

# MAATALOUSYRITÄJÄN VIESTINTÄOPAS

DDDDDD



DDDDDD

Maaseutu ja kuluttajat ovat ajan saatossa erkaantuneet yhä enemmän toisistaan. Kuluttajien ymmärrys suomalaisesta ruokaketjusta ja sen toiminnasta on horjunut. Maatalous ja maatalousyrittäjä näyttäytyvät monen ulkopuolisen silmissä mörköinä, jotka vain tuhoavat luontoa. Maatalousyrittäjä joutuukin luovimaan jatkuvasti ilmastopahiksen ja -hyviksen välivirrassa. Ilman aitoa tietoa nykymaaloudesta ja sen toimista kuluttaja on altis kuulopuheille ja disinformaatiolle.

Asenteita maataloutta kohtaan pystytään muuttamaan, kun kuluttajille kerrotaan entistä enemmän ja avoimemmin nykyaikaisesta maataloudesta. Samalla kuluttajien ymmärrys suomalaisesta ruokaketjusta nousee. Sosiaalinen media eli some tarjoaa avaimet laajaan tiedon jakoon. Eri kanavien kautta jaetut todenmukaiset kuvat ja tunnelmat maatalouden arjesta auttavat kuluttajaa näkemään modernin maatalouden uusin silmin. Kun teet somesisältöä, ei sinun tarvitse olla viestinnän ammattilainen; aitous ja omana itsenäsi olo ovat valttia somessa.

Maatalousyrittäjän viestintäoppaan tarkoituksena on johdattaa sinut somen ihmeelliseen maailmaan. Opas selvittää sinulle tarkemmin tärkeitä käsitteitä somemaailmasta. Se antaa vinkkejä, miten sinä voisit viestiä omasta arjestasi maatalouden parissa ja myllerryksessä.

Tämä opas on tehty MTK-Satakunnan Muutosvoimaa Tulevaan -hankkeessa. Hanke on saanut rahoituksen Satakunnan ELY-keskuksesta EU:n maaseuturahastosta.

# SISÄLLYSLUETTELO

## Viestintä

Mitä viestintä on?	5
Miksi someviestintää on hyvä tehdä?	6
Somestrategia	7
Julkaisukalenteri	8
Julkaisukalenterin sisältö	9
Sisällön tuotto someen	10
Kohderyhmät	11
Tekijänoikeudet	12
Juttuideoita	14
Emojien ja hashtagien käyttö	16
Somemaailman termejä	17

## Somealustat

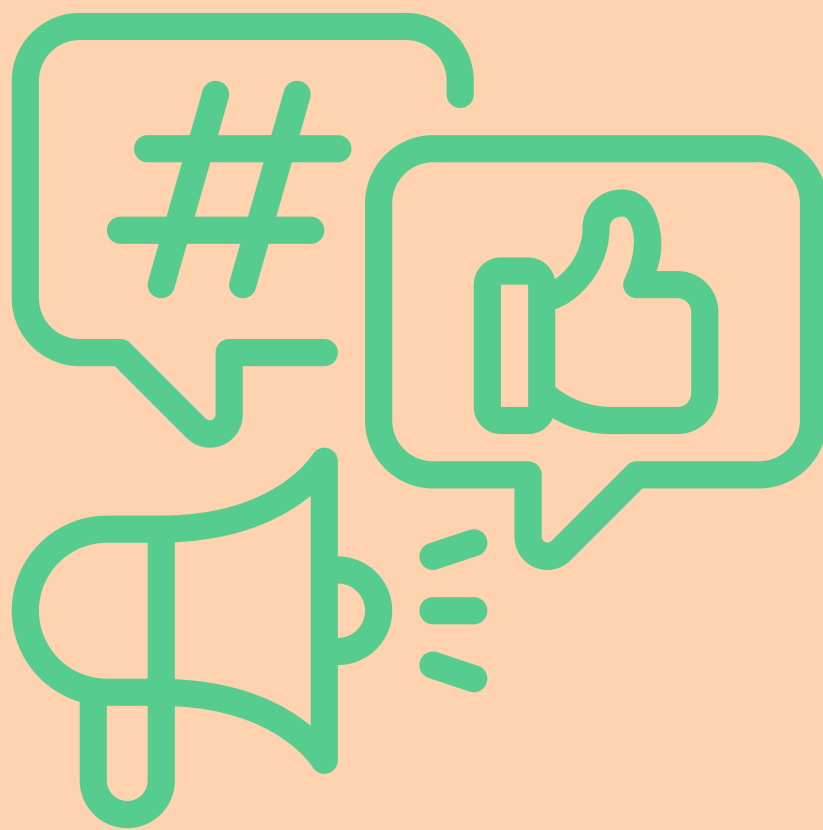
Facebook	19
Instagram	20
Instagramin termit	21
Youtube	22
TikTok	23
X	24
WhatsApp	25

## Someturvallisuus

Somen tietoturva	28
Someturvallisuuden muistilista	29
Kaksivaiheinen tunnistautuminen	30
Huijausyritysten tunnistaminen	31
Disinformaation tunnistaminen	32
Trollit	34
Somessa käyttäytyminen	36
Mitä on somehäirintä?	37
Mitä tehdä, jos kohtaa häirintää somessa?	38
Lähteet	39

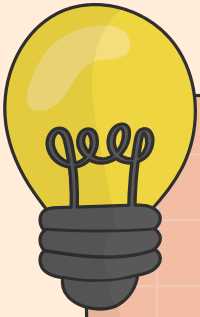


# VIESTINTÄ



Viestinnän avulla muodostetaan ja vastaanotetaan sanomia sekä luodaan merkityksiä. Viestintä voi olla sanatonta tai sanallista, viestin lähettäjän ja vastaanottajan yhteistyötä. Sanojen ja eleiden taitamisen lisäksi on tärkeää osata myös kuunnella. Taitava viestintä onkin olennainen osa yksilön ammatillista osaamista.

# MITÄ VIESTINTÄ ON?



VIESTINTÄ ON VUOROVAIKUTUSTA, JOLLA VÄLITETÄÄN SANOMAA JA RAKENNETAAN YHTEISTÄ YMMÄRRYSTÄ.



SE VOI OLLA SANATONTA TAI SANALLISTA MUTTA KUITENKIN KAKSISUUNTAISTA, NIIN ETTÄ SIIHEN LIITTYY VASTAVUOROISUUS JA PALAUTE.



VIESTINNÄSSÄ VOI HYÖDYNTÄÄ MONINAISIA KANAVIA



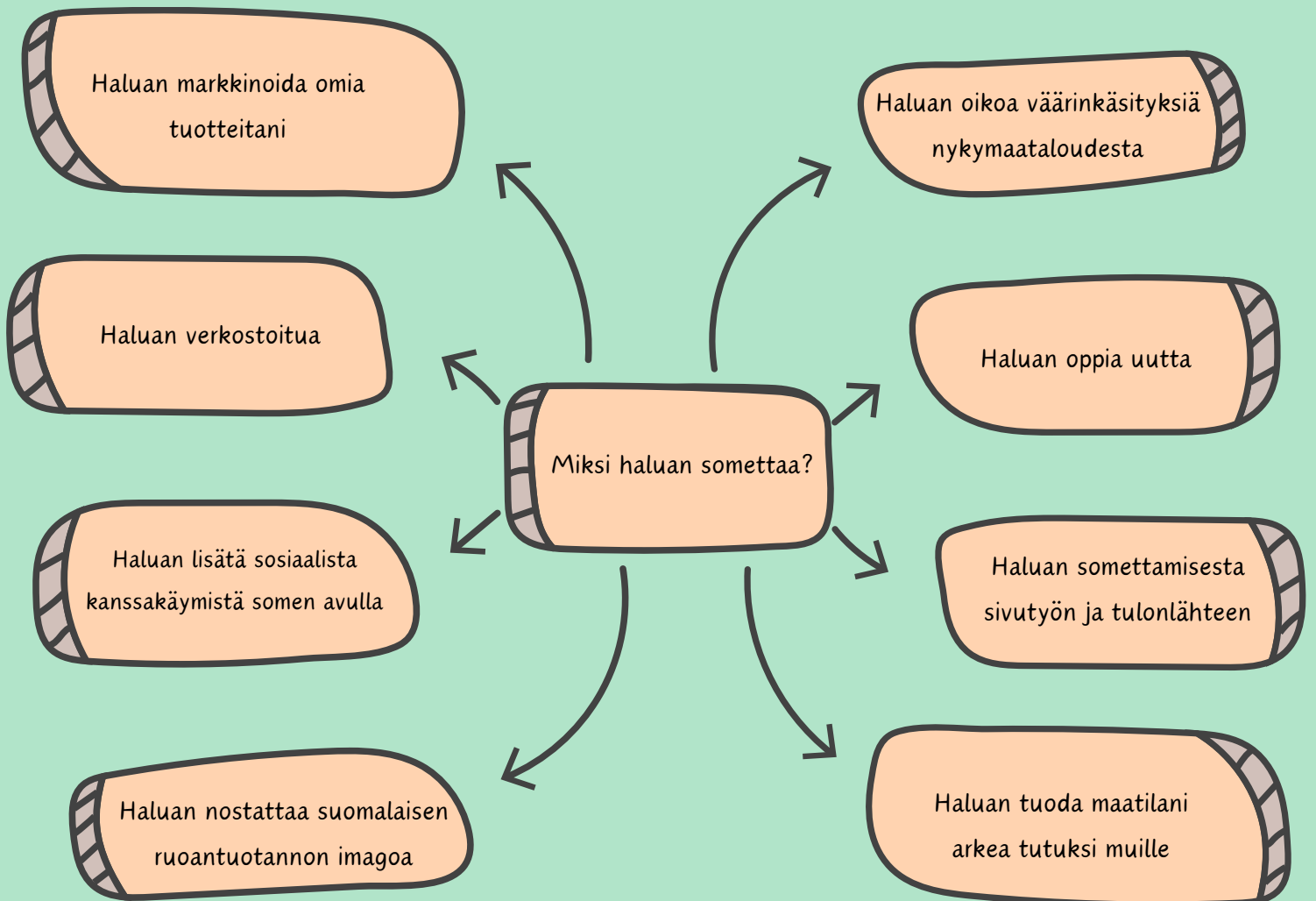
KASVOKKAIN KESKUSTELU, SÄHKÖPOSTI, PUHELUT, SOSIAALINEN MEDIA, KOTISIVUT, VIESTIT



# MIKSI SOMEViestintää on HYVÄ TEHDÄ?



Kuluttajien keskuudessa nykymaatalous aiheuttaa monesti väärinkäsityksiä, joiden oikominen on tärkeää. Oikealla ja ajantasaisella tiedolla on mahdollista saavuttaa yhteiskunnan arvostus alaa kohtaan. Maatalousyrittäjät ja maatalouden parissa toimijat ovat oman alansa parhaita asiantuntijoita.



# SOMESTRATEGIA



Somearjen sujuvoittamiseksi kannattaa laatia viestintäsuunnitelma eli somestrategia. Se on työkalu, jonka avulla viestinnän toteuttaminen selkeytyy ja helpottuu. Somesuunnitelmassa valitaan viestinnälle kohderyhmä, ydinsanoma ja viestintäkanavat, joita käytetään. Suunnitelmaa analysoidaan ja päivitetään toiminnasta saadun palautteen pohjalta.



## Somestrategia

### Kartoita kohderyhmät

- Mieti, kenelle haluat sanomasi kohdentaa

### Määrittele pääviestit

- Mikä on ydinsanomasi, mitä haluat julkaisuillasi kertoa

### Valitse kanavat, joissa viestit

- Instagram, Facebook, Youtube ym.

### Tee julkaisukalenteri

- Lataa valmis pohja verkosta tai tee itse Excel-ohjelmalla

Analysoi ja päivitä suunnitelmaa



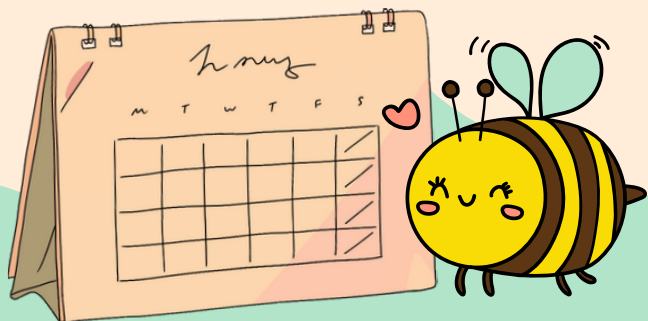




"Hyvin suunniteltu on puoliksi tehty"

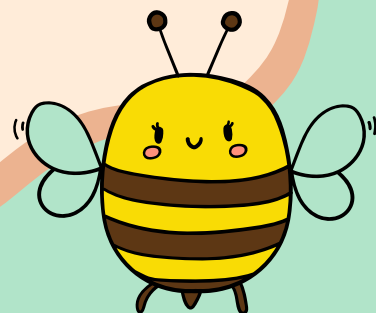
# JULKAISUKALENTERI

Julkaisukalenteri on suunnitelma vuoden tulevista somepäivityksistä ja -julkaisuista. Kalenteri helpottaa sisältöjen suunnittelua ja tuottamista sekä ylläpitää säännöllistä päivitysrytmiä. Kalenteriin on ilmaisia pohjia verkossa, mutta voit luoda sellaisen helposti myös itse, esimerkiksi Excel-ohjelmaa apuna käyttäen.



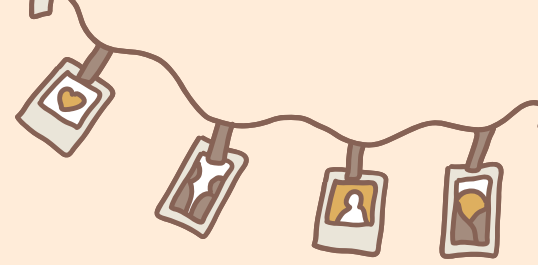
## Julkaisukalenterin hyötyjä

1. Aikaa säästyy merkittävästi, kun sisällöt on kirjattu ainakin alustavasti valmiiksi. Tällöin sosiaalinen media ei vaadi viikoittaista luovuuden harjoittamista.
2. On helpompaa muistaa sesongit ja muut tärkeät päivämäärät.
3. Aktiivisen sosiaalisen median pyörittäminen ketteröityy.
4. Suunnitelmallisesti eri somekanaviin tuotettu sisältö pitää viestinnän tyylin ja sävyn yhtenäisenä.
5. Sosiaalisen median kalenteri tuo säännönmukaisuutta ja laatua someviestintään.





# JULKAISUKALENTERIN SISÄLTÖ



Käytä kalenterivuotta pohjana suunnittelussa. Merkitse kaikki tärkeät tapahtumat, joiden ympärille haluat luoda sisältöä (vuodenajat, lomiat, juhlapyhät, muut merkkipäivät, alan messut, teemapäivät, vuoden kohokohdat, esim. lehmien lasku laiturille). Näiden jälkeen kalenteriin jää vielä paljon tilaa muulle sisällölle.

Ideoi somekalenteria silloin, kun olet luovalla päällä. Varaa kalenteriin paikka, jonne voit laittaa muistiinpanoja uusista sisältöideoista aina, kun niitä tulee mieleen.

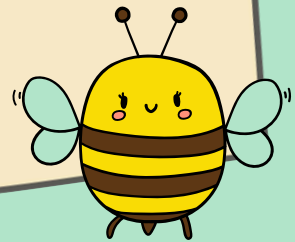


## Kun teet somekalenteria, ota huomioon:

- Voit ladata valmiin somekalenteri pohjan verkosta tai tehdä oman Excel-ohjelmalla
- Käytä kalenterivuotta pohjana julkaisusuunnitelmalle ja lisää siihen tärkeät tapahtumat ja valtakunnalliset teemapäivät
- Merkitse kalenteriin käyttämäsi somekanavat omiin sarakkeisiinsa
- Ota aikaa tekemiselle. Kun on enemmän aikaa, tee useampi päivitys samalla kertaa
- Päätä julkaisutiheys
- Pidä idealistia sisältöaiheista
- Käytä aikaisempia sisältöjä ja ideoita hyödyksi
- Ajasta julkaisuja
- Päivitä kalenterin sisältöä



- Julkaisukalenterista pitäisi löytyä:
- Sisällön aihe
  - Sisältötyyppi (teksti, kuva, video tms.)
  - Julkaisukanava
  - Julkaisuaika



# SISÄLLÖN TUOTTO SOMEEN

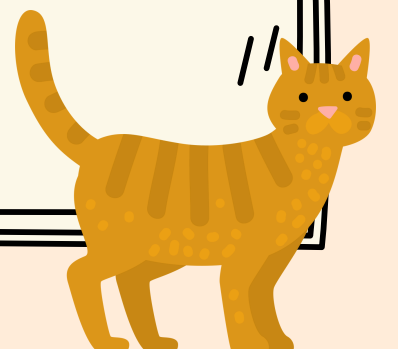


Jotta julkaisut pääsevät somen algoritmien viidakossa sulavasti etenemään, on säännöllinen viestintä ja sometus kaiken A ja O. Julkaisuja tehdessä kannattaa kuitenkin pitää mielessä, että monesti laatu korvaa määrän. Elämme visuaalista ja nopeatempoista aikakautta, kuvien ja videoiden laatu onkin tärkeässä asemassa, ja niihin tulisi nykysomessa panostaa. Laadukkailla ja kiinnostavilla postauksilla pystyy aikaansaamaan laajempaa näkyvyyttä.

Jos jonain päivänä runosuoni ei kuki, niin ei se haittaa, välillä yksi laadukas kuva kertoo enemmän kuin tuhat sanaa. Jos sinulla on paljon kerrottavaa, mutta kirjoittaminen ei ole se sinun juttusi, ovat videot kiinnostava ja elävä tapa tuoda sanoma yleisölle julki. Kun kirjoitat tai puhut, pyri käyttämään arkikieltä ammattikielen sijaan.

Huumoria ei toki somessakaan sovi unohtaa, mutta väkisinkään sitä ei kannata vääntää, jos se ei ole luontevaa juuri sinulle. Tärkeintä on, että olet oma itsesi ja löydät omanlaisesi tavan somettaa.

- Tee viestinnästä ja sometuksesta säännöllistä ja ota se osaksi arjen rutiineja
- Keskity kohderyhmääsi. Mieti, kenelle kirjoitat ja miksi?
- Panosta kiinnostavaan sisältöön
- Muista ottaa tekijänoikeuslainsäädäntö huomioon luodessasi somesisältöä
- Julkaisuissa laatu korvaa määrän. Panosta kuvien ja videoiden laatuun.
- Elämme visuaalista aikakautta, jolloin valokuvien ja videoiden merkitys on suuri. Pidä julkaisujen tekstiosuudet lyhyinä ja ytimekkäinä.
- Kiinnitä huomiota oikeinkirjoitukseen!
- Osallista seuraajiasi ja keskustele heidän kanssaan.
- Käytä julkaisuissasi yleiskieltä ammattikielen sijaan. Jos käytät ammattitermejä, selitä ne auki.
- Anna äänesi ja persoonasi kuulua!



# KOHDERYHMÄT



Mieti, kenelle haluat tuottaa sisältöä. Haluatko tavoittaa esimerkiksi nuoria vai vanhoja, maalla asuvia vai kaupunkilaisia? Millainen sisältö kohderyhmäsi voisi kiinnostaa? Ota selvää, millä somekanavilla kohderyhmäsi parhaiten kuluttaa aikaansa ja suosi niiden kanavien käyttöä. Somesisältöä on helpompaa lähteä suunnittelemaan ja luomaan, kun mainitut asiat ovat selvillä.

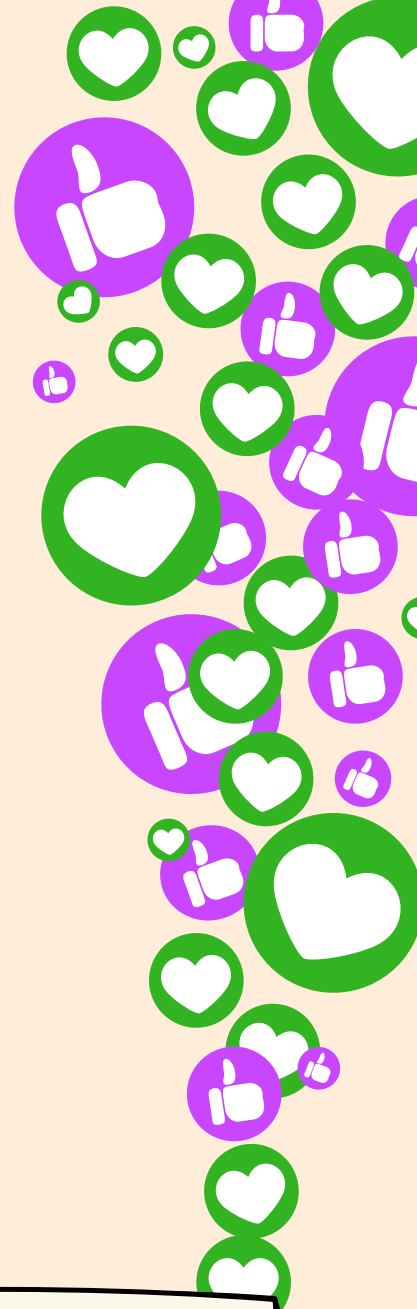
## Mieti, mikä on kohderyhmäsi?

### Tässä esimerkkejä:

- Kaupunkilaiset
- Koululaiset, nuoret, työkäiset, eläkeläiset
- Toiset tuottajat
- Yhteistyökumppanit
- Yhteiskunnalliset vaikuttajat

## Kun löydät kohderyhmäsi...

- Tutki kohderyhmäsi kiinnostuksen kohteita ja luo sisältöä sen mukaan
- Selvitä, millä alustoilla kohderyhmäsi viettää eniten aikaa, ja luo sisältöä niille kanaville
- Pyri luomaan visuaalista sisältöä, se herättää enemmän mielenkiintoa
- Osallistu keskusteluihin ja ole vuorovaikutuksessa kohderyhmäsi kanssa
- Seuraa tuloksia ja tee muutoksia sen mukaan





# TEKIJÄNOIKEUDET

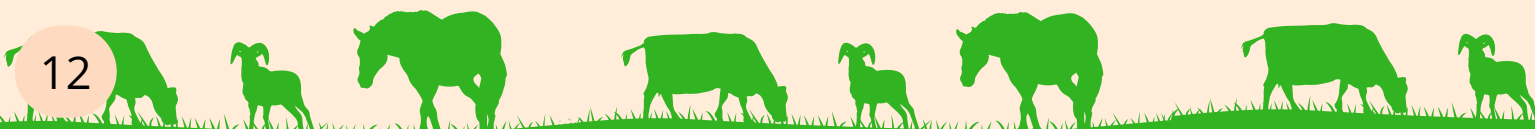


**Tekijänoikeus** tarkoittaa, että tekijällä on lähtökohtaisesti yksinoikeus päättää teoksensa käytöstä, jolloin muilla ei ole oikeutta käyttää teosta ilman tekijän lupaa. Tekijänoikeudet rajoittavat tyypillisesti sisältöjen kuvien, videon, äänen ja tekstin vapaata käyttöä. Ilman tekijänoikeutta voisi kuka tahansa omia toisen tekemän työn itselleen ja hyötyä näin toisen työn tuloksesta jopa rahallisesti.

Sosiaalista mediaa koskevat samat tekijänoikeussäännöt kuin muutakin verkkoa. Eri alustoille luodut materiaalit voivat olla suojattuja samalla tavalla kuten muuallakin Internetissä. Varmistu, ettet julkaise verkossa sellaista materiaalia (teksti, valokuva, video, piirros, kaavio, animaatio, lehtileike jne.), johon sinulla ei ole lupaa tai jota ei ole erikseen tarkoitettu jaettavaksi. Somealustoille rekisteröityessään käyttäjä hyväksyy palvelun laatomat käyttöehdot ja on itse vastuussa muuttuvien käyttöehtojen lukemisesta ja noudattamisesta, siksi eri alustojen käyttöehtoihin tutustuminen on tärkeää.



- Jos julkaiset ottamasi kuvan, jossa on muita henkilöitä, kysy heiltä lupa julkaisuun
- Jos lainaat jonkun muun tekstiä somessa, esimerkiksi runoa, kysy siihen lupa tekijältä ja mainitse lähde / tekijä
- Jos haluat jakaa toisten tekemää sisältöä, kuten kuvia ja videoita, kysy lupa sisällön tekijältä
- Jos jaat lehtijutusta otetun kuvan somessa, tarvitset luvan kustantajalta. Linkin uutisjuttuun saa kuitenkin jakaa vapaasti
- Tekijänoikeus sammuu, eikä lupaa tarvitse pyytää, kun tekijän kuolinvuoden päättymisestä on kulunut yli 70 vuotta





# JUTTUIDEOITA



## Somesisältö voi olla vaikka:

- Sarjapostauksia
- Ajankohtaispostauksia (kylvöt, lehmien lasku laiturille jne.)
- // • Vuodenaikaan/juhlapyhään liittyvä tervehdys
- Alan uutisia
- Joulukalenteri tai muu teemallinen sarjapostaus
- Kuvia ja videoita alan tapahtumista
- Kiinnostavia ja hauskoja yksityiskohtia itsestäsi/maatilastasi/eläimistäsi
- Ajattomia teemoja (säästää aikaa kiireisimpinä aikoina ja hyödynnä aikaisempia julkaisuja)
- Opetuksellista sisältöä



Kokeile rohkeasti  
sisällöntuottoa ja löydä oma  
tyylisi!

Kun olet luovalla tuulella,  
kerää juttuideoita valmiiksi  
somekalenteriisi!

Tarkista aina, että  
julkaisemasi tieto on faktaa  
fiktio sijasta!

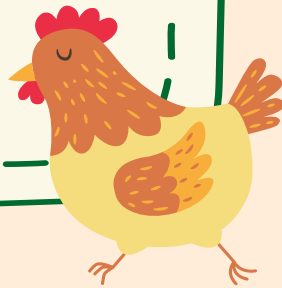
## Osallista seuraajiasi:

- Järjestä arvonta
- Pyydä keksimään nimi vastasyntyneelle eläinvauvalle
- Järjestä tilavierailuja tai muita tilatapahtumia
- Reagoi seuraajiesi kommentteihin ja keskustele heidän kanssaan
- Anna mielikuvituksesi laukata! Rajattomat mahdollisuudet!



## Voit kertoa vaikka:

- Modernista maataloudesta
- Maatalousyrittäjyydestä
- Peltotöistä
- Viljelystä
- Koneista
- Arjesta ja elämästä maalla
- Työstä, ammatista ja yrittämisestä
- Eläimistä ja eläinten hyvinvoinnista
- Kotimaisesta ruoasta ja sen tuotannosta
- Tilan toiminnasta
- Maatilan vuodenaajoista
- Yhteistyökumppaneista
- Maatalouden muutoksesta



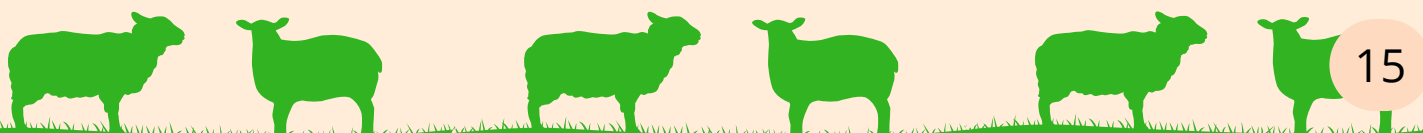
On tärkeää, että alan ammattilaiset eli maatalousyrittäjät ovat somessa kertomassa maataloudesta!

Älä lannistu, jos sisältösi ei heti saa suuria määriä tykkäyksiä. Jatka aktiivisesti, niin saat näkyvyyttä lisää!

Osallistu sisällön tuoton lisäksi aktiivisesti somekeskusteluihin!

## Esimerkkejä sisällöstä:

- Voit tehdä opetusvideoita maatilan töistä
- Tee esittelyvideoita tilan toiminnasta
- Pidä livestriimiä pelto- tai metsätöistä, lehmien laskusta laitumelle, vasikoiden tai tuttipullokariensojen juottohetkestä
- Kerro vaikka navettakissan puuhista; voit perustaa eläinpersonalle myös ihan oman tilin
- Tee postauksia eläinvauvoista, eläinsuojan siivouksesta ja muista eläinten hoitotöistä
- Tee My day -postaus: kuvaa videopätkiä pitkin päivää, ja jaa ne Facebookiin ja Instagramin tarinat -osioon

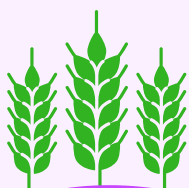




# EMOJIT JA NIIDEN KÄYTTÖ



Kun viestit kasvokkain, on sinulla apunasi äänensävy, painotus, ilmeet ja kehonkieli, jotka auttavat ilmaisemaan sanomasi todellista merkitystä. Kirjoitetussa viestinnässä voit käyttää apunasi **emojeita**, joiden avulla saat elävöitettyä tekstiäsi. Ne voivat auttaa lukijoita ymmärtämään viestisi paremmin ja vähentämään omalta osaltaan mahdollisia väärinymmärryksiä.



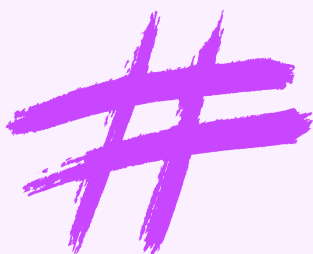
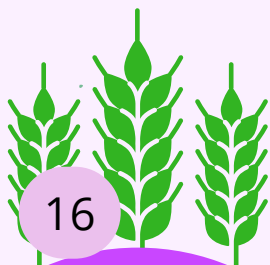
- **Auttaa ymmärtämään paremmin:** Emojit auttavat ilmaisemaan sanomasi todellisen merkityksen kirjoitetussa viestinnässä. Kertovat ei-sanallisesti vastaanottajalle, kuinka viesti tulisi tulkita.
- **Tekstin elävöittäminen:** Emojeilla saat elävöitettyä kirjoitettua tekstiä.

# HASHTAGIT JA NIIDEN KÄYTTÖ



**Hashtag** on sana tai lauseke, jonka eteen on lisätty #-merkki (esim. #maatalous, #suomalainenruoka). Hashtagit luovat linkin, joka ryhmittelee samankaltaisia viestejä ja helpottaa sisältöjen löytämistä ja järjestämistä sosiaalisessa mediassa. Ne auttavat käyttäjiä liittymään tiettyihin keskusteluihin, seuraamaan “trendaavia” aiheita tai kohdentamaan sisältöä tietyille yleisöille. Hashtageja käytetään postauksissa esimerkiksi korostamaan sisältöä, liittymään laajempiin keskusteluihin ja parantamaan näkyvyyttä somealustoilla.

- **Sisällön löydettävyys:** Ryhmittelee samankaltaisia aiheita, helpottaa hakuja.
- **Näkyvyyden lisääminen:** Tuo sisältöä laajemman yleisön nähtäväksi.
- **Keskusteluihin osallistuminen:** Liittää käyttäjät ajankohtaisiin tai yhteisöllisiin aiheisiin.
- **Brändäys:** Tukee brändin tai kampanjan tunnistettavuutta.
- **Trendien seuraaminen:** Mahdollistaa ajankohtaisten ilmiöiden seurannan.



# SOMEMAAILMAN TERMEJÄ



**Kanava/somekanava:** Sosiaalisen median kanavat eli somekanavat, kuten Facebook, Instagram, X (entinen Twitter), LinkedIn, Youtube ja Tiktok. Kanavia kutsutaan myös termeillä some, some-alusta, yhteisöpalvelu, verkkopalvelu, sosiaalisen median palvelu ja yhteisöllinen media.

**Algoritmi:** Sääntöjoukko, jonka mukaan valikoidaan, mitä sisältöä käyttäjälle näytetään tai suositellaan somessa. Hyödyntää käyttäjän toimintaa sekä tykkäyksiä somessa, joiden avulla tarjoaa käyttäjälleen henkilökohtaista, mieluisaa ja kiinnostavaa sisältöä.

**Profiili (oma tili):** Oma käyttäjätili eri somealustoilla. Se mahdollistaa toimintasi somessa, kuten julkaisujen tekemisen ja toisten käyttäjien seuraamisen. Profiilisi sisältää nimen/nimimerkin, profiilikuvan, esittelytekstin (= bio), tietoja sinusta ja kaikki jakamasi julkaisut.

**Postaus:** Kuva, teksti, video, linkki tai muu sisältö, jonka käyttäjä julkaisee sosiaalisen median alustalla, kuten Facebookissa, Instagramissa tai X:ssä.

**Share (jakaminen):** Oman tai muiden tuottaman sisällön levittäminen sosiaalisessa mediassa.

**Feed/fiidi (syöte):** Eri somekanavien sisältövirtaa, joka näkyy niiden käyttäjälle (esim. postauksia, päivityksiä, kuvia ja videoita).

**Stories (tarinat):** Tilapäinen sisältö. Kuvia tai lyhyitä videoita, jotka ovat seuraajien katsottavissa 24 tuntia ja katoavat sen jälkeen. Tarinoita voi halutessaan tallentaa oman profiilin kohokohtiin, jolloin ne jäävät pysyviksi.

**Like (tykkäys):** Palaute, jonka käyttäjä voi antaa toisten postauksille, ja näin osoittaa kiinnostuksensa tai hyväksyntänsä.

**DM (Direct Message):** Käyttäjän inboxiin eli postilaatikkoon lähetetty yksityisviesti, joka näkyy vain lähettäjälle ja vastaanottajalle.

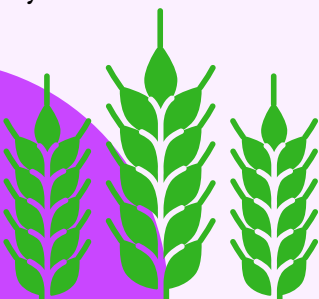
**Viral/viraali:** Sisältö, joka leviää somessa nopeasti ja laajasti (julkaisu saa paljon jakamisia, tykkäyksiä ja kommentteja).

**Influensseri (vaikuttaja):** Henkilö tai ryhmä, jolla on suuri seuraajakunta sosiaalisessa mediassa. Heidän mielipiteillään ja suosituksillaan on vaikutusta seuraajien mielipiteisiin, asenteisiin tai käyttäytymiseen.

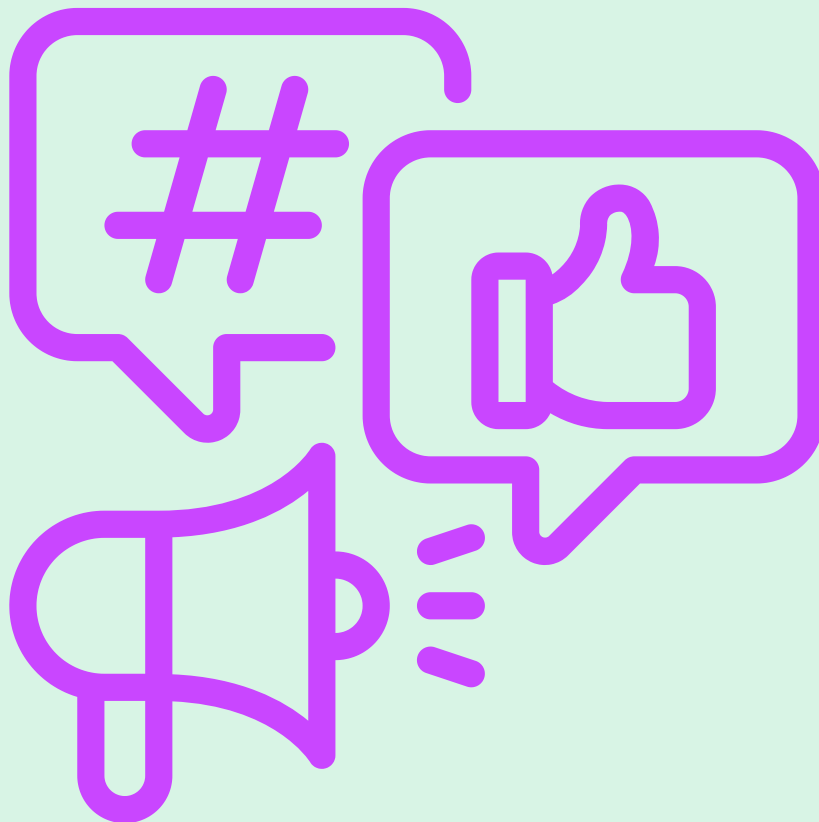
**Tägi:** Merkintä, jolla käyttäjä voi mainita tai viitata toiseen käyttäjään tai sisältöön somessa. Tägiä käytetään yleensä merkitsemällä käyttäjän nimi tai avainsana (esimerkiksi kirjoittamalla @-merkin jälkeen henkilön tai tilin nimi), jolloin kyseinen käyttäjä saa ilmoituksen maininnasta. Tägejä hyödynnetään myös sisällön näkyvyyden lisäämiseen ja liittyvän keskustelun yhdistämiseen.

**Emoji:** Kuvakkeita ja symboleja, ikään kuin ”digitaalisia ilmeitä”, joilla voidaan esittää erilaisia asioita. Käytetään tukemaan viestin tarkoitusta ja merkitystä.

**Hashtag:** Aihetunniste, joka koostuu #-merkistä ja sanasta tai sanajoukosta ilman välilyöntejä. Hashtagit ovat avainsanoja, joiden avulla yhdistetään samaan aiheeseen liittyviä postauksia. Ne helpottavat sisällön löytymistä ja organisoimista. Hashtageja voivat olla esim. #pelloltapäytään #maatalous #kotimainenruoka



# SOMEALUSTAT

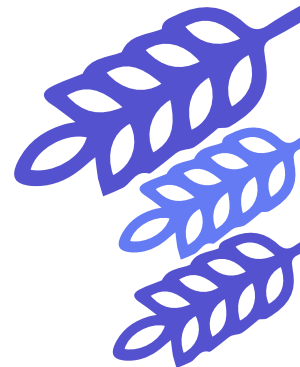


## Missä kaikkialla voit somettaa?

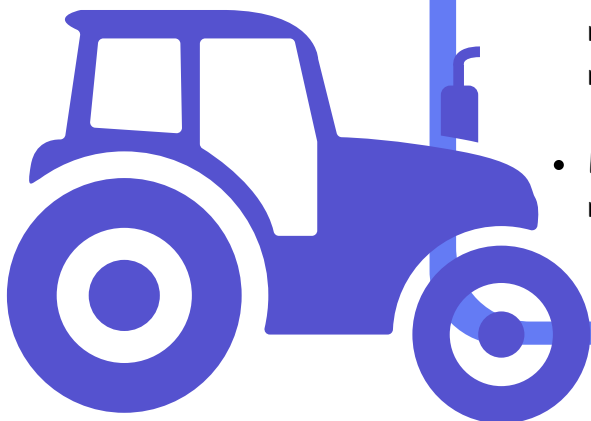
Somekanavia on useita. Paras tapa on aloittaa yhdestä tai kahdesta itselle tutusta ja mielisasta alustasta. Seuraavassa osiossa lyhyt esittely yleisimmistä somealustoista.



- Metan omistama ja ylläpitämä mainosrahoitteinen yhteisöpalvelu. Meta on yhdysvaltalainen teknologiajätti.
- **Käyttäjäkunta:** Yksi eniten käytetyistä somekanavista. Laaja käyttäjäjoukko, erityisesti varttuneemmat aikuiset.
- **Käyttäjäprofiilit:** Mahdollisuus luoda henkilökohtaisen profiilin lisäksi yritykselle oma profiili.
- **Yhteisöt:** Mahdollisuus luoda omia ryhmiä, ja liittyä ryhmiin, jotka keskittyvät tiettyihin aiheisiin tai yhteisöihin.
- **Sisältötyypit:** Mahdollisuus luoda ja jakaa tekstipäivityksiä, kuvia, videoita, tapahtumia ja suoria lähetyksiä.
- **Vuorovaikutus:** Käyttäjät voivat kommentoida, tykätä, jakaa ja keskustella sisällöistä. Facebook Messenger chat-sovellus mahdollistaa yksityisen viestien vaihdon ja puhelut.
- **Kohdennettu mainonta:** Erittäin tarkka kohdennus mainostyökaluilla mahdollistaa tavoittamaan oikean yleisön. Meta business suite -sovelluksen avulla yhdistyy mutkattomasti Facebook- ja Instagram-yritystilien markkinointi ja mainonta.
- **Tapahtumat:** Alusta tapahtumien luomiseen ja markkinointiin.



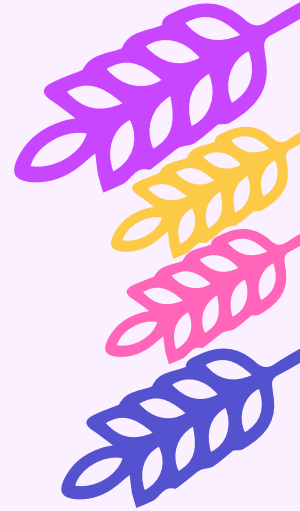
- Käyttäjäkunta painottuu vanhempiin henkilöihin
- Painotus visuaalisen ja tekstipohjaisen sisällön yhdistämisessä
- Tarjolla laajasti erilaisia ryhmiä, joihin voit liittyä! (mm. myyntiryhmät sekä ryhmät eri kiinnostuksen kohteiden mukaan)
- Hyvät mainostyökalut tarkasti kohdennettuun mainontaan!



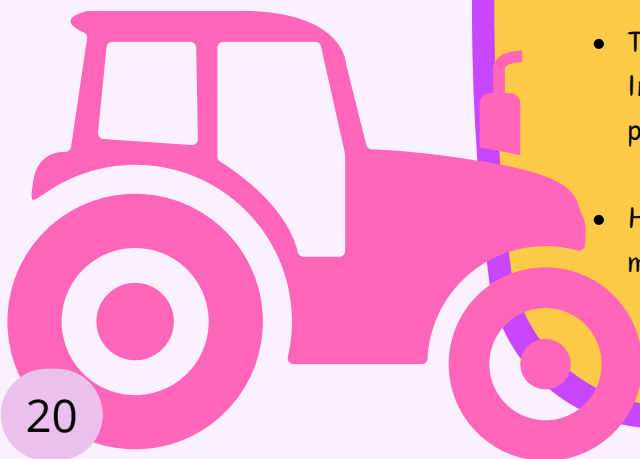
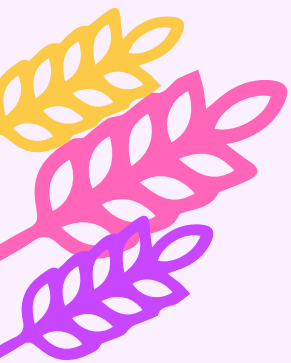
# INSTAGRAM



- Instagram on Facebookin tavoin Metan omistama ja ylläpitämä mainosrahoitteinen yhteisöpalvelu
- **Käyttäjäkunta:** Käyttäjiä kaikista ikäluokista. Suosittu erityisesti nuorten aikuisten ja visuaalisesta sisällöstä kiinnostuneiden keskuudessa.
- **Käyttäjäprofiilit:** Mahdollisuus luoda henkilökohtaisen profiilin lisäksi yritykselle oma profiili.
- **Yhteisöt:** Mahdollisuus luoda yhteisöjä seuraajien kautta ja sitouttaa yleisöä visuaalisen sisällön avulla.
- **Sisältötyypit:** Kuvat, videot, tarinat (Stories), Reelssit eli kelat sekä suorat lähetykset.
- **Vuorovaikutus:** Käyttäjät voivat tykätä, kommentoida ja jakaa sisältöä sekä lähettää yksityisviestejä. Hashtagien avulla sisältöä on helpompi löytää ja kohdentaa.
- **Kohdennettu mainonta:** Erittäin tarkka kohdennus mainostyökaluilla mahdollistaa tavoittamaan oikean yleisön. Meta business suite -sovelluksen avulla yhdistyy mutkattomasti Instagram- ja Facebook-yritystilien markkinointi ja mainonta.



- Tällä alustalla tavoitat sekä nuoremmat että vanhemmat käyttäjät!
- Painotus visuaalisessa sisällössä (lisää kuitenkin tekstiä kuvien ja videoiden tueksi!)
- Hashtagien merkitys suuri!
- Tarina-sisällöt kasvattavat suosiotaan ja Instagram tarjoaa niiden tekoon loistavat puitteet! (Instagram stories)
- Hyvät mainostyökalut tarkasti kohdennettuun mainontaan!



# INSTAGRAMIN TERMEJÄ



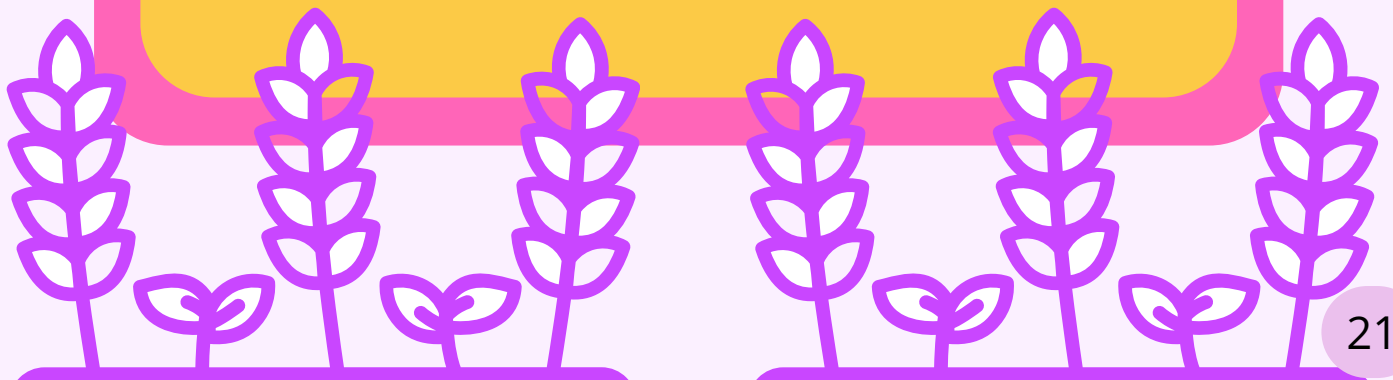
Instagram Bio: Lyhennys sanasta biography eli elämäkerta, tunnetaan myös nimellä profiiliteksti. Sijaitsee oman profiilin yläosassa ja toimii tilisi esittelytekstinä. Pituus maksimissaan 150 sanaa.

Instagram feed: Nimitys sille näkymällä, jossa näkyvät julkaisemasi kuvat ja videot. Se määrittää oman tilisi visuaalisen identiteetin, jonka myös muut näkevät. Jos feedisi on kiinnostava ja visuaalisesti näyttävä, on mahdollista herättää muiden mielenkiinto ja saavuttaa enemmän seuraajia.

Instagram stories (tarinat): Lyhyitä kuva- tai videomuodossa olevia, koko ruudulla näkyviä "tarinakortteja", jotka pysyvät profiilissasi näkyvissä 24 tunnin ajan. Tekijä pystyy muokkaamaan ja koristelemaan lyhyitä pätkiä erilaisilla filttereillä, emojiilla, gif-animaatioilla ja musiikilla. Storyt ovat pituudeltaan maksimissaan 15–60 sekuntia.

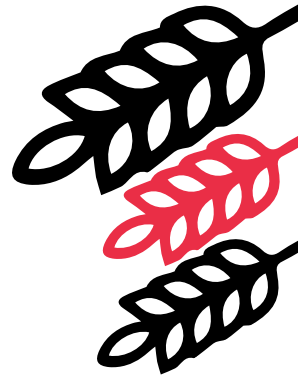
Instagram stories highlights (Tarinan kohokohdat): Ominaisuus Instagramissa, jonka avulla voit tallentaa tarinasi pysyvästi profiiliisi. Kohokohdat näkyvät julkaisujesi yläpuolella feedissä.

Instagram reels (kelat): Lyhyitä, maksimissaan 90 sekunnin pituisia, nopeatempoisia pystyvideoita. Sisällöltään usein musiikilla varustettuja viihdyttäviä, opettavaisia tai inspiroivia videopätkiä. Instagramin vastike TikTok-videoille.

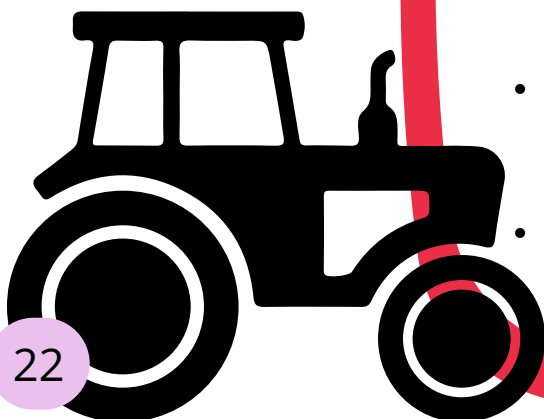
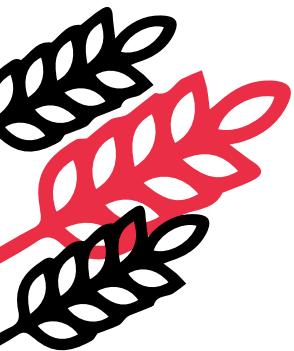




- Googlen omistama mainosrahoitteinen videopalvelu
- **Käyttäjäkunta:** Laaja ja monipuolinen käyttäjäjoukko, kaikenikäiset videosisällöstä kiinnostuneet.
- **Käyttäjäprofiilit:** Mahdollisuus luoda henkilökohtainen tai yritysprofiili. Tarjolla myös lapsille oma Youtube Kids-profiili, jossa katseltavaan sisältöön saa laitettua ikärajoitteita.
- **Yhteisöt:** Mahdollisuus tilata muiden käyttäjien kanavia ja saada muistutuksia uudesta sisällöstä.
- **Sisältötyypit:** Videot (pitkät ja lyhyet), suorat lähetykset, yhteisöpostaukset ja Shorts (lyhyet videot).
- **Vuorovaikutus:** Käyttäjät voivat kommentoida, tykätä ja jakaa videoita sekä osallistua keskusteluihin.
- **Kohdennettu mainonta:** Tarkka mainonnan kohdentaminen, mahdollisuus näyttää mainoksia tietyille kohdeyleisölle ja parantaa sisällön näkyvyyttä.
- **Kanavat:** Sisällöntuottajat voivat rakentaa oman kanavansa ja tarjota monipuolista sisältöä tilaajilleen.



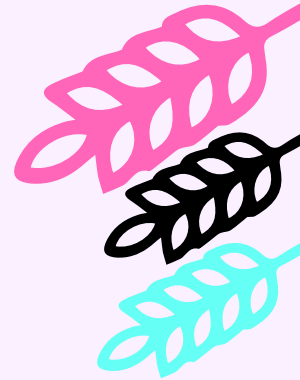
- Videoihin keskittynyt palvelu!
- Tarjolla myös maksullinen versio ilman mainoksia
- Mainiot hakukoneominaisuudet! (Helppo hakea ja löytää sisältöä, esimerkiksi ohjevideoita). Googlen ohella yksi suosituimmista hakukoneista.
- Voit luoda videoista oman soittolistan, jossa sinulle tärkeät videot löytyvät helposti
- Tässä sovelluksessa tieto ja huii yhdistyvät!



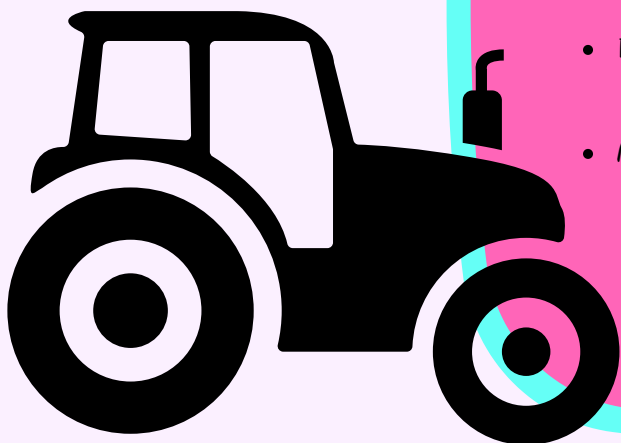




- Kiinalaisomisteinen lyhytvideoiden jakamiseen tarkoitettu sosiaalisen median alusta
- **Käyttäjäkunta:** Nopeasti kasvava käyttäjäkunta eri ikäryhmissä. Suosittu erityisesti nuorten keskuudessa.
- **Käyttäjäprofiilit:** Mahdollisuus luoda henkilökohtaisen tilin lisäksi (julkinen tai yksityinen) myös yritystili.
- **Yhteisöt:** Käyttäjät voivat kasvattaa seuraajien määrää luovien ja viihdyttävien videoiden avulla.
- **Sisältötyypit:** Lyhyet videot (15 sekunnista muutamaan minuuttiin), suorat live-lähetykset. Monipuoliset työkalut videon muokkaamiseen.
- **Vuorovaikutus:** Käyttäjät voivat tykätä, kommentoida, jakaa ja reagoida videoihin tykkäyksin tai esimerkiksi omilla vastavideoillaan (duetointi).
- **Kohdennettu mainonta:** Mahdollisuus tarkkaan ja kohdennettuun mainontaan, joka tavoittaa kohdeyleisöjä tehokkaasti.
- **Näkyvyyden lisääminen:** Erilaisten haasteiden ja “trendaavien” sisältöjen avulla käyttäjät voivat kasvattaa näkyvyyttään alustalla.



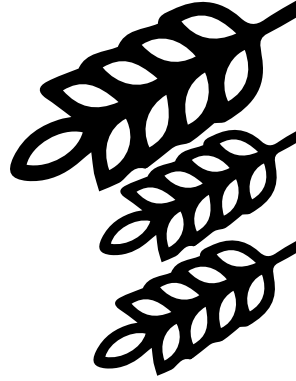
- TikTokissa tavoitat nuoret!
- Sisältö videomuodossa (pystyvideot)
- Paljon nopeatempoista ja viihdyttävää sisältöä
- Eri trendit ja haasteet ovat vahvassa osassa
- Monipuoliset muokkaustyökalut videoille!



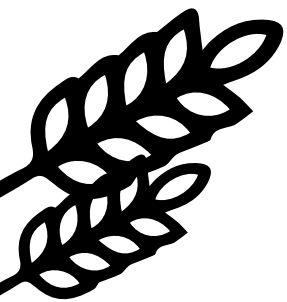
# X



- Yhdysvaltalainen yhteisö- ja mikrobloginpalvelu (entinen Twitter)
- **Käyttäjäkunta:** Suosittu ajankohtaisista asioista, uutisista ja keskustelusta kiinnostuneiden keskuudessa.
- **Käyttäjäprofiilit:** Käyttäjät voivat luoda joko henkilökohtaisen profiilin tai yritysprofiilin
- **Yhteisöt:** Mahdollisuus verkostoitua ja osallistua keskusteluihin ajankohtaisista aiheista ja teemoista.
- **Sisältötyypit:** Lyhyet tekstit eli twiitit (280 merkkiä), jotka voivat sisältää tekstiä, kuvia, videoita ja linkkejä.
- **Vuorovaikutus:** Käyttäjät voivat seurata muita käyttäjiä ja lukea heidän twiittejään. Sovelluksessa voi myös tykätä, kommentoida, uudelleen twiitata ja vastata toisten käyttäjien twiitteihin.
- **Kohdennettu mainonta:** Mahdollisuus kohdentaa mainontaa tarkasti tietyille yleisölle ja saada näkyvyyttä ajankohtaisille kampanjoille.
- **Ajankohtaiset puheenaiheet:** Hashtagit ja suositut puheenaiheet -ominaisuus yhdistävät käyttäjät keskusteluihin sekä reaaliaikaisiin, juuri nyt puhuttaviin aiheisiin.



- Sisältönä ajankohtaiset aiheet, jotka puhuttavat juuri nyt! (Reaaliaikainen uutisointi ja keskustelu)
- Hashtagit tärkeitä! (Niiden avulla on helppoa löytää ajankohtaista sisältöä ja osallistua keskusteluihin)
- Viestien ketjutus helppoa pidempien tarinoiden ja aiheen syventämiseksi
- Puheenaihesuosituks-sovelluksessa näet aina päivän polttavimmat puheenaiheet!



# WHATSAPP

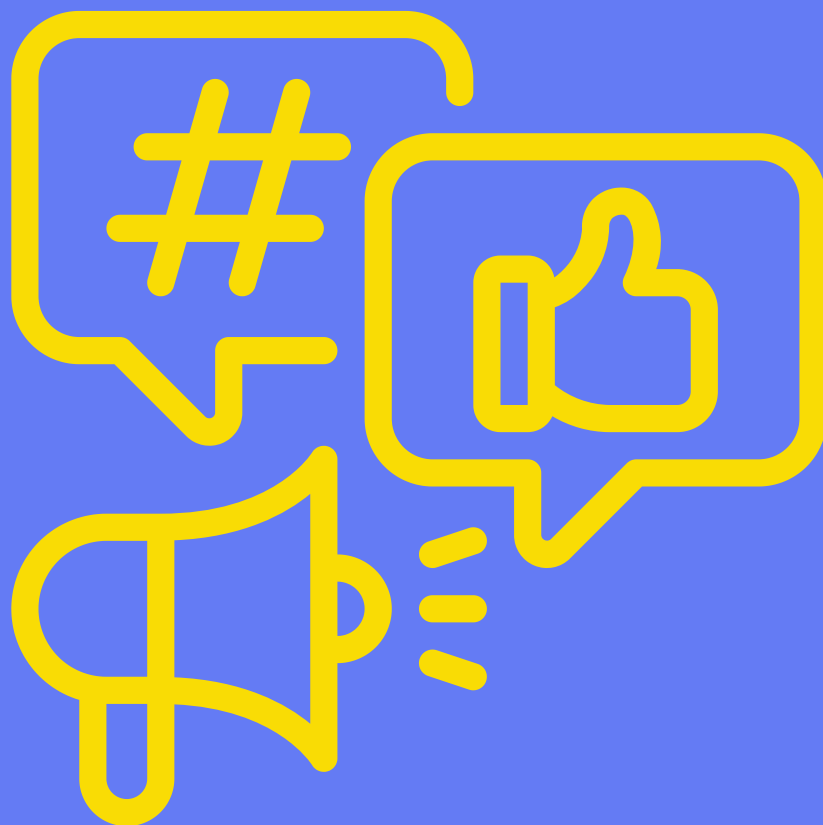


- Metan omistama pikaviestisovellus ja sosiaalisen median kanava
- **Käyttäjäkunta:** Laajasti käytössä eri ikäryhmissä. Erityisen suosittu helppoa viestintää arvostavien keskuudessa.
- **Käyttäjäprofiilit:** Voit luoda henkilökohtaisen tai yritysprofiilin. Yrityksille tarkoitetun WhatsApp Business -sovelluksen avulla yritykset voivat viestiä nopeasti ja helposti asiakkaiden kanssa.
- **Yhteisöt:** Mahdollisuus luoda ryhmiä sekä yhteisöjä, joissa ryhmään liittyneet käyttäjät voivat keskustella ja jakaa sisältöä reaaliajassa.
- **Sisältötyypit:** Tekstiviestit, ääniviestit, kuvat, videot, asiakirjat, sijainnin jakaminen ja tilapäivitykset.
- **Tapatumien hallinta:** Soveltuu tapahtumien koordinointiin ja reaaliaikaiseen viestintään ryhmien ja yksilöiden välillä.
- **End-to-end -salauks:** Viestit ovat suojattuja päästä päähän -salauksella.

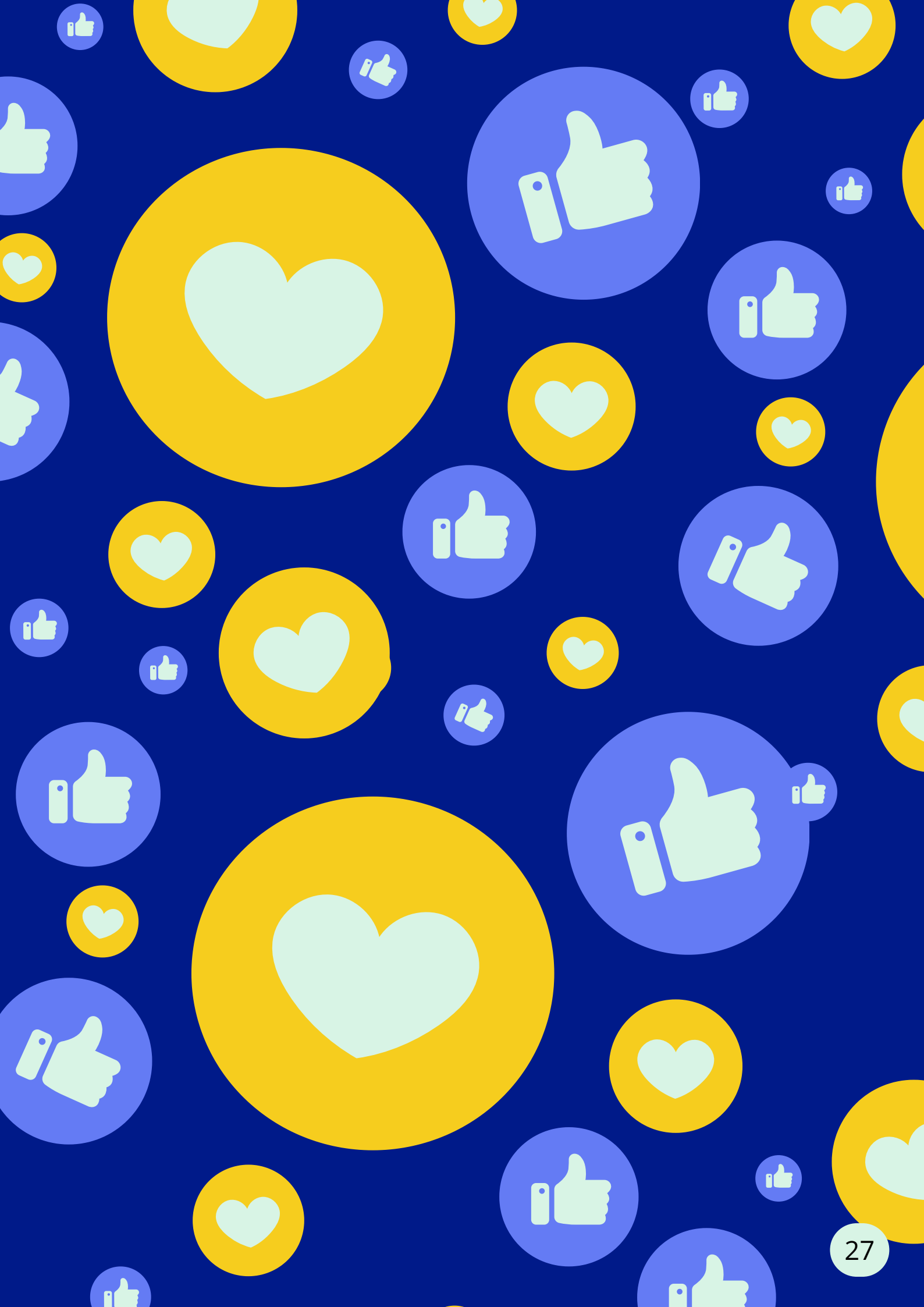
- Helppoa, nopeaa ja monipuolista viestintää!
- Yksinkertainen käyttää!
- Helpottaa yhteydenpitoa eri yhteisöjen välillä; mahdollisuus luoda keskusteluryhmiä (esimerkiksi työntekijöille, yhteistyökumppaneille tai asiakkaille)
- Sovellusta voi käyttää puhelimesta ja tietokoneesta samanaikaisesti
- Tilapäivitykset mahdollistavat käyttäjilleen tarinoiden kaltaisia päivityksiä, jotka ovat näkyvissä 24 tuntia
- WhatsApp Business yrityskäyttäjille!



# SOMETURVALLISUUS



Vaikka sosiaalinen media tarjoaa paljon huvia ja hyötyä, on sillä myös omat varjopuolensa. Sosiaalisen median turvallisuusriskien ja haittapuolien tunnistaminen edesauttaa saavuttamaan positiivisen somekokemuksen.





# SOMEN TIETOTURVA

## MITEN SOMEA KÄYTETÄÄN TURVALLISESTI?



### **Maalaisjärjellä ja muutamalla muistisäännöllä pärjää jo pitkälle turvallisessa somen käytössä.**

Sosiaalisesta mediasta on tullut iso osa jokapäiväistä elämäämme. Somen avulla on helppoa pitää ihmisiin yhteyttä tai jakaa pätkiä elämästään kuvien tai julkaisujen muodossa. Somen suosion kasvaessa kasvaa myös ikävien huijaus- ja hakkerointiyritysten määrä. Henkilö- tai yrityskohtainen sosiaalisen median käyttäjätili onkin suojattava hyvin, jotta se ei joudu hakkerin kynsiin. Hakkeroidun tilin hankkiminen takaisin käyttöön on usein jopa mahdotonta, siksi sosiaalisen median tietoturvaan liittyvien riskitekijöiden tunnistaminen ja niiltä suojautuminen on tärkeää.

Usein tulee kiinnitettyä enemmän huomiota käyttäjätilien ja niihin liittyvien palvelujen helppokäyttöisyyteen kuin niiden turvallisuuteen. Tilien ja tileillä olevien tietojen menettämisestä voi kuitenkin aiheutua merkittävästi haittaa, kiusallisia tilanteita tai kuluja. Käyttäjätilin suojaaminen ei ole vaikeaa, sillä jo muutamalla yksinkertaisella keinolla somettamisesta tulee turvallisempaa. Kun varautuu ennakkoon hyvin, välttyy monelta harmilta jatkossa.

Älä jaa tunnuksiasi kenellekään tai klikkaile epäilyttäviä linkkejä auki!

Epäilyttävät käyttäjätilit tai postaukset kannattaa ilmiantaa alustan valikosta!



## Someturvallisuuden muistilista



- ✓ Suojaa kaikki käyttämäsi tilit (sähköposti mukaan lukien)
- ✓ Käytä vahvaa ja uniikkia salasanaa jokaisen sosiaalisen median alustaan/palveluun
- ✓ Päivitä salasanat säännöllisesti
- ✓ Varmista, että käyttäjätiliin liitetyt yhteystiedot ovat edelleen käytössäsi
- ✓ Tarkista käyttäjätilisi yksityisyysasetukset ja tee haluamasi muutokset
- ✓ Ota käyttöön kaksivaiheinen tunnistautuminen (tallenna varakoodit varmaan paikkaan!)
- ✓ Seuraa kirjautumisyhteyksiä tileillesi
- ✓ Päivitä sovellukset, ohjelmistot ja selaimet aina, kun uusia päivityksiä on saatavilla
- ✓ Ole tarkkana käyttäessäsi julkista WIFI-verkkoa (kaikki yhteydet eivät välttämättä ole turvallisia)
- ✓ Poista vanhat käyttäjätilit, joita et enää käytä
- ✓ Älä jaa somessa arkaluontoista tietoa/materiaalia missään muodossa (esim. henkilötietoja, kotiavainten kuvia, valvontakamerakuvaa tai tietoa lomamatkojen ajankohdista)
- ✓ Älä klikkaile tuntemattomien lähettäjien lähettämiä linkkejä
- ✓ Varo muiden tilien profiilivarkauksia (tuttavasi tili voi olla kaapattu, suhtaudu varauksella saapuviin viesteihin ja kaveripyyntöihin, varmista, että kyseessä on oikea henkilö)





# KAKSIVAIHEINEN TUNNISTAUTUMINEN



SINUN JA SOMETILISI TURVAKSI

Kaksivaiheisen tunnistautumisen voit ottaa käyttöön kunkin sosiaalisen median palvelun asetuksissa.

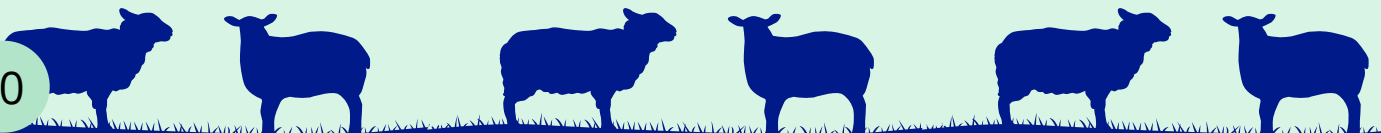
Muista tallentaa varakoodit tietoturvalliseen paikkaan itsellesi, kuitenkin niin, että löydät ne helposti tarpeen vaatiessa.

## **Kaksivaiheinen tunnistautuminen tuo sosiaalisen median käyttöön lisäturvaa.**

Perinteinen käyttäjätunnus ja salasana -yhdistelmä kirjautumisessa ei välttämättä ole se kaikkein turvallisin keino. Käyttäjätunnuksen ja salasanan lisäksi käytössä tulisi olla aina joku toinen tunnistautumistapa, jotta käyttäjätili pysyy turvassa. Sosiaalisen median tilit onkin suotavaa turvata kaksivaiheisen tunnistautumisen avulla.

Kaksivaiheinen tunnistautuminen on turvallisuusmenetelmä, joka vaatii kaksi erillistä tunnistautumiskeinoa sisäänkirjautumiseen. Se on keino, jolla henkilön identiteetti varmistetaan kahta tai useampaan tunnistautumistapaa käyttämällä, ja se on yksi parhaista tavoista suojata käyttäjätili verkkorikollisilta. Kaksivaiheinen tunnistautuminen tuo sisäänkirjautumiseen yhden ylimääräisen vaiheen: käyttäjätunnuksen ja salasanan lisäksi saat koodin valitsemaasi laitteeseen valitsemallasi tavalla, esimerkiksi tekstiviestillä puhelimeesi, jolla vahvistetaan, että se olet juuri sinä, joka on kirjautumassa käyttäjätilillesi.

Kaksivaiheiseen tunnistautumiseen on olemassa useita erilaisia suojausmenetelmiä ja monissa palveluissa onkin mahdollista ottaa useampi kuin yksi keino käyttöön. Muutamia yleisiä keinoja ovat tunnistautumissovellus, tekstiviesti, suojausavain sekä palautuskoodit. Ensisijaisen tunnistusmenetelmän lisäksi on hyvä ottaa varavaihtoehdoksi varakoodit, jotka kannattaa tallettaa varmaan paikkaan, jos tunnistautumisen apuna käytetty laite katoaa tai menee rikki.





# HUIJAUSYRITYSTEN TUNNISTAMINEN



Tietojen kalasteluun käytetään erilaisia tekniikoita, joita ovat esimerkiksi väärennettyjen sähköpostien lähettäminen, valesivustojen luominen, sosiaalisen median huijausyritykset ja haitalliset linkit. Tavoitteena on saada käyttäjä antamaan arkaluonteisia tietojaan tietämättään. Jos et ole varma, onko jokin turvallista, kysy rohkeasti apua kokeneemmalta somekonkarilta.

## Tunnista huijausyritykset



Tarjoukset, jotka ovat liian hyviä ollakseen totta. Uskomattoman halvat tuotteet, arpajaispalkinnot arvonnassa, johon et ole osallistunut.



Kirjoitus- ja kielioppivirheet tekstissä. Paljon virheitä sisältävä teksti/viesti voi paljastaa huijausyrityksen.



Kiireelliset pyynnöt. Muista tarkistaa aina rauhassa viestin lähettäjän taustatiedot.

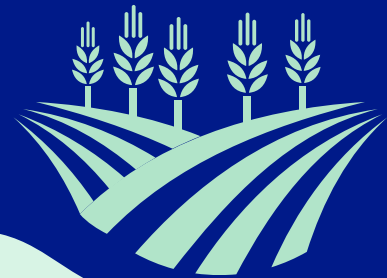


Henkilötietojen tai maksun pyytäminen. Kukaan ei pyydä salasanoja tai pankkitietoja sosiaalisen median välityksellä.



Tuntemattomat viestin lähettäjät. Noudata aina varovaisuutta viestien kanssa, joiden lähettäjänä on sinulle tuntematon ihminen. Älä avaa viestien mukana olevia linkkejä.

# DISINFORMAATION TUNNISTAMINEN



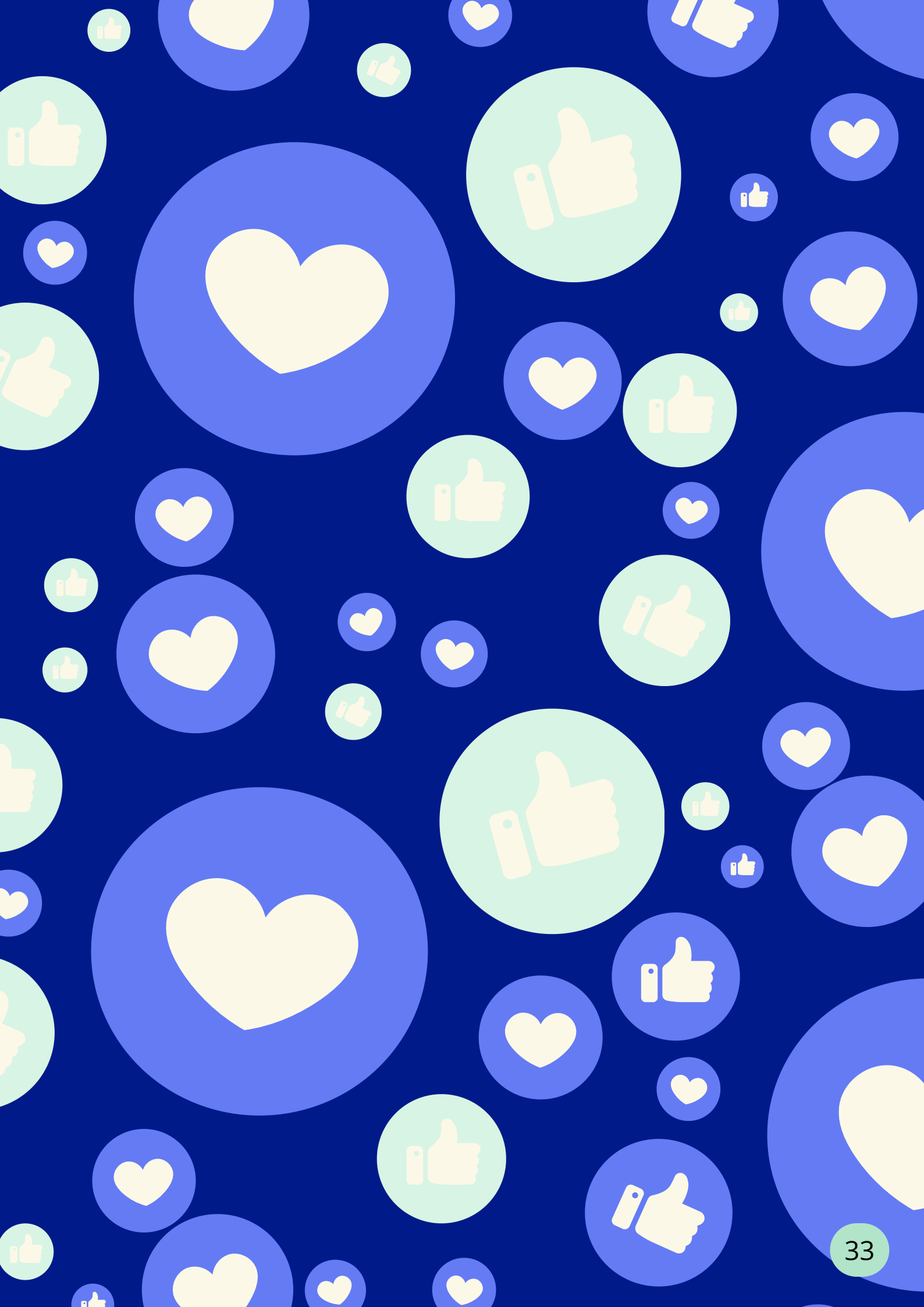
Somealustoja käytetään valitettavan paljon myös harhaanjohtavan tiedon eli disinformaation levittämiseen. Disinformaatio on tietoisesti levitettyä, väärää ja valheellista tietoa, jonka tarkoituksena on luoda voimakas tunnereaktio ihmisissä. Motiivit disinformaation levittämisen taustalla ovat moninaisia, mutta sen avulla pyritään yleisimmin aiheuttamaan haittaa tai vahinkoa.

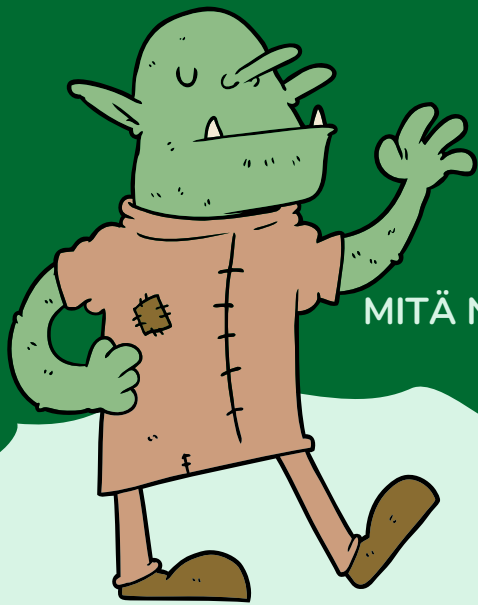
Somealustoilla disinformaation ilmenemismuotoja ovat esimerkiksi kaikenlaiset valeuutiset, väärennetyt huijaussivustot ja kuvamanipulaatiot. Medialukutaito, faktantarkistus ja lähdekritiikki ovat tehokkaimmat tavat taistella disinformaation leviämistä vastaan. Somealustoilla haitallista tietoa pystyy kitkemään muun muassa ilmiantamalla harhaanjohtavaa sisältöä. Älä edelleen jaa sisältöä somessa, ennen kuin olet varmistanut sen oikeellisuuden. Muista myös päivittää alati mediataitojasi ja ennaltaehkäise huijatuksi joutumista.

## Tunnista disinformaatio:

- Lue pelkkää otsikkoa pidemmälle. Monesti huijaussisällön otsikko on liian dramatisoitu ja ylilyövä.
- Tarkista lähteet. Onko sisällön julkaissut uskottava tiedonlähde? Tarkista, löydätkö muita lähteitä tukemaan tiedon oikeellisuutta.
- Mieti, onko tarina uskottava. Kuulostaako se esimerkiksi liian hyvältä ollakseen totta?
- Tarkista julkaisuajankohta. Tarkista, löytyykö muualta ajankohtaista tietoa aiheesta.
- Mieti uutisen taustalla vaikuttavia motiiveja. Arvioi tietoa kriittisesti, jos tiedon jakavalla taholla on jokin vahva motiivi taustallaan. Hyötyykö joku jaettavasta tiedosta epäilyttävän paljon?
- Käännä luotettavien lähteiden puoleen. Tutustu netissä faktantarkistajien sivustoihin.
- Varo kuvamanipulaatioita. Kuvamanipulaatiotyökalujen kehittyessä ei kaikkiin kuviin voi luottaa.







# TROLLIT

MITÄ NE OVAT JA MITEN NE TUNNISTETAAN?

## Somessa on mahdotonta olla törmäämättä trolleihin ja trollaamiseen.

Trollit ovat huonokäyttöisiä ja provosoivia somen käyttäjiä, jotka eivät esiinny omalla nimellään tai kuvallaan. Trollit toimivat anonyymiteetin eli nimettömyyden suojista, jolloin mauttomuuksien heitot ja provosointi eli trollaus on helpompaa. Trollit pyrkivät herättämään huomiota käytöksellään ja kalastelevat muiden käyttäjien reaktioita eli provosoivat. Tällaisen käytöksen motiivina on yleensä ihmisten tuhtumuksesta saatu hupi tai tunne omasta paremmuudesta. Trollien häiriköivän käytöksen motiivina voivat olla myös valtiollisen tai poliittisen propagandan levittäminen sekä pelon lietsonta. Trollauksen uhriksi joutunut kokee usein mielipahaa, pelkoa, surua ja ahdistusta.

Kuka tahansa voi joutua trollatuksi. Trollausta voikin olla vaikea tunnistaa ja trollatuksi voi joutua myös tietämättään. Trollit toimivat usein tekaistujen valetilien/profiilien kautta. Profiilin rakenteluun on saatettu käyttää kovastikin aikaa ja vaivaa, jolloin niiden tunnistaminen vaikeutuu. Trolliprofiilin tunnistaminen voi monesti vaatiakin hieman salapoliisityötä, mutta ajan myötä silmä harjaantuu niiden tunnistamiseen.

Ennen kuin osallistut keskusteluun, varmista ettet keskustele trollin kanssa!

### Trollitilin tuntomerkkejä

- Nimi kuulostaa keksityltä
- Profiili on melko uusi
- Profiililla vähän julkaisuja, epäsäännöllistä (esim. useita julkaisuja samana päivänä)
- Profiilikuva ei ole henkilokuva (avatar eli itsestä ohjelmalla luotu näköishahmo, symboli, kuvituskuva jne.)
- Tili pommittaa samoilla kommentteilla useita keskusteluita
- Kaverilistalta löytyy epäilyttäviä profiileita
- Profiilissa ei näy mitään henkilökohtaisia tietoja

Trolli saa hupia ja nostaa omaa egoaan aiheuttamalla toisille mielipahaa.

Trollaus onnistuu yleensä parhaiten silloin, kun kohde ei tiedä olevansa sen uhri!


### Miten toimin, jos kohtaan somessa trollin?

- Trolli rakastaa huomiota, mikä tahansa huomio toimii trollille palkkiona. Onkin tärkeää muistaa, ettei ruoki trollia huomiolla. Tehokkain keino onkin jättää ne huomioimatta.
- Kehitä omaa medialukutaitoasi, jotta tunnistat aidon trollin. Seuraa valtavirtojen julkaisujen keskusteluita (uutismediat), joissa trollit viihtyvät. Opit nopeasti löytämään nämä pahanilman linnut.
- Älä osallistu keskusteluun trollin kanssa.
- Muilla sivustoilla havaitut epäilyttävät valetilit voi ilmiantaa sivustojen ylläpitäjille.
- Mikäli trolli häiriköi omilla sivuillasi, voit helposti estää tällaisen valetilin, jolloin kyseisen trollin julkaisut katoavat uutisvirrastasi.

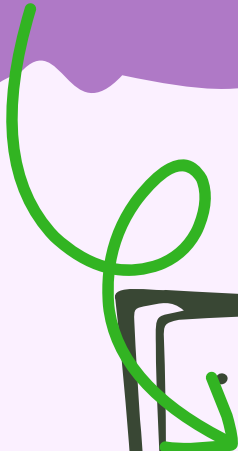


# SOMESSA KÄYTTÄYTYMINEN

MUISTAA PITÄÄ ETIKETTI MYÖS SOMESSA



Perustuslain mukaan sananvapaus, eli oikeus ilmaista julkisesti mielipiteitään, koskee jokaista. On hyvä punnita, miten ilmaisee mielipiteensä. Terveellä järjellä ja hyvillä tavoilla pärjää pitkälle.

- 
- Puhu kunnioittavasti kollegoista: Älä loukkaa ketään, keskustele niin kuin keskustelisit kasvokkain
  - Muista etiketti myös verkossa/somessa: Käyttäydy hyvin ja ole reilu muita kohtaa
  - Seiso sanojesi takana: Puhu totta ja jaa paikkaansa pitävää tietoa
  - Ole sanasi mittainen: Jos lupaat jotain, pidä lupauksesi
  - Ole aktiivinen: Tykkää ja jaa sisältöjä, osallistu keskusteluihin
  - Kunnioita toisten mielipiteitä ja varo provosoitumasta: Pidä keskustelu rakentavana
  - Ota aikaa keskustelulle: Älä provosoidu, tarjoa lisätietoa ja jatka keskustelua hetken ajan
  - Myönnä virheesi: Jos teet itse virheen, korjaa se ja pahoittele



# MITÄ ON SOMEHÄIRINTÄ?

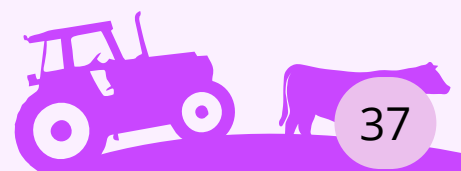
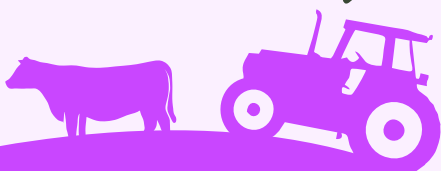


Opi tunnistamaan häirintä ja reagoi siihen ajoissa, niin välttyt monelta harmilta.

Viestintä sosiaalisessa mediassa tarjoaa hyvän väylän saavuttaa enemmän ihmisiä ja saada laajempaa näkyvyyttä. Someen ja sen ympäristöön yhdistyy kuitenkin monien positiivisten piirteiden lisäksi myös negatiivisia ilmiöitä. Kun tiedostaa somen varjopuolet, on helpompi ehkäistä ja vähentää somen mahdollisia haittoja.

## Sosiaalisessa mediassa tapahtuvaa häirintää ovat esimerkiksi:

- Uhkaavat viestit
- Loukkaavat ja solvaavat kommentit
- Valeprofiilit ja identiteettivarkaudet
- Henkilökohtaisten tietojen levittäminen ilman lupaa
- Valheellisten tietojen levittäminen
- Vihapuhe ja syrjivät kommentit
- Toistuva ja häiritsevä viestittely
- Seksuaalinen häirintä



# MITÄ TEHDÄ, JOS KOHTAA HÄIRINTÄÄ SOMESSA?

- Tallenna todisteet: Ota kuvakaappauksia viesteistä, kommenteista tai muista häirinnän muodoista.
- Ilmianna käyttäjä: Useimmat sosiaalisen median alustat tarjoavat mahdollisuuden ilmoittaa häiritsevistä käyttäytymisestä.
- Estä käyttäjä: Estämällä rajoitat häiritsijän pääsyä profiiliisi.
- Muokkaa yksityisasetuksiasi: Tällä voit ennaltaehkäistä jatkossa tapahtuvaa häirintää.
- Tee rikosilmoitus: Vakavissa tapauksissa on tärkeää tehdä rikosilmoitus poliisille. Poliisi arvioi, onko tapauksessa syytä epäillä rikosta.
- Hae lähestymiskieltoa: Jos häirintä on jatkuvaa ja uhkaavaa, voit hakea käräjäoikeudelta lähestymiskieltoa

# LÄHTEET



Viestintä ja vuorovaikutus. Mitä on viestintä ja vuorovaikutus?

<https://viestintajavuorovaikutus.wordpress.com/contact/>

Folcan. (2019). Sosiaalisen median strategia.

<https://folcan.fi/sosiaalisen-median-strategia-opas-tulokselliseen-somettamiseen/>

Medita. (2023). Näin rakennat helppokäyttöisen sosiaalisen median julkaisukalenterin.

<https://medita.fi/miten-rakennetaan-sosiaalisen-median-julkaisukalenteri/>

TTVK. Tekijänoikeus.

<https://ttvk.fi/tekijanoikeus>

Media-assari. Kuinka käytät hashtageja?

<https://media-assari.fi/kuinka-kaytat-hashtageja/>

F-Secure. Mikä on kaksivaiheinen tunnistautuminen (2FA)?

<https://www.f-secure.com/fi/articles/what-is-two-factor-authentication>

F-Secure. Mitä on disinformaatio ja misinformaatio?

<https://www.f-secure.com/fi/articles/what-is-disinformation>

Sisältösekaannuksen selviytymisopas. Trollaus – verkkohäiriköt hämmentävät tahallaan.

<https://sisaltosekaannus.fi/sisaltosekaannuksen-selviytymisopas/trolli-hairikoi-naamioimalla-toimintansa/>



## Somettajan muistilista:

- Aloita ensin yhdestä somekanavasta ja harjoittele se hyvin
- Kun perustat käyttäjätilin, muokkaa yksityisyysasetukset mieluisiksi ja ota kaksivaiheinen tunnistautuminen käyttöön
- Opi tunnistamaan disinformaatio, huijausyritykset ja trollit
- Osallistu aktiivisesti keskusteluihin, mutta älä provosoidu
- Muista pitää etiketti myös somessa
- Suunnittele sisältöä ja tee somekalenteri
- Muista huomioida tekijänoikeudet luomassasi sisällössä
- Panosta kuvien ja videoiden laatuun
- Tee omanlaistasi sisältöä, älä pelkää näyttää persoonaasi!



Satakunta MTK

**MUUTOSVOIMAA  
TULEVAAN**



Euroopan maaseudun  
kehittämisen maatalousrahasto:  
Eurooppa investoi maaseutualueisiin