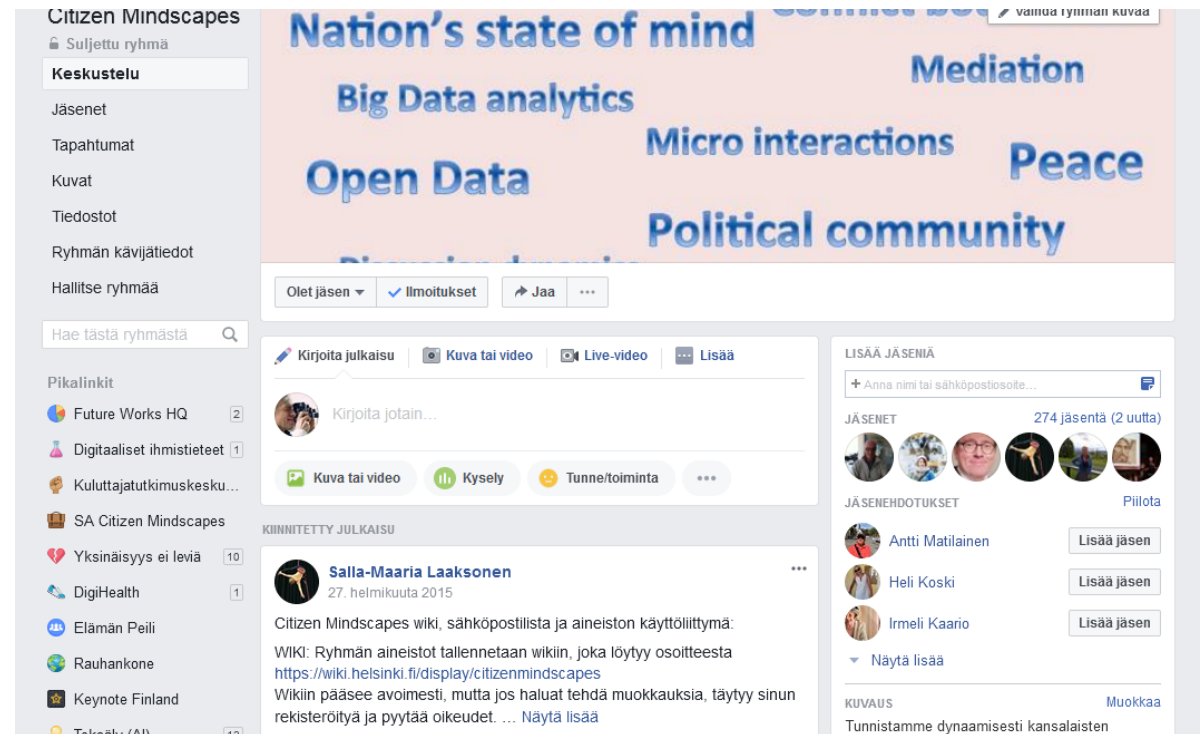


Citizen Mindscapes ja Smarter Social Media Analytics: saavutuksia, turhautumisia ja keskeneneräisyyksiä

Mika Pantzar-Jussi Pakkasvirta

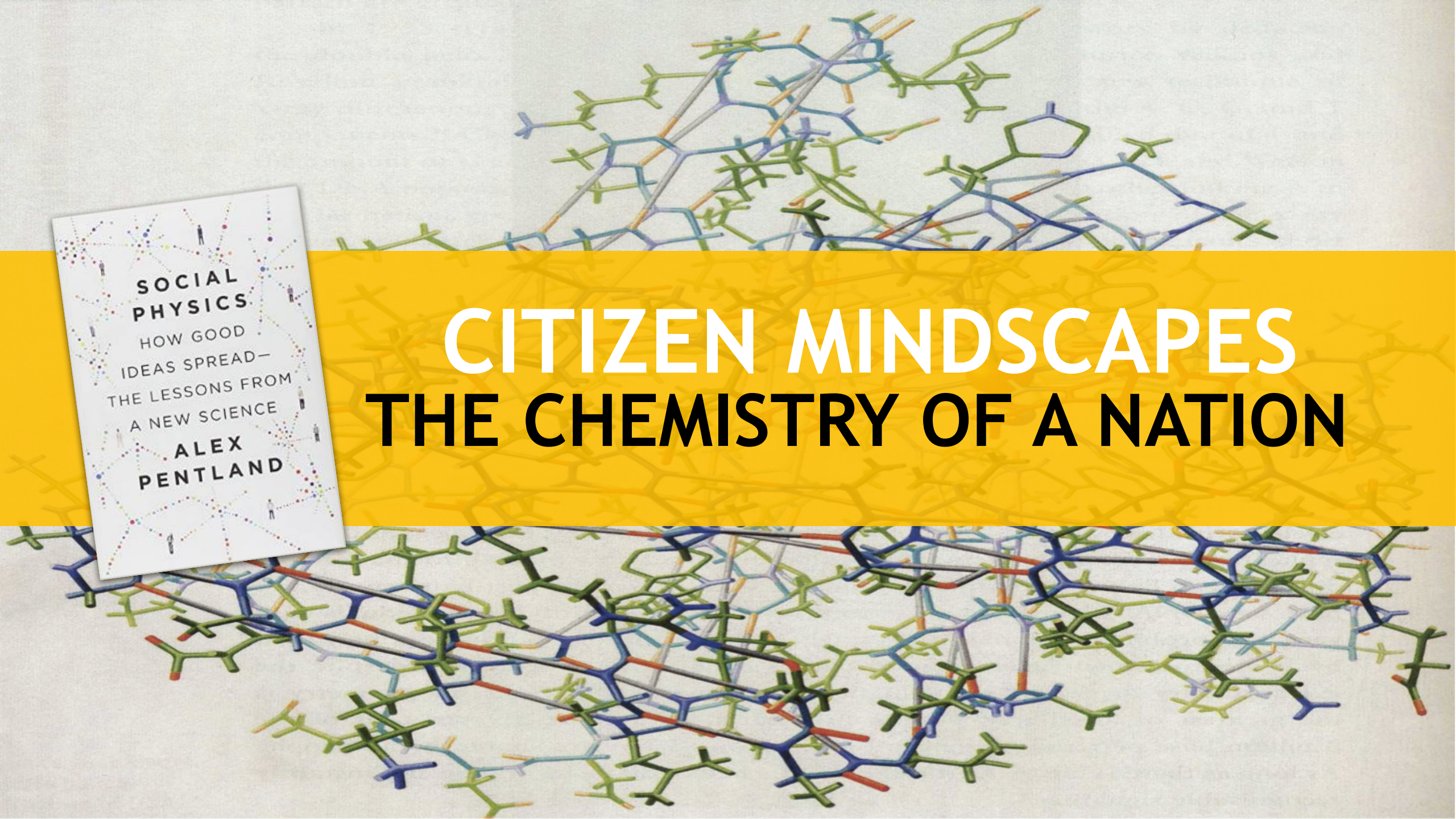
The HELDIG Digital Humanities Summit

18.10.2017





CITIZEN MINDSCAPES THE CHEMISTRY OF A NATION





CITIZEN MINDSCAPES

1. CURIOSITY-DRIVEN RESEARCH
2. HUMAN CENTRIC PERSPECTIVE
3. DATA-DRIVEN & OPEN PROJECT

2014-

- 1) BRIDGING SOCIETAL DIVIDES
- 2) ENGAGING CITIZENS
- 3) OPENING SOCIAL DATA MEMORY REPOSITORIES

2015-

- 4) SUPPORTING NEW INDUSTRY
- 5) REINVENTING ACADEMIC PRACTICES
- 6) BUILDING CRITICAL COMPETENCE



ESSI PÖYRY

Mitkä sosiaalisen median keskustelujen piirteet indikoivat nousevaa kuluttajatrendiä ja kuluttajien muuttuvia ostovalintoja?

Missä määrin sosiaalisen median keskustelut vaikuttavat kuluttajatuotteiden myyntiin?



JUSSI PAKKASVIRTA

Miten kansallisen rajojen muutosta voi ymmärtää ja selittää sosiaalisen median keskusteluaineistojen kautta?

Miten kansallisia ja muita stereotypioita voi analysoida suurista keskusteluaineistoista.



KRISTA LAGUS

Minkälaisia positiivisen ja negatiivisen vuorovaikutuksen aaltoja ja dynamiikkoja voidaan löytää sosiaalisen median keskusteluaineistoista?

Miten kehittää menetelmiä ja työkaluja ihmisten ja yhteisöjen vuorovaikutuksen tapojen tutkimiseen ja rakentavan vuorovaikutuksen vahvistamiseen?



LAURA SAVOLAINEN

Voiko sosiaalinen media paikata kasvokkaisen vuorovaikutuksen merkitystä tunteiden säätelyssä?
(kognitiivisten, emotionaalisten ja sosiaalisten tarpeiden täyttämisen näkökulmasta)

Kuinka käyttää big dataa ja ohjelmallisia analyysimenetelmiä yhteiskuntatieteellisiin tarkoituksiin, jotka vaativat sekä analyyttistä tarkkuutta että tulkinnallista syvyyttä?



MIKA PANTZAR

Miten massadatasta voisi tunnistaa (kvantitatiivisilla ja kvalitatiivisilla metodeilla) erilaisten keskusteluketjujen evoluutiota ja dynamiikkaa?

Kuinka meemit, ideat ja ajatukset leviävät mediasta toiseen, syttyvät ja sammuvat?



MIKKO JAUHO

Miten yhdistää massadataa ja kvalitatiiviselle tutkimusotteelle ominaisia menetelmiä ja tutkimuskohteita?

Miten massadataa voi hyödyntää avaamaan uusia näkökulmia yksilöihin ja yhteiskuntaan, erityisesti liittyen terveyteen ja syömiseen?



GÖTE NYMAN: Miten sosiaalisessa median kommunikointi kiinnittyy ihmisten omaan havainto- ja elinympäristöön?

Miten psykologiset yksilöominaisuudet ja yleiset psykologiset lainalaisuudet ilmenevät käyttäytymisessä sosiaalisessa mediassa?



PAULI AALTO-SETÄLÄ: Voiko isoilla on line aineistoilla lisätä asiakasymmärrystä ja mallintaa empatiaa tai vihapuhetta?

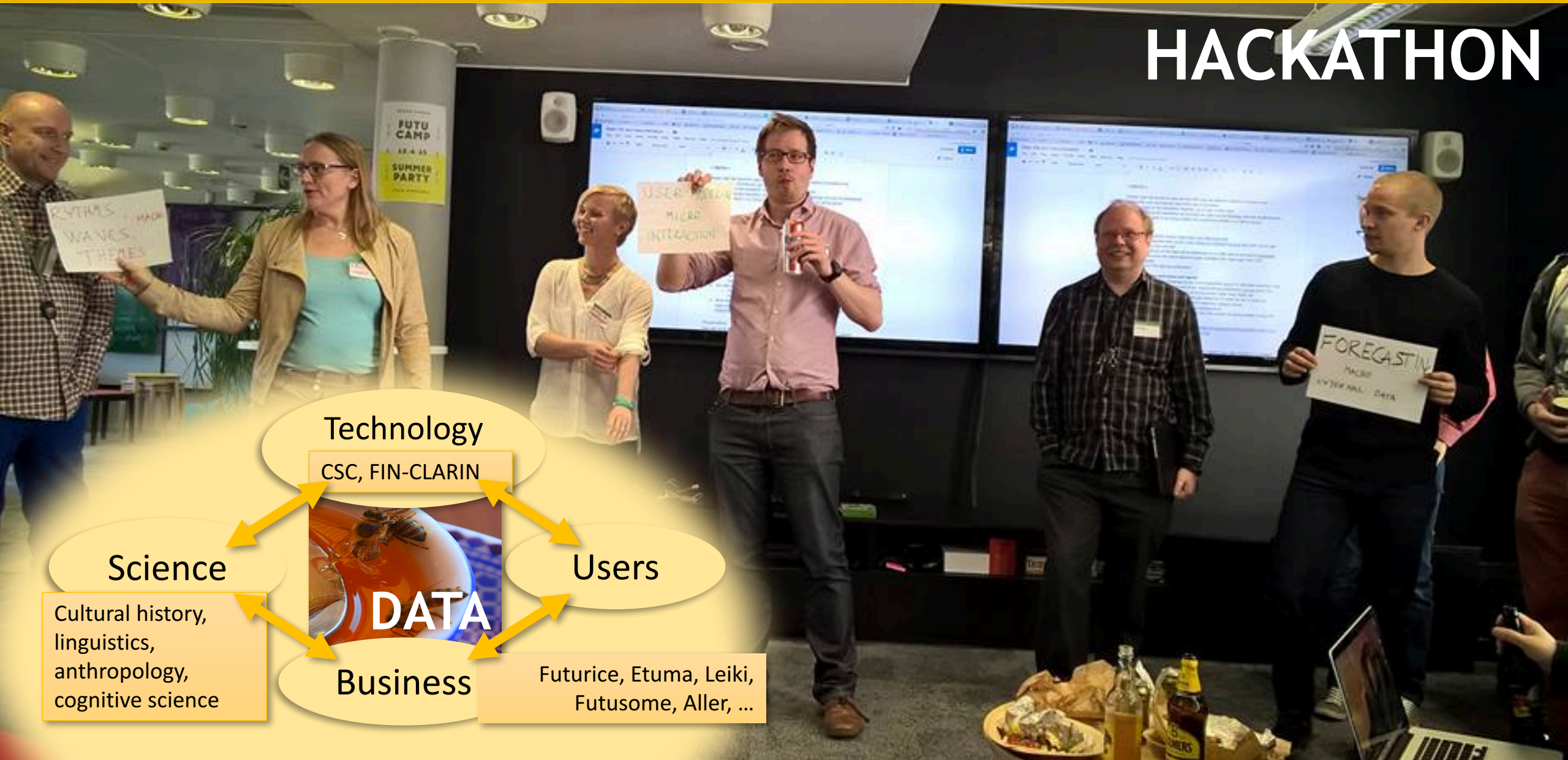


MINNA RUCKENSTEIN: Miten sosiaalisen median keskustelut vahvistavat tai vääristävät kulttuurisia ja yhteiskunnallisia prosesseja?

Miten tehdä suurilla aineistoilla tutkimusta, joka on refleksiivistä ja ontologisesti moninaista?

MARKET IN MAKING

HACKATHON



Technology

CSC, FIN-CLARIN

Science

Cultural history,
linguistics,
anthropology,
cognitive science

DATA

Users

Business

Futurice, Etuma, Leiki,
Futusome, Aller, ...

*Laaksonen-
Pöyry*

'Smart
Social
Media
Analytics'



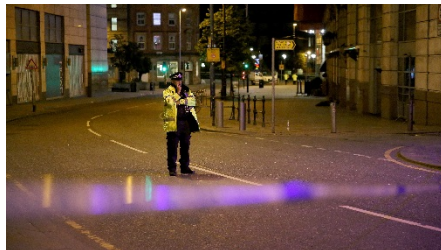
Kuluttajatuotteet ja ostokäyttäytyminen



Poliittiset mielipiteet ja äänestyskäyttäytyminen



Osakekurssit ja yrityksen arvonmuodostus



Katastrofit ja konfliktit



Epidemiat ja lääketurvallisuus

IMPACT

POST-DISCIPLINARY SCIENCE =
COMMUNITY OF PRACTICE

