

Opinnäytetyö (AMK)

Media-ala

AMEDIS14

2016

Elise Koskinen

SUORA YHTEYS

– sähköiset sisäisen viestinnän kanavat Turun AMK:ssa

Elise Koskinen

SUORA YHTEYS

- sähköiset sisäisen viestinnän kanavat Turun AMK:ssa

Teknologia kehittyy nopeasti ja markkinoille tulee jatkuvasti uusia digitaalisia viestintäkanavia. Ei pelkästään ulkoiseen viestintään, vaan myös sisäiseen viestintään. Samoin viestintä muuttuu entistä suoremaksi. Organisaatiossa viestitään ylhäältä alaspäin, alhaalta ylöspäin ja tieto kulkee poikittain ilman välikäsiä. Miten selviytyä kanavien kaaoksesta, ja löytää se oikea kanava viestintään? Voitaisiinko joistain kanavista jo luopua?

Turun ammattikorkeakoulun viestinnän yksikön eräs tehtävä on määritellä viestintäkanavien rooli ja tukea työyhteisöä viestimään muillakin keinoin kuin sähköpostilla. Teknologiatuotokset tuovat mukanaan uusia työkaluja viestintään, ja niiden tarkoituksena on helpottaa työyhteisön arkea. Näin on myös Turun AMK:ssa jossa on investoitu Microsoftin O365- palveluun. Pilvestä tulleet viestinnän välineet hakevat paikkaansa sisäisen viestinnän kentässä. Tämän opinnäytetyön tavoitteena on selvittää, mitä niillä tehdään ja miten niitä voitaisiin parhaiten hyödyntää.

Työtä varten selvitettiin viestinnän nykytilaa ja tarpeita haastatteluin ja havainnoimalla viestinnän pääkanavaa, intranet Messia, Yammeria, Skypeä ja sähköpostia. Käyttötarkoituksesta haettiin tietoa työkalutoimittajan antamista ohjeista, kirjoista ja eri konsulttitoimistojen blogeista. Viitekehyksenä on Elisa Juholinin viestinnän agenda 2010-luvulla. Työn lopuksi pohditaan, miten uudet digitaaliset viestinnän välineet voitaisiin määrittää Turun AMK:n kaltaisessa työympäristössä.

Opinnäytetyössäni päädyin siihen, että monikanavaisuus ja aktiivinen viestintä on työyhteisön voimavara ja se aktivoi myös työyhteisön jäseniä. Avointa viestintäkulttuuria edistämällä lisätään työhyvinvointia, yhteisön vaikutusmahdollisuuksia ja oppimista. Ei ole kyse siitä, otetaanko yhteisöviestinnän työkalut käyttöön, vaan siitä, miten ne hyödyntävät parhaiten organisaatiota.

ASIASANAT:

sisäinen viestintä, sosiaalinen media, yhteisöviestintä, viestinnän kanavat

Elise Koskinen

DIRECT SERVICE

- electronic channels of internal communication at Applied Sciences of Turku University (TUAS)

Technology is developing rapidly and new digital communication channels are constantly introduced to the market. Not only for external, but also for internal communications. Communications is also becoming more and more direct. In an organization, the flow of communication is from top to bottom, from bottom to top and the information also flows crossways without any intermediaries. How to manage the chaos of channels and find the correct channel for communications? Could some channels be renounced at this point?

One of the task of Communications Services at Turku University of Applied Sciences is to define the role of communication channels and support the work community in communications, also by other means than email. Technological investments bring about new communication tools, and their purpose is to simplify the everyday life of the work community. This is the case also at TUAS, which has invested in Microsoft's O365 service. The cloud-based communication tools are trying to find their place in the field of internal communications. The purpose of this thesis is to find out what they can be used for and how they could best be utilized.

The current state and needs of the communications were studied for the thesis with the means of interviews and observations on the main channel of internal communications, the intranet Messi, Yammer, Skype and email. Information on the purpose of use was searched in the instructions provided by the tool suppliers, books and blogs of different consultancies. The framework is the theory "Viestinnän agenda 2010-luvulla" (Communication of work Communities in 21th century by Elisa Juholin. The end of the thesis contains discussion on how new digital communication tools could be defined in a work environment like TUAS.

In my thesis I ended up at the conclusion that multiple channels and active communications are an asset to the work community, and they also activate its members. Promoting an open communications culture increases well-being at work, the community's possibilities to influence and learning. It's not a question of whether the tools of community communications are introduced, but how they best benefit the organization.

KEYWORDS:

Internal communications, social media, organizational communications, communication channels

SISÄLTÖ

1 JOHDANTO	6
2 TURUN AMMATTIKORKEAKOULU JA SISÄINEN VIESTINTÄ	7
3 TURUN AMK:N VIESTINTÄPALVELUIDEN HENKILÖHAASTATTELUT	8
4 SISÄISEN VIESTINNÄN ROOLI YHTEISÖSSÄ	9
4.1 Sisäisen viestinnän tehtävät	9
4.2 Sisäisen viestinnän suunnittelu	10
4.3 Sisäisen viestinnän kanavat ja kohderyhmät	12
5 SOSIAALINEN MEDIA MUUTTAA VIESTINTÄÄ	14
5.1 Sosiaalisen median käsitteestä	14
5.2 Hierarkkisuus häviää	14
6 DIGITAALISET VIESTINNÄN KANAVAT SISÄISESSÄ VIESTINNÄSSÄ	16
6.1 SharePoint-intranet Messi	16
6.2 Yammer	19
6.3 Sharepoint-työtilat ja O365-ryhmät	21
6.4 Skype for Business Online ja One Drive for Business	22
7 CASE-ESIMERKKEJÄ YAMMER JA SKYPE	24
7.1 Yammer – HAMK ja Helsingin yliopisto	24
7.2 Skype for Business – Case Kela, arjen digitalisaatiota	25
8 POIS SÄHKÖPOSTIVIESTINNÄSTÄ	27
9 YHTEENVETO	29
LÄHTEET	32

LIITTEET

Liite 1. Viestintävälineet ja niiden ominaisuudet

Liite 2. Haastattelukysymykset

KUVIOT

Kuvio 1. Sisäisen viestinnän tehtävät (Piha 2015).	9
Kuvio 2. Viestinnän uusi agenda (Juholin, 2013).	11
Kuvio 3. Messin käyttäjätilasto (Lehtonen 2016).	16
Kuvio 4. Uutiset ja tapahtumat Messissä (kuvio Elise Koskinen).	17
Kuvio 5. O365-ryhmät vs. Sharepoint-työtilat. (Khipple 2016,14, kuvio Elise Koskinen).	22
Kuvio 6. Kuukauden aikajana sähköpostiliikenteessä. (Servicedesk 2016).	27
Kuvio 7. Sähköpostista O365-malliin (Harbridge & Khipple 2015).	28

1 JOHDANTO

Viestintäteknologian muutos myllertää viestintää. Elisa Juholin (2013) puhuu vanhasta ajasta, siitä miten ennen tieto valutettiin ylhäältä alaspäin, johdolta työntekijöille. Oli ilmoitustaulut, osastokokoukset, tiedotteet, henkilöstölehti ja painetut työohjeet. Johto kertoi sen, mikä nähtiin tarpeelliseksi. Tämän päivän työyhteisöviestintä on erilaista. Tänään tieto haetaan eri foorumeilta, kuten internetistä, intrasta, sosiaalisen median sovelluksista, sähköposteista ja blogeista. Muutos liittyy myös työelämän murrokseen, työskentelemme aineettomien asioiden ja ideoiden parissa. Tietotekniikasta on tullut tietotyöläisen tärkein päivittäinen työkalu. Työyhteisölle ei voida viestiä enää vesiputousmallin mukaisesti, ylhäältä alaspäin. Ei ole enää johdon yksinoikeus tehdä viestintää. Viestintä kuuluu jokaiselle työyhteisöön kuuluvalla ja viestintä tapahtuu siellä, missä ihmiset kohtaavat, verkossa ja kasvotusten. (Juholin 2013, 175.)

Sähköinen viestintä korvaa jo osittain kasvokkaisviestinnän organisaatioissa. Suuntaus on ollut vallalla jo pitkään. Toimintaympäristöiden pirstaleisuus vauhdittaa tätä kehitystä. Sanotaan, että kanavia on paljon ja niitä tulee lisää koko ajan. Miten määritellään se, mikä kanava käy mihinkin tarkoitukseen? Mihin tarkoitukseen yhteisöviestinnän työkalut sopivat parhaiten? Teen Turun ammattikorkeakoululle selvitystä eri sähköisten kanavien rooleista ja siitä, miten niitä voisi parhaiten käyttää hyödyksi työyhteisöviestinnässä. Keskiössä palveluista ovat Microsoftin Yammer ja O365 Groupsit. Toki muitakin sähköisiä kanavia Turun ammattikorkeakoulusta löytyy, kuten Sharepoint-intranet, intranetin työtilat, OneDrive for Business ja Skype for Business (jatkossa Skype).

Asiaa tarkastellaan havainnoimalla Turun ammattikorkeakoulun intranetin nykytilaa ja sieltä löytyviä viestintäkanavia; blogien kommentointia ja tykkäämisiä, keskustelupalstan aktiivisuutta ja sähköisten viestintäkanavien käyttöä. Tässä työssä on haastateltu Turun AMK:n viestintäyksikköä siitä, miten viestintä näkee kanavien käyttötarkoituksen ja miten heidän mielestään niitä pitäisi kehittää. Haastateltavat esitellään luvussa 3.

Työn lopussa pohditaan sitä, miten viestintäkanavia voisi käyttää vuorovaikutuksen tukemiseen, tarvitaanko kaikkia kanavia ja missä ne toimisivat parhaiten. Liite 1 kokoaa kanavien toiminnallisuudet taulukkoon.

2 TURUN AMMATTIKORKEAKOULU JA SISÄINEN VIESTINTÄ

Turun ammattikorkeakoulun (jatkossa Turun AMK) ensisijainen tehtävä on tuottaa osavia ammattilaisia työelämään. Opetusta annetaan kuudella eri kampuksella, joista viisi on Turussa ja yksi Salossa. Henkilökuntaa on 700 ja opiskelijoita 9400, eli kyseessä on vajaan 10 000 ihmisen yhteisö. Henkilökunnasta 73 prosenttia on opettajia ja TKI-henkilöstöä, suurin osa henkilöstöstä tekee tietotyötä ja on asiantuntijaroolissa yhteisössä. (Turun AMK 2014.)

Lähitulevaisuudessa Turun Kupittaallega nousee uusi kampus, joka kerää terveydenhuollon ja tekniikan alan opiskelijat saman katon alle vuosina 2018-2019. Uudet tuulet puhalivat myös viestinnän organisaatiossa vuonna 2015, kun taloon tuli uusi Brand Manager, Mari Hartemo. Samalla viestintä- ja markkinointitoiminnot yhdistettiin viestintäpalvelut-nimiseen yksikköön. Viestintäpalvelut-yksikön vahvuus on 15 henkilöä, vahvuudesta kaksi on opiskelijoita. Viestintäpalvelu vastaa koko AMK:n brändistä ja markkinoinnista, yhteisistä viestintävälineistä (intranet, internet, sosiaalinen media, lehdet, julkaisut), käänös- ja kielenhuoltopalveluista, julkaisupalveluista ja keskitetystä TKI-viestinnästä. (Messi 2016a)

Intranet (jatkossa Messi) on sisäisen viestinnän pääkanava Turun AMK:ssa. Alkuaan se tehtiin laatukäsikirjaksi, tapamme toimia -tyyppiseksi yhdensuuntaiseksi tiedottamisen kanavaksi, josta työyhteisön jäsenet saavat tietoa voidakseen hoitaa omat työnsä. Arjen tiedottamisesta vastuun kantavat kaikki. Jokaisella on mahdollisuus kirjoittaa uutisvirtaan uutinen tai tiedote, joka koskee kaikkia. Myös Yammer on otettu käyttöön, mutta ei virallisena vaan täydentävänä viestintäkanavana. Yammerissa keskustelu tapahtuu ryhmissä ja ryhmät ovat oletuksena kaikille avoimia. Vuoden 2015 alussa avattiin Messiin myös uusi palaute- ja keskustelupalsta, joka on tällä hetkellä virallisen keskustelun kanava. Tosin Sharepointin oma keskustelusyöte on poistuva tuote Microsoftin tuoteportfoliossa, sitä ei enää kehitetä, vaan Microsoft panostaa Yammerin kehittämiseen (Roine & Anttila 2015, 115).

Turun AMK:n käyttämät sähköisen sisäisen viestinnän kanavat ja palvelut esitellään tarkemmin luvussa 6.

3 TURUN AMK:N VIESTINTÄPALVELUIDEN HENKILÖHAASTATTELUT

Opinnäytetyötä varten tietoa kerättiin haastatteluin ja metodina käytettiin puolistrukturoitua teemahaastattelua. Haastateltaville esitettiin samoihin aihepiiriin liittyviä kysymyksiä vapaamuotoisessa järjestyksessä. Haastatteluiden aiherunko oli kaikille haastatteluun osallistujille selvitetty etukäteen. Teemana oli sisäinen viestintä, sen nykytila ja kehittäminen, joskin kysymykset vaihtelivat hieman haastateltavan roolista riippuen. Kaikki haastattelut tehtiin kasvokkain ja aikaa kului noin tunti, haastateltavasta riippuen. Jokainen haastateltava antoi luvan haastattelun äänittämiseen ja luvan käyttää nimeään kommenttien julkaisun yhteydessä. Teemat ja kysymykset ovat liitteessä 2.

Haastattelut litteroitiin heti haastatteluiden jälkeen, kun tilanne oli tuoreessa muistissa. Litterointi olikin työläin vaihe, koska haastattelukysymykset eivät olleet tarkkoja ja vastaukset olivat pitkiä.

Teoriassa teemahaastattelu muistuttaa keskustelunomaista tilannetta, jossa ennalta sovitut teemat johdattelevat keskustelua. Keskustelu ei välttämättä etene teemoittain järjestyksessä, vaan voidaan nopeastikin siirtyä aiheesta toiseen teemojen sisällä. (Saaranen-Kauppinen & Puusniikka 2006.) Tähän työhön teytyjen haastatteluiden haastattelutilanteessa, juttua olisi riittänyt vaikka kuinka pitkään. Opin ensimmäisen haastattelun jälkeen, että litteroinnin työläisyys on suoraan verrannollinen haastattelu-aikaan. Mitä lyhempi haastattelu ja tarkemmat kysymykset, sitä vähemmän aikaa menee purkuun. Haastattelujen ilmapiiri oli vapautunut ja rento, ja kaikki vastasivat kaikkiin kysymyksiin.

Haastateltavat työskentelevät viestintäpalveluissa, joten heillä on tieto miten viestintä toimii Turun AMK:ssa ja tietävät sen heikkoudet ja vahvuudet. Kaikki haastatellut ovat pitkän linjan ammattilaisia, ja heillä on viestinnästä monen vuoden työkokemus.

Haastatteluun osallistuivat Brand manager Mari Hartemo, viestintävastaava Satu Haapala, viestintäasiantuntija Juha Sopenen, viestintäsuunnittelija Kirsi-Maria Castren-Harju ja tiedottaja, copywriter Anne Lehikoinen.

4 SISÄISEN VIESTINNÄN ROOLI YHTEISÖSSÄ

4.1 Sisäisen viestinnän tehtävät

Sisäisen viestinnän tehtävät voidaan jakaa muun muassa seuraavan kuvion (ks. Kuvio1) mukaan:



Kuvio 1. Sisäisen viestinnän tehtävät (Piha 2015).

Kaikki se tiedonkulku ja vuorovaikutus, joka tapahtuu yhteisön jäsenten tai ryhmien välillä tai organisaatiossa, on sisäistä viestintää. Viestintää jaotellaan monin eri tavoin, viralliseen ja epäviralliseen, sanattomaan ja sanalliseen, ja viestiä vievät kaikki yhteisöön kuuluvat. Viestinnän tulee olla rehellistä, avointa, nopeaa ja helposti ymmärrettävää. Tavoitteena on, että jokainen organisaation jäsen tietää missä mennään, ja he ovat tietoisia mahdollisista muutoksista, joita tapahtuu tulevaisuudessa. Viestintä on koko organisaation toiminnan perusta ja se jalkauttaa yrityksen mission, toiminta-ajatuksen ja arvot. Sisäinen viestintä on siis koko organisaation toiminnan ehto. (Piha 2015, 4-13.)

Viestintä ja johtaminen kulkevat käsi kädessä. Niiden avulla kirkastetaan missio, visio ja arvot, asetetaan yhteiset tavoitteet, delegoidaan, koordinoidaan, motivoidaan ja annetaan palautetta. (Kortetjärvi-Nurmi, Kuronen & Ollikainen 2008, 8.)

Turun AMK:n viestintäpalveluiden intranet-sivuilla Messissä oli kiteytetty asian ydin näin:

”Sisäinen viestintä perustuu aktiiviseen vuorovaikutukseen yhteisössä ja aktiivista vuorovaikutusta ohjaavat koulutusjohtajat ja eri toimintojen päälliköt.” (Messi 2016b.)

Viestintäpalveluiden rooli halutaan nähdä myös työyhteisön viestintää tukevana toimintana. Messin kautta tuodaan esille talouslukuja ja tulosalueiden toimintasuunnitelmia strategisine toimenpiteineen. Viestintäpalveluissa pidetäänkin tärkeänä strategiaviestintää, sen avulla varmistetaan tavoitteellinen viestintä läpi AMK:n. Viestintäjohtaja Satu Haapala (henkilökohtainen tiedonanto 18.4.2016¹) nostaakin esille sloganin: *Excellence in Action*.

Mutta jos ajatellaan sitä, miten meidän pitäisi, miten me parhaiten tuettaisiin koko työyhteisöä viestimään amkista, strategian viestiminen on se juttu. Eli excellence in action - ihan sloganina ja strategian pääkohdat. Siihen meillä on tällä hetkellä yleisesittelydiat, erilaisia viestinnän kanavia niin sisäiseen kuin ulkoiseen. (Haapala 2016.)

4.2 Sisäisen viestinnän suunnittelu

Tavoitteellisuus on ominaista organisaation viestinnälle, samoin organisoidut puitteet, työntekijöiden työpanos ja teknisten viestintävälineiden käyttö. (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2008, 9). Åbergin (2000, 21–22) mukaan sisäinen viestintä on voimavara jatkuvassa muutoksessa. Se ei enää ole pelkästään asiantuntijaviestintää, vaan kuuluu arkeen johtamisen välineenä. Viestinnän voimavaroja johtamisnäkökulmasta voidaan tarkastella kolmella eri tasolla:

- Strateginen taso
- Taktinen taso
- Operatiivinen taso.

Strateginen taso kytkeytyy mission, vision ja toiminta-ajatuksen hahmottamiseen, taktinen taso arkisen viestinnän suunnittelusta perustuen strategisiin linjauksiin ja operatiivisella tasolla teemme arkista viestintää ja vaikuttamista tavoitteiden mukaan. (Åberg 2000, 23.)

¹ Jatkossa (Haapala 2016)

Käytännön viestinnän suunnittelu tukee koko organisaation strategisia linjauksia. Se tekee todeksi sen, mitä viestitään, miten viestitään ja keiden kanssa viestitään. Suunnitelmia voi olla aina pitkän tähtäimen suunnittelusta päivittäisviestinnän suunnitteluun. Aina ei edes suunnitella, vaan viestintää tehdään silti oikein ja oman kokemuksen ja viisauden ohjaamana. (Juholin 2013, 141.) Turun AMK:ssa viestintää tehdään strategian mukaan, se näkyy koko toiminnassa, sanoo tiedottaja Anne Lehikoinen (henkilökohtainen tiedonanto 26.4.2016)

Strategiaviestinnän pitäisi tulla esiin kaikessa siinä mitä tehdään. Mutta nyt vahvasti tulee esille innostava yhteisö ja hyvinvointi, pelikirjan nimellä se kulkee. Se on nousussa ja se on minusta hyvä trendi. Ja toivon, että se on strategian painopiste joka on jatkuvasti esillä.

Elisa Juholin on esittänyt vaihtoehtona viestinnän eri näkemyksille Työyhteisön uusi agenda 2010 -mallin, joka antaa myös raamit viestinnän suunnittelulle työyhteisössä. Se perustuu ajatukseen, *että viestintä tapahtuu siellä, missä ihmiset toimivat sekä tuottavat ja vaihtavat tietoa ja kokemuksia vastuullisesti ja itseohjautuvasti.* (Juholin 2013, 174.)

Agendan osatekijät:



Kuvio 2. Viestinnän uusi agenda (Juholin, 2013).

Työyhteisön foorumit ovat dialogin näyttämöitä, joille oleellista on vuorovaikutteisuus ja aktiivinen toimijuus, ihmiset ja heidän välinen vuorovaikutus (Juholin 2013, 212). Turun

AMK:n sähköisiä sisäisen työyhteisöviestinnän foorumeita ovat intranet, O365-ryhmät, Yammer, Skype ja Sharepoint-työtilat.

Messi on keskeisin sähköinen foorumi Turun AMK:ssa. Kanavana se on moniulotteinen, se ei ole vain tiedon varasto, vaan taipuu moneen. Sieltä löytyy perus- ja ajantasainen tieto, jota yhteisö tarvitsee oman työnsä tueksi. Sitä kehitetään koko ajan vuorovaikutteiseen suuntaan, hyvänä esimerkkinä tästä on keskustelupalstan muotoon tehdyt sähköiset aloite- ja palautekanavat. Tärkeimmät uutiset nostetaan viikon kärjiksi etusivun kuvakaruselliin, jossa ne näkyvät varmasti kaikille. Ulkoisilta sivuilta nostetut artikkelit kertovat asiantuntijaosaamisesta ja saavutuksia tuodaan esille. Rehtori-talousjohtajalta ilmestyy blogikirjoitus kerran kuukaudessa ja tulosalueet uutisoivat koko yhteisöä koskevia asioita.

4.3 Sisäisen viestinnän kanavat ja kohderyhmät

Ei pidä unohtaa, että on muitakin viestintäkanavia kuin sähköiset. Åberg (2000) listaa viestinnän kanaviksi kasvokkaisviestinnän ja painetun viestinnän sähköisten kanavien lisäksi. Suoraa kasvokkaisviestintää pidetään myös ”rikkaampana”, koska se mahdollistaa palautteen heti, on nopeaa, tilanteessa on luettavissa rinnakkaisia vihjeitä, ilmeitä tai eleitä ja se on henkilökohtaista. (Åberg 2000, Piha 2015). Juholinin (2013) mielestä hienostunut teknologia korvaa jo osan kasvokkaisviestinnästä, merkittävää eroa ei enää ole. Vaara on, että tekniikkaa korostetaan liikaa ja unohdetaan ihminen. (Juholin 2013, 212.)

Mitkä asiat vaikuttavat siihen, mikä kanava valitaan viestintään? Usein kanavan ja esitystavan valintaan vaikuttavat asian sisältö, kuinka kiire sanoman välittämällä on ja kenelle se on tarkoitettu (Kortetjärvi-Nurmi, Kuronen & Ollikainen 2008, Hartbridge & Khipple 2015). Työyhteisöstä riippuen, viestinnän kohteena voi olla yksi henkilö, tiimi, organisaatioyksikkö tai koko yrityksen henkilökunta. Turun AMK:ssa sisäisen viestinnän kohderyhmäksi lasketaan myös opiskelijat. Viittaukset 10 000 hengen yhteisöön tarkoittaa juuri tätä. Brand manager Mari Hartemo (henkilökohtainen tiedonanto 18.4.2016²) sanookin:

² Jatkossa (Hartemo 2016)

Opiskelijakohderyhmissä pitää ottaa huomioon se että meidän täytyy mukautua heidän tapaansa viestiä eikä päinvastoin.

Jako ulkoisiin ja sisäisiin viestintäkanaviin ei ole enää mielekäästä, koska yrityksen sidosryhmät muodostavat verkostoja keskenään, raja hämärtyy (Juhola 2013, 53, Honkala, Kortetjärvi-Nurmi, Rosenström & Siira-Jokinen 2013, 9). Haastatteluissa kävi myös tämä ilmi. Viestintäsuunnittelija Juha Sopanen (henkilökohtainen tiedonanto 11.4.2016³) tiivistä ajatuksen hyvin:

Mikä on ulkoista ja mikä on sisäistä? Myös ulkoisen viestinnän kanavien kautta viestitään yhteisön jäsenille, sitten toisin päin. Kaikkeen sisäiseen viestintään pitää suhtautua niin, että se voi koska tahansa olla julkista erinäisistä syistä. (Sopanen 2016.)

Turun AMK:n Messiin ei ole tuotu ulkoisen viestinnän sosiaalisen median kanavia näkyviin, vielä. Sosiaalisen median käytölle on tehty suositus, jossa kannustetaan työyhteisöä osallistumaan julkiseen keskusteluun omalla nimellään ja jakamaan tietoa sosiaalisessa mediassa. Ohjeissa korostetaan kuuntelutaitoa ja kommunikointia asiantuntijaroolissa. (Messi 2016c).

Miksi ulkoisen sosiaalisen median kanavat pitäisi tuoda näkyviin Turun AMK:ssa Messiin tai ylipäänsä yrityksen intranettiin? Opettajat, opiskelijat, työntekijät, asiakkaat ja koko muu yhteiskunta on sosiaalisessa mediassa. Viestinnän tehtävä on luodata ympäristöä ja kannustaa viestimään, se erottaa oleellisen ja toimii vartijana, kun ennalta arvaamaton paine kohdistuu organisaatioon. (Nurmi, 2011.)

Ulkoisten sosiaalisten medioiden, kuten Facebookin, Twitterin ja Instagrammin kautta välittyvä tieto kertoo millaista kuvaa oppilaitos antaa ulkopuolelle ja miten se on verkostoitunut. Turun AMK toimii aktiivisesti verkossa, ja reaaliaikainen viestintä kertoo myös mitä tapahtuu muilla kampuksilla.

Twitter on asiantuntijaviestinnän kanava, nyt meillä on Twitterissä kourallinen tosi aktiivisia twiittäjiä, jotka profiloituvat asiantuntijoina ulospäin. Moni ei tiedä sitä. Olisi hyvä jos se näkyisi myös henkilöstölle ja samalla aktivoisi muitakin sinne mukaan. (Haapala 2016)

³ Jatkossa (Sopanen 2016)

5 SOSIAALINEN MEDIA MUUTTAA VIESTINTÄÄ

5.1 Sosiaalisen median käsitteestä

Mitä se sosiaalinen media on? Työ- ja elinkeinoministeriön Ilmoita 2013 -raportissa sanotaan sosiaalisen median olevan todellisuuden "laajentuma". Tarkalleen raportissa todetaan seuraavaa:

Sosiaalinen media on eräänlainen todellisuuden "laajennus" ihmisten arjessa. Sen vaikutus ei kuitenkaan pysähdy pelkästään tietokoneiden tai mobiililaitteiden ruudulle. Sosiaalisen median kautta jäsenämme elämäämme ja paikkaamme erilaisissa yhteisöissä ja yhteiskunnassa. Tulevaisuuden toimintaympäristön hahmottamisen kannalta on tärkeää ymmärtää, että sosiaalinen media saa jatkuvasti uusia käyttäjiä eri puolilta maailmaa, ja entistä suurempi osa tiedosta syntyy ja leviää sitä kautta. (Työ- ja elinkeinoministeriön Ilmoita 2013.)

Sosiaalisen median syntyä voidaan tarkastella teknologian kehityksen näkökulmasta. Ilman Web 2.0 -teknologian syntyä ei olisi sosiaalista mediaa. Teknologia toi käyttäjäsältöjen tekemisen ja jakamisen kaikille mahdolliseksi. Toisaalta sosiaalisuutta on ollut aina, se ei ole uusi keksintö.

"Sosiaalinen media – sellaisena kuin se tällä hetkellä tunnetaan – viittaa siis tietyn aikakauden digitaaliseen verkkoviestintään." (Suominen, Östman, Saarikoski & Turtiainen 2013, 16-17.)

5.2 Hierarkisuus häviää

Organisaation sisäiseen viestintään eivät riitä enää sähköposti tai perinteiset intrat, koska ne eivät tue kaksisuuntaista viestintää. Tietotyötä tekevän työyhteisön jäsenen suhde tietoon on muuttunut. Hän ei ole vain vastaanottaja, vaan myös tiedon jakaja. Jokaisella työyhteisön jäsenellä on oikeus ja velvollisuuskin jakaa omaa asiantuntijuutta. Se ei onnistu, ellei yrityksellä ole käytössä uusia viestintävälineitä. Vain sähköpostilla ja puhelimella kommunikointi rajaa tiedonsaajat pieneen marginaaliin. Näin jaettu tieto ei myöskään pysy saatavilla, vaan aikaa menee samojen kysymysten äärellä, kun vastaus jää sähköpostiin ja häviää sinne. Nykyvälineillä saadaan yksi ja sama tieto kaikkien tiedoksi yhdellä kertaa. (Hurmerinta 2015, 31.)

Perinteinen "käske ja kontrolloi" -malli toimii huonosti, jos ollenkaan nykyisessä työympäristössä. Se on itsestäänselvää, koska jos työ, työvälineet ja työympäristö muuttuvat, eikö johtamisenkin tavan pitä muuttua? Innovaatiot ja ideat, jotka syntyvät nopeasti ja kenelle tahansa, eivät pääse esille, jos ei ole luotu vuorovaikuttavia viestintäkanavia tai jos johto viestii hierarkisesti. (Olander 2015.) Turku AMK:n viestinnän ilmapiiriä pidetään hyvänä. Kirsi-Maria Castren-Harjun (henkilökohtainen tiedonanto 13.4.2016⁴) mukaan viestintä on kehittynyt vuorovaikutteisempaan suuntaan.

On syntynyt kannustavampi ilmapiiri aikaisempaan verrattuna. Nyt keskustellaan ja kehutaan, johto on kiinnostunut alaisistaan ja käy kysymässä kuulumisia ja sanoo oikeasti ääneen, että ollaan hyvä tiimi ja kiittää hyvästä työstä. (Castren-Harju 2016.)

Filosofian tohtori ja apulaiskaupunginjohtaja Pekka Sauri (2015) on tutkinut julkishallinnon ja sosiaalisen median suhdetta. Kirjassaan hän toteaa että, kommunikaatio menee menojaan, meidän kanssamme tai ilman meitä. Sosiaalista mediaa ei voida pitää enää pelkkänä ohimenevänä ilmiönä, joka toimii aikansa ja sen jälkeen voidaan palata takaisin perinteiseen toimintakulttuuriin. Hän näkee sosiaalisen median tulehisen historiallisena käännekohtana, avoimen tiedon ja kommunikoinnin kasvuna, jota hallitaan parhaiten osallistamalla keskusteluun, ei rajoittamalla sitä. (Sauri 2015, 10.)

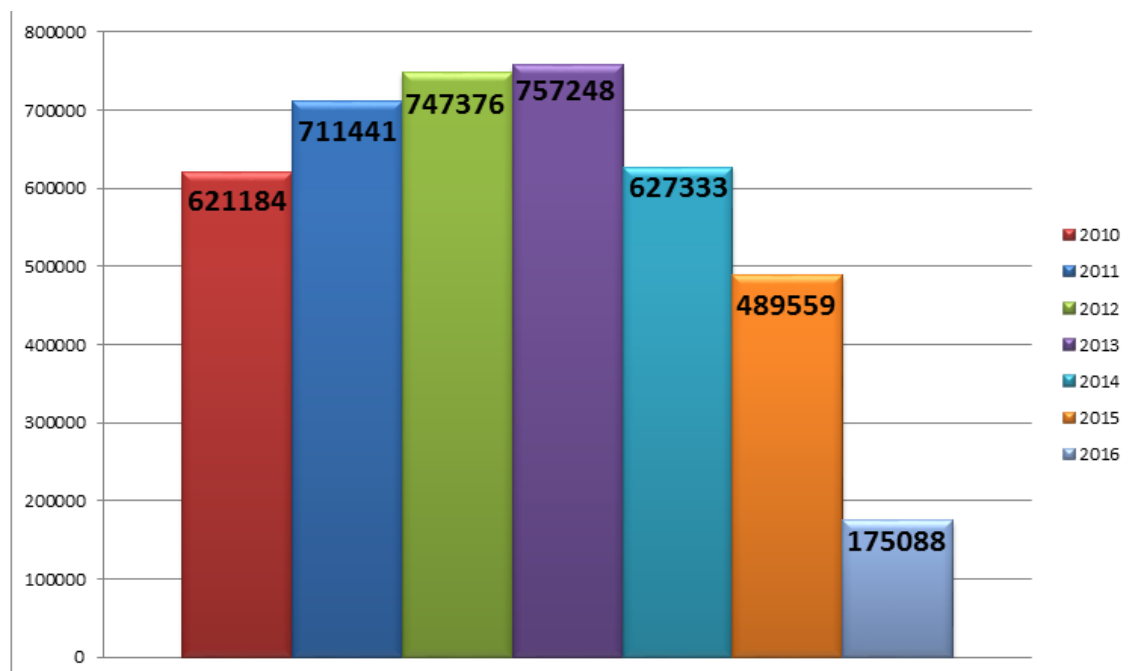
Miten sosiaalinen media tulee sisäiseen viestintään ja miten sitä pitäisi määritellä? Mennäänkö kanavat edellä, listataan ne, otetaan selvää, mitä niillä tehdään ja lopulta päätetään, onko meillä juuri siihen kanavaan sopivaa viestintää? Vai haarukoidaanko ensin, millaisia viestejä lähetellään ja haetaan niihin sopivat kanavat? Lopputulema saattaa olla sama lähestymistavasta riippumatta. Kolmantena vaihtoehtona on matkiminen. Haetaan hyvät käytännöt muilta, ja mietitään, miten niitä voitaisiin kopioida omiin tarpeisiin.

⁴ Jatkossa (Castren-harju 2016)

6 DIGITAALISET VIESTINNÄN KANAVAT SISÄISESSÄ VIESTINNÄSSÄ

6.1 SharePoint-intranet Messi

Intranet Messi on ollut käytössä jo vuodesta 2009 Turun AMK:n virallisena viestintäkanavana. Se perustettiin laatukäsikirjaksi Sharepoint 2007 -alustalle. Messi sai uuden visuaalisen ilmeen syksyllä 2015, samalla alusta päivitettiin uuteen versioon. Aluksi laatukäsikirjasta löytyivät prosessit ja vähitellen se laajeni koko organisaation tietopankiksi. Messiä luettiin alkuun ahkerasti, mutta viime vuosina klikkausten määrä on ollut laskusuunnassa, kuten kuvioista 3 näkyy. Vuoden 2016 arvo on tammikuu-huhtikuu. (Henkilökohtainen tiedonanto 10.5.2016 Miikka Lehtonen⁵)



Kuvio 3. Messin käyttäjätilasto (Lehtonen 2016).

Alkuvuodesta 2016 uudistettiin aloite- ja palautekanavat ja samalla luotiin uusi keskustelupalsta, Kiitä tai Kitise. Kiitä tai Kitise keskustelupalsta ei saanut varauksetonta vastaanottoa, päinvastoin, syntyneessä keskustelussa peräänkuulutettiin roolitusta. Miksi

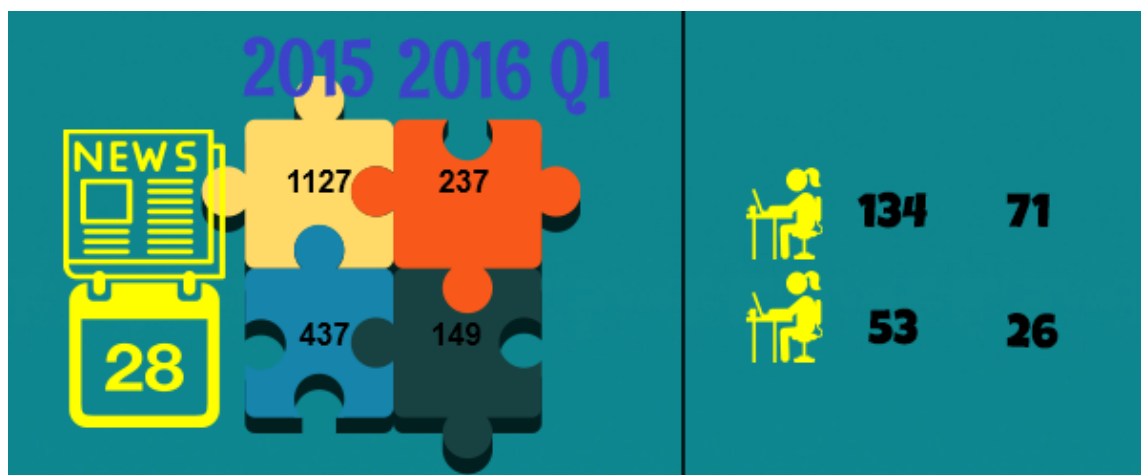
⁵ Jatkossa (Lehtonen 2016)

otetaan uusi keskustelupalsta käyttöön, kun Yammerinkin rooli on edelleen määrittelemättä?

Messi on monikanavainen viestintäväline. Sieltä löytyy erityyppisiä kanavia erityyppiseen viestintään, kuten:

- nopeaan, tosiaikaiseen ja asian ytimen kertovaan viestintään (uutiset, keskustelupalsta)
- nopeaan, ajankohtaisista asioista hieman tarkemmin kertovan viestintään (blogit ja Ruori)
- syvällisempään, asioiden ja tapahtumien taustoista kertovaan viestintään (pysyvät intrasivut). (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2008, 109.)

Messissä suurin osa tiedosta on staattista tietoa, jota tarvitaan työn tekemiseen, kuten matkustusohjeita, perehdytysmateriaaleja, turvallisuusviestintää ja tulosviestintää. Sivuja tekevät ja ylläpitävät sovitut tahot, mutta uutis- ja tapahtumavirrasta vastaavat kaikki. Jokaisella on oikeus kirjoittaa uutinen tai tapahtuma, joka koskee kaikkia. Uutis- ja tapahtumavirtakanavat ovat nopeimmin päivittyviä kanavia Messissä. Vuonna 2015 julkaistiin 1127 uutista, ja vuoden 2016 ensimmäisen neljänneksen aikana uutisia julkaistiin 237. Tapahtumia julkaistiin 437 vuoden 2015 aikana ja vuoden 2016 ensimmäisellä neljänneksellä on jo 149 julkaistua tapahtumaa (ks. Kuvio 4). Oikeanpuoleiset luvut kertovat kirjoittajien määrän. Uutisia on kirjoittanut 134 eri henkilöä vuoden 2015 aikana. (Lehtonen 2016.) Työyhteisö viestii ahkerasti, noin viidennes henkilökunnasta kirjoittaa uutisia tai tiedottaa ajankohtaisista tapahtumista organisaatiolle.



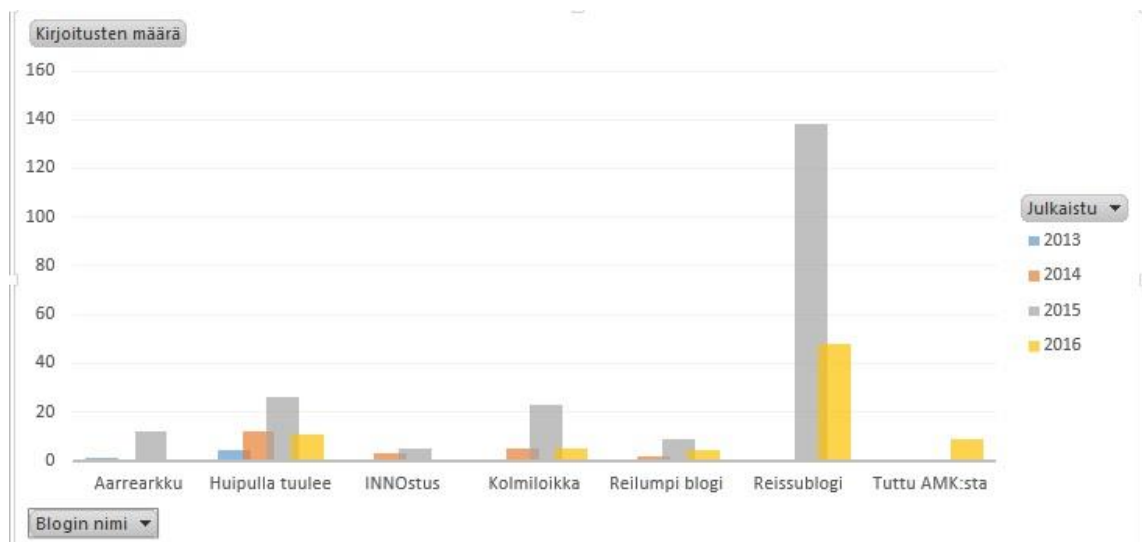
Kuvio 4. Uutiset ja tapahtumat Messissä (kuviokuva Elise Koskinen).

Uutis- ja tapahtumapalstat toimivat hyvin viestinnän foorumeina. Kun kaikilla on oikeus kirjoittaa uutisiin ja tapahtumiin, se helpottaa myös viestintäyksikön töitä.

Siinä mielessä, että ihmiset viestivät omista asioistaan aktiivisesti ja ajattelevat viestintää tavoitteellisesti, arvostaa sitä niin, että se tuntuu tärkeältä ja viestit lähtevät mahdollisemman läheltä sitä itse toimintaa, silloin asiat ovat hyvin. Tavoitellaan sitä, että viestiminen työllistää mahdollisimman vähän, ettei viestejä forwordoida eteenpäin, vaan se kulkee mahdollisimman suoraan eteenpäin, ilman välikäsiä. Huono puoli on se, ettei viestintä ole kovin yhdenmukaista, tyylejä ja tapoja on yhtä monta kuin kirjoittajakin. (Sopanen 2016.)

Blogit ovat olleet ensimmäiset ”kanavat kanavassa”, joihin on voinut myös kommentoida. Teknisesti blogin perustaminen Sharepoint-alustalle on helppoa. Blogin käyttöönotto vaatiikin enemmän organisaatiolta kuin sen perustaminen; miten määritellä blogin tehtävä ja miten palaute niistä vastaanotetaan. (Roine, Anttila 2015, 65.)

Blogit mullistivat internetin 2000-luvun alussa. Kehittynyt verkkoteknologia mahdollisti sisällöntuotannon valmiiseen tekstinsyöttöpohjaan helposti ja vaivattomasti ilman koodareita (Hakola & Hiila 2015). Bloggeja voi olla yrityksen ulkoisilla ja sisäisillä sivuilla ja niiden merkitys sisäisessä viestinnässä on luoda yhteisöllisyyttä. Henkilöstö pääsee vaikuttamaan yrityksen kehittämiseen ja toimintatapoihin. (Kortesuo 2009, 60.) Turun AMK:ssa seitsemään blogiin on kolmen vuoden aikana kirjoitettu 317 kirjoitusta, tykkäyksiä on 209 ja kommentteja 131. Kaaviossa 1 esitetään blogikirjoitukset per vuosi.



Kaavio 1. Turku AMK:n blogit (kuvio Elise Koskinen)

Reissublogin suosiota selittää sen pakollisuus. Ulkomaanvaihtojen kokemukset raportoidaan koko työyhteisölle blogikirjoitusten kautta. Huipulla tuulee blogiin kirjoittaa rehtori-

toimitusjohtaja Vesa Taatila. Kolmiloikalla haetaan vaihtovirtaa Satakunnan ammattikorkeakoulun ja Turun AMK:n välille. Blogi kertoo hankkeeseen osallistuneiden vaihtokokemuksista. Aarrearkku ja INNOstus blogit on avattu kaikille yhteiseksi blogiksi. Blogikirjoituksia sinne ei kuitenkaan itse pääse viemään, vaan jutut kierrätetään Messi-toimituksen kautta. Reilumpi blogi on kestävän kehityksen äänitorvi ja uusiin blogi, Tuttu AMK:sta kertoo tarinoita henkilökunnasta kepeään sävyyn.

Vuoden 2016 blogikirjoitukset on laskettu vuoden ensimmäiseltä neljännekseltä. Blogien käyttäjäseurantaa ei tehdä, joten lukijoiden määrää ei tiedetä. Reissublogi todistaa, että Turun AMK:ssa on ainakin 150 hyvää kirjoittajaa. Pieni pakko ei aina ole pahitteeksi, jos sillä saadaan aikaan vuorovaikutteisuutta. Blogit on tehty jokainen omina sivustoinaan ja juttujen lukeminen vaatii kärsivällisyyttä. Jokaiseen blogiin on tutustuttava erikseen, kun haluaa kirjoituksia lukea. Kannattaisiko ne siirtää yhteen kanavaan?

6.2 Yammer

Kun puhutaan sosiaalisen median palveluista työyhteisöviestinnässä, nousee Yammer esiin. Se on yksityinen sosiaalinen verkko, jossa voidaan keskustella, tiedottaa, jakaa tietoa ja tiedostoja. Se on perustoiminnallisuudeltaan hyvin yksinkertainen. Se tarjoaa jatkuvasti virtaavan uutissyötteen, johon kuka tahansa ryhmän jäsen voi aloittaa oman keskustelun tai vastata olemassa oleviin keskusteluihin. (Roine 2014.)

Usein kuulee sanonnan, että jos osaa käyttää Facebookia, osaa käyttää myös Yammeria. Silti käyttäjän tullessa ensimmäisiä kertoja Yammer-palveluun, hän saattaa olla hämillään siitä, miten osallistua keskusteluun, tai onko Yammerissa sitä oikeaa keskustelua. Jos ei tiedä, miten Yammer toimii, saattaa käydä niin, että käyttäjä tulee nopeasti pois todeten, ettei se ole tarkoitettu hänelle itselleen. Siksi Yammerista on syytä tietää pari ominaisuutta ennen kuin aloittaa käytön. (Nohynek 2014.)

Yammer toimii ryhmissä ja ryhmäkeskustelut ovat Yammerin perusta. Kuka tahansa voi perustaa avoimen, suljetun tai piilotetun Yammer-ryhmän. Ryhmän nimi kannattaa harkita tarkkaan, koska se näkyy haussa. Nimen perusteella myös päätetään, onko ryhmä tarpeeksi kiinnostava, jotta siihen haluaisi liittyä. Kun ryhmä on avoin, sen keskusteluja voi seurata liittymättä ryhmään. Ryhmään liittymisen etuna on keskustelujen seuraamisen helppous. Kiinnostavista keskusteluista voi pyytää muistutuksen sähköpostiin ja keskusteluryhmät jäävät muistiin navigaatioon. Suljettuun ryhmään pääsee vain pyytämällä,

ja ryhmän perustaja hyväksyy uuden käyttäjän. Jos on piilotettuja ryhmiä, niitä ei näe ja niiden olemassaolosta ei tiedä. Ne toimivat kutsumisen periaatteella. (Nohynek 2014.)

Turun AMK:ssa on otettu Yammer käyttöön kesällä 2015. Alkuvuodesta 2016 lähtien on tehty kävijämääräseuranta kuukausitasolla. Noin 10 000 hengen yhteisöstä Yammeria käyttää 935 henkilöä. Henkilökuntaa on tällä hetkellä enemmän kirjautuneena palveluun kuin opiskelijoita. (henkilökunta 473, opiskelijoita 462). (henkilökohtainen tiedonanto Servicedesk 27.5.2016⁶). Käyttäjiä kirjautuu lisää palveluun tasaista tahtia, noin 50 uutta kävijää kuukaudessa. Laskin vuoden aikana tehdyt Turun AMK:n Yammer-ryhmät. Tilanne 30.4.2016.

- Suljettuja ryhmiä oli 34 ja jäseniä niissä on 388.
- Avoimia ryhmiä oli 28 ja jäseniä niissä on 698.

Viestinnän virallinen kanava on Messi-intranet ja se lukee myös Yammer-ohjeissa. Yammeria ei ole nostettu virallisen viestinnän tai keskustelun kanavaksi Turun AMK:ssa, mikä saattaa selittää alhaisen käyttäjämäärän. Toisaalta alhaista kävijämäärää saattaa selittää myös se, ettei Messissä ole helposti löydettävää linkkiä Yammeriin. Yammer on kytketty osaksi O365-palvelua ja löytyy helpoiten <https://portal.office.com> linkin kautta.

Yammerin hyvinä puolina voidaan pitää sitä, että se muistuttaa kaikkein eniten yleisiä sosiaalisen median kanavia, kuten Facebookia ja Twitteriä. Roine & Anttila (2015, 116) listaavat seuraavia hyötyjä siihen, mitä Yammerin käytöllä saadaan yrityksessä:

- Sähköpostin määrä vähenee
- Tiedonkulku nopeutuu ja paranee
- Vuorovaikutus lisääntyy
- Tietopääoma kertyy talteen
- Kommentointi helpottuu
- Mobiilikäyttö

Turun AMK:n Brand Manager Mari Hartemo listaa kokemuksiaan Yammerin mobiilikäytöstä seuraavasti:

Se on näiden paras anti, että ne ovat myös desktop-käytön ulkopuolella. Tulee niin paljon mailia, että on vähän aikaa olla koneella sovelluksessa. Puhelimesta näkee

⁶ Jatkossa (Servicedesk 2016)

notifikaatiot ja näkee viestit heti. Se on nopeaa ja pysytään kartalla. (Hartemo 2016.)

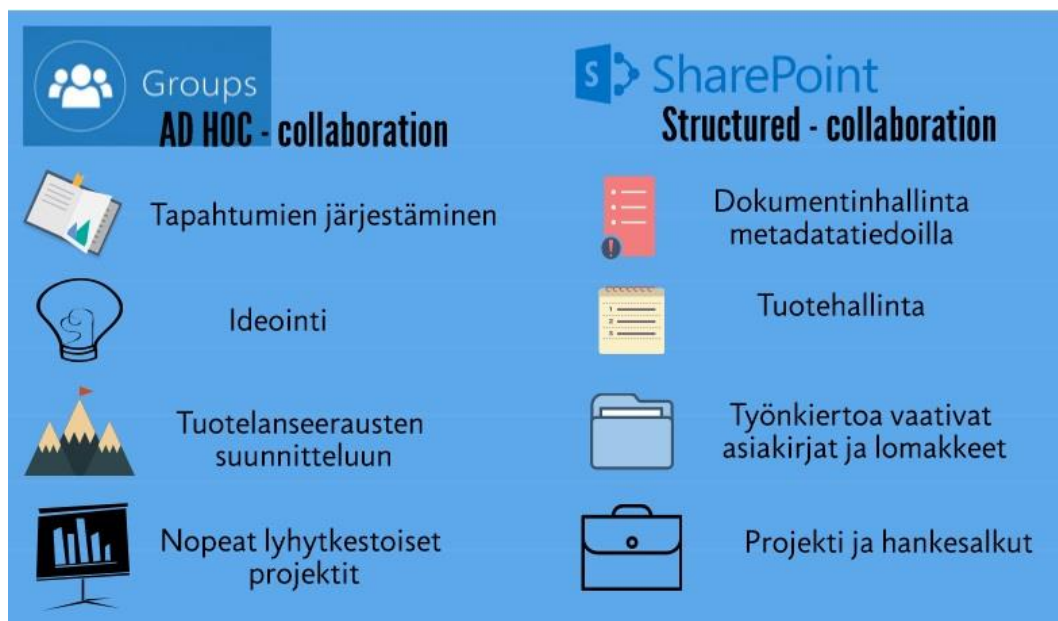
Yammeria voi käyttää monipuolisesti viestintään, sillä voi luoda tiedotteita, kysymys-vas-
taus-palstoja, ideoida, joukkoistaa, antaa palautetta, vaihtaa tietoja asiantuntijoiden kes-
ken ja luoda yhteisöllisyyttä (Harjanne 2013.)

6.3 Sharepoint-työtilat ja O365-ryhmät

Microsoftin ratkaisu tiimien yhteisiksi tiloiksi, foorumeiksi on ollut Sharepoint- työtilat. Se on tällä hetkellä yksi käytetyimmistä työtilaratkaisusta yrityksillä. Vuonna 2011 tehdyn tutkimuksen mukaan 78 prosenttia suuryrityksistä käyttää Sharepointia liiketoiminnas-
saan. Suomen tilannetta ei tiedetä, mutta Roine ja Anttila (2015) väittävät kokemustensa pohjalta Sharepointin olevan käytössä noin puolella top 100 -yrityksissä. (Roine & Anttila 2015, 9). Sosiaalinen verkostoituminen työtiloissa on helppoa. Käyttäjät tuottavat niihin itse sisällön ja ovat vuorovaikutuksessa keskenään. Tosin työtilat kaikkine oikeustasoi-
neen, metadatatietoineen ja omistajuuksineen muodostavat melkoisen ”himmelin”, to-
teaa Outi Lammi (Lammi 2016).

O365 -ryhmät on kevyempi versio virtuaalisesta Sharepoint-työtilasta. Se on ketterä tapa pystyttää yhteinen sosiaalinen alusta tapahtumalle tai asialle, jota käsitellään tietyn tiimin kanssa tietyn aikaa. Kun ryhmä on perustettu, sillä on heti käytössään oma keskustelu-
kanava, kalenteri, muistikirja ja tiedostojen jakopaikka. Keskustelut ovat tosin sähköpos-
tivistä, mutta ne järjestyvät ryhmänäkymiin ketjuittain tai säeittäin, näkymän ollessa
tuttu yleisistä sosiaalisen viestinnän kanavista. Toistaiseksi ryhmät on tarkoitettu vain
organisaation sisäiseen käyttöön, ja niihin ei voida lisätä ulkopuolisia käyttäjiä. Ryhmien
käyttäminen on tehty helpoksi, ja ne toimivat nettikäyttöliittymän kautta. O365 ryhmillä
on myös oma applikaatio mobiilikäyttöön. (Pakkanen 2015.)

Miksi Microsoft on tuonut tuoteperheeseen kaksi näin samantyyppistä tuotetta? Miten
käyttäjä pystyy arvioimaan, kumpi työtila palvelee hänen tarkoituksensa paremmin?
Kuvioon 6 on listattu sekä SharePoint-työtilojen että O365-ryhmien käyttötarkoitus työ-
yhteisöviestinnän näkökulmasta.



Kuvio 5. O365-ryhmät vs. Sharepoint-työtilat. (Khipple 2016,14, kuvio Elise Koskinen).

Vastausta edellä esitettyyn kysymykseen ei ole, sillä valintaan liittyy monia tekijöitä. Yksi ei aina ole ylitse muiden, vaan yhden asian hoitaminen saattaa vaatia monia eri työkaluja aloituksesta toteutukseen. Projektisalkku saatetaan pitää Sharepoint työtilassa, mutta lanseerausvaiheessa tarvitaan ketterää työkalua yli organisaatorajojen. Lanseerauksen suunnitteluun tulee mukaan usein markkinointi ja viestintä, jolloin Sharepoint- työtilojen käyttäjähallinta tulee monimutkaiseksi ja ryhmän perustaminen on perusteltua. Usein työtilojen rinnalla käytetään vielä muitakin sosiaalisia viestinnän välineitä, kuten Skype -sovellusta neuvotteluihin ja sähköpostia kokouskutsujen lähettämiseen.

6.4 Skype for Business Online ja One Drive for Business

Skype on pikaviestinpalvelu, joka sisältää audio- ja videoneuvotteluoiminaisuudet ja kuvavuodon jakamisen. Applikaatiolla pystyy osittain korvaamaan sähköpostin, tekstiviestit, fyysiset tapaamiset ja puhelinsoitot. Kokouksissa sillä sujuu tiedostojen jakamisen lisäksi niiden muokkaaminen. (Roine & Anttila 2015, 24–25.) Verkkokokoukset parhaimmillaan ovat tehokkaita ja vähentävät kustannuksia, koska niiden käyttäminen ei vaadi erillistiloja eivätkä erillislaitteita. Video- ja verkkokokoukset onnistuvat omalta työasemalta tai omasta mobiililaitteesta. Tällä tavoin voidaan säästää matkakustannuksissa, jos esimer-

kiksi kokoukseen osallistujat ovat eri paikoissa. Verkkokokoukset edustavat omalta osaltaan uudentyypistä viestintää, jossa annetaan kaikille mahdollisuus osallistua toimintaan ja luodaan avoin keskusteluyhteys. (Juholin 2013, 2015.)

Skypellä onnistuu reaaliaikainen viestiminen useammankin henkilön kanssa. Se sopii yhtä hyvin asiantuntijakeskusteluun kollegan kanssa, kuin lounastreffien sopimiseenkin. (Harbridge & Khipple 2015, 32.) Office 365:ssa voit nähdä Skypen statuksesta eli tavoitettavuustiedosta, onko kollega paikalla vai ei. Status päivittyy suoraan Outlookin kalenterista, tai käyttäjä voi itse sen asettaa.

Jos Skype on otettu käyttöön Office 365:ssa, voidaan Skype-neuvotteluun osallistua omalla puhelimella erillisen Skype numeron kautta. Tosin osallistuja ei silloin näe jaettavia tiedostoja tai pikaviesti-kommentteja. Se on vaihtoehto silloin, kun kokous on vain puhelinneuvottelu tai internet-yhteys on rajattu. Skype kokoukseen voi osallistua myös mobiilisti. Omat sovellukset löytyvät älypuhelimille ja tableteille. (Microsoft 2016.)

Skypen käyttö Turun AMK:ssa ei ole uutta. Microsoftin edellinen pikaviestinsovellus Lync, oli jo käytössä ennen Skypeä. Turun AMK:ssa Skypeä käytetään päivittäin pikaviestimiseen noin 400-600 kertaa ja kokouksia on alle 50 per päivä. (Servicedesk 2016.)

One Drive for Business -sovellus on tarkoitettu omien tiedostojen tallentamiseen ja jakamiseen, ja sen kapasiteetti on lähes rajoittamaton. Se toimii samalla periaatteella kuin verkkolevyasemat, jonne käyttäjä voi rakentaa hakemistopuu kansioineen omia asiakirjoja varten. Toisin kun verkkolevyllä, One Drive for Business -sovelluksessa voidaan jakaa tiedostot linkkeinä muokkausoikeuksineen, jolloin tiedostoja ei tarvitse liikutella sähköpostissa erikseen muokkausta varten. Sovellus on myös synkronoitu O365-ryhmiin, se käyttää samaa kirjastoa tiedostojen jakamiseen ja tallentamiseen. Sovellus ei sisällä keskusteluominaisuuksia, ja siksi se sopiikin parhaiten yksittäisten asiakirjojen tallennukseen ja muokkaukseen. (Roine & Anttila 2015, 84.)

7 CASE-ESIMERKKEJÄ YAMMER JA SKYPE

7.1 Yammer – HAMK ja Helsingin yliopisto

Yammerin käyttöönnotosta löytyy case-esimerkkejä paljon. Hämeen ammattikorkeakoulu (jatkossa HAMK) otti intraudistuksen myötä käyttöönsä Yammerin viralliseksi viestintäkanavaksi vuonna 2015. Yammerin käyttöönnotosta ja intraudistuksesta pidetään blogia, jossa kerrotaan, miten asiat käyttöönoton jälkeen ovat sujuneet. Yammer on HAMKissa sisäisen viestinnän pääkanava, osana uutta intraa. Tavoitteena on viestiä koko henkilökunnalle ja opiskelijoille yhteisesti ja erikseen. (Viestintälotta 2015.) Kuvasta 1 näkyy, minkä tyyppisiä ryhmiä HAMKin Yammeriin on perustettu.



Kuva 1. HAMK:n Yammer-kanavia (Lombardi).

Yammerista saatuja käyttökokemuksia jalostetaan HAMKissa eteenpäin. Verkkoviestintäpäällikkö Lotta Linko kertoo haastattelussa (Lombardi), miten sosiaalinen viestintä mataltaa hierarkiaa organisaatiossa ja kommunikaatio on enemmän ihmiseltä ihmiselle - viestintää kuin esimies-alaisviestintää. (Lombardi.)

Miten Yammer taipuu opiskelijoiden käyttöön? Syksyllä 2014 Helsingin yliopistossa järjestettiin Tiede sosiaalisessa mediassa -harjoituskurssi. Kurssi rakennettiin Helsingin yliopiston Yammer verkkoon ulkoisena verkostona, koska sisäisen verkoston rakentaminen olisi rajannut ulkopuoliset pois kurssilta. Ulkoiseen verkostoon ei vaadita organisaation sähköpostiosoitetta. Kurssilla Yammeria hyödynnettiin keskustelukanavana, materiaalin jakamispaikkana ja tehtävien antamiseen, tekemiseen ja palauttamiseen. Yhteenvetona tutkijat totesivat Yammerin tarjonneen poikkeuksellisen vuorovaikutusalustan, ja esimerkiksi muita sähköisiä viestintävälineitä ei käytetty kurssin aikana lainkaan. Yammer tarjoaa työkalut pdf- ja word-dokumenttien kommentoimiseen ja tämä koettiin hyvänä asiana. Palautetut työt voitiin arvioida kommentein järjestelmässä, ja niitä ei tarvinnut lähettää erikseen opiskelijoille. Opiskelijat olivat tyytyväisiä Yammeriin sosiaalisena oppimisalustana, mutta kritisoivat tiedon löydettävyyttä. Yammer ei varsinaisesti ole oppimisalusta, mutta tutkijat eivät pitäneet sitä heikkoutena, vaan etuna. Oppimisprosessi Yammerin kaltaisten alustojen avulla voi levitä luentosalien ulkopuolelle. (Laaksonen & Poutanen 2016)

7.2 Skype for Business – Case Kela, arjen digitalisaatiota

Kela (Vähä-Erkkilä 2016) käyttää aktiivisesti Skype for Business -sovellusta sisäisessä viestinnässä, sidosryhmäviestinnässä ja asiakaspalvelussa. Kela yhdisti Skypellä ensin sisäiset palaverit, minkä jälkeen syntyi ajatus siitä, voitaisiinko Skypeä hyödyntää sidosryhmien välisessä yhteistyössä. Kela asioi päivittäin julkishallinnon, kuntien ja yritysten kanssa ympäri maata. Kuntien kanssa pidetään asiakasyhteistyöryhmäkokouksia video-Skypellä, asiakaskokouksia viikoittain ja ad hoc -yhteydenottoja päivittäin kunnan sosiaaliohjaajien ja kelan asiakaspalvelun välillä. Tällä tavoin pyritään parempaan asiakaspalveluun, saadaan yhdelle luukulle monia viranomaisia ja tuodaan kokous yhdelle ”tiskille”. Uutena pilottina Kelassa kokeillaan etätulkkausta, jolloin esimerkiksi voidaan maahanmuuttajaa palvella heti tiskillä. Edut on helposti listattavissa, aikaa ja rahaa säästyy

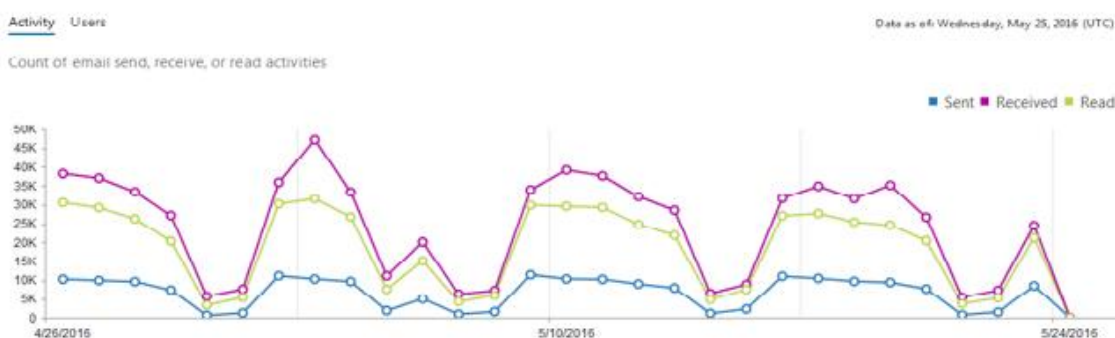
kaikilta osapuolilta ja palvelusta tulee nopeaa. Kelan Skypessä on 5600 aktiivista käyttäjää, 16 000 aktiivista pikaviestitystä päivässä ja 850 kokousta päivittäin (Vähä-Erkkilä 2016.)

Skypeä voidaan hyödyntää opetuksessa silloin kun opiskelijat eivät pääse fyysisesti paikalle. Sillä voidaan keskustella kampukselta toiselle, tehdä yhteistyötä ystävyyskoulujen kanssa ja oppilaat voivat keskenään tehdä ryhmätöitä. Turun AMK:ssa on Skypellä käytetty opponointikeskusteluja ja tehty henkilökohtaisia opintosuunnitelmia. Skype kokoukset voidaan myös äänittää ja jakaa tallenteina. Skypeä ei luokitella sosiaalisen median kanavaksi, mutta jos halutaan vähentää sähköpostin määrää, Skypellä voidaan korvata osa sähköposteista. Skypen käytöstä löytyvät hyvät ohjeet Messistä, mutta toki voisi aiheesta muistuttaa aika ajoin. Turun AMK:ssa Skype on käytössä kaikilla automaattisesti ja sen käyttö ei vaadi suuria ponnisteluja.

8 POIS SÄHKÖPOSTIVIESTINNÄSTÄ

Viestintäkanavista ei ole puutetta, ne päivittyvät tiuhaan ja se tuo oman haasteensa työyhteisölle. Sen sijaan, että lähdetäisiin rohkeasti kokeilemaan uutta, jäädäänkin pähkäilemään, mitä kanavaa pitäisi käyttää, ja usein päädytään siihen tutuimpaan eli sähköpostiin. Sähköposti on riittävän hyvä moneen tarkoitukseen, ja niin kauan kuin työntekijöillä ei ole halua tai aikaa opetella uusia välineitä, sähköpostilla on itsestään selvä asema työyhteisöissä. ”Mitkään hienoimmatkaan kollaboraatioharjoituksetkaan eivät onnistu, kun joku veto-oikeudella varustettu avainhenkilö taantuu takaisin sähköpostiin”. (Suomi 2015).

Vaikka Turun AMK:n viestintäpalvelut eivät tiedottamisessaan käytä sähköpostia, tuntuma haastatelluilla oli, että sähköpostia tulee paljon, ja suurin osa töistä kulkee vielä perinteisen sähköpostin mukana. Kuvio 6 kertoo miten Turun AMK:ssa viestiteltiin sähköpostin välityksellä toukokuussa 2016. Eniten viestejä lähetettiin ennen kuun vaihdetta. Trendi on laskeva, koska opiskelumaailma hiljentyy kesää kohti.



Kuvio 6. Kuukauden aikajana sähköpostiliikenteessä. (Servicedesk 2016).

Turun AMK on sähköpostin ”heavy user”. Kymmeniä tuhansia viestejä kulkee päivittäin eri ryhmien välillä. Miksi pitäisi sähköpostista siirtyä pois, sehän on väline vailla vertaa, nopea ja sitä osaavat käyttää jo kaikki? Nopea vilkaisu Turun AMK:n viestinnän toimintasuunnitelmaan kertoo, ettei sähköpostiliikennettä haluta tukea. Sähköposti ei ole väline yhteisöllisyyden ja vuorovaikutteisuuden lisäämiseen. Yammer ja O365- työkalut tuovat enemmän lisäarvoa viestintään kuin 1:1 viestintä, sähköpostiviestintä tai puhelimella soittaminen (Harbridge & Khipple 2015, 21.) Lisäarvoa tuovat tiedon avoimuus ja sen leviäminen koko organisaation käyttöön.

Turun AMK:n viestinnän tavoitteet vuosille 2016-2021:

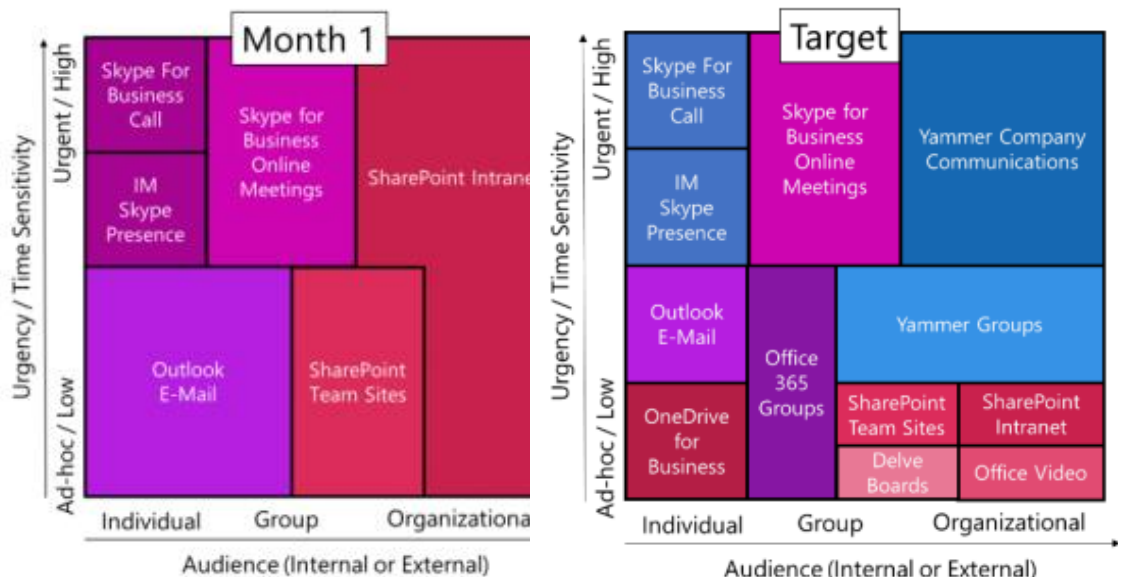
- Saada 10 000 hengen yhteisö viestimään keskenään vuorovaikutteisesti
- Strategiaviestintää lisää
- Messin yhteisöllisyyden ja vuorovaikutteisuuden lisääminen
- Ajanmukaiset visuaaliset, mobiilikäyttöön sopivat viestintäkanavat.

Sen sijaan, että pohdimme mikä tai mitkä kanavista ovat tarpeettomia, pitäisi pohtia miten kanavia voitaisiin paremmin hyödyntää organisaatiossa. Määritellään tavoitteet eri kanaville ja kirkastetaan niiden käyttötarkoitus.

Turun AMK:ssa viestintään käytetään eniten Sharepoint intraa eli Messiä, Skypeä ja sähköpostia. Yammeria ja O365-ryhmiä käytetään, mutta vähäisessä määrin ja niiden tehtävää ei ole kirkastettu. Alla oleva kuvio (Kuvio 7) näyttää millainen matka voi olla sähköpostiorganisaatiosta vuorovaikutteiseen organisaatioon. (Harbridge & Khipple 2015, 25)

Sähköposti organisaatio

O365- organisaatio



Kuvio 7. Sähköpostista O365-malliin (Harbridge & Khipple 2015).

Ylläoleva on vain esimerkki. Millainen on Turun AMK:n malli tulevaisuuden viestintämatriiksiksi?

9 YHTEENVETO

Turun AMK:ssa Messi on sisäisen viestinnän pääkanava, ja sellaisena se halutaan pitää. Se toimii hyvin Turun AMK:n organisaatioviestinnässä, kun tieto on pysyvää, ja sitä tarvitsee koko organisaatio. Messi ei ole vuorovaikutteinen kanava, mutta sen vuorovaikutteisuutta voidaan parantaa tuomalla Yammer keskustelut näkyville. Esimerkiksi uuden kampusalueen Yammer keskustelun kanava voidaan linkittää suoraan jo olemassa olevalle kampussivulle.

Blogit ovat vuorovaikutteisia kanavia Messissä. Niitä on tällä hetkellä seitsemän erilaista. Yhdistäisin ne kaikki yhdeksi henkilöstöblogiksi, henkilöstölehden tapaan, jossa johtoryhmän blogi toimisi pääkirjoitusten alustana. Tuttu AMK:sta palsta on hyvä, sellainen on useissa henkilöstölehdissä. Voisiko blogien käyttötarkoitusta kirkastaa siten, että tulosalueiden viestintävastaavat ottaisivat vastuulle kirjoittaa heille ajankohtaisia asioita kuukausittain? Kerran kuukaudessa pidettävä koko AMK:n tasoinen sisältöavoriivi kirjoittaisi varmasti aiheita esiin viestintävastaavien keskuudessa, ja opiskelijat ovat ehtymätön voimavara, jota voisi hyödyntää. Blogien kohderyhmiä voisi miettiä, reissublogi saattaisi toimia brändäyksen välineenä ulospäin ja Aarrearkku asiantuntijablogina. Nykyisen Kiitä ja Kitise -palstan siirtäisin Yammeriin sellaisenaan ja laittaisin linkin Yammeriin Messin etusivulle.

Ulkoisten sosiaalisen median kanavien syötteet voisivat näkyä myös Messin etusivulla. Usein Facebookista näkee, mitä muilla kampuksilla tapahtuu reaaliajassa, tapahtumia voisi käydä tykkäämässä ja kommentoimassa omalla nimellään työaikanakin. Twitteristä näkee, minkä alan keskusteluja käydään, ja se voisi innoittaa talon omia asiantuntijoita jakamaan omaa ja muiden asiantuntijuutta. Tämä voisi olla ensi askel kohti vapaaehtoista työntekijälähettilyyttä.

Uutiset ja tapahtumat menevät vuolaassa virrassa etusivun nostoissa, otsikoista pääsee molempiin listoihin erikseen, joten jos tietoa haluaa, asiat on katsottavissa kokoelmasilulta. Uutisten ja tapahtumien ero on välillä hiuksen hieno. Koulutukset voitaisiin poimia tapahtumista omaan virtaan, silloin ne olisi helposti löydettävissä tapahtumien joukosta. Messiin voisi tehdä kalenterin, joka näyttäisi mitä tänään tai tällä viikolla tapahtuu AMK:ssa. Kalenteriin voitaisiin työnkululla viedä tapahtumista tiedot, jotta se alkuperäinen tapahtumakutsu säilyisi ilmoittautumislinkkeineen. Turun AMK:n intra koetaan toimivaksi ja jo tutuksi tavaksi viestiä koko organisaatiolle.

Yammer toisi lisää vuorovaikutteisuutta koko Turun AMK:n viestintään ja sen virallinen käyttöönotto tukisi koko Turku AMK:n strategisia linjauksia. Microsoft-partneri ja konsulttitoimisto Sininen meteoriitti tutki 2014 yhteisöviestinnän tilaa Suomessa. Kyselystä ilmeni, miten Enterprise Social on otettu käyttöön ja onko se oikeasti hyödyllinen työympäristössä. Tutkimukseen vastasi 63 henkilöä eri yrityksistä, yrityksen koot vaihtelivat 50 hengestä yli tuhanteen ja toimialoja oli teollisuudesta rakentamiseen ja IT-alaan. Termillä Enterprise Social viitataan yhteisöllisiin työkaluihin, kuten Microsoftin Yammeriin ja Sharepointin newsfeediin tai muiden toimittajien samankaltaisiin sovelluksiin. Tutkimuksesta kävi ilmi, että 85% :lla oli käytössä jo yhteisöviestinnän työkaluja ja 8% vastasi, ettei aio edes ottaa käyttöön niitä. Microsoftin työkalut olivat vahvoilla, Yammer oli käytössä 52%:lla ja Sharepointin newsfeed 19%:lla. Tärkeintä tutkimuksessa oli yhteistyökalujen käyttö, tulevat ne sitten miltä toimittajalta tahansa. Keskustelu ja tiedon jakaminen organisaation sisällä, vastaukset työhön liittyviin kysymyksiin ja ideointi koettiin Enterprise Socialin tärkeimmiksi hyödyiksi. (Sininen meteoriitti 2014a)

Yammer sopii hyvin koko Turku AMK:n organisaation viestintään, tiimien sisäiseen viestintään, projektiviestintään ja ulkopuolisten tahojen kanssa viestimiseen. Yksilölle tämä tarkoittaa muutosta työhön, kun viestinnästä tulee näkyvä osa työtä. Viestinnänammatilaiselle tämä tarkoittaa portinvartijaroolista luopumista ja uutta roolia uusien toimintamallien puolestapuhujana. (Sininen meteoriitti 2014b.) Yammerissa viestintä on reaaliaikaista ja nopeaa, laite- ja paikkariippumatonta. Yammerissa tapahtuva viestintä on erilaista kuin on Messissä tapahtuva, joten Messille siitä ei ole uhkaa, pikemminkin päinvastoin. Yammerin kautta voidaan nostaa asioita esille ja saada siten klikkauksia Messiin enemmän.

Sähköposti on huono arkisto. Jos projektin kokouksesityslistat, muistiot, päätöksiä tukevat materiaalit kerätään sähköpostiin, on niitä vaikea löytää sieltä jälkeenpäin. Office-ryhmät on hyvä keino pitää kokonaisuudet hallussa. Organisaatiossa tulosalueiden ja yksiköiden väliset palaverit kannattaa viedä O365-ryhmiin. Etuna on, ettei sähköpostilistalta tipahda ketään vahingossa pois ja kaikilla on käytössä viimeisin tieto käsitellyistä asioista. O365 Groups on myös helppo ja nopea perustaa, kuten edellä on jo kerrottu.

Isoja kokonaisuuksia varten kannattaa perustaa jo Sharepoint-työtila. Isot kokonaisuudet saattavat tarvita jo eritasoisia käyttöoikeuksia eri asiakirjoille, metadatan hallintaa ja erilaisia työnkulkuja. Perinteinen Sharepoint työtilaratkaisu ei ole ketterä ja käyttäjällä pitää olla työtilan käytön perusasiat hallussa. Kaikesta tästä huolimatta, silläkin on paikkansa Turun AMK:n viestinnässä.

Turun AMK:n oppimisympäristöpalvelut on tehnyt hyviä ohjeistuksia, miten yllämainittuja kanavia käytetään. Tavallinen loppukäyttäjä tarvitsee teknisen käytön opetteluun lisäksi myös esimerkkejä siitä, miten kanavia voidaan viestinnässä hyödyntää. Tässä näkisin viestintäpalveluiden roolin suurempana. Petro Poutanen (2013) kirjoittaa blogissaan, miten sisäisellä viestinällä voi vaikuttaa organisaatiossa yleiseen mielipiteeseen, viestimällä uusista innovatiivisista viestintävälineistä. Viestinnän tehtävänä olisi saada organisaation jäsenet uudistusten puolelle luomalla sopivia odotuksia ja kertomalla mitä, käyttäjiltä odotetaan uusien viestintävälineiden käyttöönottoa ajatellen. (Poutanen 2013.)

Opinnäytetyön prosessin aikana opin ymmärtämään paremmin O365 tuoteperheen viestintävälineitä ja miten ne toimivat yhdessä. Mitä enemmän niistä tietää, sitä paremmin niitä pystyy soveltamaan käytäntöön. Tulevaisuudessa tarvitaan yhteistyötä IT:n ja viestinnän välillä, koska työyhteisöä ei voida jättää itsekseen opettelemaan uusien työkalujen käyttämistä. Tarvitaan koulutusta ja tukea molemmilta tahoilta ja varmistetaan kalliiden investointien käyttöönotto sujuvasti.

LÄHTEET





- Castren-Harju, K-M. 2016. Viestintäsuunnittelija. Turku AMK. Haastattelu 13.4.2016.
- Haapala, S. Viestintävastaava. Turku AMK. Haastattelu 18.4.2016.
- Hakola, I., & Hiila, I. 2012. Strateginen ote verkkoon: Tavoita & sitouta sisältöstrategialla. Helsinki: Sanoma Pro.
- Harjanne, K. 2013. Näistä et selviä ilman yammeria. Viitattu 5.5.2016.
<http://www.sulava.com/2013/11/naista-et-selvia-ilman-yammeria>
- Hartemo, M. 2016. Brand Manager. Turku AMK. Haastattelu 18.4.2016.
- Hurmerinta, J. 2015. On aika muuttua: Menestysopas sosiaalisen aikakauden johtajille. Helsinki: Kauppakamari.
- Juholin, E. 2013. Communicare!: Kasva viestinnän ammattilaiseksi. Helsinki: Management Institute of Finland MIF.
- Khipple, K. 2016. Office365 Groups vs Team Sites. Slideshare. Viitattu 30.5.2016.
<http://www.slideshare.net/kkhipple/office-365-groups-vs-team-sites>
- Hartbridge, R., Khipple, K. 2015. When to use what in Office365 Enterprise User Guidance. E-book.
- Kortesuo, K. 2012. Tekstiä ruudulla: Opas tehokkaaseen verkkokirjoittamiseen. Helsinki: Management Institute of Finland MIF.
- Laaksonen S-M, Poutanen Petro. 2016. Yhteisöllinen oppiminen in action – yammer kurssialustana. Viitattu 25.5.2016.
http://www.academia.edu/24937683/Yhteis%C3%B6llinen_oppiminen_in_action_Yammer_kurssialustana
- Lammi, O. 2016. Joko tunnet Office-365 ryhmät? Viitattu 4.5.2016.
<http://www.outilammi.fi/tag/tietotyo/>
- Lehikoinen, A. 2016. Tiedottaja, copywriter. Turku AMK. Haastattelu 26.4.2016.
- Lehtonen, M. 2016. IT-suunnittelija. Turku AMK. Sähköposti 10.5.2016.
- Lombardi, G. 2015. HAMK tackles the university challenge with SharePoint and Yammer.
<https://www.simply-communicate.com/case-studies/company-profile/hamk-tackles-university-challenge-sharepoint-and-yammer>
- Messi 2016a. Etusivu > Henkilöstölle > Viestintä ja markkinointi. Viitattu 28.4.2016.
- Messi 2016b. Etusivu > Henkilöstölle > Viestintä ja markkinointi > Sisäinen viestintä. Viitattu 30.4.2016.
- Messi 2016c. Etusivu > Henkilöstölle > Viestintä ja markkinointi > Viestintäkanavat > Sisäiset viestintäkanavat. Viitattu 30.4.2016.
- Microsoft. 2016. Puhelinneuvottelut Office 365:ssä. Viitattu 27.5.2016.
<https://support.office.com/fi-fi/article/Puhelinneuvottelut-Office-365-ss%C3%A4-90d51188-0ba9-4dc4-bd6c-ae11dd1f8551?ui=fi-FI&rs=fi-FI&ad=FI&fromAR=1>

- Nohynek, M. 2014. Yammer-kouluttajan vinkit: Ryhmät, ulkoiset verkostot ja notifiikaatioasetukset. Viitattu 1.5.2016.
<http://www.digitaliillustrated.com/Ajankohtaista/Yammer-kouluttajan-vinkit-Ryhmät-ulkoiset-verkostot-ja-notifiikaatioasetukset/>
- Nurmi, K. 2011. Sisäisen ja ulkoisen viestinnän raja on kadonnut. Viitattu 24.4.2016.
<http://viestijat.fi/sisaisen-ja-ulkoisen-viestinnan-raja-on-kadonnut/>
- Olander, I. 2015. Tulevaisuuden työ on järjestäytynyt kuin internet. Viitattu 15.2.2016.
<http://sometek.fi/tulevaisuuden-tyo-on-jarjestaytynyt-kuin-internet/>
- Pakkanen, T. 2015. Office 365:n ryhmät osana office 2016:ta. Viitattu 28.4.2016.
<http://www.sulava.com/2015/10/office-365n-ryhmat-osana-office-2016tta/>
- Piha, K. 2015 Sisäinen viestintä - Käärmettä pyssyyn? Viitattu 15.3.2016.
<http://www.slideshare.net/EllunKanat/kirsi-piha-sisainen-viestint-kremett-pyssyyn>
- Poutanen, P. 2013. Sisäinen viestintä innovatiivisuuden tukena: muutoksen siloittelusta kohti aitoa ideoiden vaihdantaa? Viitattu 1.6.2016.
<https://organisaatioviestinta.com/tag/sisainen-viestinta/>
- Roine, J., & Anttila, J. 2015. SharePoint ja Office 365: Hyvät, pahat ja rumat. Helsinki.
- Roine, J. 2014. Yammer yrityskäytössä (osa 1): Toiminnallisuudet, hyödyt ja käyttöönotto. Viitattu 28.4.2016.
<http://www.onsight.fi/yammer-yrityskaytossa-osa-1-toiminnallisuudet-hyodyt-ja-kayttoonotto/>
- Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. 2006. KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto. Viitattu 14.3.2016.
http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L6_3_3.html
- Sauri, P. 2015. Julkishallinto ja sosiaalinen media. Helsinki: KAKS - Kunnallisan alan kehittämissäätiö.
- Servicedesk. 2016. Servicedesk. Turku AMK. Sähköposti 27.5.2016.
- Sininen meteoriitti. 2014a. Enterprise social Suomessa –tutkimus. Viitattu 30.5.2016.
http://www.meteoriitti.com/wp-content/uploads/2014/10/2014_Enterprise-social-Suomessa-raportti.pdf
- Sininen meteoriitti. 2014b. Enterprise social ja viestintäammattilaisen uudet roolit. Viitattu 30.5.2016.
<http://www.slideshare.net/meteoriitti/pro-com-enterprisesocialjaviestintaammattilaisenuudetroolit>
- Sopanen, J. Viestintäasiantuntija. Turku AMK. Haastattelu 11.4.2016.
- Suomi, M. 2015. Sähköposti, alin yhteinen nimittäjä. Viitattu 5.5.2016.
<https://markosuomi.wordpress.com/2015/03/30/sahkoposti-alin-yhteinen-nimittaja/>
- Suominen, J.; Östman, S., Saarikoski, P., Turtiainen, R. 2013. Sosiaalisen median lyhyt historia. Tallinna: Gaudeamus.
- TURKU AMK. 2014. Vuosikertomus 2014. Luettu 15.4.2016.
<http://vuosikertomus.turkuamk.fi>
- Työ- ja elinkeinoministeriön Ilmoita 2013. Viitattu 15..2016.
https://www.tem.fi/files/35791/Ilmioita2013_final.pdf
- Viestintälotta. 2015. Sosiaalinen viestintä ja verkostot osa intraa. Viitattu 30.5.2016.
<https://viestintalotta.wordpress.com/2015/05/11/sosiaalinen-viestinta-ja-verkostot-osa-intraa/>

Vähä-Erkkilä, A. 2016. Case Kela –arjen digitalisaatiota. Viitattu 30.4.2016.
<https://www.youtube.com/watch?v=J0TGKI-uH9A&feature=youtu.be>

Åberg, L. 2000. Viestinnän johtaminen. Helsinki: Inforviestintä.

Liite 1: Viestintävälineet ja niiden ominaisuudet (1)

Skype for Business  myös mobiilisovellus	Yammer  myös mobiilisovellus	Sharepoint Intra Messi	Sharepoint työtilat	Office 365 Ryhmät  myös mobiilisovellus	OneDrive for Business  myös mobiilisovellus
Toimii kokousalustana organisaatiossa ja organisaation ulkopuolella	Yksiköiden ja tulosalueiden viestintään, ideointiin, kuvien jakamiseen	Hallituksen ja johtoryhmän kokoukset, esityslistat ja muistiot. Päätökset perusteluineen.	Tulosalueiden omat työtilat kokousmuistioille, esityslistoille ja henkilöstöasioille.	Yhden asian projektit, kuten tapahtuman suunnittelu. Kaksi oikeustasoa, suljettu tai julkinen	Korvaa verkkolevyn
Ad hoc – yhteydenotto, jos läsnäolotiedoissa lukee että paikalla. Nopea vastaus nopeaan kysymykseen	Mahdollisuus tehdä external - verkkoryhmiä	Perehdytysopas: henkilöstöasiat, matkustaminen turvallisuusasiat	Yammer-kanava tai Sharepointin oma newsfeed tekevät työtilasta sosiaalisen kanavan.	Etuna s-postiin, että tapahtumaan liittyvä dokumentointi on yhdessä paikkaa.	Asiakirjan muokkausoikeudet voidaan antaa hallitusti
Ryhmätöiden tekemiseen, jos tarvitaan kaikkien yhtäaikaista osallistumista eri paikoista.	Tietyn asian tai asiakokonaisuuden viestintään, Q&A-palstat, urheilukerhot	Uutiset joihin ei tarvita kommentointia Blogit – yksi vai useampi?	Oman tulosalueen uutiset ja tapahtumat	Dokumenttien yhteismuokkaus (käyttää OneDrive for Business- sovellusta)	Ovat käytettävissä aina kun on internet-yhteys ja laite
Kokous voidaan tallentaa ja jakaa jälkeempään jo osallistuneille tai niille jotka eivät olleet paikalla.	Opiskeluryhmien sisäiseen viestintään ja keskusteluun. Opiskelijoiden omien ryhmätöiden valmistelu	Tapahtuma- ja /tai koulutuskalenteri, kalenteri(t), jossa eri kampusten tapahtumat ja yhteiset koulutukset	Oman yksikön tulosalueen lomat ja poissaolot sekä varahenkilöt	Nopea luoda, heti valmis käyttöön, kokoaa materiaalin samaan paikkaan. Keskustelusyöte näkyy	Eivät sisällä kommentointi tai/ja keskustelun mahdollisuutta
Chattiin ja puhelimeen voidaan yhdistää useampi osallistuja	Nopeaan tiedon etsintään, perustuu siihen että voi isolta ryhmältä kysyä asiantuntija-apuja	Nimitykset, uudet ihmiset, lähteneet, myös aloitteet, palautteet, lomakkeet	Kun tarvitaan työnkuluja ja metadatatietoja (lomakkeet)	Ryhmään osallistujista muodostuu jakelulista. Toimii jakelulistan tapaan Outlookissa	Vihreä= etu Punainen= haaste
Tilavalitsin kertoo läsnäolon	Asiasanojen käyttö tiedon etsimisessä, ongelmana tiedon häviäminen	Ei ole vuorovaikutteinen	Kun tarvitaan dokumentteihin käyttäjäoikeuksien hallintaa	Yhteys Skypeen, teet helposti Skype-palaverin	
Suljettua viestintää, vuorovaikutuksessa vain osallistujat	Liikaa keskustelujia, ei osata fokusoida kiinnostuksen kohteita	Tieto välillä hankalasti löydettävissä, hakua ei osata hyödyntää	IT perustaa Turun AMK:ssa, kestää 1-3 päivää, tarvitaan opastusta käyttöön	Sähköpostipohjainen keskustelu.	

Haastattelun muistilista
Kysymykset viestintäorganisaatiolle:

Esittely /taustatiedot

Kuka olet ?
Mitä teet Turku amk:ssa?
Kauanko olet ollut töissä Turun amk:ssa?
Mistä asioista vastaat viestinnästä?

Nykytilanne, sisäinen viestintä

Mikä on yrityksen perusviesti työntekijöille?
Mikä ohjaa sisäistä viestintää? Tavoite?
Sisäisen viestinnän painopistealueet? Arkiviestintä/strategiaviestintä
Mistä mielestäsi pitäisi viestiä enemmän?
Viestitäänkö joitain asioita liikaa? Tai liikaa?
Mikä on viestinnässä hyvää?
Mitä viestinnässä voisi vielä parantaa? (ts. On huonoa)

Viestintäkanavat nyt, sisäinen viestintä

Mitä sisäisen viestinnän sähköisiä kanavia käytät eniten viestimiseen?
Mitä kanavaa käytetään eniten viestimiseen yksikössä?
Mitkä asiat vaikuttavat eniten kanavan valintaan? (esim. Kiireellisyys, tavoitettavuus, kohderyhmä, asia, tuttuus)

Ja lähitulevaisuudessa,

Millaisena näet Intran roolin?
Millaisena näet sähköpostin roolin?
Millaisena näet Yammerin roolin ?
Mitkä ovat ne asiat jotka mietityttävät eniten Yammerin käytössä?
Mihin mielestäsi Yammer sopii parhaiten?

Viestinnän tavoitteet?

Mitkä ovat viestinnän strategiset tavoitteet?
Millaisena näet viestintäyksikön roolin sisäisessä viestinnässä tulevaisuudessa?
Miten sisäistä viestintää mitataan ?
Millaisena näet viestinnän tulevaisuuden -->
Tulevaisuuden visio, millaisia viestintäkanavia tarvitaan tulevaisuudessa?