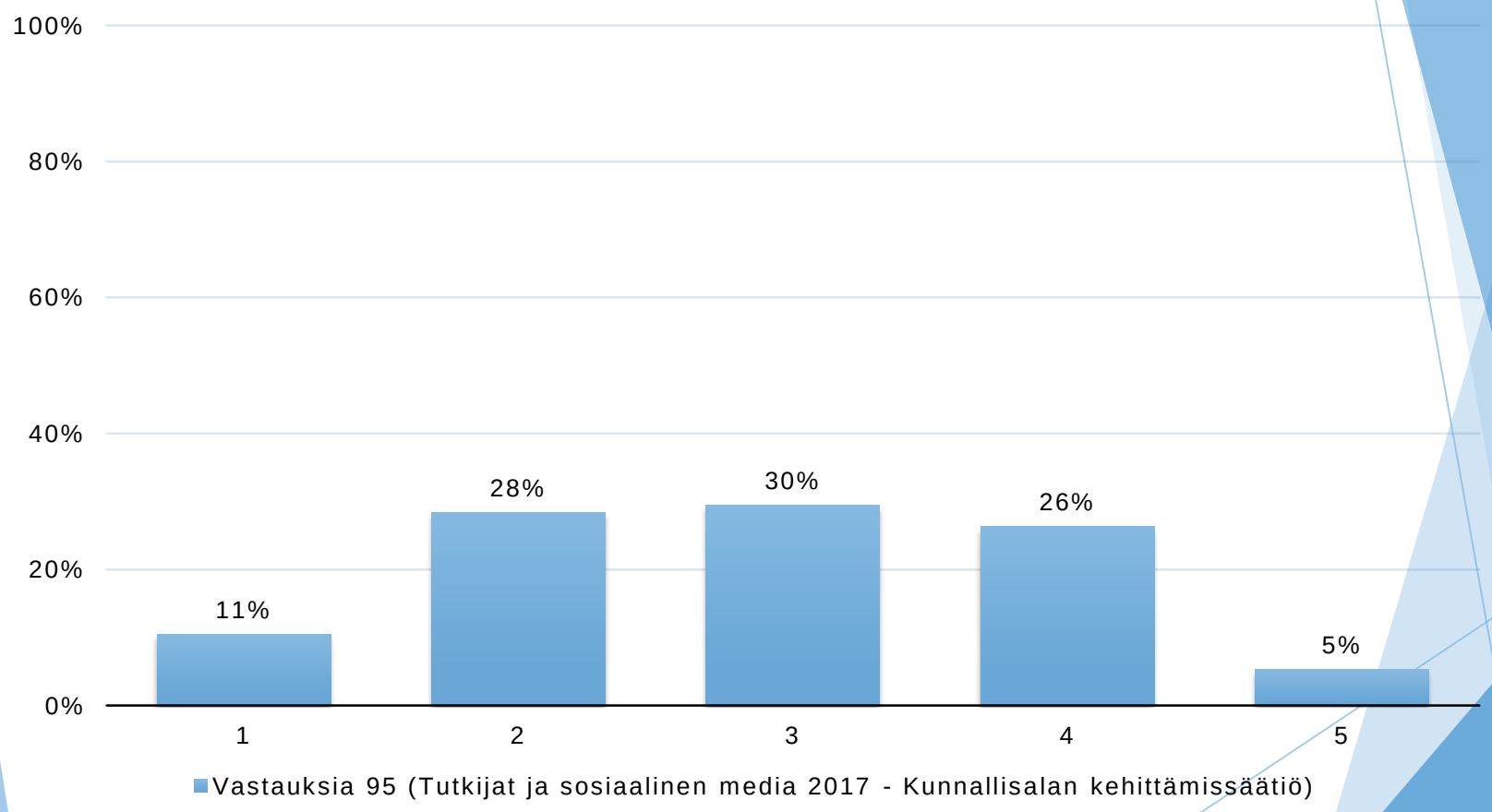
Tunnen paljon sosiaalisen median kanavia

(1 = Olen täysin eri mieltä, 5 = Olen täysin samaa mieltä)



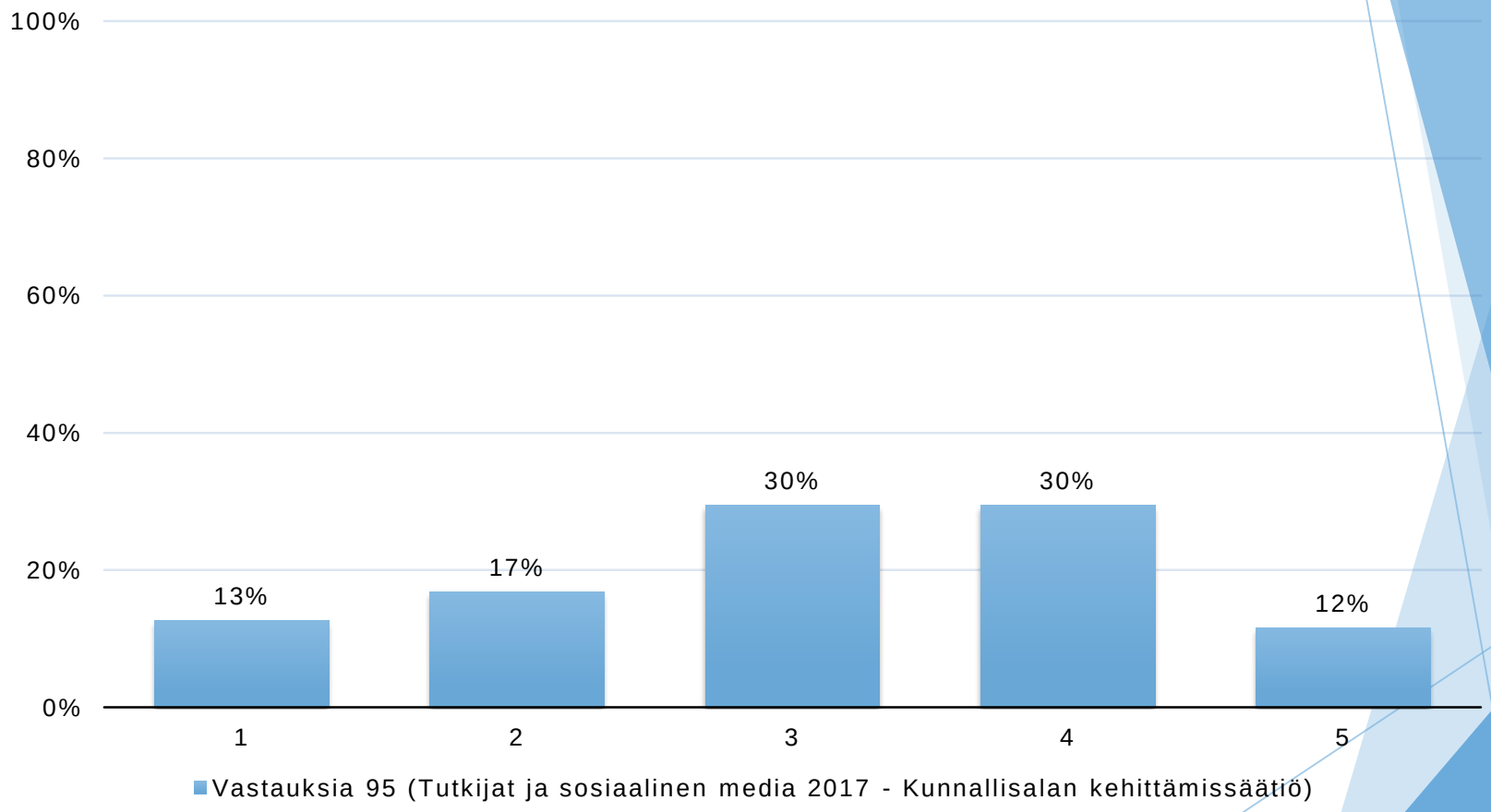
Minun on helppo ottaa käyttöön uudet sosiaalisen median kanavat

(1 = Olen täysin eri mieltä, 5 = Olen täysin samaa mieltä)



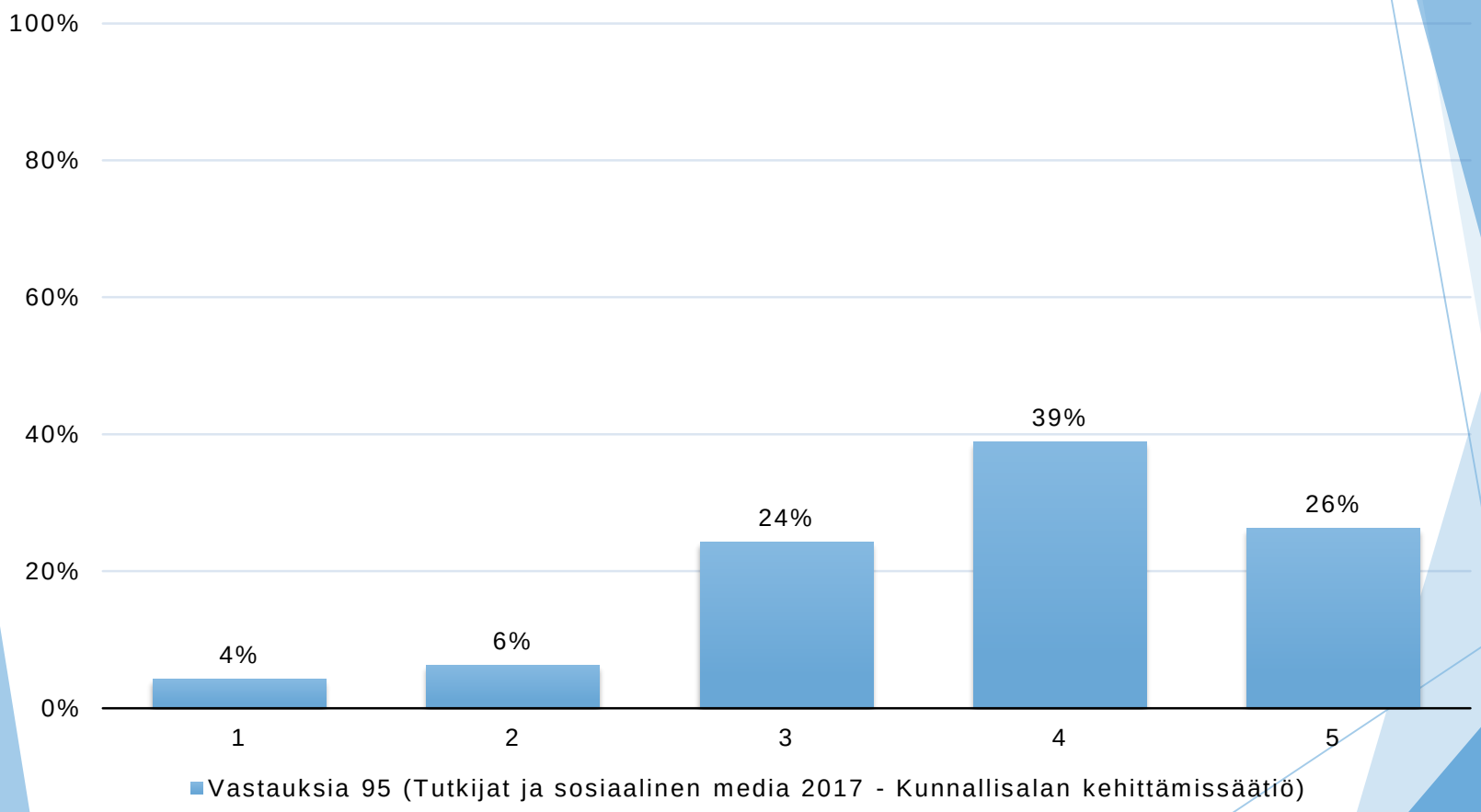
Pidän sosiaalisen median käytöstä

(1 = Olen täysin eri mieltä, 5 = Olen täysin samaa mieltä)



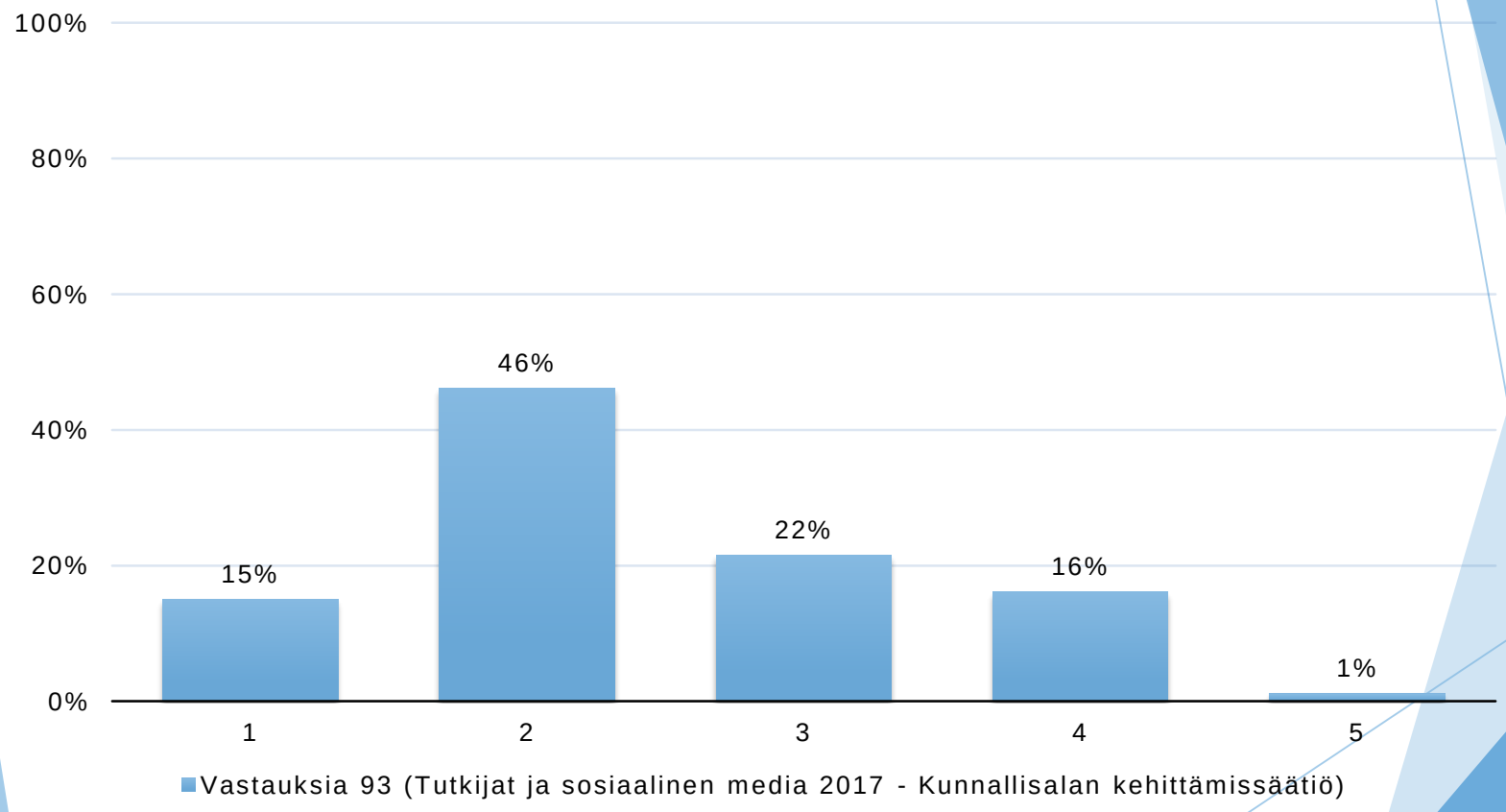
Sosiaalisesta mediasta on ollut minulle hyötyä

(1 = Olen täysin eri mieltä, 5 = Olen täysin samaa mieltä)



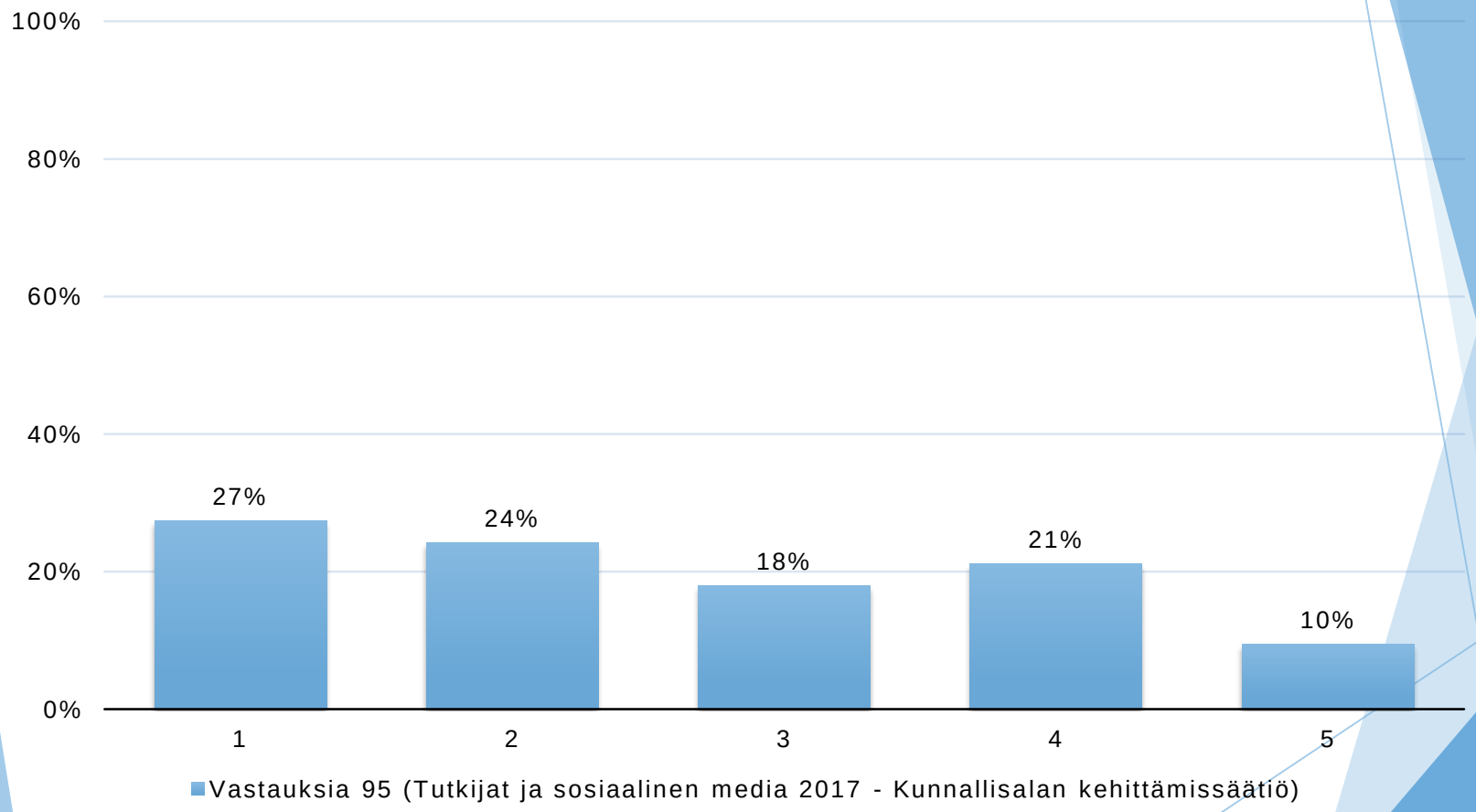
Käytän sosiaalista mediaa vain, koska kaikki verkostoni ovat siellä

(1 = Olen täysin eri mieltä, 5 = Olen täysin samaa mieltä)



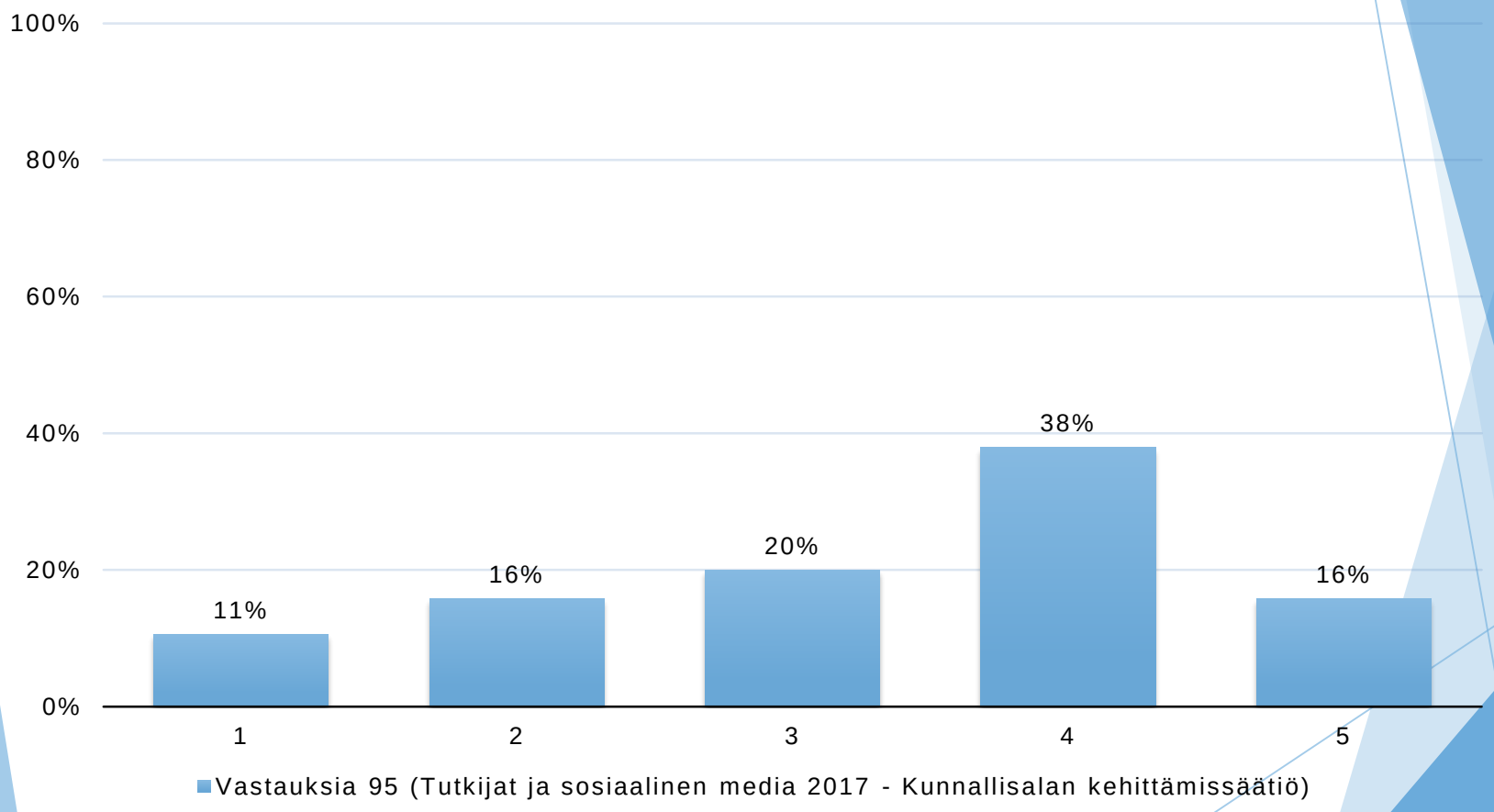
Käytän sosiaalista mediaa enemmän kuin perinteistä mediaa (lehdet, televisio, radio)

(1 = Olen täysin eri mieltä, 5 = Olen täysin samaa mieltä)



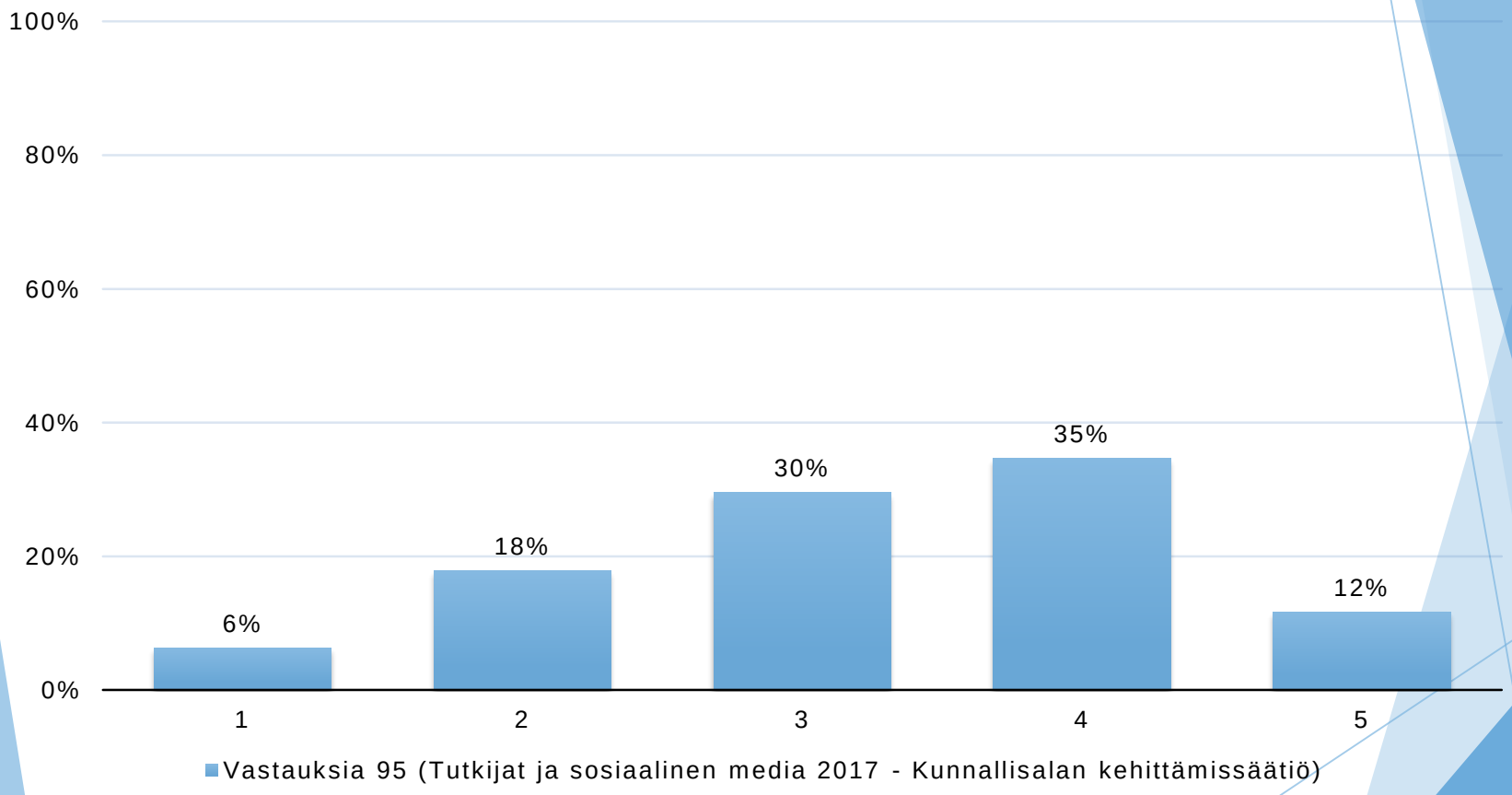
Pidän yhteyttä muihin tutkijoihin sosiaalisessa mediassa

(1 = Olen täysin eri mieltä, 5 = Olen täysin samaa mieltä)



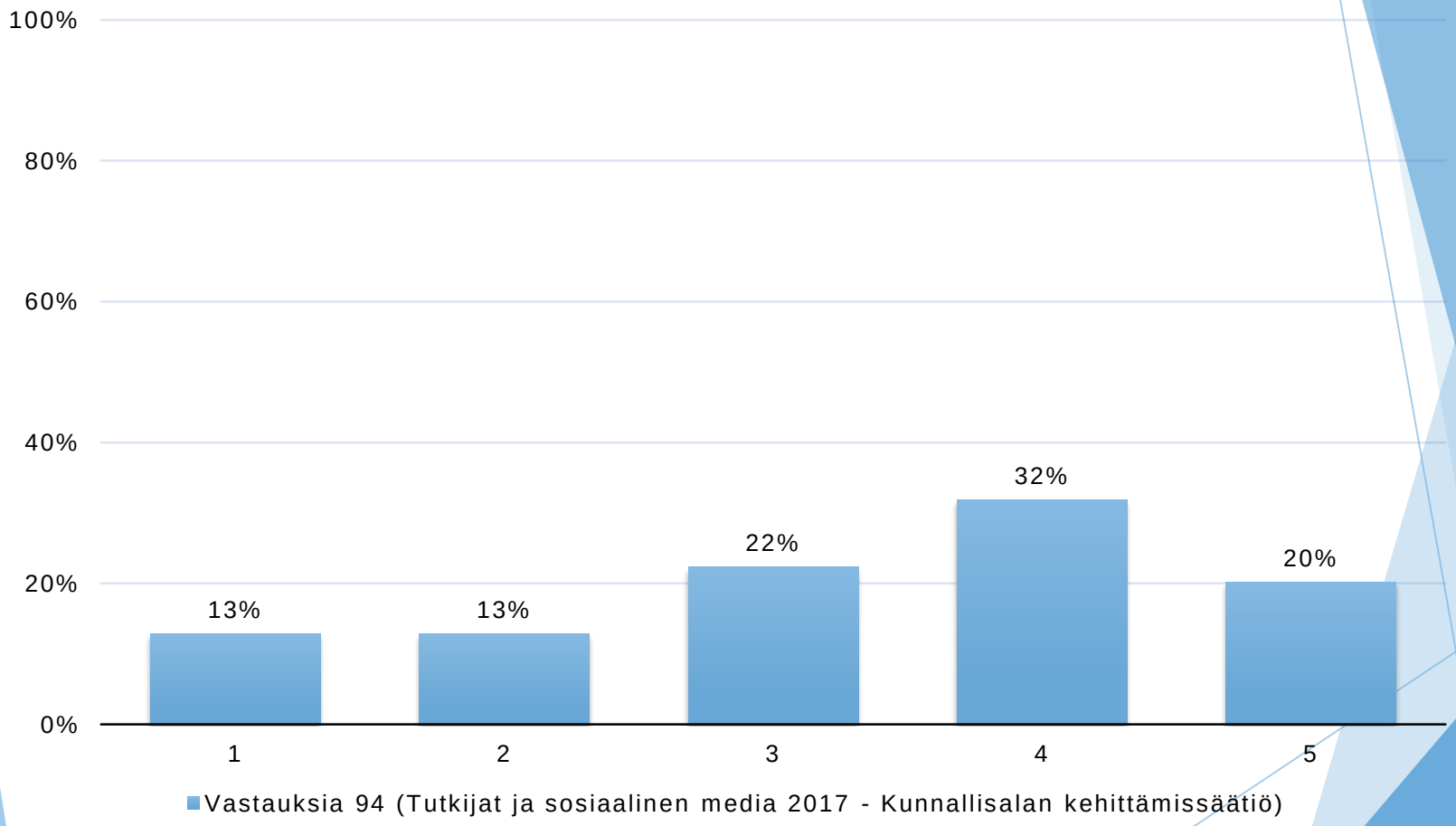
Luon ammattilaisverkostoja sosiaalisessa mediassa

(1 = Olen täysin eri mieltä, 5 = Olen täysin samaa mieltä)



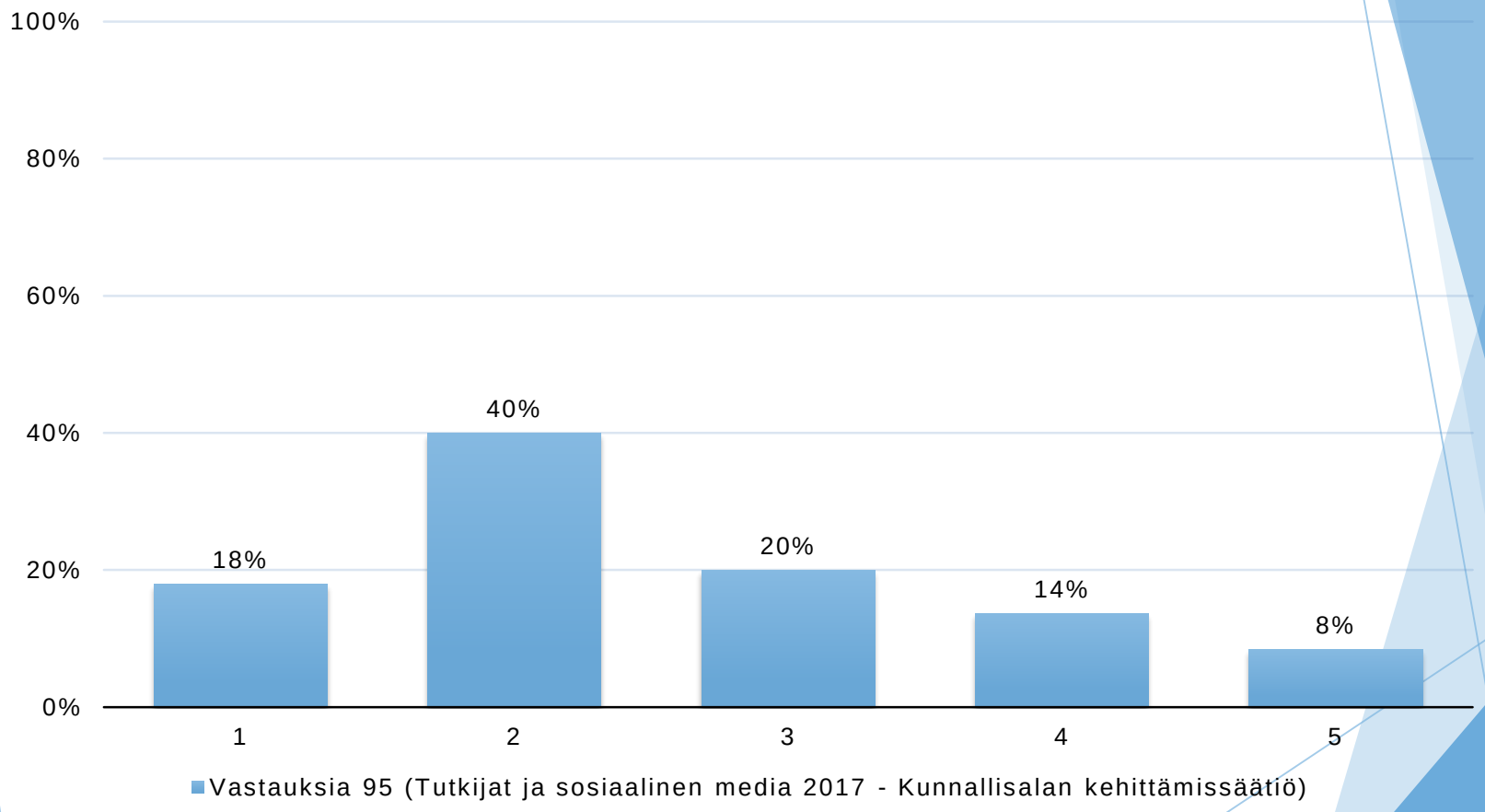
Julkaisen tutkimuksistani tietoa sosiaalisessa mediassa

(1 = Olen täysin eri mieltä, 5 = Olen täysin samaa mieltä)



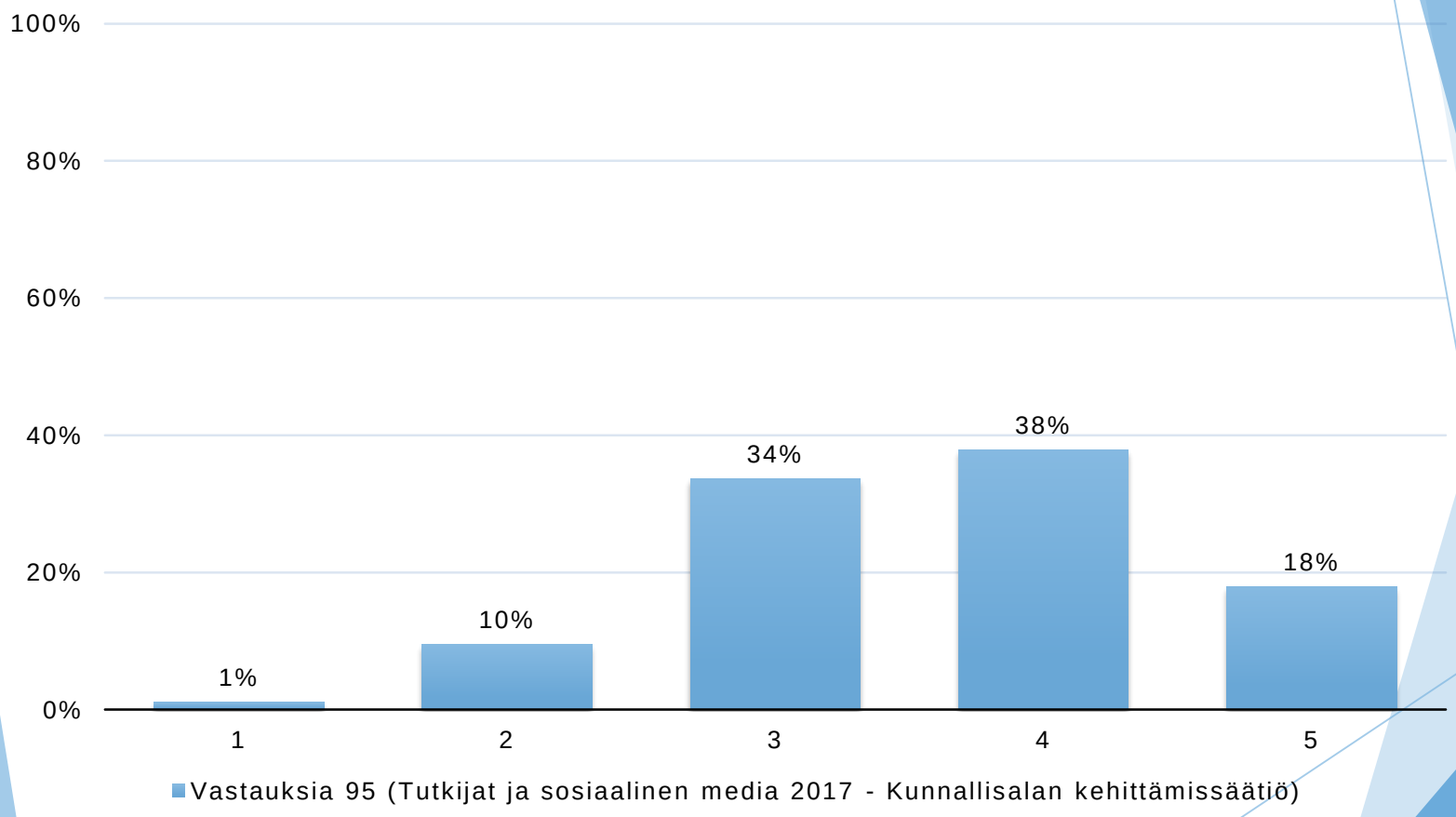
Käyn sosiaalisessa mediassa tieteellistä keskustelua

(1 = Olen täysin eri mieltä, 5 = Olen täysin samaa mieltä)



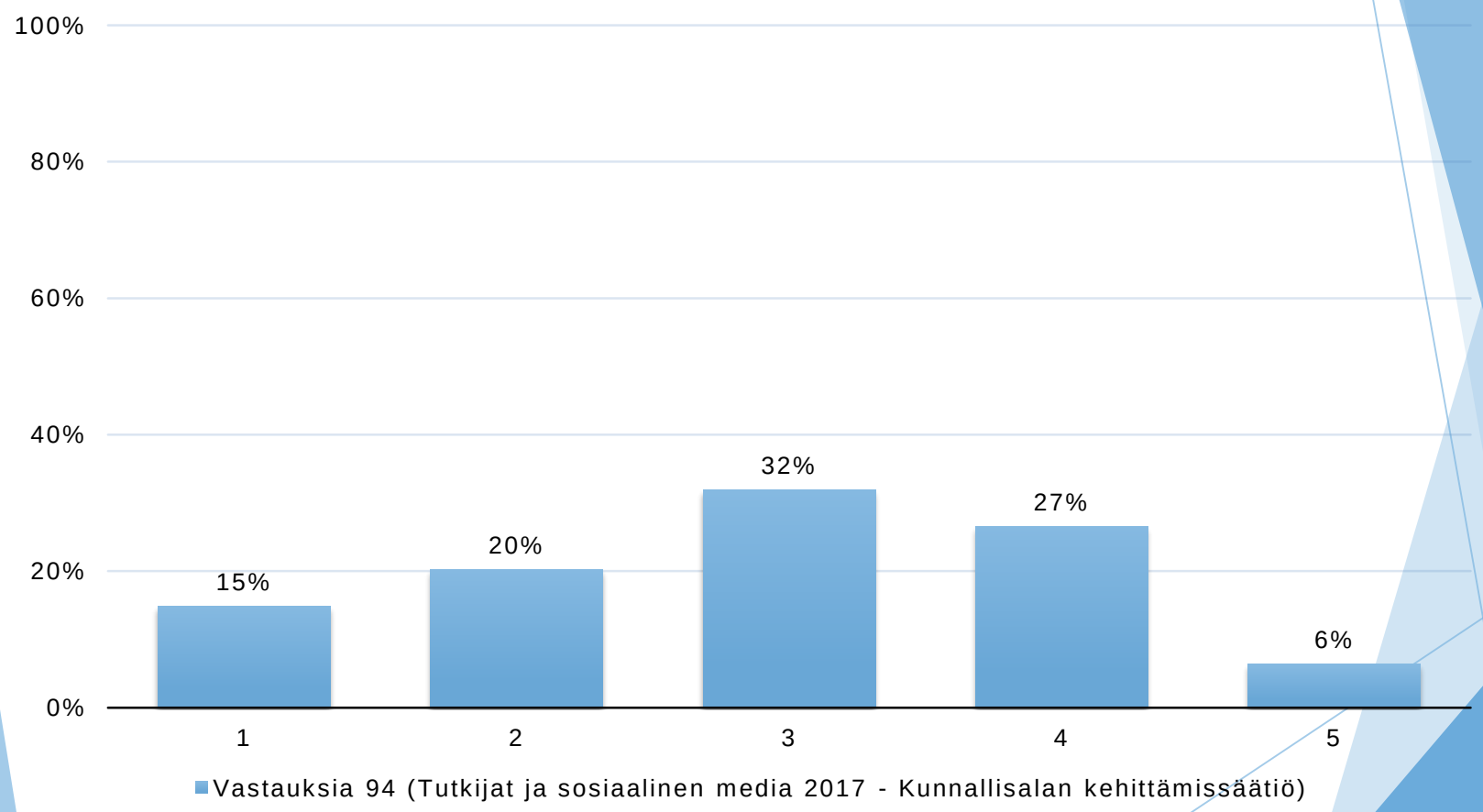
Tutkijoiden tulisi käyttää sosiaalista mediaa enemmän

(1 = Olen täysin eri mieltä, 5 = Olen täysin samaa mieltä)



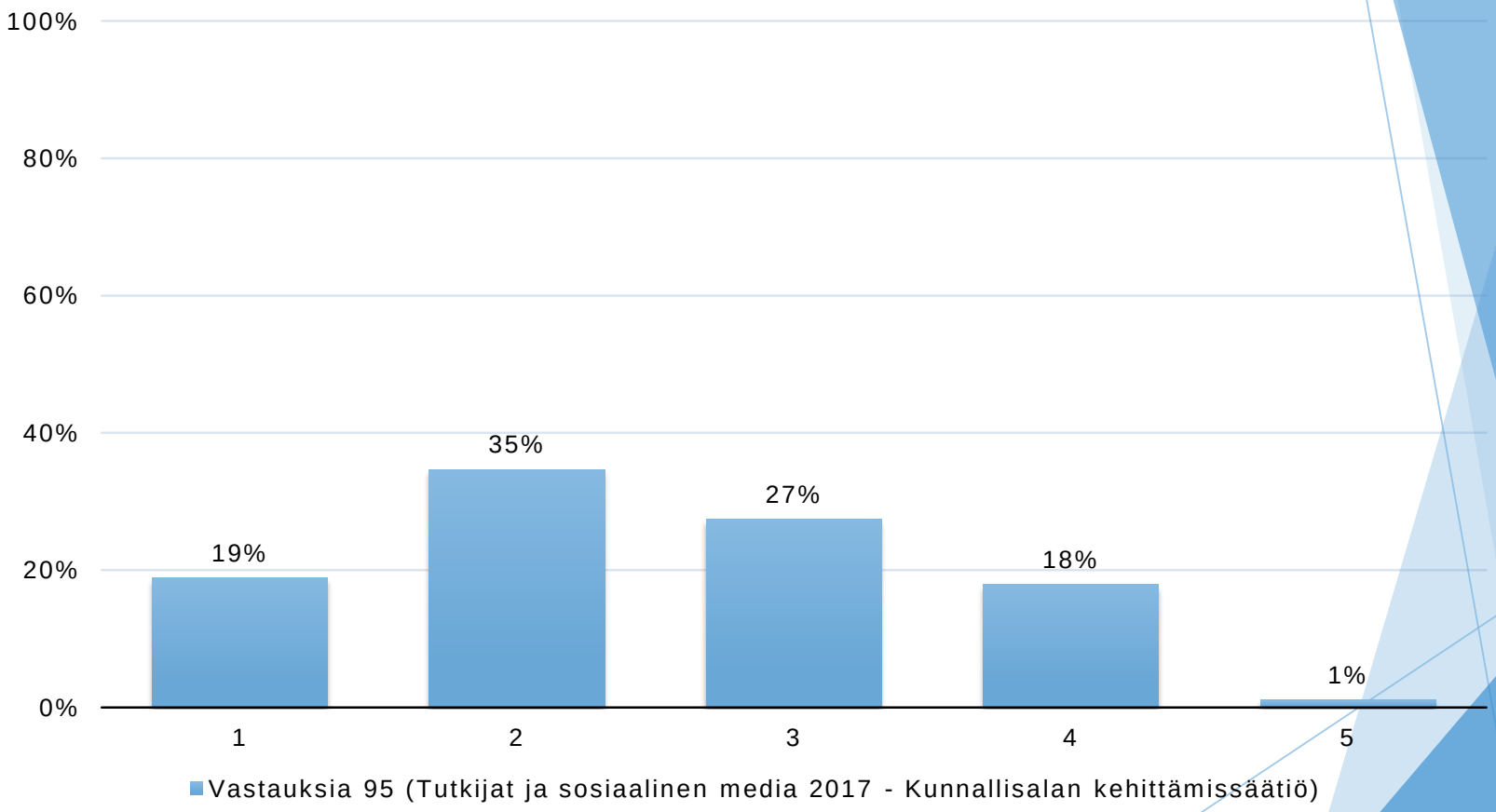
Voin löytää sosiaalisesta mediasta itselleni tutkimusaiheen

(1 = Olen täysin eri mieltä, 5 = Olen täysin samaa mieltä)



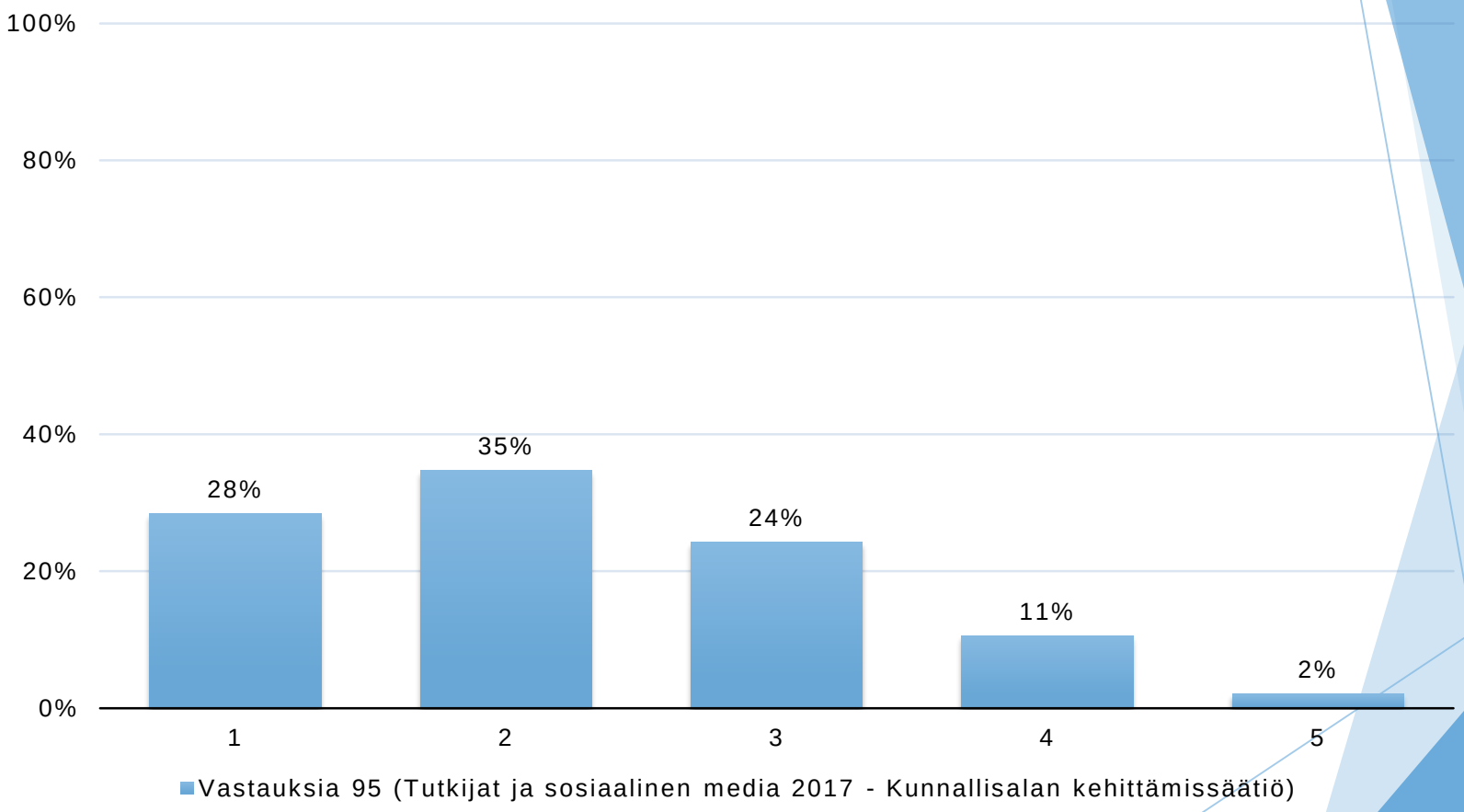
Voin löytää sosiaalisesta mediasta tutkimusryhmän

(1 = Olen täysin eri mieltä, 5 = Olen täysin samaa mieltä)



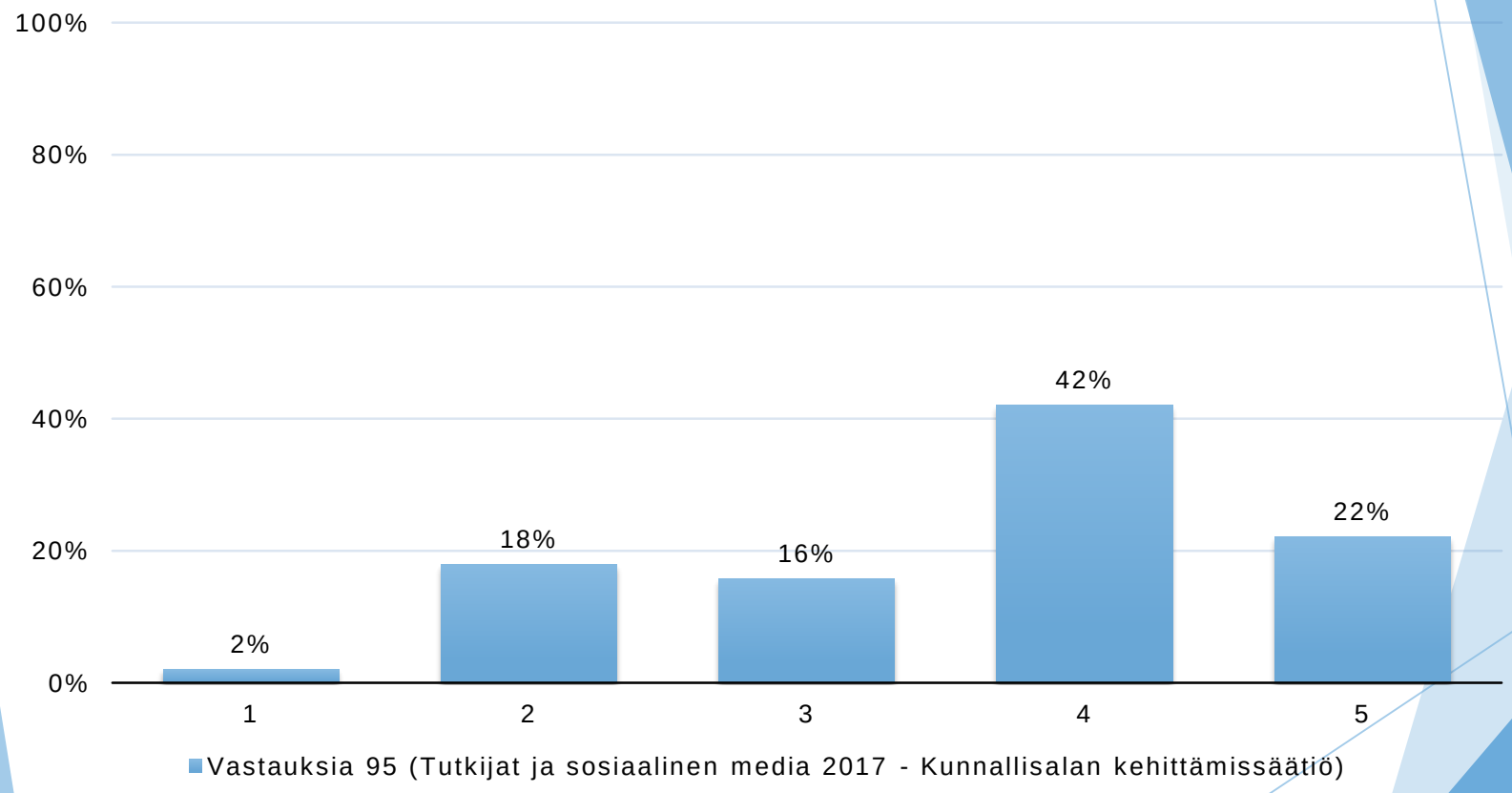
Voin löytää sosiaalisesta mediasta tutkimusrahoituksen

(1 = Olen täysin eri mieltä, 5 = Olen täysin samaa mieltä)



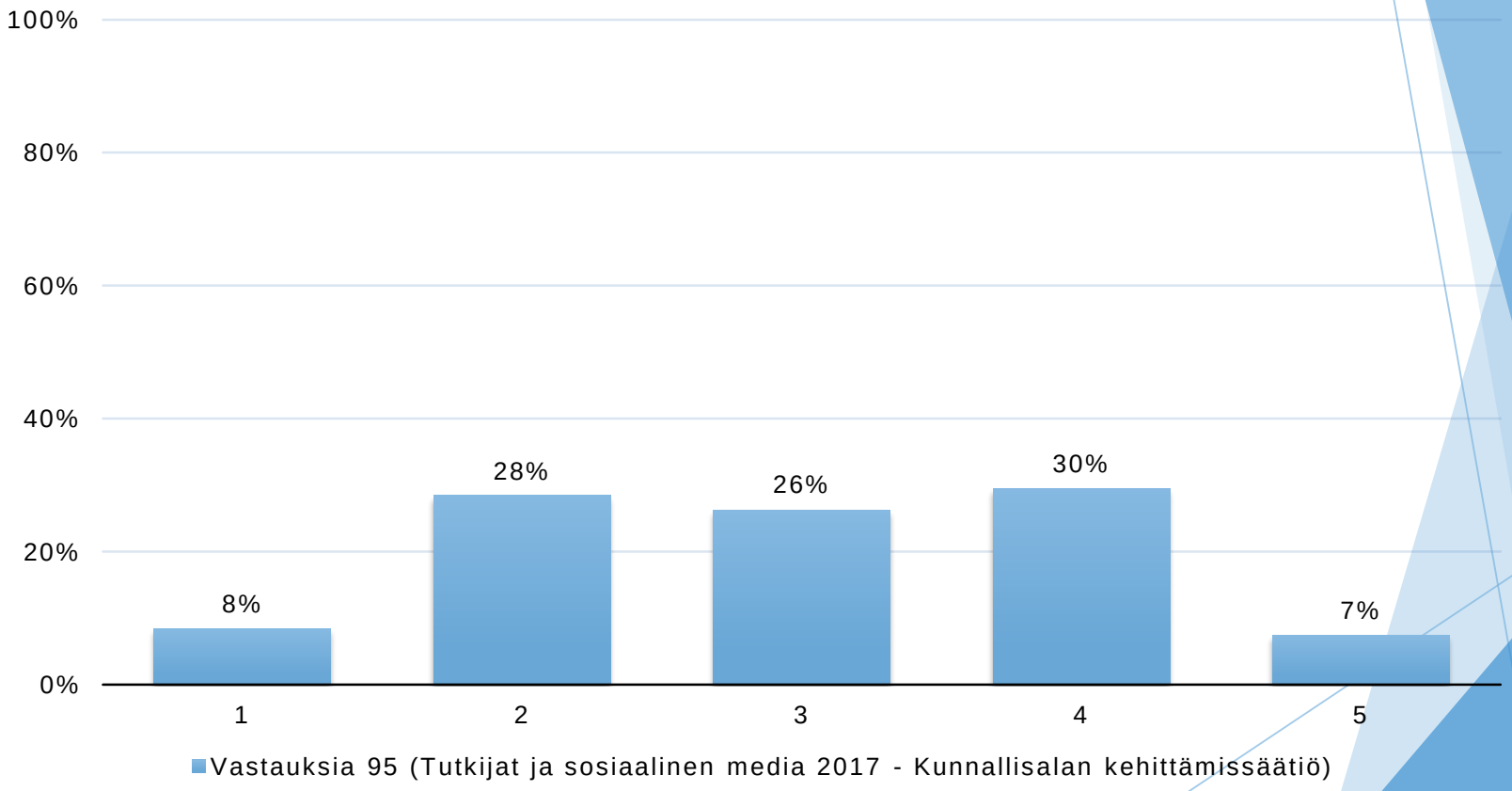
Sosiaalisen median kautta voin löytää tietoa tieteellisistä tapahtumista

(1 = Olen täysin eri mieltä, 5 = Olen täysin samaa mieltä)



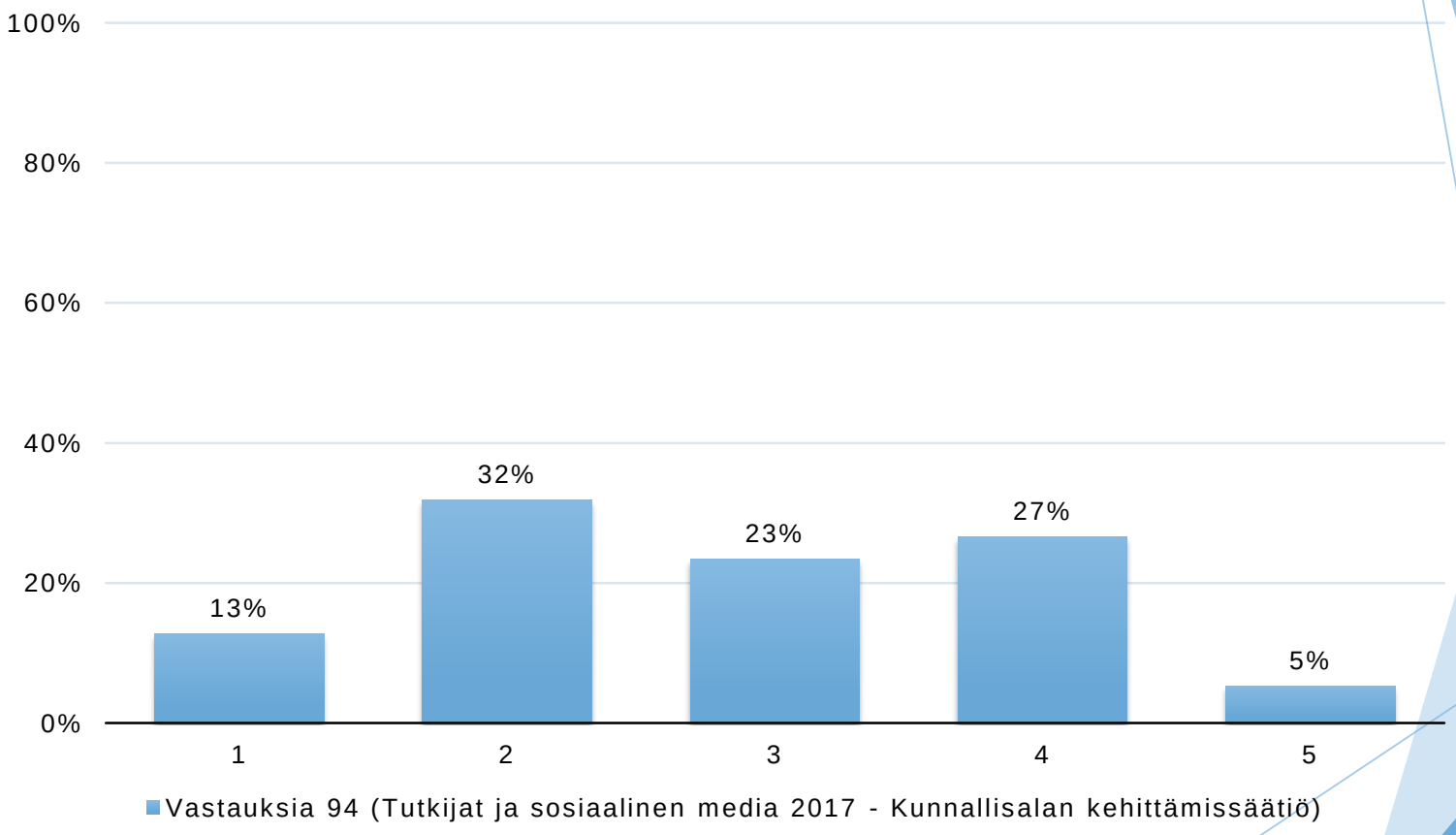
Olen luonut sosiaalisen median avulla yhteyksiä tiedeverkostoon

(1 = Olen täysin eri mieltä, 5 = Olen täysin samaa mieltä)



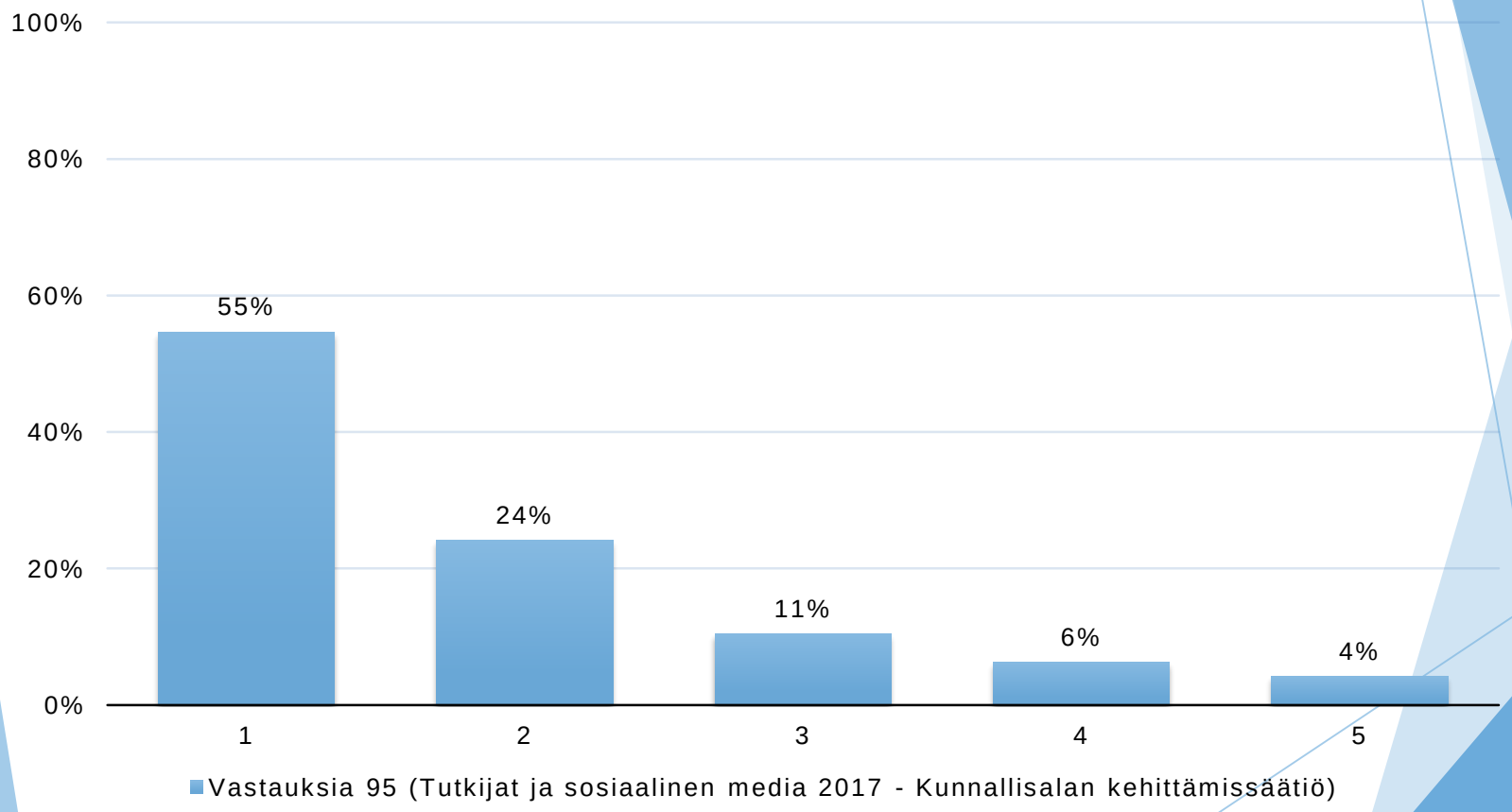
Verkostoidun sosiaalisen median kautta kansainvälisesti

(1 = Olen täysin eri mieltä, 5 = Olen täysin samaa mieltä)



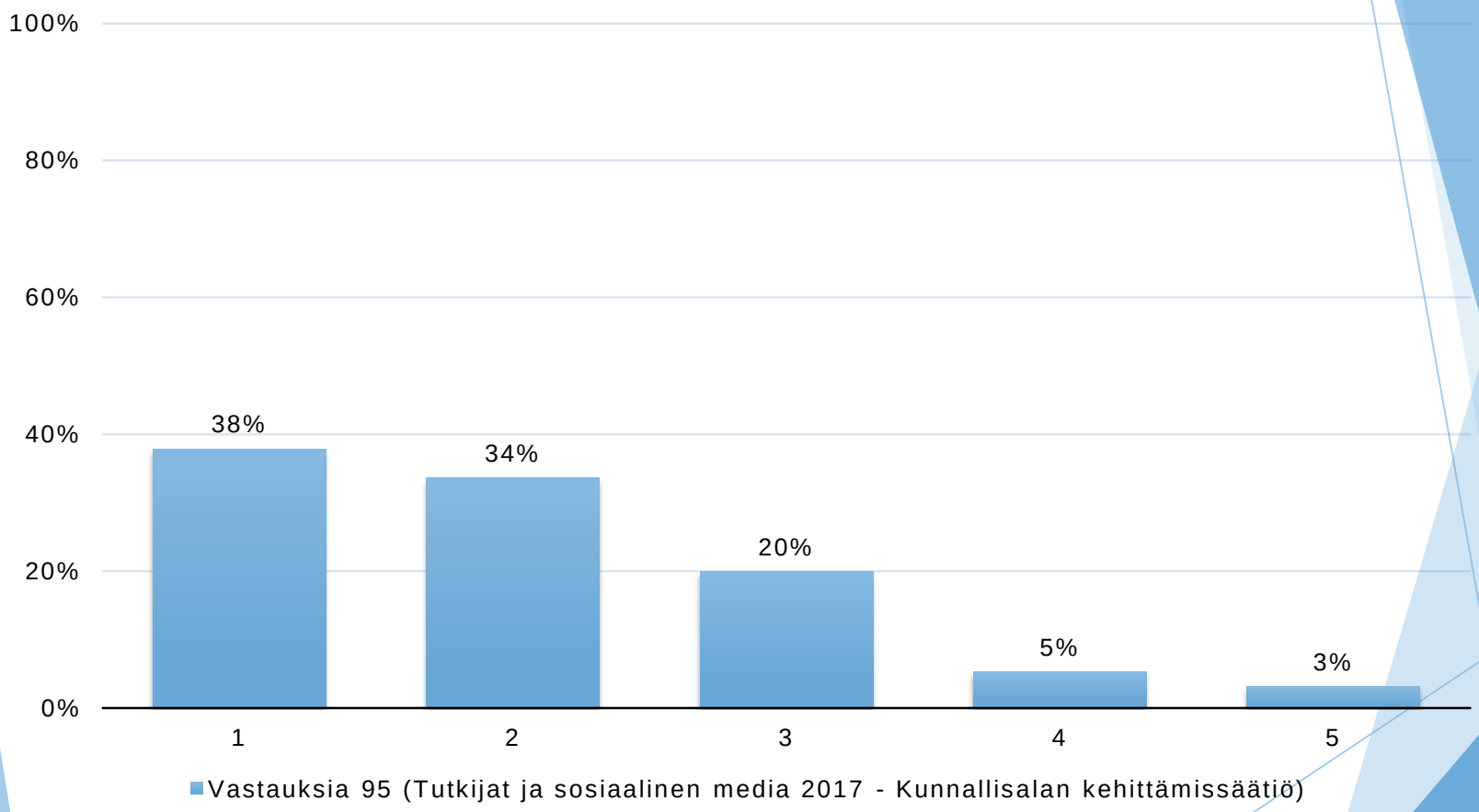
Voisin mainostaa maksetulla mainoksella tutkimustani sosiaalisessa mediassa

(1 = Olen täysin eri mieltä, 5 = Olen täysin samaa mieltä)



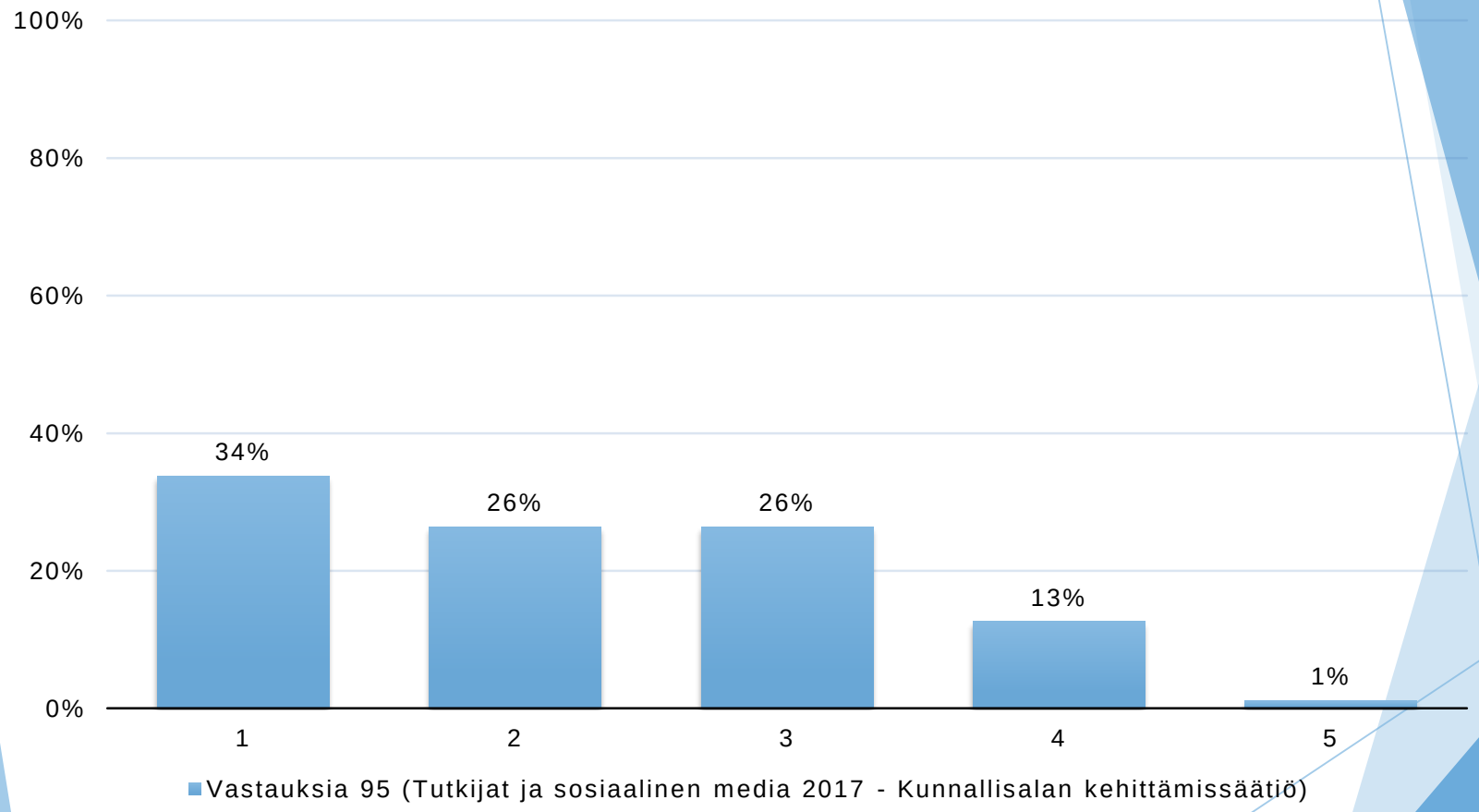
Mielestäni sosiaalisesta mediasta ei ole hyötyä tutkijoille

(1 = Olen täysin eri mieltä, 5 = Olen täysin samaa mieltä)



Sosiaalinen media voi olla haitallinen väline tutkijalle

(1 = Olen täysin eri mieltä, 5 = Olen täysin samaa mieltä)



Avoimet kysymykset sosiaalisesta mediasta

Mitkä ovat mielestäsi sosiaalisen median keskeiset vahvuudet ja hyödyt?

”Edullinen ja helppo tapa verkostoitua.”

”Tiedon nopea leviäminen, laajan joukon tavoittaminen”

”Ei tiedottajien kynnyksiä ja byrokratiaa, laajat verkostot”

”Monet jutut ovat ensin sosiaalisessa mediassa, sitten seuraavana päivänä painetussa.”

”Helppous käyttää, sellaisetkin tutkimusaiheet voivat saada näkyvyyttä, joiden arvoa perinteinen journalismi ei ymmärrä.”

”Aikaan ja paikkaan sitomattomuus”

”Laaja kohderyhmä, oman ja toisten tutkijoiden tulosten jakamisen helppous, kustannustehokkuus, moninaiset mahdollisuudet tutkimukseen ja työhöni liittyen.”

”Julkisuus ja näkyvyys: saa itsensä ja aiheensa esille.”

”Kansainvälisyys on luontevaa sosiaalisessa verkossa.”

”Uusin tutkimustieto löydettävissä, löytyy tukea toisilta ja pystyy vaikuttamaan yhteiskuntaan.”

”Mahdollisuus saavuttaa ihmisiä laajasti. Mahdollisuus myös kohdentaa omaa viestintää tietyille piireille. Tuoda omaa tekemistään tunnetuksi ja saada myös muiden tekemisistä tietoa.”

”Verkostoituminen ja itsensä tunnetuksi tekeminen on huomattavasti helpompaa mitä aiemmin. Akateeminen maailma voi käydä keskustelua muun yhteiskunnan kanssa somessa ja tehdä tutkimuskenttää tunnetummaksi ja helpommin lähestyttävämmäksi”

”Helppo tapa pitää yhteyttä”

”Tarjolla olevien verkostojen laajuus kansallisesti ja kansainvälisesti.”

”Nykyajan käyntikorttipankki, ajankohtaisuus ja tiivis esitystapa.”

”Verkostoituminen, pääsy "mistä tahansa", easy access, nopea kanava tiedonhakuun”

”Keino levittää tietoa omasta mielestä tärkeästä tutkimustiedosta melko vaivattomasti. Keino tavoittaa ihmisiä joihin muutoin olisi hankalaa saada yhteyttä.”

”Keskustelumahdollisuus ajankohtaisista, myös tutkimusalaan liittyvistä yhteiskunnallisista asioista. Tutkijoiden ja muiden kansalaisten kohtaaminen, nopeus, ajankohtaisuus.”

”Tieto liikkuu yleensä ja tapahtumista joihin ei pääse, voi ikään kuin osallistua esim. Twitterin kautta. Voi seurata rahoittajan ajatuksia siitä mikä on tärkeää juuri nyt”

”Räätälöitävyys omiin tarpeisiin sekä suora yhteys tutkimuksen kannalta keskeisille sidosryhmille.”

”Mahdollisuus löytää samaan aiheeseen perehtyneitä tutkijoita kansallisesti ja kansainvälisesti, luoda verkostoja. Rekrytointikanavana hyvä kun osaa hakea oikeista kanavista. Oman tutkimustiedon tietoon saattaminen.”

”Vaivaton tiedon jakaminen ja keskustelumahdollisuus. Uudet kontaktit ja verkostojen rakentuminen.”

Entä sosiaalisen median heikkoudet ja haitat?

”Pinnallisuus, kertaluonteisuus ja "kuplat"”

”Julkisuus ja näkyvyys: itse asia, kova data ja substanssi jäävät sivurooliin. Asiat käsitellään entistä pinnallisemmin ja nopeammin. Totuus mitataan saatujen klikkausten ja annettujen haastattelujen määrällä.”

”Nopeatempoisuus on myös haitta, muodon sanelema tiedon esittämistapa - pelataan lähinnä yksinkertaistuksilla ja huomiota herättävillä asioilla”

”Pintapuolisuus. Asioita käsitellään pintaraapaisuina. Yleensä pintaraapaisulla asiat myös yksinkertaistuvat enemmän kuin mitä asiasisällön kannalta olisi suotavaa.”

”Vaatii läsnäoloa, tieto "katoaa" nopeasti, kontrollin puute kerran julkaistusta sisällöstä, vihapuhe ja trollaus”

”Väärinymmärrykset, yksipuolisuus (jos vain laittaa julkaisuja, mutta ei kommentoi tai osallistu niiden käsittelyyn)”

”Somessa virheistä voi joutua maksamaan kovan hinnan.”

”Voit tulla tulkituksi monella tapaa, myös aivan toisin kuin tarkoitit (vastuu viestinnästä tutkijalla, panostettava viestin selkeyteen todella paljon), jotkut "jäävät koukkuun", irtaannuttaa tosielämästä”

”Vie aikaa ja aiheuttaa työuupumusta, kun vapaa-aika ja työaika sekoittuvat.”

”Ehkä piiri pieni pyörii, ei riittävästi erilaisuutta.”

”Kuplautumisen riski: esimerkiksi Twitterissä näkökulmat kaventuvat helposti, jos seurattavana on kovin samanmielisiä. Sisältöjen ohentuminen asioita tiivistettäessä.”

”Kuka tahansa voi ryhtyä asiantuntijaksi ottamalla itselleen komean tittelin ja jakamalla ahkeraan lausuntoja.”

”Virheellinen tieto. Myös tietosuoja, tietojen yhdistely ym. Tästä syystä käytän sos.mediaa vain tavoilla, jotka eivät edellytä kirjautumista. Tämä puolestaan rajaa sen tehokasta käyttöä.”

”Vihapuhe, pinnallisuus, vie kaiken vapaa-ajan”

”Tieteen popularisoituminen”

”Mukana voi olla paljon väärää tietoa. Kaikki eivät osaa poimia keskeisiä asioita. Ns. "hömppä" leviää. Keskustelun taso voi laskea.”

”Yhteiskunnallisista aiheista käytävä somekeskustelu joko hukkuu kohinaan tai käy trollien ja vihaajien älämölöksi.”

”Pinnallisuus; väärän tiedon ja huhujen nopea leviäminen”

”Haittana turhan tiedon paljous.”

”Tavallisen median ohittaminen”

”Tietosuojaan ja -turvaan liittyvät kysymykset. Eettisyyden noudattaminen. Hyvät tavatkin unohtuu välillä.”

Mitä odotat sosiaaliselta medialta ja sen käytöltä tulevaisuudessa?

”Kasvaa voimakkaasti”

”Tulee lisääntymään - ja tulee lisäämään myös valtion, yritysten, rikollisryhmien ym. keinoja seurata käyttäjiä.”

”Muuttuu osaksi arkipäivää monilla aloilla.”

”Odotan, että useampi tutkija käyttäisi tätä kanavaa, odotan myös että sosiaalisen median hyödyntämisestä tutkimustarkoituksessa tulisi ns. "yleisesti hyväksytympää" ja että siihen kohdistuvat ennakkoluulot pienenisivät.”

”Siitä tulee itsestään selvä osa tiedeviestintää ja tiedeyhteisön kommunikointia.”

”Selkeästi tutkijatyötä tukeva työmuoto myös jatkossa.”

”Painottuminen enemmän asiasisältöihin, luotettavuuden vahvistaminen”

”Käyttö lisääntyy ja tieto pinnallistuu”

”Käyttäjien ja kanavien profiloituminen. Linkedin on ammattimaisempi kuin Twitter ja siellä on jonkin verran vähemmän höpösisältöä. Linkedinin avulla tavoittaa paremmin juuri asiantuntijoita ja organisaatioiden päättäjiä.”

”Uskon tutkijoiden omiin sovelluksiin, kuten ResearchGate, LinkedIn”

”Yliopistossa somen käyttö tutkimustulosten levittämisessä pitäisi olla viestinnän tehtävänä”

”Menen perinteisillä keinoilla, vaikka ymmärrän ettei se ole aina järkevää. Luotan kuitenkin omaan osaamiseeni ja perinteisin keinoin tehtävään, syvältä ja vaivalla kaivettuun tutkimustietoon.”

”Selkeyttä, parempia mahdollisuuksia jakaa tietoa tutkijalta valtaväestölle, helpompia verkostoitumismahdollisuuksia”

”Toivoisin, että somesta tulisi entistä älykkäämpi tunnistamaan ihmisten välisiä yhteyksiä. Siis että some toisi esimerkiksi paremmin yhteen samoista teemoista kiinnostuneita. Toki tässä on jälleen ilmeinen vaaransa, kun eriävät näkemykset ja ihmiset suljetaan ulos. Toivoisin myös, että somessa valtavirtamediaan nähden erilaiset äänet saisivat enemmän näkyvyyttä; nykyisin some tuntuu olevan paljolti jatke isoille uutiskanaville. Periaatteessa somen idea on kuitenkin (nähdäkseni) toimia vastapainona yksisuuntaiselle valtavirralle ja sen portinvartijoille.”

”Uskon, että somen käyttö tiedotuskanavana kasvaa entisestään ja opitaan ottamaan siitä enemmän hyötyä.”

”Laajempaa rantautumista jokaisen tutkijan työhön ja sille annettavan arvostuksen nousemista”

”Verkostojeni yhteistoimintaa tehokkaammin... Liian avoimet ovet ovat toisinaan este etenemiselle...”

”En oikeastaan mitään. Olen emerita professori, pärjännyt sähköpostilla tähän asti hyvin ja toivottavasti tästä edespäinkin.”

Onko sinulla vielä jotain, mitä haluat kertoa sosiaalisen median käytöstäsi?

“Tulee lisääntymään. Erityisesti se kuinka voin työssäni hyödyntää Somea eri tarkoituksiin.”

“Sosiaalinen media palvelee hyvin minua esim. koska esiinnyn paljon. Ihmiset kuvaavat esiintymisiäni, kommentoivat ideoitani ja jakavat tutkimustuloksiani aivan ilmaiseksi ja loistavasti tiivistäen!”

“YouTube ja TedTalks ovat mainioita lähteitä, jos kaipaa inspiroivaa ja kannustavaa materiaalia; halpa vaihtoehto terapialle”

“Research gate ja Academia parantuneet merkittävästi. Facebook + twitter merkitys vähentynyt.”

“Se alkaa olla niin rutiininomaista työhön nivoutunutta toimintaa, että vaikea ajatella elämää ilman.”

“Käytön aloittaminen vaatisi aikaa. On sellainen olo, että jos sen aloittaa, siellä on sitten oltava aktiivinen, eikä jättää asioita puolitiehen. Päivittämätön profiili on huonoa mainosta.”

“Se on jatkuvasti laajeneva osa työtäni. Olen sen hyväksynyt realiteettina ja yritän pysyä kehityksessä mukana.”

“Minun ikäpolveni ei ole niin tottunut käyttämään kuin nuoremmat, vaatii paneutumista ja opastustakin.

“Että tieto kulkee vain ja ainoastaan sosiaalisessa mediassa. Jos et ole siellä, olet ulkona. En oikeastaan pidä tällaisesta kehityksestä lainkaan (eli olen vanhanaikainen)”