

# Ilmastoryhmän selvitys (tiivistelmä)

Ilmastonmuutoskeskustelu sosiaalisessa mediassa ja uutiskommenteissa

2.12.2020

Ympäristöministeriö

Kuntaliitto

Suomen ympäristökeskus (SYKE)

Ulkoministeriö

Demos Helsinki

Luonnonvarakeskus (Luke)

Suomen Akatemia

Ely-keskukset

Ilmatieteen laitos

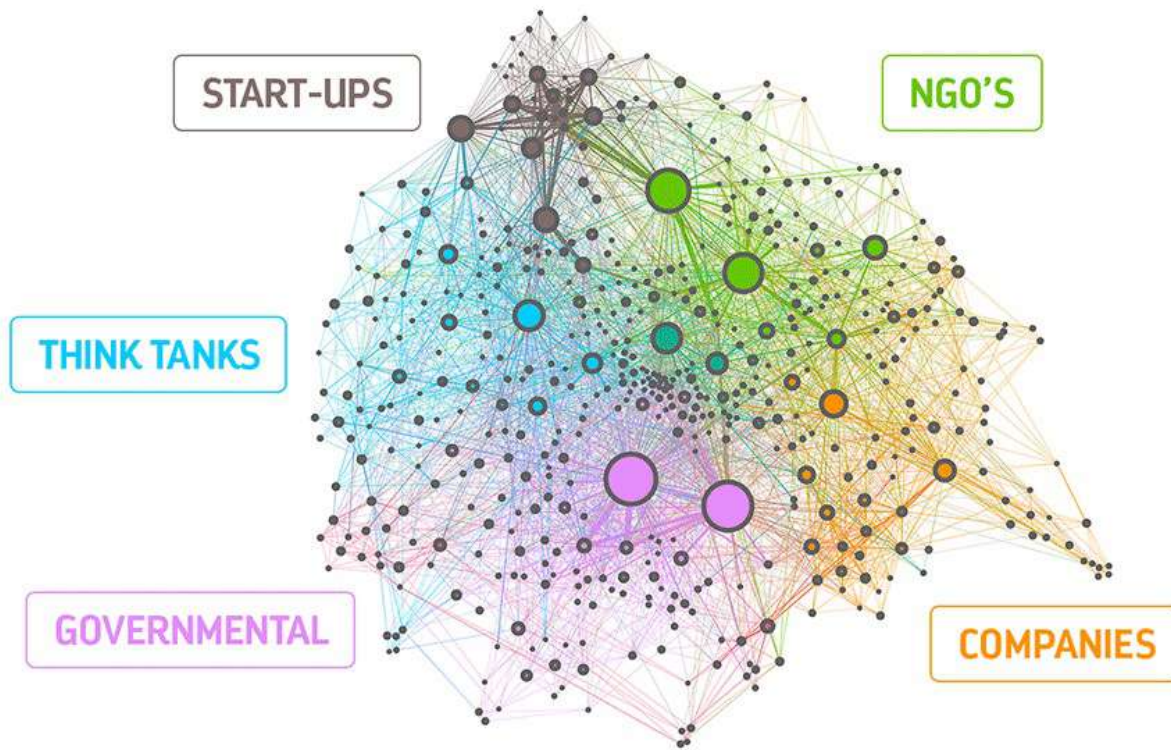
Liikenne- ja viestintäministeriö

Sitra

Verkostoanalyysi paljastaa vaikuttamisviestintäyrkimykset

# Verkostoanalyysi

- ▶ Mistä yleisö koostuu, keitä he ovat?
- ▶ Millaiset yhteisöt muodostuvat aiheen ympärille?
- ▶ Ketkä ovat keskustelun piileviä vaikuttajia?
- ▶ Mikä synnyttää keskustelua?
- ▶ Kenellä on keskustelussa agenda?
- ▶ Mistä aihepiireistä keskustelussa puhutaan?



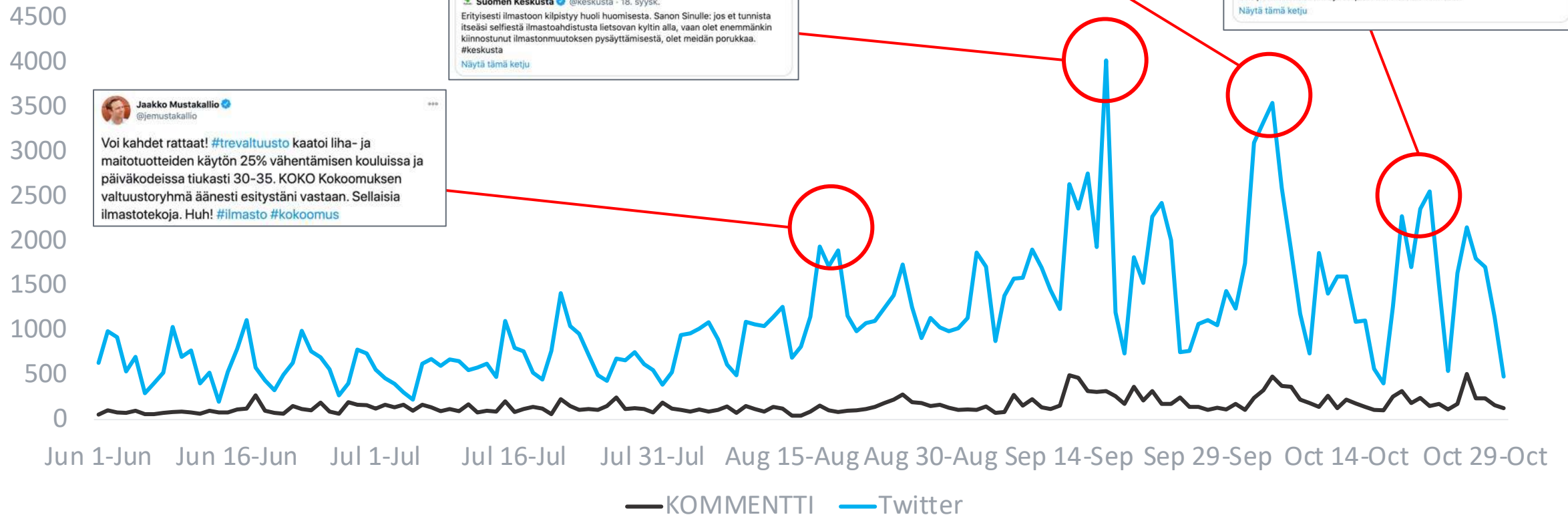
# Yhteenveto

- ▶ Keskustelu on suurta ja sen volyyymi on ollut nousussa Suomessa.
- ▶ Keskustelusta voidaan tunnistaa arvopohjaiset ja asiapohjaiset juonteet.
- ▶ Keskusteluun osallistuu Twitterissä 7 ryhmittymää, joista volyymiltaan suurimmat kaksi ovat arvopohjaisia: ilmastoaktiivit ja poliitikot. Loput ryhmät ovat tavoitteiltaan moninaisempia ja viestinnältään neutraalimpia: instituutiot, ruoka ja metsä, energia, ilmatiede ja vastuullisuus.
- ▶ Valtaosa keskustelusta Twitterissä on pienen joukon tuottamaa. 5 % käyttäjistä tuottaa noin puolet kaikesta sisällöstä. Keskeiset toimijat ovat poliittisia toimijoita ja ilmastoaktiiveja.
- ▶ Keskustelusta tunnistettiin yhteensä 14 puheenaihetta. Tunnistetuista puheenaiheista kasvun rajoja ja talouden kriisiä käsitellyt ”ilmastonmuutos ja kasvu” oli suosituin. Lisäksi nousi esille hallituksen toimien arviointi ja hankkeisiin ja ohjelmiin liittyvä viestintä.
- ▶ Puheenaiheiden suosion perusteella voidaan päätellä, että Twitterissä painottuu poliittinen ja taloudellinen keskustelu ja väittely sekä hankeviestintä, kun taas medioissa muut puheenaiheet.

# Selvityksen tausta ja data

- ▶ Ilmastonmuutos on poikkeuksellinen ilmiö, jolle on hankalaa löytää vertailukohtaa yhteiskunnallisten keskusteluiden joukosta. Poliittisesti ilmastonmuutos on haastava aihe, ja se herättää hyvin erilaisia – jopa vastakkaisia – kannanottoja kansalaisissa. Ilmastonmuutos on erityisesti viestinnällinen haaste, koska sitä koskevat päätökset rajoittavat ihmisten elämää ja niillä on taloudellisia vaikutuksia. Ilmastonmuutoksen etenemisellä voi myös olla voimakkaita geopoliittisia seurauksia.
- ▶ Ilmastonmuutoksen tutkimus on monitieteistä. Siihen kuuluu aloja aina meteorologiasta kemiaan, geofysiikkaan, biologiaan ja ilmakehän tutkimukseen. Tutkimustiedolla on tärkeä, mutta hankala rooli ilmastonmuutosviestinnässä.
- ▶ Tämän selvityksen tavoitteena on hahmottaa dataan pohjautuva tilannekuva ilmastonmuutoksesta Suomessa käytävästä keskustelusta ja vaikuttamisesta digitaalisessa ympäristössä. Selvityksen pohjalta annetaan viestinnän vinkkilista.
- ▶ Selvitystä varten on louhittu keskusteludataa Twitter-kanavasta ja uutiskommenteista ajanjaksolta 1.6.2020– 31.10.2020, yhteensä 5 kk ajalta. Dataa sisältää julkista, verkossa saatavilla olevia sosiaalisen median viestejä tai uutis- ja blogikommenteissa esiintyviä kommentteja. Dataa käsitellään koneellisesti visualisointien yms. tuloskuvien tuottamiseen, eikä sitä säilytetä selvityksen tekemisen jälkeen.
- Datassa on yhteensä 197 732 viestiä. Kommenteista 88 % on Twitter-viestejä (ml. uudelleentviittaukset). Twitter-datassa esiintyi yhteensä 22 293 eri tiliä.
- Lisäksi dataa louhitaan samalta ajanjaksolta ja samoilla hakusanoilla suurimpien medioiden, valittujen merkittävien blogien ja muiden tietoa tuottavien organisaatioiden julkaisujen *kommenteista*. Tätä dataa voidaan käsitellä analysoimalla sisältöjä ja teemoja.
- Yhdessä nämä datalähteet antavat kattavan kokonais kuvan aiheesta käytävään keskusteluun Suomessa digitaalisissa kanavissa.

# Aikajana 1.6.–31.10.2020



**Jaakko Mustakallio** @jemustakallio  
 Voi kahdet rattaat! #trevaltuusto kaatoi liha- ja maitotuotteiden käytön 25% vähentämisen kouluissa ja päiväkodeissa tiukasti 30-35. KOKO Kokoomuksen valtuustoryhmä äänesti esitystäni vastaan. Sellaisia ilmastotekoja. Huh! #ilmasto #kokoomus

**Atte Ahokas** @A\_Ahokas  
 Anteeksi mitä?!? Kiitos vaan tuestanne tulevaisuuden puolesta peloissaan oleville nuorille keskusta 🙄🙄  
 #Keskusta #Ilmastokriisi

**Suomen Keskusta** @keskusta · 18. syysk.  
 Erityisesti ilmastoon kilpistyy huoli huomista. Sanon Sinulle: jos et tunnista itseäsi selfiestä ilmastoahdistusta lietsovan kyttin alla, vaan olet enemmänkin kiinnostunut ilmastonmuutoksen pysäyttämisestä, olet meidän porukkaa.  
 #keskusta  
 Näytä tämä ketju

**Patrik Gayer** @PatrikGayer  
 Olisipa jotkut ihmiset yhtä huolissaan ilmastonmuutoksesta kuin he vaikuttavat olevan yhden kadunpätkän yhden ajosuunnan liikenteen sujuvuudesta yhtenä lauantai-iltapäivänä.

**Atte Kaleva** @AtteKaleva  
 Kielletäänkö siis lämmittäminen vai liikkuminen? Harvaan asutulla kylmällä maalla ei kerta kaikkiaan ole varaa vihreään ilmastotalitarismiin, ellemmme sitten palaamme amishien tyyliin 1800-luvulle. Ihmisvihamielinen linkolalaisuus näyttää jälleen nostavan päätään vihreissä.

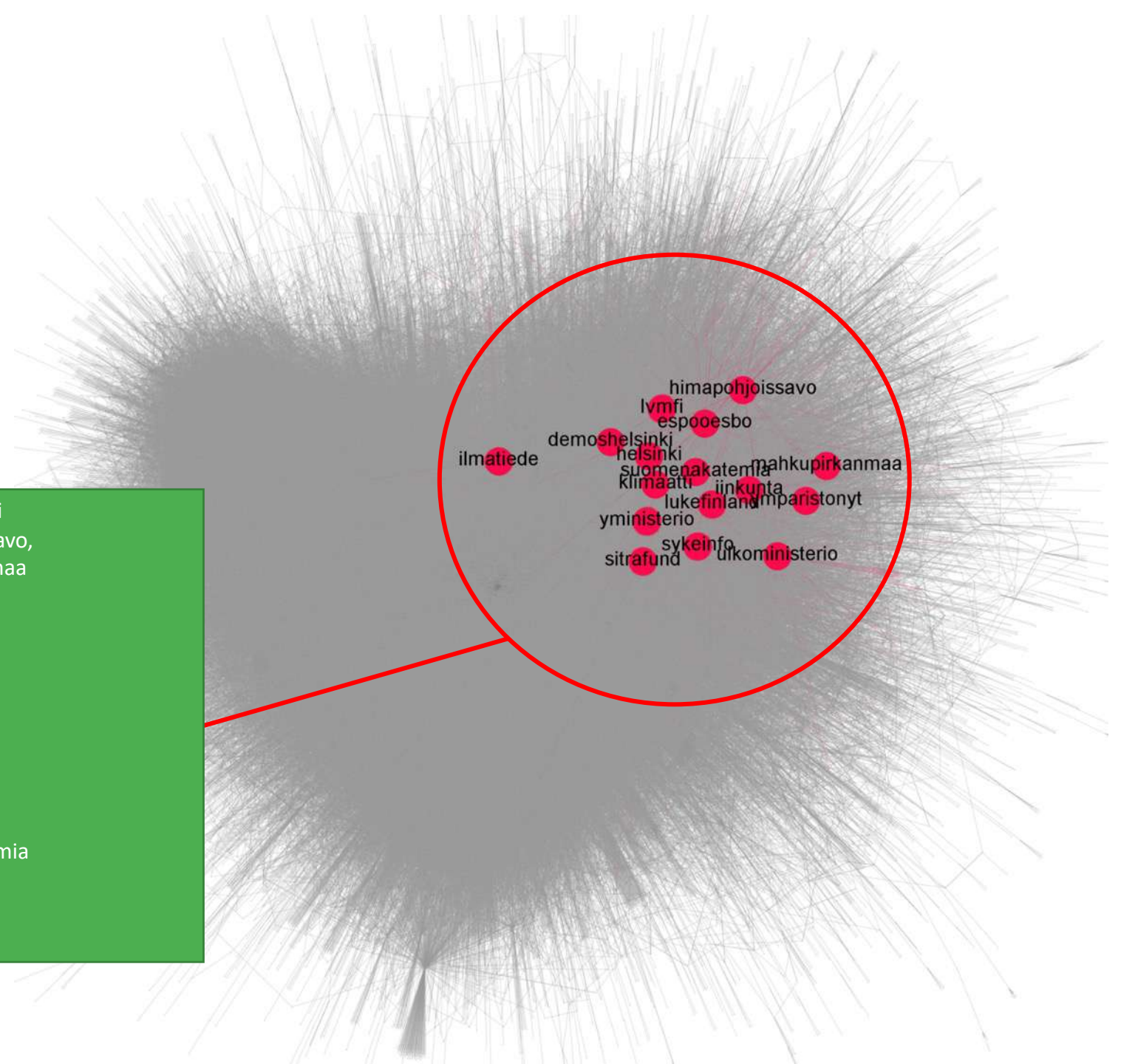
**Iiris Suomela** @iiris-suomela · 19. lokak.  
 Yksi suomalainen tuottaa monta kertaa enemmän päästöjä kuin yksi kiinalainen tai yksi intialainen. Tälle ei ole minkäänlaista moraalista oikeutusta.  
 Ei meillä ole oikeutta tuottaa monta kertaa enemmän päästöjä kuin muut vain siksi, että muut ovat köyhempiä. #trevaltuusto #ilmasto  
 Näytä tämä ketju

**HAVAINTO:** Twitterissä keskustelu on voimistunut tasaiseen tahtiin kesästä lähtien. Syksyn aikana keskustelussa on ollut jo useita piikkejä, ja se on ollut paikoin hyvin kiivasta luonteeltaan. Merkillepantavaa on, että huippupiikit Twitterissä koskevat ilmastokeskustelun poliittista näkökulmaa. Syksyyn on mahtunut mm. reagointia kuntapolitiikan päätöksiin, reagointia puolueiden ilmastonäkökontoihin ja Elokapina-liikkeen mielenosoitus. Uutisten kommenttien piikit vastaavat jossain määrin Twitteriä, mutta pienemmällä volyymillä.

# POSITIOINTI

- ▶ Kuvassa koko verkosto ja ilmastoryhmä visualisoituna.
- ▶ Uudelleentviittaus tai hakusanan sisältänyt viesti käyttäjälle luo yhteyden toimijoiden välille.
- ▶ Nimen koko vastaa sitä, kuinka monta kertaa muut käyttäjät ovat maininneet tai uudelleentviittanneet käyttäjän.

@DemosHelsinki  
@HIMApohjoissavo,  
@mahkupirkanmaa  
@ymparistonyt  
@IlmaTiede  
@Klimaatti  
@helsinki  
@linKunta  
@EspooEsbo  
@LukeFinland  
@lvmfi  
@SitraFund  
@SuomenAkademia  
@SYKEinfo  
@ulkoministerio  
@yministerio

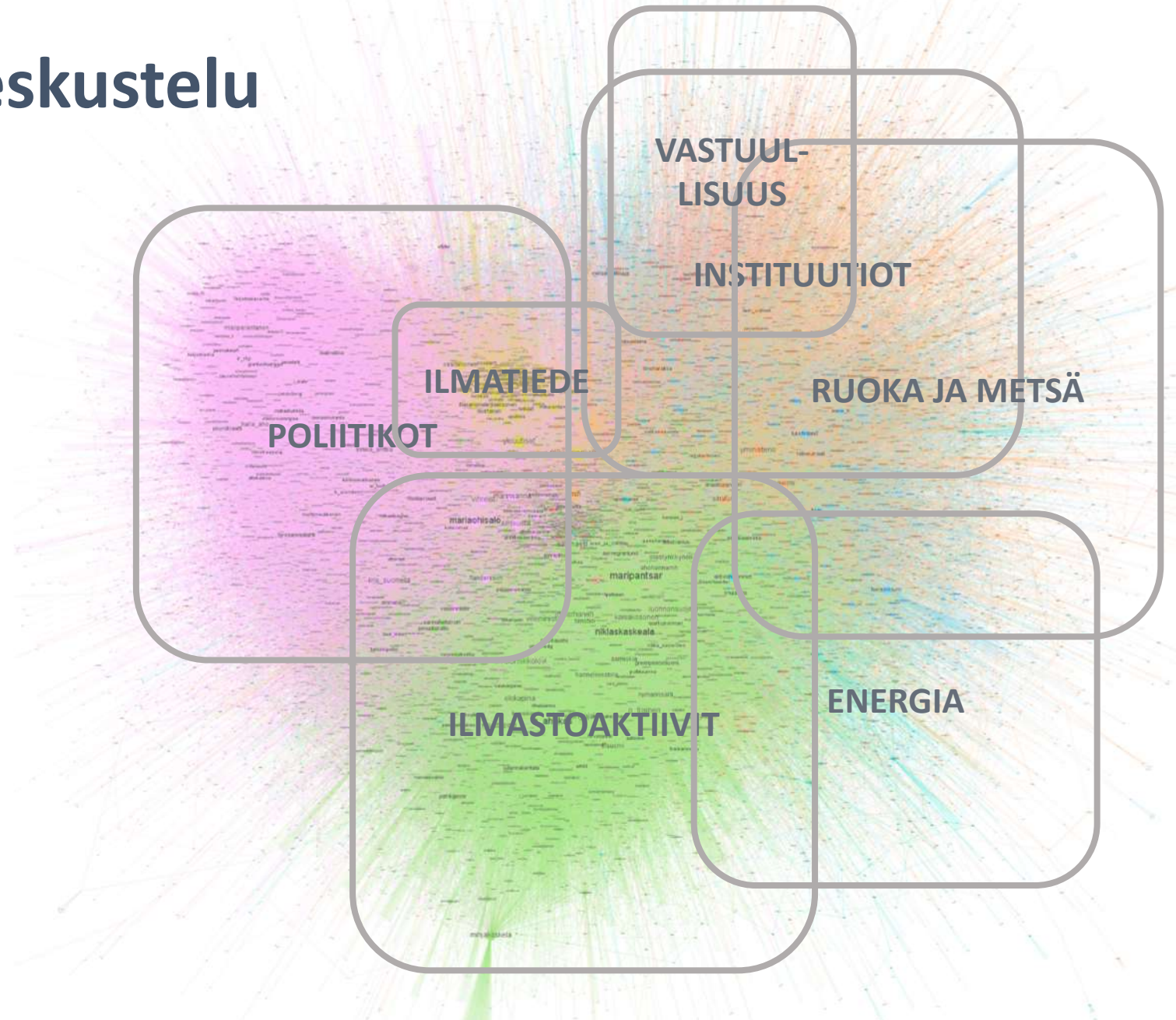


# Verkosto: ilmastokeskustelu

- ▶ Uudelleentviittaus tai hakusanan sisältänyt viesti käyttäjälle luo yhteyden toimijoiden välille.
- ▶ Nimen koko vastaa sitä, kuinka monta kertaa muut käyttäjät ovat maininneet tai uudelleentviitanneet käyttäjän.

## HAVAINTO:

- ▶ Verkostossa on mahdollista erottaa kolme selvästi toisistaan erottuvaa ryhmittymää: poliitikot, ilmatiede ja ilmastoaktiivit.
- ▶ Muut ryhmittymät ovat limittäisiä, mutta kuitenkin tunnistettavissa erillisiksi ryhmittymiksi verkostoanalyysin avulla.
- ▶ Verkostokuvan oikeassa laidassa on karkeasti jaoteltuna tiedottavaa ja asiapohjaista keskustelua, kun verkostokuvan vasemmalla laidalla on enemmän poliittista ja arvopohjaista keskustelua.
- ▶ Arvopohjaisessa keskustelussa ryhmittymät tulevat selkeämmin esille verkostosta.

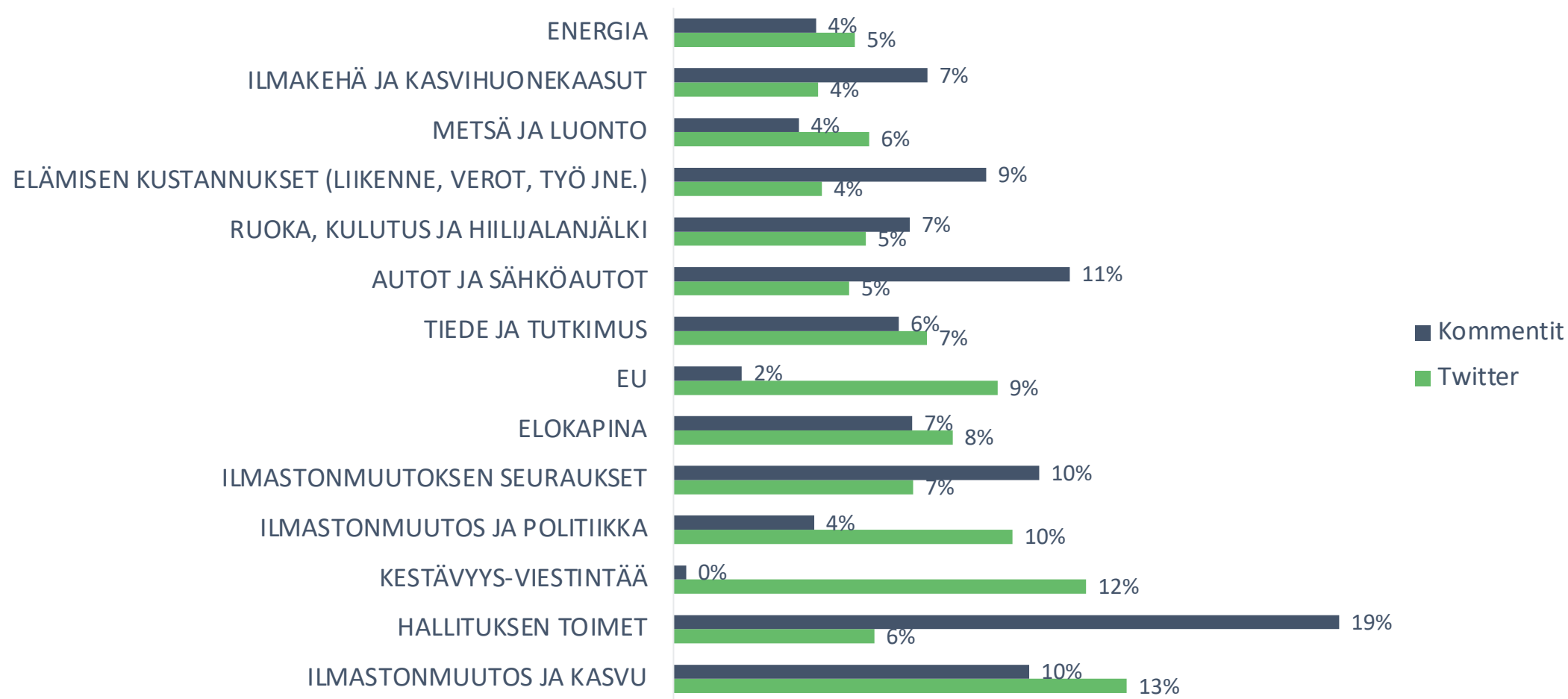


# Tiivistelmä klustereista

	Klusteri 1: ilmastoaktiivit	Klusteri 2: Poliitikot	Klusteri 3: Instituutiot	Klusteri 4: Ruoka ja metsä	Klusteri 5: Energia	Klusteri 6: Ilmatiede	Klusteri 7: Vastuullisuus
<b>Jäsenten määrä</b>	6482 (28 %)	6331 (27 %)	4786 (21 %)	2247 (10 %)	1798 (8 %)	671 (3 %)	643 (3 %)
<b>Viestien määrä</b>	79885 (47 %)	38314 (22 % %)	24035 (14 %)	9797 (6 %)	8134 (5 %)	7720 (4 %)	3131 (2 %)
<b>Keskeiset jäsenet:</b>	maripantsar niklaskaskeala a_ahokas koomikkokivi o_tiainen	mariaohisalo vihreat marinsanna keskusta iiris_suomela	yministerio hsfi sitrafund lvmfi sykeinfo	helsinkiuni lukefinland metsateollisuus bsag_ mtkry	teatrmn vttfinland emilelo techfinland juhaitkonen	mikkonenkrista yleutiset ossitiihonen iltalehti_fi simoruoho	aktivistimmmot spietikainen finanssiala mustreadfi kirkko_evl
<b>Keskeiset puheenaiheet</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ilmastonmuutos ja kasvu 22 %</li> <li>• Ilmastonmuutos ja politiikka 15 %</li> <li>• EU 10 %</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elokapina 14 %</li> <li>• Hallituksen toimet 13 %</li> <li>• Ilmastonmuutos ja politiikka 11 %</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kestävyyys-viestintää 40 %</li> <li>• EU 16 %</li> <li>• Energia 7 %</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kestävyyys-viestintää 27 %</li> <li>• Metsä ja luonto 21 %</li> <li>• EU 11 %</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kestävyyys-viestintää 22 %</li> <li>• Energia 17 %</li> <li>• EU 16 %</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tiede ja tutkimus 29 %</li> <li>• Ilmakehä ja kasvihuonekaasut 25 %</li> <li>• Ilmastonmuutoksen seuraukset 12 %</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kestävyyys-viestintää 28 %</li> <li>• EU 13 %</li> <li>• Ilmastonmuutos ja kasvu 11 %</li> </ul>
<b>Narratiivi (kärjistetty esimerkki)</b>	”Jatkuvaan kasvuun perustuva markkinatalous johtaa globaaliin ilmastokriisiin. Nykyiset toimenpiteet eivät ole riittäviä kriisin välttämiseksi ja tarvitaan radikaalimpia keinoja.”	”Hallituksen ja Suomen on sitouduttava ilmastonmuutoksen torjuntaan niin nykyisten kuin tulevien sukupolvien vuoksi. Haitallisista tuista, esim. turpeelle, on luovuttava.”	”Ilmastonmuutoksen torjuminen vaatii tietoisuutta asiasta, sekä laajoja toimia niin julkisella kuin yksityisellä sektorilla. Tärkeä mittari on hiilijalanjälki ja hiilineutraaliuteen on pyrittävä.”	”Maankäyttö vaikuttaa suuresti ilmastonmuutokseen ja ilmastonmuutoksen seuraukset näkyvät myös ruoan- ja metsäntuotannossa. Tiede ja tutkimus auttaa näiden seurausten ymmärtämisessä ja ennakoinnissa.”	”Teknologiainnovaatiot ja teollisuus ovat avainasemassa päästöjen vähentämisessä ja ilmastonmuutoksen hillitsemisessä. Kotimaista teollisuutta tulisi suosia tästä syystä.”	”Ilmastonmuutos on tieteellinen fakta, ja sen seurauksia on havaittavissa keskilämpötiloissa ja napajäiden sulamisessa.”	”Ilmastonmuutos voi ahdistaa mutta omilla toimilla voi sen toteutumiseen vaikuttaa esim. kulutustottumuksilla, kierrätyksellä sekä tietoisuutta kasvattamalla.”
<b>Vastanarratiivi (kärjistetty esimerkki)</b>	”Panostamalla vihreään teknologiaan voi Suomi luoda lisää kasvua ja estää ilmastonmuutosta.”	”Ilmastonmuutos on todellinen, mutta Suomen osuus siinä on mitätön. Poliitikot käyttävät ilmastonmuutosta keinona ajaa omaa muuta agendaansa sekä siinä sivussa kurjistaa suomalaisten elämää.”	”Ilmastonmuutoksen torjuminen vaatii yksilöiltä toimia mm. oman kulutustansa ja liikkumistaan seuraamalla.”	”Ilmastonmuutosta vähentävät toimenpiteet kurittavat erityisesti suomalaista maataloutta, eikä Suomen toimilla ole globaalilla tasolla niin suurta merkitystä.”	”Energiantuotanto on suuri ilmastonmuutosta kiihdyttävä tekijä ja teollisuuden toimintaa olisi pitänyt enemmän ohjata ja säädellä jo paljon aiemmin. Ilmastoystävällistä turve- ja hiilivoimaa ei ole.”	”Ilmastonmuutos on tapahtumassa, mutta ihmisen roolia siinä on ylikorostettu. Ilmastonmuutos on enimmäkseen normaalia vaihtelua.”	”Ilmastonmuutos tulee vaikuttamaan yleisesti elämään tulevaisuudessa, ja nyt on hyvä alkaa sopeutuminen.”



# Puheenaiheet Twitter vs. kommentit



**HAVAINTO:** Uutisten kommenteissa Elämisen kustannukset, Autoilu sekä hallituksen toimet puhututtavat Twitteriä enemmän. Twitterissä taas Kestävyys-viestintää, EU sekä Ilmastomuutos ja politiikka selkeästi suosittummat aiheet.

# Johtopäätöksiä 1/2

- ▶ Ilmastonmuutoksen torjuminen on ennen viestinnällinen haaste. Ratkaisujen käyttöönotto edellyttää poliittista hyväksyntää sekä ihmisten oman käyttäytymisen muutosta. Nämä tavoitteet voidaan saavuttaa saamalla enemmistö ihmisistä toimiaan tavoitteiden eteen ja seisomaan niiden takana.
- ▶ Haaste on kuitenkin ilmiön moninaisuus; ilmastonmuutosta keskusteluna, tutkimusalana tai poliittisena tavoiteohjelmana on hankalaa pukea yhden näkökulman alle, mikä haastaa viestijät. Mahdollisia haasteita ovat ainakin seuraavat:
  1. ilmastonmuutos on psykologisesti haastava ilmiö, joka aiheuttaa helposti kieltämistä. Tämä näkyy esimerkiksi voimakkaasti tunnepitoisten viestien sivuuttamisena.
  2. ilmastonmuutosta koskeva tiedeviestintä oli pitkään hyvin teknistä ja kvantitatiivista, joka rajasi suuren joukon ihmisiä keskustelun ulkopuolelle, eikä auttanut konkretisoimaan itse ongelmaa ja sen seurauksia.
  3. ilmastonmuutoksen ”etäinen” luontokuvasto on vieraannuttanut ongelmakenttää ihmisten lokaalista arjesta.
  4. ilmastonmuutoksesta on tullut poliittista taistelua, mikä vieraannuttaa osan ihmisistä keskustelun piiristä.
- ▶ **Itse ilmiön todisteluun ei kannata käyttää paukkuja.** Ilmastonmuutoksen osoittaminen todeksi ei ole mielekäs tavoite, sillä siitä on olemassa riittävästi faktaa. Keskeistä on esittää uskottavasti faktojen kuvaamat skenaariot ilmastonmuutoksen vaikutuksista.
- ▶ **Viestinnässä on siirryttävä kohderyhmäkohtaiseen ajatteluun.** Tärkeämpää on saada eri yleisöjä sitoutumaan ilmastotoimiin ja kohtaamaan haasteet riittävän etupainotteisesti. Tähän auttaa ennen kaikkea kullekin kohderyhmälle tärkeiden asioiden esiin nostaminen, esimerkiksi elinkeinon, lomailun, arjen, säävaihteluiden, liikkumisen, ravinnon yms. kautta.
- ▶ **Tunnevaikutuksen aikaansaamiseen pitää panostaa.** Faktan pitää yhdistyä kohderyhmässä tunnekokemukseen, jotta sanomasta jää muistijälki. Tunne ja fakta yhdessä lisäävät ymmärrystä. Ilmastomallit tai keskilämpötilojen muutokset eivät kerro tarinaa, mutta vaikutusten konkretisoiminen esimerkiksi tulevien sukupolvien elämäntapojen muutoksilla kertovat

# Johtopäätöksiä 2/2

- ▶ **Ilmastonmuutosta ei saa käyttää poliittisena lyömäaseena.** Vastakkainasettelu ei edistä yhteiseen tavoitteeseen pääsemistä, ja voi herättää sivusta katselijassa ajatuksen siitä, että ilmastonmuutos on osa politiikan ”kynnistä peliä”.
- ▶ **Viestinnän ei pidä perustua uhkakuviin ja pelotteluun.** Liian voimakkaiden tunteiden herättäminen saattaa johtaa kieltämiseen ja kognitiiviseen dissonanssiin. Ilmastoahdistuksesta ei välttämättä seuraa hiilijalanjäljen pienentäminen, vaan tuloksena voi olla myös koko ilmiön vähättely.
- ▶ **Ilmastodenialismin torjuminen vaatii aitoa osallistumista ja tieteen avoimuutta.** Tiedettä kohtaan nousee jatkuvia epäilyjä, jotka ruokkivat salaliittoja ja denialismin syntyä. Tieteen avoimuus ja asiantuntijoiden jalkautuminen ihmisten pariin ovat tapoja lisätä luottamusta ilmastonmuutostutkimusta ja tutkijoita kohtaan.
- ▶ **Yksilön toiminta jonkin ilmastoasian eteen ei edellytä arvomaailman muutosta.** Hyvä tavoite yli poliittisten rajojen on, että ihmiset voivat rakentaa omista lähtökohdistaan ja arvoistaan käsin suhtautumistapaa ilmastonmuutokseen ja sen torjuntaa. Ilmastonmuutos ei ole vain ”vihreää politiikkaa”, vaan yhteistä politiikkaa.
- ▶ **Viestinnän ei pidä perustua uhkakuviin ja pelotteluun.** Liian voimakkaiden tunteiden herättäminen saattaa johtaa kieltämiseen ja kognitiiviseen dissonanssiin. Ilmastoahdistuksesta ei välttämättä seuraa hiilijalanjäljen pienentäminen, vaan tuloksena voi olla myös koko ilmiön vähättely.
- ▶ **Ilmastodenialismin torjuminen vaatii aitoa osallistumista ja tieteen avoimuutta.** Tiedettä kohtaan nousee jatkuvia epäilyjä, jotka ruokkivat salaliittoja ja denialismin syntyä. Tieteen avoimuus ja asiantuntijoiden jalkautuminen ihmisten pariin ovat tapoja lisätä luottamusta ilmastonmuutostutkimusta ja tutkijoita kohtaan.
- ▶ **Yksilön toiminta jonkin ilmastoasian eteen ei edellytä arvomaailman muutosta.** Hyvä tavoite yli poliittisten rajojen on, että ihmiset voivat rakentaa omista lähtökohdistaan ja arvoistaan käsin suhtautumistapaa ilmastonmuutokseen ja sen torjuntaa. Ilmastonmuutos ei ole vain ”vihreää politiikkaa”, vaan yhteistä politiikkaa.

# Vinkkejä viestintään

## Ryhmittymät

- ▶ Ilmastoaktiivit – Ota huomioon aito huoli ja pelko, joka toimii aktiivisuuden ajurina.
- ▶ Poliitikot – Huomioi että myös hallituspuolueet ovat erimielisiä ilmastotoimista.
- ▶ Instituutiot – Määrittele vielä tarkemmin, kenelle viestintää tehdään ja miksi.
- ▶ Ruoka ja metsä – Huomioi, että viime kädessä kyse on kestävästä luonnonvarojen käytöstä.
- ▶ Energia – Teknologiaa pidetään lupaavana ratkaisuna päästötavoitehaasteen, joka on avain ilmastonmuutoksen hillintään. Uusiin teknologioihin liittyy kuitenkin myös hypetyksen vaara. Lopulta ilmastonmuutos on hyvin kompleksinen ilmiö.
- ▶ Ilmatiede – Tuo kovaa faktaa ja dataa tukemaan väitteitä, mutta keskustelu sisältää myös ”harrastelijatutkijoita”, jolloin disinformaation vaara on ilmeinen.
- ▶ Vastuullisuus – Vaihtoehto koulutetulle, hyvin toimeen tulevalle keskiluokalle, joka tarvitsee keinoja aktiivisuuden ja kestävästä kuluttamisen yhdistämiseen.

## Sisällöt ja yleisöt

- ▶ Ilmastonmuutoskeskustelu jakautuu alakeskusteluiksi – kuten päästöt, kuluttaminen, liikkuminen, luonto ja ympäristö, tiede ja teknologia tai yhteiskunta ja politiikka. Pohdi tarkkaan, mihin lokeroon oma viestisi on suunnattu ja minkälaisia yleisöjä asiasta keskusteleet tällä hetkellä, ennen kuin muotoilet oman viestisi.
- ▶ Vain 5 % käyttäjistä tuottaa noin puolet sisällöstä. Aktiivisille keskustelijoille on siis hyvin tilaa! Älä myöskään aliarvioi passiivista yleisöä, heidän kauttaan viestit saavat vaikuttavuutensa.
- ▶ Pohdi yleisön arvopohjaa. Keskustelusta on havaittavissa erilaisia arviopohjaisi lähestymistapoja, kuten Suomen pärjääminen globaalisti, teollisuuden menestyminen, yksittäisen ihmisen mahdollisuudet osallistua, luonnon ja ympäristön moninaisuus, jne. Arvot voivat toimia yhtenä lähtökohtana, kun suuntaa omaa viestiä.
- ▶ Suhtaudu ilmastonmuutoksen kieltäjiin empatialla. Pyri rakentamaan luottamusta tekemällä oman viestinnän taustat ja perusteet mahdollisimman avoimiksi ja läpinäkyviksi.

## Twitter kanavana

- ▶ Twitterissä voi ottaa kantaa. Kun aihepiiri kytkeytyy poliittisiin valintoihin ja päätöksiin, se herättää todennäköisemmin keskustelua. Kannattaa kuitenkin varoa ”aate edelle” tehtyä viestintää. Viestillä on enemmän vaikutusta, kun se ottaa rehellisesti huomioon useita arvopohjia ja näkökulmia (ei kuitenkaan itse ilmiötä kyseenalaistaen)
- ▶ Asiantuntijat ovat parhaita viemään viestiä eteenpäin sosiaalisen median kanavissa, erityisesti Twitterissä, joka on luonteeltaan ”asiantuntijamedia”. Pohdi mihin ja kenelle viestisi suuntaat ja löytyykö sopivaa asiantuntijaa tai vaikuttajaa, jolla olisi uskottavuutta juuri kyseisessä kohderyhmässä.
- ▶ Twitterin huippusuositettujen vaikuttajajilien aktivoiminen voi viedä eteenpäin omaa sanomaa, mutta kannattaa huomioida, että huipputilit ovat suosittuja, koska niillä on oma näkökulma ja yleisönsä. Siksi myös oma viesti kehystetään todennäköisesti tätä kautta.
- ▶ Hyödynnä poliittisia katvealueita Twitterissä: Suomessa erityisesti vihreät ja perussuomalaiset ovat aktiivisia sosiaalisen median kanavien hyödyntäjiä – myös tässä aiheessa. Mitä muita ääniä keskustelussa voisi kuulua enemmän?
- ▶ Koordinoidulla yhteistyöllä ja vastuunjaolla ilmastoryhmän kesken, esimerkiksi keskustelun ryhmittymien mukaisesti, voi auttaa ottamaan haltuun uusia yleisöjä.

SOMETRIK



OPTIFLUENCE

# Kiitos

LISÄÄ:

[OPTIFLUENCE.COM](https://www.optifluence.com)

[SOMETRIK.COM](https://www.sometrik.com)