

# Kommenttipuheenvuoro: Miten kehittäisin kirjastojen näkyvyyttä

Anne Lehto, [anne.lehto@tritonias.fi](mailto:anne.lehto@tritonias.fi) @annelehto

STKS:n verkkoseminaari Kirjasto kumppanina – viestinnän onnistumisia ja epäonnistumisia 26.11.2020



[This work is licensed under CC BY 4.0.](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

# Johdanto viestintään

Sammandragning  
vai  
sammanfattning?

Kine-Vaasa 2018: ”Pitchaa ja  
Lobbaa: vaikuta ja näy”

Ajatus:

”Eikö hyvä tuote kauppa itsensä?  
Eikö riitä, että olemme täällä?” 😊

Kaikki johtaminen  
on viestintää, ja  
kaikilla  
työyhteisön jäsenillä  
on vastuu  
viestinnästä. (Åberg)

# FUN Suomen yliopistokirjastojen verkosto

## 14 yliopistokirjastoa: yli 700 asiantuntijaa

- Strategiamme kulmakivet: **Vaikuttaa – Näkyy – Kokeilee**

Vaikuttaa – **Näkyy** – Kokeilee

### Teemme yliopistokirjastojen tuottaman asiakasarvon näkyväksi

- Luotettava tieto
- Informaatiotaidot yksilötasolta yhteiskunnalliselle tasolle
- Kulttuurinen pääoma
- Tutkimuksen näkyvyyden edistäminen

### Kirkastamme yliopistokirjastojen brändin

- Edelläkävijyyden esilletuonti
- Viestintä
- Monikanavainen näkyminen myös toimialan ulkopuolelle

TERÄVÖITYS 2021-2024: FUN tekee yliopistokirjastojen työn ja arvon **näkyvämmäksi** yhteiskunnassa ja kansainvälisessä tiedeyhteisössä.

# Yliopistokirjastojen tietopohjan ja tilastoinnin kehittäminen

## Yliopistokirjastojen toiminta vuonna 2019, esim.

- Yliopistokirjastot antoivat tiedonhankinnan opetusta yhteensä 6 977,5 tuntia
- Osallistujien lukumäärä oli yhteensä 71 755 opiskelijaa
- Verkkokursseja suoritti yhteensä 14 548 henkilöä
- Opintopisteitä kaikilta kursseilta kertyi yhteensä 13 874 op

Miten tiedot voisi esittää kiinnostavammin,  
näkyvämmiin ja visuaalisemmin?

# ACRL: 2020 päätrendit tieteellisissä kirjastoissa

- Muutosjohtaminen: Uudet taidot uudenlaista johtamista varten
- Kehittyvät integroidut kirjastojärjestelmät
- Oppimisanalytiikka
- Koneoppiminen ja tekoäly
- Open access: Siirtymät ja muutokset
- Tutkimusdatapalvelut (Research Data Services): Etiikka ja kypsyy
- Sosiaalinen oikeudenmukaisuus, kriittinen kirjastonhoitajuus, ja kriittinen digipedagogiikka
- Suoratoistopalvelut
- Opiskelijahyvinvointi

# Kenelle, miten ja millä kanavilla haluamme näkyä?



# Kommunikaation kolme ”supervoimaa”

Soveltuvat erinomaisesti myös esimiestyöhön ja positiivisen näkyvyyden rakentamiseen

## Energia

- energia välittyy – tai jos sitä ei ole – sekin välittyy

## Empatia

- kohderyhmän huomioiminen
- tunteen ymmärtäminen

## Selkeys

- sisältö, rakenne, visuaalisuus
- saavutettavuus

Lähteet: Brown, B. (2019). Dare to lead: rohkaiseva johtaja.

Lacinai, A. (2020). Missförstå mig fel: hur kommunikation, arbetsglädje och resultat hänger ihop.

# Näkyvyys monikanavaisesti ja säännöllisesti

Eri SOME-kanavien kautta tavoitetaan eri kohderyhmiä

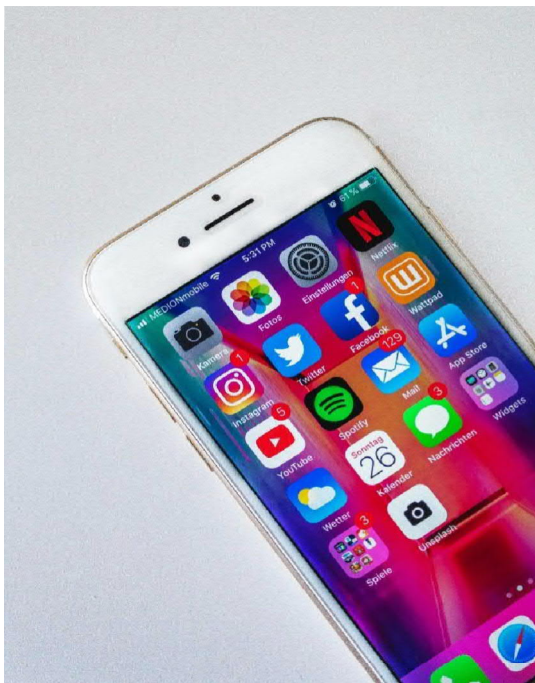


Photo by [Sara Kurfeß](#) on [Unsplash](#)

**Viestintätyyli kohderyhmien mukaan,**  
ei ylilyöntejä, vrt. posti

**Riitta Suominen** @Kielipoliisi

"Moikka moi teillekin" ja tiedoksenne Postin vastaus uuden viestintälinjan valinnasta.

**Posti** @Postigroup

Vastauksena käyttäjälle @Kielipoliisi

Moikka moi! Kiva kun olette huomanneet muutoksen, se on ollut tarkoituskin 👍👍👍 Haluamme olla lähempänä teitä, meidän ihania asiakkaita, kaveripohjalta yhdessä touhuten. Niin sanotusti mukana menossa 🤔 /Merja

3.12 ip. · 9. syysk. 2020

236 49 ihmistä twiittaa tästä



# Mitä seuraavaksi?

- FUN 25 vuotta 2021 –juhlavuosi
- Valtioneuvoston julistama [Tutkitun tiedon teemavuosi](#), johon voi hakea mukaan erilaisin tapahtumin
  - Tutkitun tiedon teemavuosi 2021 tekee tutkitusta tiedosta entistä **näkyvämpää** ja saavutettavampaa sekä tiivistää tutkitun tiedon parissa toimivien yhteistyötä.



Älä uraudu!  
Pidä viestintäkanavat ja  
osaaminen ajan tasalla.

Kiitos!

