

Matkailu ja luonnonsuojelu voidaan yhteensovittaa.



Tutkitun tiedon teemavuosi
2021



LUONTOA MATKIVA PINNOITE

TEKEE AKUISTA KESTÄVÄMPIÄ.

Tyypin 1 diabeteksen ilmaantuvuus on laskenut suomalaislapsilla.



Äitiyspakkaus on levinnyt jo 60 maahan.



Tutkitun tiedon teemavuosi
2021

LAULETTU MUSIIKKI

EDISTÄÄ AIVOVERENKIERTOHÄIRIÖISTÄ TOIPUMISTA.



Tutkitun tiedon teemavuosi
2021

ÄLYVAATE
AUTTAA PUHEVAMMAISIA KOMMUNIKOIMAAN.



Tutkitun tiedon teemavuosi 2021

Tutkitun tiedon teemavuosi oli verkostomainen hanke, jonka taustalla oli Kansallinen tutkimuksen, kehittämisen ja innovaatioiden tiekartta.

Vuoden tavoitteena oli tehdä tutkitusta tiedosta entistä näkyvämpää ja saavutettavampaa sekä tiivistää tutkitun tiedon parissa toimivien yhteistyötä.

Teemavuoden järjestivät opetus- ja kulttuuriministeriö, Suomen Akatemia ja Tieteellisten seurain valtuuskunta.

Tutkitun tiedon
teemavuosi

2021



Tutkitun tiedon teemavuosi 2021

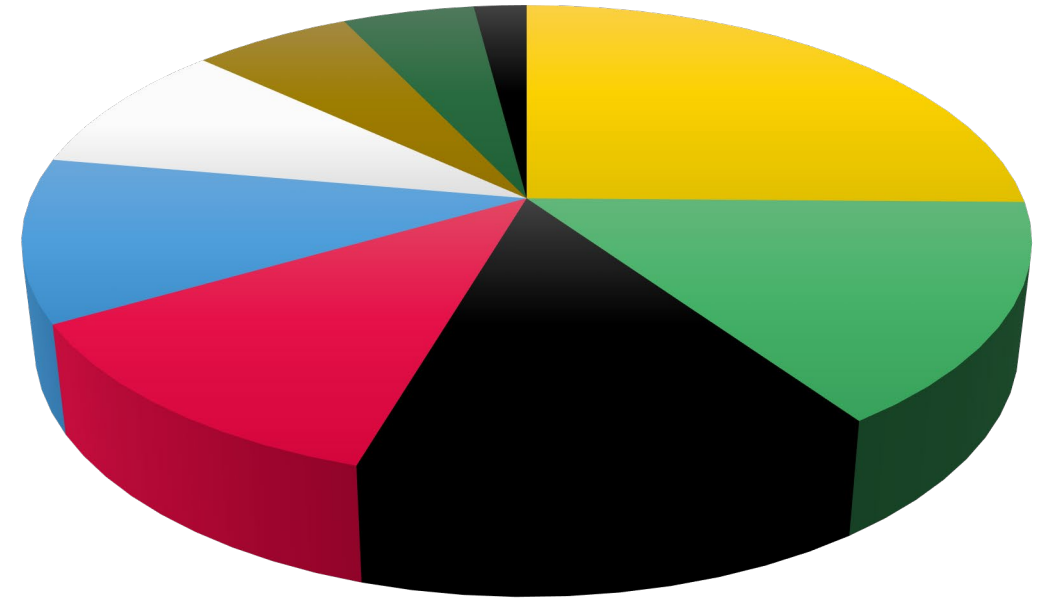
- Tutkitun tiedon teemavuonna tutkitun tiedon tunnettuutta edistävät tapahtumat ja teot koordinoitiin ensimmäistä kertaa Suomessa kansalliseksi kokonaisuudeksi.
- Vuoden kohderyhmänä olivat kaikki kansalaiset, päättäjät ja elinkeinoelämä. Erityisenä kohderyhmänä olivat lapset ja nuoret, joiden toivottiin saavan teemavuodesta luovuutta, innostusta ja uskoa tulevaisuuteen.
- Keskeinen toimija teemavuoden kehittämisessä, toteutuksessa ja viestinnässä oli **52** toimijan verkosto, joka käsitti koulutus-, tutkimus- ja kulttuurialan organisaatioita ja kattojärjestöjä sekä kaikki ministeriöt.

Tutkitun tiedon teemavuoden ohjelma

- Vuoden ohjelmassa oli **438** tutkitun tiedon tunnettuutta edistävää tapahtumaa ja tekoa, joita toteutti **382** kotimaista toimijaa yksin tai yhteistyössä.
- Ohjelma rakentui vakiintuneista toimista tutkitun tiedon tunnettuuden edistämiseksi sekä uusista avauksista ja yhteistyökumppanuuksista, jotka olivat syntyneet teemavuoden myötä.
- Tapahtumia järjesti monipuolinen joukko toimijoita yliopistoista ja ammattikorkeakouluista järjestöihin, valtionhallinnosta ja tutkimuslaitoksista kulttuurialan organisaatioihin, kuten museoihin ja tiedekeskuksiin.

Tutkitun tiedon teemavuoden ohjelma

25 % tapahtumista ja teoista oli monialaisia ja eri tieteenaloja yhdistäviä. Yksittäisistä tieteenaloista nousivat esille erityisesti **ympäristöön**, **terveyteen** ja **yhteiskuntaan** liittyvät aiheet.



- Monialaiset tapahtumat ja teot: 25 %
- Luonnontieteet ja ympäristö: 14 %
- Koulutus ja kasvatus: 11 %
- Teknologia ja talous: 6 %
- Uskonto ja filosofia: 2 %
- Terveys, liikunta ja ravitsemus: 15 %
- Yhteiskunta ja politiikka: 13 %
- Historia: 9 %
- Taide ja kulttuuri: 5 %

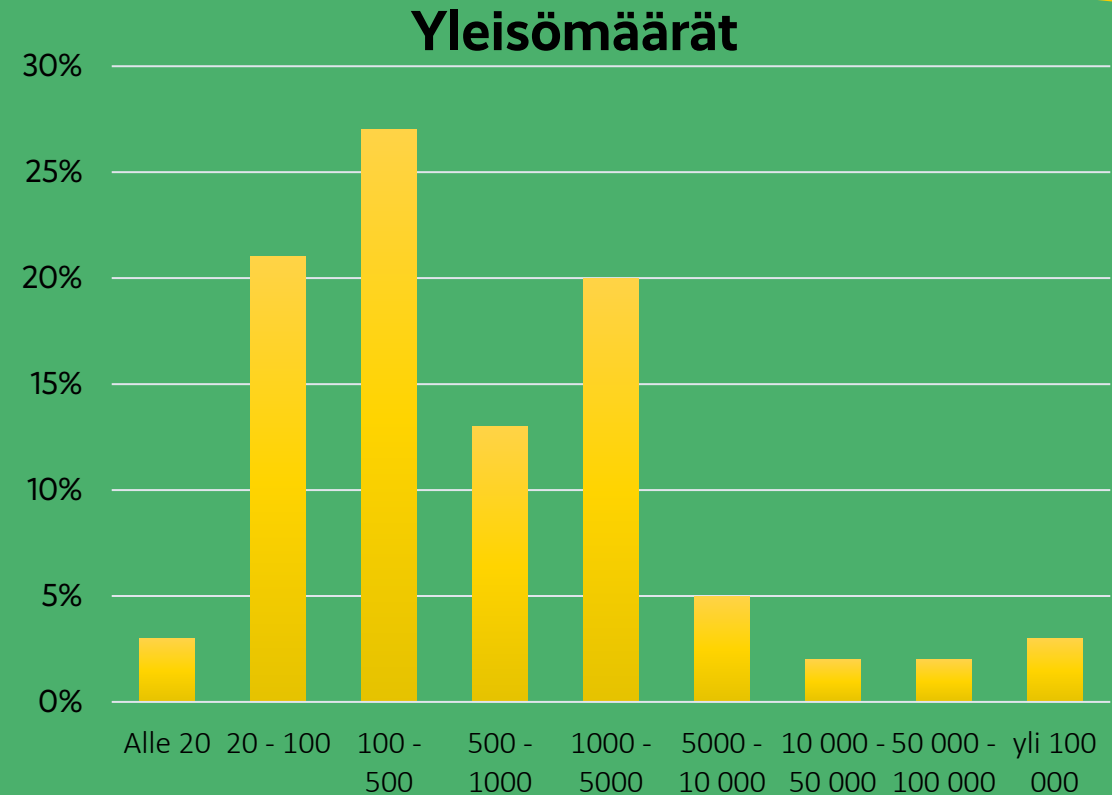
Tutkitun tiedon teemavuoden ohjelma

- Tapahtumista ja teoista **96 %** oli seurattavissa verkon välityksellä.
- Niistä **88 %** oli kokonaan maksuttomia.
- **90 %** oli osittain tai kokonaan suomenkielisinä. **34 %**:ssa kielenä oli englanti, **15 %**:ssa ruotsi. Saamen osuus oli **0,6 %** ja muiden kielten **3 %**.



Tapahtumien ja tekojen yleisöt

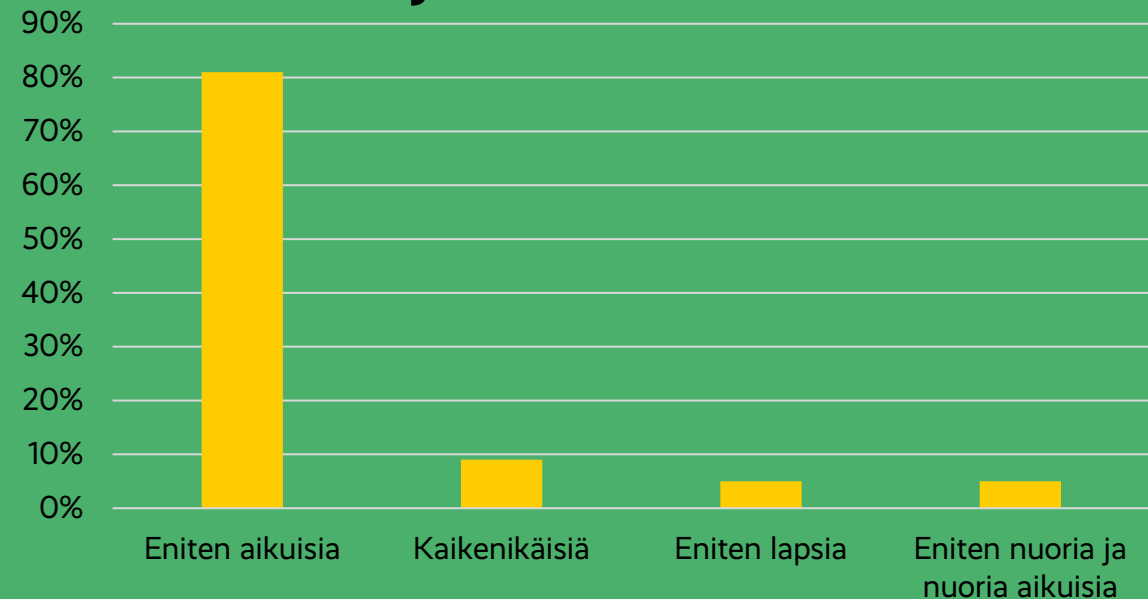
- Eniten oli **100–500** henkeä tavoittaneita tapahtumia. **11** tapahtumaa tai tekoa tavoitti yli **100 000** henkeä.
- **63 %** tapahtumista ja teoista tavoitti uusia yleisöjä.
- Uusia yleisöjä tavoitettiin erityisesti ammatillisten sidosryhmien, aiheesta kiinnostuneiden sekä opiskelijoiden ja koululaisten keskuudesta.



Tapahtumien ja tekojen yleisöt

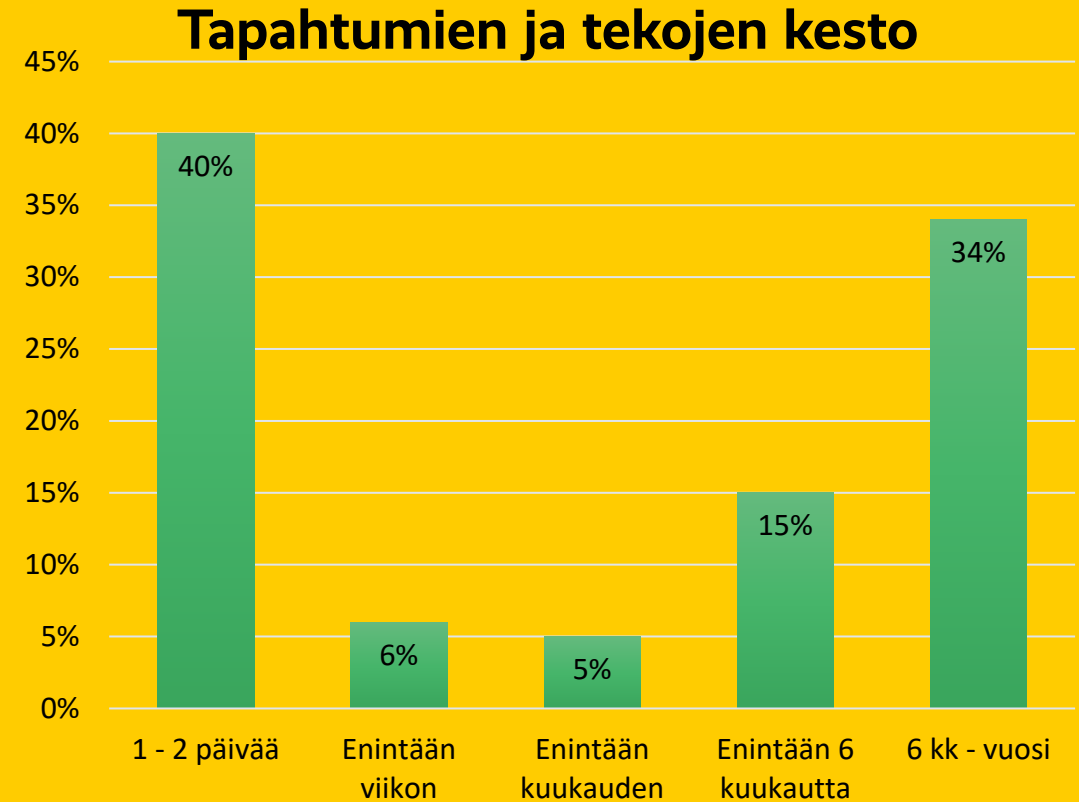
- Valtaosa tapahtumista ja teoista oli suunnattu aikuisille. **81 %** niistä tavoitti eniten aikuisyleisöä.
- Lapsille ja nuorille suunnatun ohjelman osuus jäi toivottua pienemmäksi. Erityisesti lapsia, nuoria tai perheitä tavoittaneiden tapahtumien ja tekojen osuus oli **19 %**.

Arvio yleisön koostumuksesta



Tapahtumien ja tekojen kesto ja jatko

- Eniten oli **1–2 päivän** aikana toteutettuja tapahtumia sekä yli **6 kk** kestäneitä tekoja.
- **65 %** tapahtumista ja teoista jatkuu tai toistuu teemavuoden jälkeen. **17 %** tapauksista jatkosta ei vielä ollut varmuutta.
- **7 %** kertoi teemavuoden vaikuttaneen jatkoon tutkitun tiedon näkyvyyden ja nosteisuuden vuoksi.



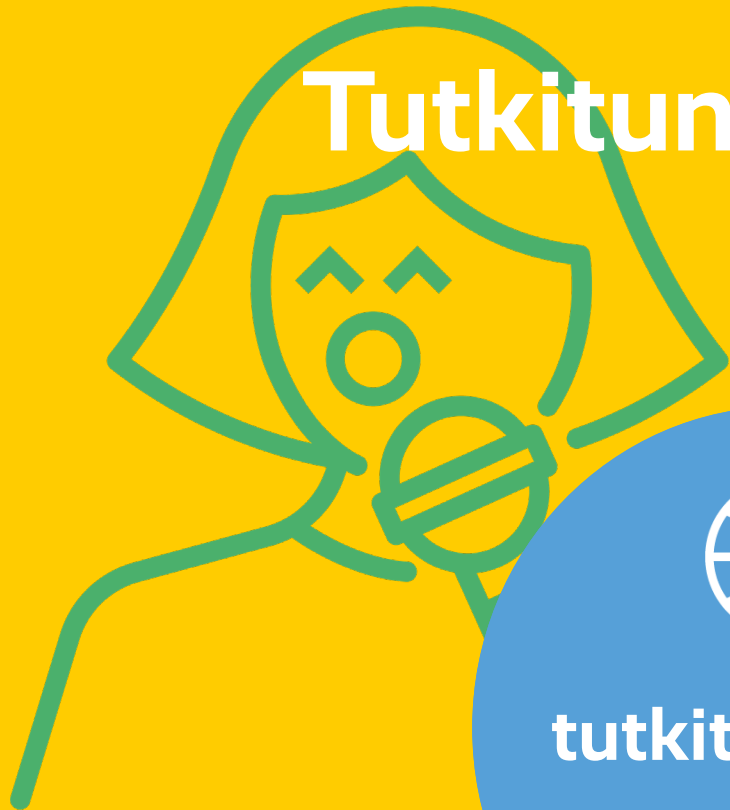
Yhteistyökumppaneiden palautetta

- Yhteistyökumppanit arvioivat tapahtumien ja tekojen onnistuneen erittäin hyvin tavoitteidensa saavuttamisessa. Keskiarvo **4,2** (1 heikko–5 erinomainen).
- Teemavuoteen osallistumisesta oli heille hyötyä. Keskiarvo **3,7** (1 ei hyötyä–5 erittäin paljon hyötyä).
- He erittäin todennäköisesti osallistuisivat teemavuoteen, jos se järjestettäisiin uudelleen. Keskiarvo **4,4** (1 ei missään tapauksessa–5 ehdottomasti).

”Teemavuosi toi yhteishankkeelle kansallista merkittävyyttä ja nosti sen arvoa sekä yhteistyökumppanien keskuudessa että yleisöjen suuntaan. Teemavuosi teki toimestamme erittäin ajankohtaisen ja merkityksellisen.”
- Raportoinnissa saatu palaute

”Olisi upeaa, jos tämä projekti saisi jatkoa ja tutkittua tietoa voisi juhlistaa ihan pysyvänä projektina. Etuna on ollut ennen kaikkea se, miten TTTV21 on koonnut eri alojen tutkimusta yhteen, mikä on varmasti monipuolistanut kuvaa tieteestä ja tutkitusta tiedosta.”
- Raportoinnissa saatu palaute

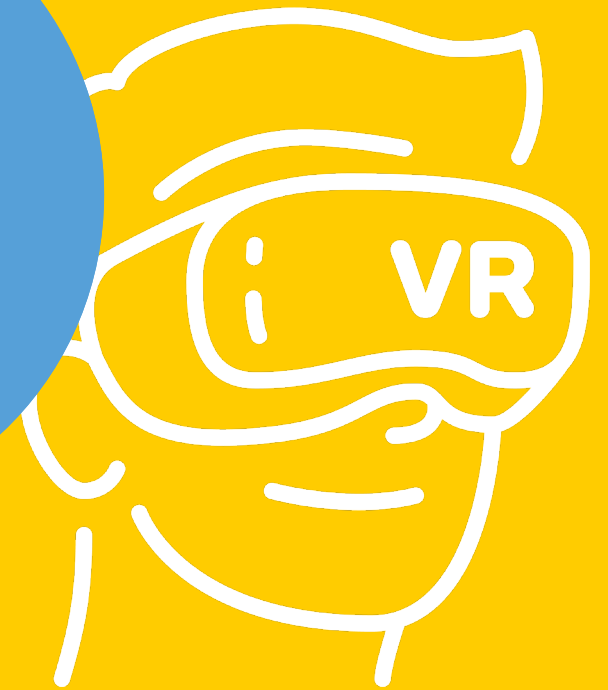
Tutkitun tiedon teemavuoden viestintä



tutkittutieto.fi



Instagram
Twitter
Facebook:
@tttv2021



Tutkitun tiedon
teemavuosi

2021

#tttv21 #tutkituntiedonteemavuosi

Tutkitun tiedon teemavuosi 2021

Tutkitun tiedon teemavuoden viestintä

- Tutkitun tiedon teemavuoden viestintä keskittyi vahvasti verkkoon ja sosiaaliseen mediaan.
- Näkyvyyden kannalta vaikuttavimpia viestintätoimia olivat yhteistyössä tiedean alan toimijoiden kanssa toteutetut kampanjat ja tietoiskut.
- Tunnettuuden kannalta merkittävää oli viestintämateriaalien laaja näkyvyys yhteistyökumppaneiden ja verkoston viestintäkanavissa.

”Tutkitun tiedon nostaminen esille on tärkeää työtä. Materiaalien pirteät värivalinnat ja muutenkin iloinen ilme pyyhkivät pölyjä sanan tiede ympäriltä. Tämä ja #minätutkin-kampanja olivat vuoden tiedeviestinnän valopilkkuja.”
- Raportoinnissa saatu palaute



Teemavuoden viestintäkampanjoita



Tutkittu tieto elää arjessa -teemaisen tietoiskun näki Ylen kanavilla 1,33 miljoonaa katsojaa, ja se oli vuoden suosituimpia sisältöjä teemavuoden sosiaalisen median kanavissa.

Tietoiskussa näyttelijä Laura Malmivaara sekä muusikko Miikka Niiranen kertovat tutkitun tiedon merkityksestä hyvinvoinnin lähteenä omista näkökulmistaan.

Mitä hyötyä -kampanja nosti esiin, miten eri tutkimusaiheista voi olla yllättäväkin hyötyä yksilön hyvinvoinnin tai ihmiskuntaa laajasti koskevien kysymysten kannalta.

Nostot johdattivat lisätietojen pariin Suomen Akatemian Tietysti.fi-sivustolle.



Teemavuoden viestintäkampanjoita



Mutua ihmeellisempää -kampanja kutsui pohtimaan, mikä erottaa tutkitun tiedon mielipiteistä ja uskomuksista.

Viiden tiedealan organisaation yhteinen kampanja koostui sosiaalisessa mediassa jaettavista materiaaleista, videosta ja verkkosivusta, joka esittelee, miten tutkittu tieto syntyy.

Tieto lukuina-kampanjassa nostettiin esille erilaisia koulutukseen, tutkimukseen ja tieteen vaikuttavuuteen liittyviä lukuja sekä ajankohtaisia tilastoja.

Kampanja toteutettiin yhteistyössä viiden tilastoja tuottavan tahon kanssa.

Tutkitun tiedon
teemavuosi
2021

#tietolukuina

**SUOMESSA TUTKIMUKSEEN
KÄYTETÄÄN VUOSITTAIN
NOIN 6,5 MILJARDIA EUROA.**

Tutkitun tiedon
teemavuosi
2021


SUOMEN AKATEMIA

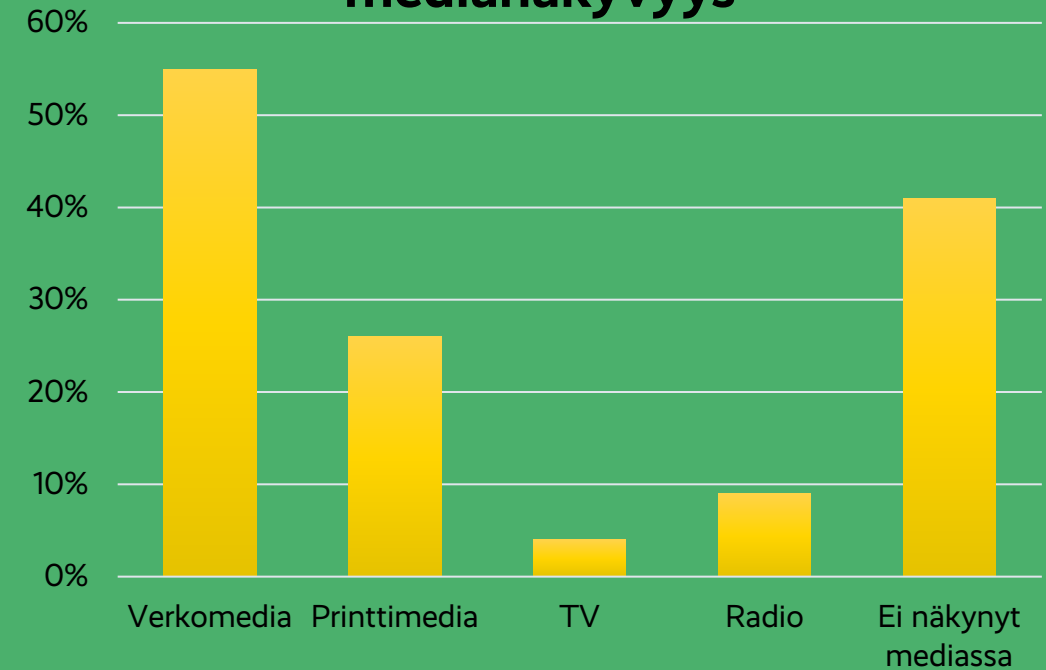
Tutkitun tiedon teemavuoden viestintä

- Teemavuoden ohjelma, perustiedot teemavuodesta sekä blogi julkaistuun osoitteessa tutkittutieto.fi. Vuoden jälkeen kaikki sisällöt tallennettiin myös Kansalliskirjaston verkkoarkistoon.
- Ohjelmasta ja kampanjoista viestittiin medialle sekä sosiaalisen median kanavissa Twitterissä, Instagramissa ja Facebookissa. Kaikissa sosiaalisen median kanavissa suosituimpia olivat viestintäkampanjoihin liittyvät julkaisut.
- Somekanavista parhaiten tavoitti Twitter. Myös teemavuoden aihetunnisteet #tppv21 ja #TutkitunTiedonTeemavuosi levisivät hyvin erityisesti Twitterissä, ja saavuttivat pitkälti yli **2 miljoonaa** näyttökertaa vuoden aikana.

Tutkitun tiedon teemavuosi mediassa

- **59 %** tapahtumista ja teoista näkyi mediassa. Eniten näkyvyyttä oli verkko- ja printtimedioissa.
- Mediaseurannassa Tutkitun tiedon teemavuosi sai vuoden aikana **93** osumaa.
- Tutkittu tieto -termin käyttö lisääntyi mediassa **23 %** vuoteen 2020 verrattuna. Vuonna 2021 termi mainittiin mediassa yli **2000** kertaa.

Tapahtumien ja tekojen medianäkyvyys



Tutkitun tiedon teemavuosi mediassa

- Media oli myös teemavuoden yhteistyökumppani.
- Mukana olivat mm. Opettaja-lehti Retkioppaineen, Apu Juniori -lehden Tieto on supervoima -kampanja kolmasluokkalaisille sekä Yle Tieteen verkkosisällöt ja Ylen Tiedefestari.
- Ohjelmassa oli myös: **20** tieteellisten seurojen tai yliopistojen ja korkeakoulujen julkaisemaa lehteä, **33** blogia tai verkkojulkaisua ja **20** podcastia.





Tutkitun tiedon
teemavuosi
2021