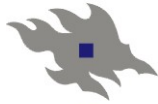


Sosiaalinen media ja yritysten maine - seminaari

TERVETULOA!



9.30 Avaus: Onko sosiaalisella medially merkitystä?

Janne Matikainen, professori, HY

10.00 Miten sosiaalinen media muuttaa johtamista, viestintää ja markkinointia?

Christina Forsgård, viestintäkonsultti, partneri, Netprofile,

12.00 Lounas (omakustanteinen)

13.00 Luottojoukot, maineen lähettiläät

Vilma Luoma-Aho, yhteisöviestinnän dosentti, Jyväskylän yliopisto

14.00 Kahvi

14.20 Ympäristöohjelmasta mainetekijä?

Heimo Rosenlund, markkinointijohtaja

Pedro Oy ja Marianne Valola, suunnittelija, Palmenia

15.05 Digitaalinen kahvipöytä - miten mainetarinat syntyvät sosiaalisessa mediassa?

Salla-Maaria Laaksonen, sosiaalisen median tutkija, HY

16.00 Seminaarin päätös



HELSINGIN YLIOPISTO
HELSINGFORS UNIVERSITET
UNIVERSITY OF HELSINKI

Onko sosiaalisella medially merkitystä?

Janne Matikainen
professori

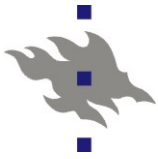
Sosiaalitieteiden laitos
Viestinnän tutkimuskeskus CRC





Mikä sosiaalinen media?

- Käyttäjien tuottama sisältö
- **Sisällön luominen ja julkaiseminen:** blogit, wikit
- **Mikroblogit:** Twitter
- **Sisällön jakaminen:** kuvien (Flickr) tai videoiden jakaminen (YouTube)
- **Verkostoitumis- tai yhteisöpalvelut:** Facebook, LinkedIn,
- **Yhteistuotanto:** Wikipedia, OhmyNews, NopolaNews
- **Virtuaalimaailmat:** Habbo, Second Life
- **Verkkokeskustelut** (suomi24)

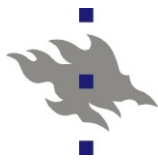


Sosiaalisen median ideologia

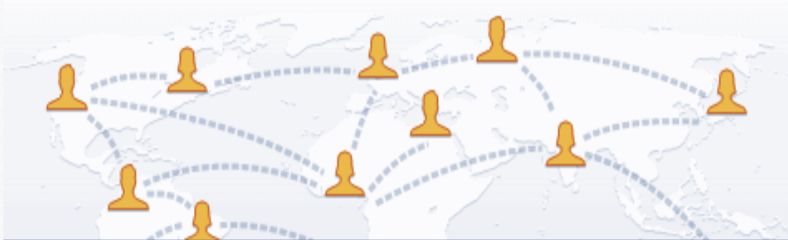
- pyyteetön osallistuminen
- tiedon vapaa kulku ja vaihto
- demokratia
- amatöörien ja käyttäjien vallan kasvu

(Scholz 2007)

”Et pienet ja porukalla ja yhteishengessä, talkoomeiningillä tyylillä rakennetaan, niin onhan se kivempaa, ja kyllähän sen huomaa blogeissakin tietyllä tavalla.”



Facebookin avulla pidät yhteyttä elämäsi ihmisiin.



Lue miksi Facebook on uusista markkinointimahdollisuuksista kaikkein merkittävin.

Rekisteröidy

Se on ilmaista nyt ja aina.

Etunimi:

Sukunimi:

Sähköpostiosoitteesi:

Kirjoita

uudelleen.

Asiakkaasi ovat jo Facebookissa - oletko sinä?

Facebook on maailman suosituin sosiaalinen verkkopalvelu, jota käyttää yli 800 miljoonaa eri ikäistä ihmistä.

Facebook tarjoaa yrityksille ja muille organisaatioille monipuoliset työvälineet tuotteiden ja palveluiden kustannustehokkaaseen markkinointiin. Lähde mukaan ja kohtaa ostajasi siellä, missä he viettävät jatkuvasti enemmän aikaansa.

Tilaa nyt



WSJ EUROPE MARKETWATCH BARRON'S ALLTHINGSD FINANCIAL NEWS BIGCHARTS FACTIVA MORE

THE WALL STREET JOURNAL | AUTOS Subscribe

Europe Edition Home Today's Paper Video Blogs Emails Journal Community Mobile Tablet

World Europe U.K. U.S. **Business** Markets Market Data Tech Life & Style Opinions

Europe Asia Earnings Economy Health Law **Autos** Management CFO Journal

TOP STORIES IN Business

 Hedge or Bet? Parsing a Trade 2 of 12

 Cardinal, U.S. in Settlement 3 of 12

AUTOS | Updated May 16, 2012, 1:31 a.m. ET

GM Says Facebook Ads Don't Pay Off

Article **Video** Interactive Graphics Stock Quotes Comments (218)

 EXCLUSIVE SUBSCRIBER CONTENT

FOR FULL SITE ACCESS [LOGIN](#) OR [SUBSCRIBE NOW AND GET 4 WEEKS FREE](#)

BY SHARON TERLEP, SUZANNE VRANICA AND SHAYNDI RAICE

General Motors Co. plans to stop advertising with Facebook Inc. after deciding that paid ads on the site have little impact on consumers' car purchases, according to a GM official.

The move by GM, one of the largest advertisers in the U.S., puts a spotlight on an issue that many marketers have been raising: whether ads on Facebook help them sell more products. On Friday, Facebook is expected to sell shares in an initial public offering that could put a market value on the company of as much as \$104 billion.

Executives have spent the last two weeks trying to ...

SmartMoney Glossary: [initial public offering](#)

TO CONTINUE READING [SUBSCRIBE NOW »](#)



Sosiaalinen media muutoksen välittäjänä

» Uudet viestintäkanavat välittävät luontevasti erilaisten protestien viestiä.

Suosittelen

Ole kavereistasi ensimmäinen, joka suosittelee tätä.



Rage Against The Machinen Tom Morello esiintyi Wall Streetin protestoijille Zuccotti Parkissa.

Sosiaalinen media on ollut isossa roolissa monissa tämän vuoden uutistapahtumissa. Esimerkiksi arabikevään tapahtumien alkumetreillä perinteinen media vähät välitti kansan liikehdinnästä, mutta sosiaalinen media tarjosi väylän, jota pitkin viesti kulki ihmiseltä toiselle.

Arabikevät on jo itsessään hajanainen ja monipuolinen ilmiö, joka sopii huonosti perinteisten medioiden yksinkertaistavaan tapaan jäsentää maailmaa. Valtamedia raportoi näistä tapahtumista jälkikäteen, ja joutuu turvautumaan kattotermeihin vallankumous, kansannousu tai arabikevät, pystymättä kuitenkaan selittämään tyhjentävästi, mistä on kyse.



Maat

Pitkäaikaiset
yhteistyömaat

Muut yhteistyömaat

Kehityismaat A-Z

[Uutiset maittain](#)

Etusivu > Maat > Uutiset maittain

Uutiset, 4.1.2012

"Arabikevät ei ollut Facebook-sovellus"

Sosiaalisen median yhteydestä arabikeväeseen on lännessä jaksettu elämöidä, vaikka käytössä oli Facebookin ja Twitterin sijaan kotikutoinen "iRevolt", irvailee yhdysvalloissa asuva egyptiläistoimittaja Emad Mekay.

On kiusallista olla arabitoimittajana Kalifornian Piilaaksossa, kun kaikki tapaamani ihmiset luulevat, että Facebook laukaisi arabimaiden liikehdinnän viime talvena ja keväänä.

Pian alan varmaan itsekin hourailla, että Facebookin perustaja **Mark Zuckerberghan** oli vaatimassa kansalaisyhteisöjä Egyptiin ja teljettiin vankiselliin...

Ymmärrän toki, että monet itseään Lähi-idän asiantuntijoiksi väittävät läntiset instituutiot olivat nolosti pihalla, kun ne eivät olleet osanneet ennustaa muutosten aaltoa.

Läntisillä tiedustelupalveluilla, ajatushautomoilla, diplomaateilla, uutiskommentaattoreilla ja toimittajilla ei ollut sanoja tilanteen kuvaamiseen. Oli pakko keksiä jokin yhteys länsimaihin. Siihen sai kelvata sosiaalinen media.

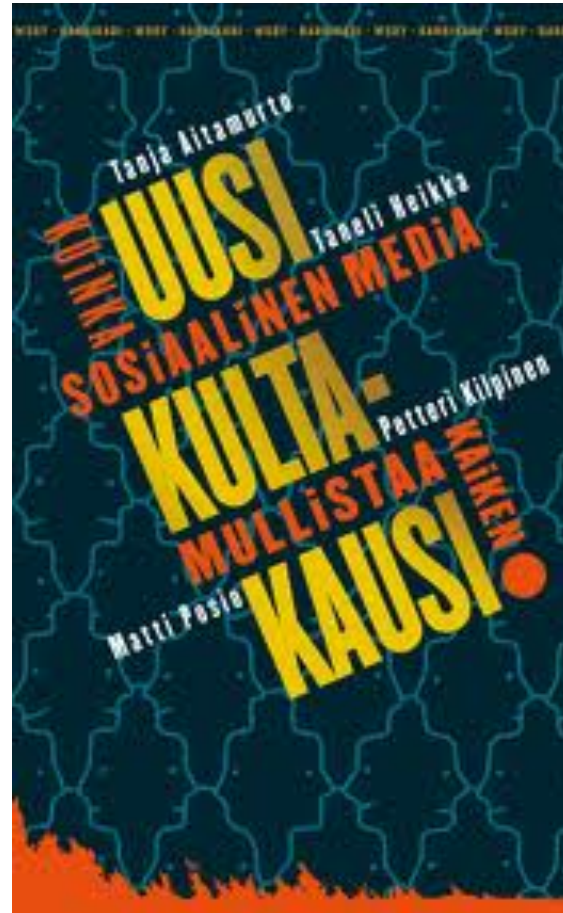
iRevolt-sovellus

Markkinointitemppu oli niin taitava, että nyt vuoden päästä läntisissä piireissä ei juuri anneta arvoa arabimaiden omille sosiaalisen muutoksen mekanismeille, jotka ovat pitäneet myllerrystä käynnissä.

Arabikevään laukaisseet sovellukset eivät kuitenkaan olleet Google, Facebook ja Twitter. Käytössä oli kotikutoinen "iRevolt" (minä nousen kapinaan).



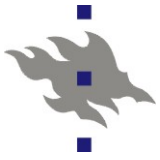
Emad Mekay. Kuva: IPS



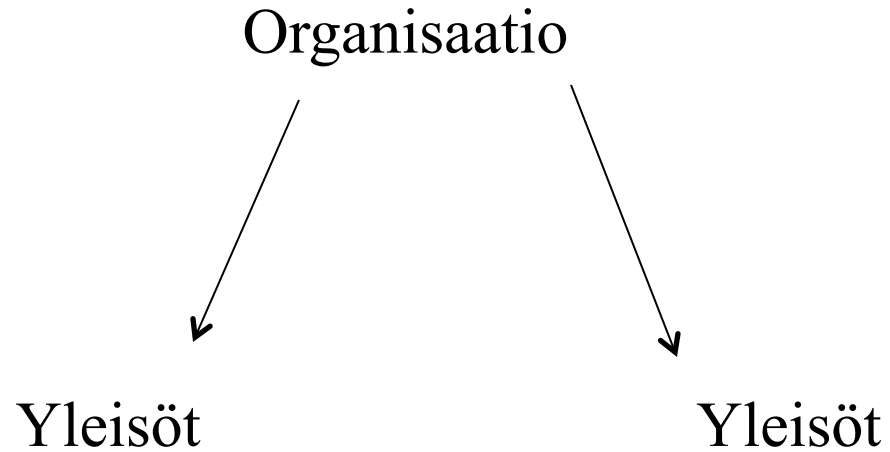


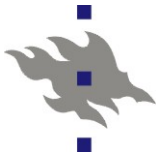
Tilastotietoja

- n. 2,1 miljoonaa suomalaista on rekisteröitynyt Facebookiin (Socialbakers)
- Sosiaalisen median yhteisöpalveluja on käyttänyt 45 % suomalaisista, nuoremista ikäluokista (16–34-vuotiaat) noin 80 % (Tilastokeskus 2011)
- internetiä käytetään eniten asioiden hoitoon, tiedon hakuun ja viestintään (Tilastokeskus 2011)
- Suosituimmat sivut: Google, Facebook, YouTube, Iltalehti, Wikipedia, Iltasanomat... (Alexa)

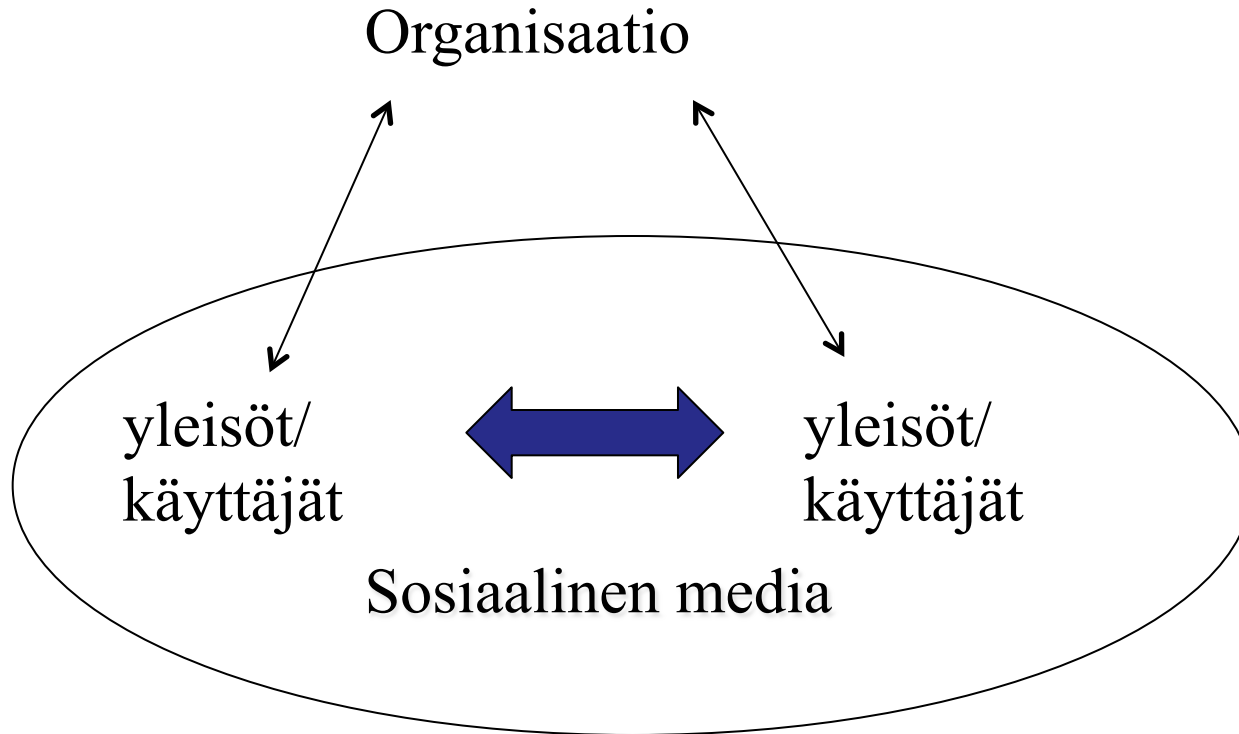


Perinteinen viestintämalli





Nykyinen viestintämalli





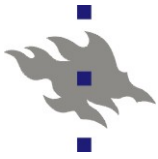
Sosiaalisen median merkitys

- Yksilön näkökulmasta: viestinnän monipuolisuus, sosiaalisuus, viihtyminen
- Organisaatioiden näkökulmasta: viestinnän monipuolisuus, vuoropuhelun mahdollisuus, oppimisen haaste, riskien kasvaminen?
- Yhteiskunnan näkökulmasta: uudenlainen julkisuus, osallistumisen vahvistuminen, alaryhmien vahvistuminen



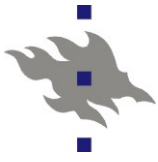
Eettiset ulottuvuudet

- Avoimuuden haasteet
 - Yksityisyys
 - Salassapito (viranomaiset)
- Mainonnan ja markkinoinnin harmaa alue
- Työn ja vapaa-ajan raja



Uusi sukupolvi?

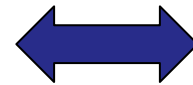
- Uusi sukupolvi elää verkossa: C- , Z- , nettisukupolvi, diginatiivit
- Journalismin kulutuksessa ei yhtä selviä sukupolvieroja
- Tuottajasukupolvi?
 - yhteistuotanto (co-creation)
 - käyttäjätuotanto (produsage)
 - prosumer (producer+consumer)
 - kuratointi
 - kuitenkin 1 % sääntö
 - > jakaminen!



Uusi sukupolvi ei ainakaan vielä hylkää perinteistä mediaa, mutta...

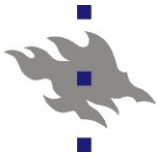


You **Tube**



facebook





Sosiaalinen media ja muutos

- **Muuttuu nopeasti:** teknologia, sovellukset, välineet, toimintamallit, palvelut, tuotteet
- **Muuttuu hitaasti:** sosiaalisen vuorovaikutuksen muodot, toimintakulttuurit, valtasuhteet, organisaatiot
- **Muuttuu erittäin hitaasti:** ihminen sosiaalisena olentona
- **Ei juurikaan muutu:** ihminen (tiedon käsittely, muisti, tunteet jne.)