



**LAUREA**  
AMMATTIKORKEAKOULU  
*Yhdessä enemmän*

# Facebookin hyödyntäminen kauneudenhoitoalan koulutuksessa ja sen edut estenomeille

Varonen, Ida

2017 Laurea



**LAUREA**  
AMMATTIKORKEAKOULU  
*Yhdessä enemmän*

Laurea-ammattikorkeakoulu

Facebookin hyödyntäminen  
kauneudenhoitoalan koulutuksessa  
ja sen edut estenomeille

Varonen Ida  
Kauneudenhoitoalan koulutus  
Opinnäytetyö  
Huhtikuu, 2017

**Facebookin hyödyntäminen kauneudenhoitoalan koulutuksessa ja sen edut estenomeille**

Vuosi 2017

Sivumäärä 34

---

Tämä opinnäytetyö käsittelee sosiaalisen median hyödyntämistä kauneudenhoitoalan opinnoissa sekä Facebookin tarjoamia mahdollisuuksia estenomiopiskelijoille, kauneudenhoitoalalla työskenteleville ja muille alasta kiinnostuneille. Työssä selvitetään, miten Estenomit Pro-ryhmä ja avoin Estenomit-sivu toimivat ja miten toimintaa voidaan parantaa. Tavoitteena on löytää keinot laadukkaaseen ylläpitoon. Teoriaosuudessa käsitellään viestintää, sosiaalista mediaa ja sen yhteisöllisyyttä sekä erilaisia käyttäytymismalleja sosiaalisessa mediassa. Teoriaosuudessa sivutaan myös opetuksessa ja opiskelussa tapahtuneita muutoksia. Opinnäytetyö toteutetaan yhdessä Laurea-Ammattikorkeakoulun kauneudenhoitoalan koulutusohjelman kanssa.

Tutkielmassa on seurattu Estenomit Pro -ryhmän ja Estenomit -sivun toimintaa ja verrattu sitä muiden alojen vastaavanlaisiin ryhmiin. Havainnoinnin ja analysoinnin lisäksi tehtiin kolme haastattelua. Kävi ilmi, että ylläpitäjillä ei riitä aika ryhmään ja sivuun panostamiseen. Julkaisut ovat olleet satunnaisia, eikä niiden sisältö palvele lukijoita. Tutkimustulosten perusteella on tehty kehitysehdotuksia, jotka painottuvat ryhmän ja sivun ylläpidon tehostamiseen sekä oikeanlaisen sisällön tuottamiseen. Kehitysehdotukset parantavat ryhmän ja sivun toimintaa nopeana ja tehokkaana uuden tiedon jakajana sekä yhteisöllisenä paikkana.

Asiasanat: estenomiopinnot, sosiaalinen media, sosiaalisen median käyttäytymismallit, yhteisöllisyys

**The implementation and benefits of Facebook for undergraduates in the Beauty and Cosmetics Degree Programme**

Year 2017

Pages 34

---

The aim of this thesis was to establish how to implement social media in the Beauty and Cosmetics Degree Programme and what opportunities it would give to students, worker in the field of beauty care and people who are interested in beauty and cosmetics. This thesis examined how the Estenomit Pro -facebook group and Estenomit -facebook site worked and what should be done to make the group and the site even more effective. The purpose of this study was to find out ways to maintain the group and the site to ensure high-quality. This thesis was commissioned by Laurea University of Applied Sciences and the Beauty and Cosmetics Degree Programme.

The theoretical part of this thesis is based on communication, social media and its communality. There is also information about different behavioural models in social media and what changes have occurred in teaching and learning in the past few years. The functional part of this thesis is based on the analysis of the groups in other fields. Additional material for the study was collected by interviewing three persons via e-mail.

The results indicated that the administrators did not have enough time to invest in the group or the site. The publications were random and the contents did not benefit the reader. Based on the results of the research, development proposals were made focusing on enhancing the administration and providing the right kind of content. The development proposals will improve the activity of the group and the site.

Keywords: Degree Programme in Beauty and Cosmetics, social media, behaviour models in social media, communality

## Sisällys

1	Johdanto .....	6
2	Työn taustaa ja lähtökohdat .....	7
2.1	Facebook.....	7
2.2	Estenomiopinnot ja alalla työskentely .....	8
2.3	Estenomit pro -suljettu ryhmä ja estenomit -avoin sivu.....	8
3	Viestinnän lähtökohdat .....	9
3.1	Uuden tiedon luominen.....	9
3.2	Verkkoteksti.....	10
3.3	Medialukutaito.....	11
3.4	Yhteisöllisyys .....	12
4	Opiskelu ja opetus murroksessa.....	13
4.1	Verkossa oppiminen.....	14
4.2	Sosiaalisen median mahdollisuudet opetuksessa.....	15
4.3	Sisällöntuotanto ja sosiaalinen media .....	17
4.4	Sisällöntuotannon määrät ja aiheet.....	18
5	Toimijayhteisöt ja ammattiryhmien verkostot .....	19
5.1	Epäviralliset verkostot ja niiden luonne ja ulottuvuudet .....	20
5.2	Asiantuntija- ja viestintäverkostot .....	21
5.3	Sidosryhmien tavoittaminen .....	22
6	Verkkoidentiteetin rakentaminen .....	23
6.1	Ammatillinen henkilöbrändi.....	23
6.2	Osaaminen ja tekniset taidot.....	24
7	Kehitysehdotukset.....	24
7.1	Ylläpito .....	25
7.2	Sisältö .....	25
8	Yhteenveto ja johtopäätökset .....	26
	Lähteet.....	28
	Kuvat .....	30
	Liitteet .....	31

## 1 Johdanto

Kasvava informaatiomäärä sekä jatkuva kiire ja tehokkuuden tarve sekä työ- että opiskelu-elämässä on johtanut uudenlaisiin tapoihin tiedon etsimisessä ja jakamisessa. Sosiaalinen media on vastannut tarpeeseen, ja esimerkiksi Facebookiin on syntynyt erilaisia yhteisöllisiä ryhmiä, joissa tietoa ja kokemuksia jaetaan nopealla tempolla. Samalla Facebookin mieltäminen vain viihdekäyttöön on kokenut muutoksen. Nykyään tietotaidot sosiaalisen median käyttämisestä nähdään tärkeänä osana työelämän taitoja. Työnantajat arvostavat verkkokommunikoinnin taitoja sekä kykyä tuottaa oikeanlaista ja informatiivista sisältöä. Markkinointiin sekä näkyvyyden ja tunnettuuden kasvattamiseen ei enää käytetä samalla tavalla rahaa, vaan käytetään niitä välineitä, jossa tieto tavoittaa kohderyhmän nopeasti ja tehokkaasti.

Ammatilliset ryhmät eivät ole vain työnantajan hyöty, vaan myös ammatinharjoittaja ja työntekijä hyötyy suuresti aktiivisista ryhmistä. Ryhmien avulla on helppo pysyä ajantasalla tai päivittää tietoaan. Ryhmien kautta saa ensisijaisesti tietoa esimerkiksi uusimmista trendeistä ja innovaatioista, avoimista työpaikoista, tapahtumista. Kehitys työelämässä on vaikuttanut myös opiskelijoihin ja opintoihin. Teknologian kehittyessä perinteinen lähiopetus on saanut tehdä tilaa vapaammalle verkko-oppimiselle. Oppilaitokset ovat heränneet työelämän vaatimuksiin ja opiskelijat ovat vaatineet saada oppia siten, miten juuri he itse parhaiten oppivat ja mistä on heille eniten hyötyä työelämäänsä siirryttäessä.

Tammikuussa 2015 julkaistiin Laurea Ammattikorkeakoulussa opinnäytetyö, joka käsitteli estenomiopiskelijoiden välistä viestintää, tiedonjakoa ja yhteisöllisyyttä. Opinnäytetyön tuloksena syntyi kaksi Facebook-ryhmää. Suljettu Estenomi Pro -ryhmä ja kaikille avoin Estenomit -sivu. Suljetun ryhmän tarkoituksena oli lisätä estenomien yhteisöllisyyttä, parantaa opiskelijoiden ja alalla työskentelvien yhteydenpitoa sekä herättää keskustelua alan ajankohtaisista asioista. Kaikille avoin sivuperustettiin lisäämään estenomien tunnettuutta ja markkinoimaan Laurea Ammattikorkeakoulun kauneudenalan koulutusohjelmaa. Emine Von Boehmin ja Sofia Salmen opinnäytetyö ja tutkimus sekä edellä mainitut ryhmät toimivat tämän työn pohjana. Tässä työssä tutkitaan, miten ryhmä ja sivu ovat toimineet, ovatko ne saavuttaneet tavoitteensa ja miten niiden toimintaa voisi kehittää.

Teoriataustan aiheina käsitellään yleisesti viestintää ja sisällöntuottamista, sosiaalisen median luonnetta ja sen yhteisöllisyyttä sekä erilaisia käyttäytymismalleja sosiaalisessa mediassa. Teoriaosuudessa sivutaan opetuksessa ja opiskelussa tapahtuneita muutoksia sekä niistä aiheutuneita haasteita ja mahdollisuuksia. Aiheet tukevat toiminnallista osuutta, jossa perehdytään nimenomaan estenomeille suunnattujen Facebook ryhmän ja sivun toimintaan ja ylläpitoon. Toiminnallisessa osuudessa paneudutaan ryhmän ja sivun haasteisiin. Toiminnallisessa osuudessa on havainnointu ja analysoitu muita vastaavanlaisia Facebook-ryhmiä, kuten Parturikampaajat -ryhmää sekä yleisesti kauneudenhoitoon liittyviä ryhmiä, kuten esimerkiksi Nordic

Style & Beauty. Johtopäätöksiä ja kehitysehdotuksia tukemaan on myös haastateltu sekä sivustojen perustajia että kauneudenhoidon koulutusohjelman lehtoria. Työn lopputuloksena on kehitysehdotukset, joiden avulla Estenomit Pro -ryhmän sekä Estenomit-sivun toiminta paranee ja kehittyy.

Työn aihe on valittu sen ajankohtaisuuden ja tarpeellisuuden takia. Ryhmän ja sivuston luomat mahdollisuudet on huomattu sekä oppilaitoksen, että opiskelijoiden ja valmistuneiden keskuudessa, mutta samalla on myös käynyt ilmi, että haluttuihin tavoitteisiin ei ole päästy. Ylläpitäjillä ei enää ole aikaa panostaa ryhmän kehittämiseen ja tarvittavan sisällöntuottamiseen. Tämä on johtanut ryhmän aktiivisuuden hiipumiseen sekä yhteisöllisyyden katoamiseen. Näin jatkuessa Estenomit menettävät tärkeän yhteisöllisen paikan, jossa ,jakaa tietoa, kokemuksia ja tunteita.

## 2 Työn taustaa ja lähtökohdat

### 2.1 Facebook

Tieto- ja viestintäteknologia tarkoitti 80- ja 90-luvuilla lähinnä tekstinkäsittelyä, taulukkolaskentaa ja sähköpostia. Sosiaalisen median kehittyessä 2000-luvulla vuorovaikutus ja viestinnän tavoittavuus sekä nopeus kasvoivat entisestään. Tällä hetkellä sosiaalinen media tavoittaa hetkessä miljoonia ihmisiä ja on erittäin tärkeässä roolissa oppimisessa niin koulussa kuin sen ulkopuolellakin (Niemi & Multsilta (toim.) 2014, 27).

Facebook on yhteisö, jossa voi ylläpitää ihmissuhteita, luoda uusia verkostoja, keskustella, tehdä erilaisia testejä sekä pelata pelejä. Facebookissa voi liittyä erilaisiin ryhmiin ja tykätä sivuista, jotka sopivat omaan maailmankatsomukseen. Osa Facebookin käyttäjistä viettää virtuaaliyhteisössä vapaa-aikaansa, toiset ovat aktiivisia esimerkiksi työn tai opiskelun takia. Oli motiivi mikä hyvänsä, Facebook tarjoaa hyvät mahdollisuudet tehokkaaseen ja nopeaan yhteydenpitoon ja verkostoitumiseen esimerkiksi samalla alalla työskentelevien kanssa. Facebook on kuin eräänlainen olohuone, johon ystävät ja samanhenkiset ihmiset voivat kerääntyä vaihtamaan tietoa (Haasio 2009, 9-11).

Facebook on tällä hetkellä tärkein sosiaalisen median verkostopalvelu. Ylen vuonna 2015 teettämän taloustutkimuksen mukaan Facebookia käytti 2,4 miljoonaa suomalaista. Nuorista sosiaalisen median käyttäjistä 77% luki ja katseli verkkoon tuotettua sisältöä. Tiedonhakuun ja oppimiseen alustoja käytti 43% käyttäjistä ja 32% etsi tietoa ja kommentoi heille mielenkiintoisia asioita. Tutkimuksen mukaan nuoret viettävät paljon aikaa sosiaalisessa mediassa nimenomaan tietoa etsien ja oppien uutta (Yle / Taloustutkimus 2015).

Ennen sosiaalisen median yleistymistä vain harvalla oli mahdollisuus saada äänensä kuuluville. Tänä päivänä kenellä tahansa on mahdollisuus tuoda julki mielipiteitä ja jakaa tietoa. Suomessa on pitkälti toista miljoonaa Facebookin käyttäjää, joista moni käyttää palvelua myös työssään. Eniten palvelusta hyötyy yritykset ja järjestöt, Pikkuhiljaa myös työelämä on herännyt sosiaalisen median tehokkuuteen -kannattaa olla siellä, missä ihmiset ovat (Isokangas & Vassinen 2010, 61).

## 2.2 Estenomiopinnot ja alalla työskentely

Estenomi on kauneudenhoitoalan asiantuntija ja moniosaaja, jonka ydinosaanamiseen kuuluu kosmetiikan raaka-aineiden ja lainsäädännön tuntemus sekä kaupallinen osaaminen. Koulutus perustuu pitkälti kemian, biokemian, liiketalouden sekä kosmetiikkalainsäädännön opintoihin. Estenomi-tutkinto antaa hyvät valmiudet erilaisiin asiantuntijatehtäviin, kuten yritysten ja oppilaitosten konsultointi- ja koulutustehtäviin, markkinointi ja työnjohtamistehtäviin, yritystoimintaan sekä maahantuonti ja ostotoiminnan tehtäviin. Koulutus antaa laajat mahdollisuudet urakehitykseen -työtehtävät voivat vaihdella paljon riippuen henkilön omista mielenkiinnonkohteista. Estenomit tarjoavat kuluttajille ja palvelun tuottajille ajankohtaista ja monipuolista tuotetietoa raaka-aineista, kosmetiikan turvallisuudesta ja kosmetiikkalainsäädännöstä. Estenomin tehtävänä on edistää alan verkostoitumista ja yhteisöllisyyttä sekä jakaa monipuolista, ajankohtaista ja kriittistä tietoa kosmetiikasta (Laurea2017).

Opinnot kestävät 3,5 vuotta ja ne sisältävät pakollisia ydinosaanamisen moduuleja 150 opintopistettä, täydentäviä osaamisen moduuleja 60 opintopistettä sekä kaksi 10 viikon työharjoittelujaksoa. Opinnot voi suorittaa joko päivä- tai monimuoto-opintoina. Suomeksi opinnot voi suorittaa ainostaan Laurea Ammattikorkeakoulussa, Tikkurilan toimipisteessä (Laurea 2017).

## 2.3 Estenomit pro -suljettu ryhmä ja estenomit -avoin sivu

Vuonna 2015 perustettiin kaksi Facebook-ryhmää estenomeille, joista toinen oli suljettu Estenomit Pro -ryhmä. Tällä hetkellä (13.3.2017), eli reilu kaksi vuotta ryhmän perustamisen jälkeen, ryhmässä on 552 jäsentä ja kaksi ylläpitäjää. Ryhmässä julkaistaan pääasiallisesti estenomiopintoihin liittyviä harjoittelupaikkailmoituksia sekä alan työpaikkailmoituksia. Lisäksi viimeaikoina on julkaistu linkkejä kauneudenhoitoalan ajankohtaisiin uutisiin sekä erilaisiin tapahtumiin. Julkaisuja on ryhmän jäseniin nähden vähän, noin pari-kolme kertaa viikossa. Linkkejä ja muiden tekemiä sisältöjä on helppo ja nopea linkittää, kun taas itse tuotetun sisällön julkaisemiseen vaaditaan enemmän aikaa ja panostusta. Tällaista hyvää, informatiivista ja selkeää sisältöä ryhmään julkaistaan erittäin harvoin. Ryhmän ylläpitäjät ovat ilmoittaneet, etteivät muiden kiireidensä takia ehdi ylläpitämään ryhmää ja panostamaan siihen sen

ansaitsemalla tavalla. Ryhmän jäsenet taas saattavat tuntea liian suurta painetta ja pelkoa oman tekstinsä julkaisemiseen.

Toinen alkuvuonna 2015 perustetuista sivuista oli kaikille avoin Estenomit -sivu. Tällähetkellä (13.3.2017) 582 ihmistä tykkää sivusta. Tämä tarkoittaa, että sivuille tehdyt julkaisut näkyvät automaattisesti näiden ihmisten oman Facebookin uutisvirrassa. Tästä syystä olisikin erittäin tärkeää, että sivuille julkaistavat sisällöt olisivat houkuttelevia ja jollakin tavalla pysäyttäviä. Julkaisujen virta on tänä päivänä niin suuri, että ilman huomiota herättävää asiaa tai kuvaa ne vain selataan nopeasti ohi. Sivun pääasiallinen tarkoitus on jakaa tietoa Estenomi-koulutuksesta sekä ajankohtaisista asioista kauneudenhoitoalalla. Viimeiaikoina sivulla on julkaistu lähinnä juttuja kosmetiikan raaka-ainetista sekä terveisiä opintomatkoilta. Viimeiset päivitykset on tehty joulukuussa 2016 (Facebook 2017).

### 3 Viestinnän lähtökohdat

Kaiken onnistuneen viestinnän takana on tarkka ja selkeä näkemys siitä, mitä halutaan sanoa ja mikä on viestin päämäärä. Viestintä on inhimillistä toimintaa, joten sen onnistuminen on aina monesta eri tekijästä kiinni. Esimerkiksi häiriöt viestin kulussa vastaanottajalle tai viestin vääränlainen tulkinta voivat muuttaa haluttua lopputulosta. (Keränen, Lamberg & Penttinen J, 11).

Verkkoteksti-käsitteenä pitää sisällään useita erilaisia tekstilajeja: uutisia, tiedotteita, tuotekuvauksia, tutkimusraportteja, kokouspöytäkirjoja, avointa keskustelua ja niin edelleen. (Torppa T. 2014, 10). Kun tiedetään, mitä halutaan viestiä ja kenelle, tulee miettiä, mitä kannavaa käytetään viestin toimittamiseen. Esimerkiksi verkossa julkaistavan tekstin tulisi olla lyhyt, ytimekäs ja sopivilla kappalejaoilla jäsennelty. On hyvä muistaa, että teksti tehdään aina muiden luettavaksi, ja kukaan ei syvenny tekstiin ilman hyvää syytä (Keränen, Lamberg & Penttinen, 66-67).

#### 3.1 Uuden tiedon luominen

Kaikki verkostot luovat jatkuvasti uutta tietoa. Ongelmana ei siis ole kasvava tietomäärä, vaan olemassa olevan tiedon hyväksikäyttäminen ja itselle oikeanlaisen tiedon suodattaminen. Tärkeintä uuden tiedon luomisessa on tiedon jakaminen, joka mahdollistaa informaatiovarannon kasvattamisen yhteiseksi hyväksi sekä yhä edelleen uuden tiedon synnyttämisen. Parhaiten verkostosuhteet hyödyttävät niitä, jotka ovat valmiita antamaan tietonsa verkoston yhteiseen käyttöön. Verkostojen avulla on myös mahdollista huomata niin sanotut heikot signaalit eli vinkit ja huomiot uhkista ja mahdollisuuksista. Tämä auttaa kehittämään omaa toimintaa ja estää vajoamasta pysähtyneisyyteen ja kaavoihin kangistumiseen. Ihmisten väliset

verkostot edistävät aina innovatiivisuutta ja niiden avulla pystytään tarkastelemaan monipuolisesti erilaisia uusia mahdollisuuksia. Verkostot ovat tärkeitä varsinkin arvioidessa uuden tiedon merkitystä ja hyödyllisyyttä (Silvennoinen 2008, 53-55).

### 3.2 Verkkoteksti

Verkkoteksti on pääperiaatteiltaan samanlaista, kuin hyvä teksti kirjassa. Kaiken tarkoituksena on, että kirjoittaja ymmärtää kenelle hän tekstin kirjoittaa, mitä hän haluaa tekstillään sanoa ja minkälaisen vaikutuksen hän haluaa lukijaan tehdä. Toisaalta myös käytettävä väline vaikuttaa siihen, mihin viestillä pyritään, mikä on tekstin kohderyhmä ja millainen viesti voi olla. Verkko on samanaikaisesti tehokkain ja häiriöalttein viestintäväline mahdollistaen tarkan viestin kohdentamisen usealle vastaanottajalle yhtäaikaan. Verkossa tulee viestiä lyhyesti, ytimekkäästi ja kohdistetusti. Esimerkiksi Facebookin hyväksikäyttö edellyttää nopeaa toimintaa ja intohimoa sekä motivaatiota asiaan. Usein lukijat vain silmäilevät tekstejä oikean lukemisen sijaan ja vain harva teksti on tarpeeksi mielenkiintoinen, jotta sen tarkkaan lukemiseen haluttaisiin käyttää aikaa. Nykyään aika on rahaa ja uutta tietoa sataa ovista ja ikkunoista (Isokangas & Vassinen, 2010, 209-210).

Vaikka tekstin julkaisupaikat ovatkin muuttuneet viimeisten parinkymmenen vuoden aikana, pääasiat ovat pysyneet samana. Verkko on jo tavallinen paikka kirjoittaa ja julkaisupaikkana yleisempi kuin painettu tai tulostettu paperi. Verkkokirjoittamiseen liittyy samat säännöt kuin oikeastaan mihin tahansa tehokkaaseen tekstin tuottamiseen: lyhyet kappaleet ja virkkeet, tarkat ja täsmälliset tiedot, informatiiviset otsikot ja visuaalisuus. Verkkotekstin suurin eroavaisuus paperitekstiin verrattuna on linkitysmahdollisuus sekä yhteyden muihin teksteihin. Verkkotekstiin voi myös liittää vuorovaikutusta, kommentteja ja keskustelua. Verkkoon tai sosiaaliseen mediaan ei voi aina kirjoittaa samalla tavalla. Eri kanavista huolimatta eniten tekstiin vaikuttaa vastaanottaja ja kohderyhmä. Kirjoittajaa auttaa, kun hän tietää, minkälaiselle alustalle tai sivustolle hänen laatimansa sisältö on tulossa. (Torppa 2014, 176, 200-201).

Ajankohtaisuus on avaintekijä kaikessa sosiaaliseen mediaan liittyvässä. Ajanhermolla oleva tieto on uskottavampaa ja luotettavampaa, kuin vaikka vain muutama vuosi sitten luotu sisältö. Tarkan havainnoinnin ja kuuntelemisen avulla on mahdollista löytää ne asiat, jotka kiinnostavat ihmisiä tällä hetkellä. Toisaalta vaikka sisältö olisi äärimmäisen ajankohtainen ja puhutteleva ja asiantuntevasti laadittu, täytyy kohderyhmän olla oikea. Väärälle kohderyhmälle tarjottu tieto ei todennäköisesti saa sellaista suosiota, kuin olisi haluttu ja informaatio ei tavoita niitä, jotka siitä hyötyisivät (Korpi T, 2010, 44).

### 3.3 Medialukutaito

Mediataito tarkoittaa, että henkilö osaa lukea ja seurata erilaisia medioita, etsiä oikeanlaista tietoa ja suhtautua kriittisesti lukemaansa. Medialukutaitoinen ymmärtää, onko teksti faktaa vai fiktiota ja hän osaa kyseenalaistaa lukemaansa. Hän on tietoinen omasta vastuustaan sisällöntuottajana ja erilaisten sisältöjen käyttäjänä. Tekijänoikeussääntöjen tunteminen on myös osa medialukutaitoa (Tarkoma & Vuorijärvi 2010, 286).

Tieto medioiden käyttämien ilmaisumuotojen tekniikoista edesauttaa tiedostamaan kriittisemmin medioiden tapoja rakentaa erilaisia merkityksiä. Medialukutaitoa voidaan pitää yhteiskunnallisen kontrollin ja ohjailun välineenä ja siksi on tärkeää osata kirjoittaa mediatekstejä. Todelliseen mediatekstin ymmärtämiseen tarvitaan myös omaa mielenkiintoa lukea ja kirjoittaa mediatekstejä. Medialukutaidon kehittyessä kehitty myös kyky pohtia sitä, mitä kuulee ja näkee: mitä, miten ja miksi (Merilampi 2014, 141).

Medialukutaito ja -osaaminen voidaan jakaa kolmeen kategoriaan seuraavanlaisesti:

Luova mediaosaaminen	Kriittinen mediaosaaminen	Sosiaalinen mediaosaaminen
<ul style="list-style-type: none"> <li>-Sisällöntuotanto käyttäen erilaisia ilmaisun muotoja</li> <li>-Tietoisuus sisällöntuotannon tarkoituksesta ja merkityksestä</li> <li>-Aikaisemman tiedon soveltaminen ja kehittäminen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Median roolin, tehtävän ja vaikutusten kriittinen arviointi</li> <li>-Lähteiden, palveluiden ja tuotteiden arviointi</li> <li>-Erialaisten tarkoituserien ymmärtäminen (esimerkiksi kaupallinen, ideologinen...)</li> <li>-Sisällöntuottajan ja vastaanottajan oikeuksien ja velvollisuuksien tunnistaminen</li> <li>-Erialaisten tietoturva-asioiden tuntemus</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Vuorovaikutus- ja keskustelutaidot</li> <li>-Vastuullisuus median käytössä eli niin sanottu net-tietiketti</li> <li>-Median yhteisöllinen käyttö esimerkiksi oppimisympäristössä</li> <li>-Tietoisuus oikeuksista esimerkiksi ilmaisun ja sananvapaus</li> <li>-Valmius valita oikeat ohjelmat ja kanavat sekä arvioida mediaa toimintaympäristönä</li> </ul>

Kuvio 1: Medialukutaito (Niemi 2012, 33)

Kaikkia osa-alueita tarvitaan sekä hyvän sisällöntuottamiseen että tiedon vastaanottamiseen ja ymmärtämiseen. Tärkeimpänä näistä voidaan nähdä sosiaalinen mediaosaaminen eli vuorovaikutus- ja keskustelutaidot ja valmius valita sisällölleen oikeanlaiset kanavat ja ohjelmat. Tämänpäivän työelämä vaatii yhä enemmän juuri näitä ominaisuuksia työntekijältä. Siksi olisi hyvin tärkeää, että jo opiskeluvaiheessa yllä mainitut seikat otetaan huomioon ja niitä harjaannutetaan. Muuten työnantajan vaatimukset ja toiveet ja toisaalta työnhakijan osaaminen eivät kohtaa. Alla oleva lista kertoo selkeästi, mitä mistä asioista sosiaalinen media koostuu.

Hyvä sosiaalisen median käyttäjä tunnistaa itsensä jokaisesta kohdasta ja osaa työskennellä ja esimerkiksi tuottaa sisältöä ottaen huomioon jokaisen osatekijän.



Kuvio 2: Sosiaalisen median osatekijät (Mäntymäki 2012, 10)

Näistä jokaisella osatekijällä on oma osansa sosiaalisessa mediassa ja kaikkia niitä tarvitaan, jotta sosiaalinen media olisi toimiva ja hyödyllinen.

### 3.4 Yhteisöllisyys

Maailmassa on päivä päivältä enemmän tietoa eikä ihminen pysty käsittelemään siitä, kuin rajallisen määrän. Siksi on tärkeää, että huomion kiinnittää oikeisiin asioihin. Erilaisiin verkostoihin tukeutuminen voi auttaa ohjaamaan keskittymistä olennaisiin asioihin, näkökulmiin ja tietoihin (Silvennoinen 2008, 48).

Sosiaalisen median kanavat antavat mahdollisuuden uuden tiedon tehokkaalle jakamiselle ja isolle näkyvyydelle - sosiaalisen median kautta tieto leviää eksponentiaalisesti. Tiedon tuottaminen ja jakaminen verkossa ei kuitenkaan tarkoita vain uuden perustavanlaatuisen informaation esilletuomista, vaan se on myös erilaisten kokemusten, vinkkien ja näkemysten vaihtamista. Itseasiassa käyttäjät tuottavat jatkuvasti enemmän tai vähemmän tärkeää tietoa ja linkkejä. Voidaan sanoa, että yhteisöllisyys on keskeinen osa sosiaalista mediaa (Haasio 2013, 12-14).

Tiedonhankintatutkimus on jo pitkään korostanut yhteisöllisen tiedonhankinnan merkitystä ja kiinnittänyt huomiota erityisesti siihen, että ihmiset etsivät ja tuottavat tietoa yhdessä. Viime kädessä kaikki informaatio tuotetaan yhteisöissä ja uuden tiedon tuottaminen on luonnostaan

interaktiivinen prosessi. Myös vallalla oleva ongelma-keskeinen oppiminen korostaa yhteisöllisen tiedonhankinnan merkitystä. Sosiaalinen media on tuonut mukanaan yhteisöllisen näkökulman: ihmiset tuottavat kokoajan enemmän informaatiota nimenomaan verkkoon ja samalla turvautuvat yhteisöllisesti tuotettuun tietoon. Enää ei turvauduta ainoastaan asiantuntijan tietotaitoon, vaan apua kysytään yhä useammin omalta sosiaaliselta verkostolta -nopeimmin tämä käy sosiaalisessa mediassa. Täytyy muistaa, että sosiaalisen median käyttö ei kuitenkaan tarkoita kontrollin puuttumista, vaan se tarjoaa työkalut yhdessä tuotettavan tiedon luomiseksi (Haasio 2013, 24-25).

Sosiaalinen media mahdollistaa reaaliaikaisten uutissyötteiden seurannan. Useasti informaatio esimerkiksi ajankohtaisista tapahtumista ja tutkimustuloksista tulee yleisön tietoisuuteen ensiksi sosiaalisen median kautta. Myös niin kutsuttujen syötteiden ja syötepalvelujen käyttö on mahdollistunut sosiaalisen median kautta tarkoittaen, että käyttäjä voi itse valita esimerkiksi mitä sivustoja, verkkolehtiä, blogeja hän seuraa tilaamalla niiden informaation (syötteet) suoraan omaan palveluunsa. Näin lukijan ei tarvitse itse etsiä uutta tietoa ja käyttää aikaansa ajantasalla pysymiseen, vaan se tuodaan hänelle helposti (Haasio 2013, 27-30).

#### 4 Opiskelu ja opetus murroksessa

Sosiaalinen media on muuttanut tapaamme kommunikoida, työskennellä, hankkia ja jäsentää informaatiota sekä rakentaa ja ylläpitää sosiaalisia suhteita. Tästä johtuen sosiaalista mediaa on pyritty hyödyntämään yhä enemmän opetuksessa ja koulujärjestelmässä (Mäntymäki 2012, 9).

Niin sanottu perinteinen oppiminen ja opettaminen ovat kohta menneisyyttä. Teknologia ja välineet kehittyvät mahdollistaen uusien toiminta- ja opetustapojen kehittymisen. Informaatio- ja sosiaalisen median keskellä on syytä muistaa opettajan tärkein tehtävä -ohjata oppilas oppimaan sellaisia taitoja, joita hän tänäpäivänä tarvitsee niin työelämässä kuin kansalaisenakin (Kalliala & Toikkanen 2012, 9).

Sosiaalinen media monipuolistaa oppijoiden työ- ja opiskelumuotoja, mikä taas tekee opetuksesta haastavaa. Sosiaalista mediaa käytetään nykyään oppimisen välineenä, eikä enää niinkään oppimiskohteena. On tärkeää miettiä, mitä sosiaalisen median kanavia käytetään ja miksi. Olennaista on perustella eri välineiden käyttö oppimisen kannalta. Sosiaalisen median käyttö opetuksessa ei saisi olla itseisarvo, kuten ei verkkoon, vaan sen pitäisi edistää sellaisia asioita, jotka ovat oppimisessa olennaisia. Kun opetuksesta vastuussa oleva rakentaa oppimisprosessia verkkoon, tulisi hänen varmistaa, että käytettävät sosiaalisen median kanavat sopivat saumattomasti oppijan mahdollisimman yksinkertaiseen oppimisympäristöön (Kalliala & Toikkanen 2012, 12). Oppimateriaalien, samoin kuin opetusteknologian, kysymykset ovat

sidoksissa opetuksen ja oppimisen sisältöihin. Materiaalit, menetelmät ja opetuksen sisältö perustuvat opetuksen tavoitteisiin. Jos esimerkiksi halutaan opettaa monisuuntaista viestintää, ei sitä voida opettaa yksisuuntaisesti. Opetussuunnitelmassa määritellään myös tavoitteet viestintä- ja mediakasvatukselle, jonka tärkeimpiä tehtäviä on tukea oppilaan itseilmäyksen kehitystä, osallistumista viestintäympäristöön sekä opettaa tiedon hankkimista ja tutkimista. (Merilampi 2014, 102-103, 120).

Ammattitaitoinen ja ajanhermolla oleva opettaja osaa antaa tilaa opiskelijoiden taidoille, tiedoille ja kokemuksille. Ne saattavat joko täydentää tai olla ristiriidassa opettajan omien näkemysten kanssa, mutta loppujen lopuksi rikastuttavat oppimiskokemusta. Enää ei riitä, että opiskelijat kirjoittavat muistiinpanoja opettajan kertomasta asiantuntijätiedosta. Nykyään oppiminen perustuu pitkälti yhteisölliseen opetukseen, jossa kaikki ovat vastuussa oppimisen organisoinnista, toimintatapojen valinnasta sekä itse tekemisestä. Yhteisöllisyys sisältää myös yhteistoiminnallisen oppimisen, jonka tehokkuus positiiviseen riippuvuuteen ja jaettuun vastuuseen. Jokaisella opiskelijalla on omat henkilökohtaiset oppimistavoitteensa sekä vahvuutensa, jotka annetaan kaikkien oppijoiden käyttöön. Ryhmä pystyy yhteistyössä, toistensa osaamista hyödyntämällä, saavuttamaan sellaista oppimista, mihin kukaan yksinään ei pystyisi. (Kalliala E. & Toikkanen T. 2012, 12-13) Loppujen lopuksi suurimmaksi ongelmaksi opettamisen ja oppimisen muutoksessa saattaa nousta se, että toistetaan vain vanhaa kaavaa (Merilampi 2014, 123).

#### 4.1 Verkossa oppiminen

Erilaisten interaktiivisten välineiden osuus oppimisalustoina on kasvanut koko ajan viime vuosina. Opintojen sisältöjen lisäksi verkkotyöskentelyn tavoitteena on ollut kehittää yleisiä verkkotaitoja, kuten verkkoympäristön hallintaa, verkkoviestintätaitoja ja asiantuntijaverkossa toimimista (Aarreniemi-Jokipelto 2011, 25).

Vaikka on paljon puhuttu sosiaalisen median välineiden käytöstä osana opetusta, rajoittuu niiden käyttö usein vain blogeihin ja wikeihin. Sosiaalinen media ei ole vain tekniikkaa, vaan se on teknisessä ympäristössä tapahtuvaa yhteistoimintaa. Pikkuhiljaa opetussuunnitelmissa on siirrytty yhteisölliseen oppimiseen yksilöllisyyden sijasta, mutta kokonaan vanhoista käytännöistä ei olla luopumassa. Vähittäin ilmestyy uusia mahdollisuuksia opetuksen toteutukseen ja opetus muokkautuu sen mukaan. Myös verkkopainotteisissa toteutuksissa on ollut nähtävissä käytäntöjen muuttuminen, mikä on osittain johtunut siitä, että ohjaajat ja opettajat ovat olleet uusien haasteiden äärellä hyödyntäessään sosiaalista mediaa. Käytännössä opettajat ovat hyödyntäneet oppilailta tulleita ideoita ja aloitteita erilaisten oppimisalustojen käytössä (Aarreniemi-Jokipelto 2011, 32).

Sosiaalista mediaa ei voida hyödyntää ilman, että opetus- ja oppimistavat muuttuvat. Tämä johtuu suurelta osin siitä, että sosiaalinen media eroaa luonteeltaan huomattavasti perinteisestä oppimisympäristöstä. Uusien opetuskäytäntöjen luomisessa tulisi ottaa huomioon sosiaalisen median tarjoamat mahdollisuudet, joustavuus ja yhteisöllisyys. Oikein hyödynnettynä sosiaalinen media tarjoaa mahdollisuuden yksilökohtaiseen oppimiseen ryhmässä (Aarreniemi-Jokipelto 2011, 33).

Keväällä 2013 Helsingin yliopiston Finnable 2020-tutkimushankkeessa kartoitettiin opettajien tieto- ja viestintäteknologiaan liittyviä käyttökokemuksia ja tarpeita sekä tulevaisuuteen liittyviä ajatuksia. Tutkimuksessa kävi ilmi, että jo tällähetkellä opettajat ovat innokkaita käyttämään sosiaalisen median tarjoamia mahdollisuuksia hyödykseen. Vastaajista 90% odottaa erilaisten viestintäpalvelujen ja reaaliaikaisten kommunikointivälineiden (83%) yleistymistä opetuksessa. Jopa 83% vastaajista toivoo, että tekstipohjaisia sisällöntuottamista olisi tulevaisuudessa opetuksessa enemmän. Kyselyn perusteella voidaan sanoa, että suomalaisten opettajien asenne sosiaalisen median käyttöä kohtaan vaikuttaa myönteiseltä ja innokkaalta (Niemi & Multisilta 2014, 29-31).

Sosiaalisen median käyttö opetuksessa antaa opiskelijoille paljon hyvää ja tehostaa opetusta ainakin joidenkin opintojaksojen osalta; sisällöntuotanto ja median käyttö säilyy varmasti tulevaisuudessakin osana opetusta. Se kuinka suuren roolin sosiaalinen media opetuksessa saa, riippuu paljon opettajasta ja opiskelijoista. Itsetarkoitusta mediakasvatuksesta ei kuitenkaan haluta (Poutanen 2017).

Aktiivisessa oppimisessa oppilaat ovat niin sanotusti oppimisen tekijöitä. Tämä edellyttää opettajalta määrätietoista pedagogista näkemystä aktiivisesta tiedon tuottamisesta, joka puolestaan tarkoittaa uusia opetusmenetelmiä, joissa opiskelijat itse asettavat kysymyksiä, etsivät aktiivisesti tietoa, keräävät erilaista aineistoa vastauksiin ja tekevät näistä johtopäätöksiä sekä arvioivat itse omia tuotoksiaan. Aktiivinen oppiminen tapahtuu usein yhteistyönä muiden opiskelijoiden kanssa kokemuksia jakaen, mutta sitä voidaan toteuttaa myös yksilöllisesti niin, että jokainen opiskelija rakentaa omaa tietovarastoaan (Niemi & Multisilta (toim.) 2014, 55).

#### 4.2 Sosiaalisen median mahdollisuudet opetuksessa

Sosiaalinen media on suhteellisen uusi asia opettajien työssä ja uusi teknologia on tuonut uuden ulottuvuuden niin tiedon tuottamiseen kuin sosiaaliseen kanssakäymiseenkin. Sosiaalinen media murtaa ja ylittää olemassa olevia rajoja ja kiinteät opetusryhmittymät alkavat

olla historiaa. Aikaisemmasta tiedon vastaanottajasta on tullut informaation tuottaja, organisoija ja vaikuttaja. Sosiaalisesta mediasta on kehitymässä merkittävä foorumi ja väline oppimisessa (Niemi 2012, 23-24).

Mediatarjonnan kasvaessa ja sosiaalisen median yleistyessä mediakasvatuksen ja -osaamisen merkitys ja tarve korostuvat. Mediataidot ovat osa elämänhallinnan taitoja ja osa elinikäistä oppimista. Vuorovaikutteisen median nopean kehityksen myötä myös oppilaitosten on mietittävä, millainen tehtävä ja sisältö mediakasvatukselle annetaan. Lisäksi oppilaitosten tulisi pohtia, millaista mediaosaamista valmistuvat opiskelijat oman alan työelämässä tarvitsevat. (Suonisivu K. Toim. Meriranta M. 2010. 136) Yhteisöllisyys on valtava voimavara opetuksessa ja siksi monet sosiaalisen median palvelut ovat lisänneet yhteisöllisiä toimintoja ydinpalveluunsa. Opetuksessa olisi hyvä ottaa huomioon, miten sosiaalisen median verkostopalveluita voidaan käyttää hyväksi. Pelkkä sosiaalisen median käyttö ei synnytä vuorovaikutusta, vaan pitää suunnitella tavoitteet, käyttömuodot, aiheet, aikataulu ja ohjaaminen (Kalliala & Toikkanen 2012, 60, 63).

Keskeistä yhteistoiminnallisessa oppimisessa on, että se kasvattaa myös ottamaan vastuuta muista ja huolehtimaan samalla oman oppimisen edistymisestä. Tällöin korostuvat tiedollisten oppimistulosten lisäksi itsetunnon, sosiaalisten ryhmätyötaitojen ja oppimisstrategioiden kehittyminen. Yhteistoiminnallisuus tarkoittaa uusien normien sisäistämistä, oppimisen näkemistä aktiivisena prosessina. Tarkoituksena on oppia paremmin ja mielekkäämmin, ei nopeammin ja enemmän. (Merilampi 2014, 124).

Sosiaalisen median hyödyntäminen oppimisympäristössä on tietotaitoa useista eri tekniikoista ja toimintatavoista, jotka tukevat helppoa sisällöntuotantoa, mediamateriaalin jakamista, kommunikaatiota, verkostoitumista ja yhteistoimintaa. Pelkkä uusien tekniikoiden opettelu ei riitä, vaan on opittava soveltamaan niitä opetuksessa ja oppimisessa. Pelkästään verkkokirjotustyökalun käyttöönotto ei tee toiminnasta sosiaalista mediaa. Helpoilla sisällöntuotantotyökaluilla voidaan kuitenkin harjoitella ryhmissä tapahtuvaa julkaisujen tekemistä. Toisaalta kirjoittamista tukevien lähteiden kartoittaminen opettaa käytännön läheisesti esimerkiksi lähdekritiikin merkityksen. Yhteinen sisällöntuotanto avaa uusia näkökulmia sosiaaliseen oppimiseen, koska julkaisut ovat kaikkien nähtävillä ja kommentoitavissa. Jo opiskelivaiheessa saatu palaute toisilta opiskelijoilta valmistaa palautteen saamiseen työelämässä (Wuorisalo (toim.) Meriranta 2010, 95).

Media-aineistojen tekeminen on mediakasvatuksen tärkeimpiä menetelmiä, jonka avulla opitaan muun muassa havainnoimaan ympärillä tapahtuvia asioita, dokumentoimaan tärkeitä aiheita ja tuottamaan mediarikasta julkaisua. Parhaimmillaan itsetuotettu sisältö vahvistaa oppijan identiteettiä ja toimii itseilmaisun kanavana. Työelämässä edellä mainitut taidot ovat

tärkeitä osatekijöitä työntekijän tietotaidossa -juurikaan ei löydy työnantajaa, joka ei arvostaisi hyvää mediaosaamista (Wuorisalo (toim.) & Meriranta 2010, 96).

Opettaja voi soveltaa sosiaalista mediaa oman oppilasryhmän kanssa yhteisen tuotoksen aikaansaamiseksi. Se voi olla muun muassa yhteinen projekti tai jonkin teeman ympärille muodostuva sisältö. Usein tällaiset tuotokset tarvitsevat monenlaista osaamista, mikä taas on erittäin oleellista oppimiseen ja yhteistyöhön. Ohjaajalla taas on huomattava merkitys ennen kaikkea ryhmän ilmapiirin muodostumisessa (Niemi 2012, 30). Tärkeintä sosiaalisen median käytössä osana opetusta on opettajan osaaminen, tarvittavat laitteet sekä olemassa oleva opetukseen soveltuva aineisto.

Sosiaalisen median käyttö opetuksessa on positiivinen asia, jonka kautta opetukseen nousee erilaisia ajankohtaisia ja tärkeitä aiheita, joista ei välttämättä ole ollut tietoa opintojaksoa suunniteltaessa. Kun asioista keskustellaan ja niihin syvennytään tarkemmin, oppiminen tapahtuu kuin itsestään. Sosiaalisen median kautta voidaan myös helposti välittää tietoa kouluneuvojen opintoalasta ja alasta yleensä. Näin sitä pystytään hyödyntämään myös markkinointitarkoituksessa (Poutanen 2017).

#### 4.3 Sisällöntuotanto ja sosiaalinen media

Sosiaalinen media mahdollistaa kaksi tärkeää asiaa tiedon jakamisessa: sisällön levityksen laajalle joukolla ihmisiä eri puolilla maailmaa sekä moninkertaisen mahdollisuuden oikean kohderyhmän tavoittamisessa verrattuna perinteisiin tiedonjakokanaviin. Vaikka sanotaan, että sosiaalinen media on hallitsematon viidakko, voidaan sekin kääntää hyödyksi -mitä erikoisempaa, sitä enemmän huomiota ja sitä enemmän lukijoita (Korpi T. 2010, 190).

Sosiaalisen median käytössä ja sisällöntuottamisessa olisi hyvä ottaa huomioon, ettei sosiaalinen media ole itsetarkoitus, vaan täytyy miettiä, mitä on tarkoitus saavuttaa. Päätökset sosiaalisen median kanavista ja niiden käytöstä tulee tehdä tavoitteiden pohjalta. Sosiaalinen media on hyvin skaalautuva ja nopea tapa viestiä. Viesti ja tema on hyvä miettiä tarkasti etukäteen samoin kuin millaisia henkilöresursseja ja aikaa sen tehokas hyödyntäminen vaatii. Vaikka suoraa rahallista investointia ei juuri tarvittaisi, kannattaa miettiä, mitä henkilöresurssien käyttö tulee maksamaan. Pitää myös määritellä toimintatapa ja kertoa siitä henkilöstölle. Näin vältetään yllätyksiltä nopeasti muuttuvassa mediaympäristössä. Sosiaalisen median liikenteen seuraamiseen löytyy monia palveluja ja niitä kannattaa käyttää. Mahdollista on myös seurata rinnakkain esimerkiksi kahden eri sosiaalisen median kanavaa (Korpi T. 2010, 190).

Sisältö on se peruselementti, josta sosiaalinen media koostuu -ilman sisältöä ei ole sosiaalista mediaa. Sisältö taas on käyttäjien tuottamaa tietoa siitä aiheesta, mikä juuri sen ryhmän keskuudessa on oleellista. Se, kuinka paljon lisäarvoa ryhmään jäsen pystyy omilla kommenteiltaan ja reaktioillaan tuottamaan, vaikuttaa koko keskustelun laatuun ja ryhmän toimintaan. Jotta keskustelua syntyisi ja ryhmän jäsenet olisivat aktiivisia, kannattaa jo etukäteen miettiä julkaistavaa sisältöä ja luoda sitä valmiiksi. Näin sivulla kävijät ja ryhmän jäsenet uskaltavat lähteä kommentoimaan ja omalta osaltaan vaikuttaa sivun tai ryhmän toimintaan (Korpi 2010, 10-11, 27).

Asiantuntijakirjoittamisen lisäksi blogeilla ja facebook-sivuilla voidaan testata ideoita, provosoida lukijoita, kommentoida alan tapahtumia ja asioita sekä tuoda esiin oman yrityksen tai yhteisön ajankohtaisia ajatuksia ja visioita. Sosiaalisen median hallinnan avulla voidaan ohjata kohdeyleisö tutustumaan ilmiöihin ja asioihin tarkemmin. Asiantuntijan ja sisällöntuottajan täytyy tarkkaan miettiä, kuinka pitkälle vuorovaikutuksessa halutaan mennä. Riittääkö pelkkä kirjoittaminen ja tiedon jakaminen vai halutaanko levittää informaatiota mahdollisimman laajalle tai jopa käydä aktiivista vuoropuhelua lukijoiden kanssa. Olennaista sosiaalisen median hyödyntämisessä on pyrkimys antaa omasta tietotaidostaan. Oikea asiantuntija osaa suodattaa tietoa ja auttaa kohdeyleisöä hahmottamaan tärkeimmät ilmiöt. Omien, henkilökohtaisten tarinoiden jakaminen herättää usein eniten kiinnostusta sosiaalisessa mediassa. Tärkeintä on omaperäisyys sekä oikea lähestymistapa ja näkökulma (Aapola 2012, 112-115).

#### 4.4 Sisällöntuotannon määrät ja aiheet

Sisältöä tulisi tuottaa säännöllisesti ja monipuolisesti. Jos tuntuu, ettei juttua riitä, voi vaihtaa esimerkiksi näkökulmaa. Näin ollen myös sisältö muuttuu ja samasta asiasta saadaan useita eri sisältöjä. Erilaiset videot, tekstit ja kuvat pitävät seuraajan mielenkiinnon yllä. Myös henkilökohtaisuus ja lukijan mahdollisuus samaistua tekevät sisällöstä vahvan. Omalle ryhmälle tai sivustolle tulisi uutta sisältöä tuottaa vähintään kerran viikossa (Korpi 2010, 92-93, 96).

Ajankohtaiset keskustelun aiheet antavat paljon mahdollisuuksia sisällöntuottamiseen. Toinen hyvä työkalu kirjoittajalle on hakusana-analyysi. Esimerkiksi Google tarjoaa ilmaiseksi ohjelman, jonka avulla voi tarkistaa, kuinka paljon tietyllä sanalla tai lauseella tehdään hakuja. Jokaisella toimialalla on omat hakusanansa ja -lauseensa, joiden perusteella voi ryhtyä luomaan arvostettua sisältöä hyvinkin laajasti. Kolmas hyvä työkalu sisällön ideointiin on kysymys-vastaus-parit. Tällaisia pareja voi kehittää oikeastaan mistä vaan alaan liittyvästä. Peruseriaate on helppo: mietit kysymyksen ja keksit siihen vastauksen. Jossain vaiheessa, kun kohderyhmä on tuttu, voi kokeilla ennakoida esille tulevia asioita ja tarjoamaan ratkaisuja ja tietoa etukäteen (Korpi 2010, 93-95).

Kokemusta sopivimmista sisältömuodoista kertyy vain tekemisen kautta. Alussa kannattaa tuottaa useampaa erilaista sisältömuotoa ja seurata niiden tuomia hyötyjä. (Korpi T. 2010, 190). Esimerkiksi estenomiopiskelijat ja alalla työskentelevät hyötyisivät todennäköisimmin ammattiin liittyvästä lisätiedosta, koulutustilaisuuksista, uusista innovaatioista sekä ammatillisesta vertaiskeskustelusta (Poutanen 2017).

Sisällöntuottamista, sosiaalisen median käyttämistä ja Facebookryhmän ylläpitoon liittyviä tehtäviä voisi kokeilla yhdistää kosmetiikka-alan opintoihin. Tällöin sisällöntuottaminen olisi jatkuvaa ja säännöllistä ja sosiaalisen median käyttö ja siellä julkaiseminen tulisi tutuksi jo opiskeluvaiheessa. ”Aika harva valmistuvista tulee työskentelemään yrityksessä, jossa sosiaalinen media ei olisi osa markkinointia.” (Salmi 2017). Jotta Facebook-ryhmästä ja avoimesta Estenomit-sivusta saataisiin maksimaalinen hyöty irti kaikkia käyttäjiä ajatellen tulisi ylläpidon olla selkeämpää ja tiiviimpää. Opintokokonaisuuteen sidottuna se toimisi alustana tehokkaalle oppimiselle (Poutanen 2017).

## 5 Toimijayhteisöt ja ammattiryhmien verkostot

Toimijayhteisöksi kutsutaan verkostoa, joka on organisaatioista riipumaton asiantuntijoiden ja harrastajien muodostama yhteisö. Tällaiseen verkostoon kuuluvat ihmiset jakavat keskenään tietoja, sekä kehittävät yhdessä oppimisen ja tekemisen taitoja. Yleensä yhteisöt muodostuvat esimerkiksi jonkin toimialan tai teknologian sovelluksen ympärille. Verkosto muodostuu siinä toimivien ihmisten välisistä suhteista, joissa hyödynnetään johonkin tiettyyn asiayhteyteen liittyvää tietoa (Silvennoinen 2008, 14-15).

Näitä verkostoja ylläpidetään riippumatta siitä, tarvitsevatko verkostoon kuuluvat ajankohtaisesti verkoston apua. Se kuitenkin mahdollistaa yhteisen oppimisen ja ongelmien ilmetessä verkoston avulla on mahdollista hankkia nopeasti asiantuntevaa apua. Eri verkostot voivat käytännössä jopa kilpailla siitä, ketkä niiden toimintaan osallistuvat. Mitä useamman asiantuntijayhteisön jäsen henkilö on, sitä monipuolisemman perustan hän voi luoda oman ja muiden verkoston jäsenten tietotaidon kehittämiseksi. Luonnollisesti eri osallistujat saavat hyötyä eri asioista ja verkoston erilaisesta toiminnasta, riippuen esimerkiksi omista arvoista, asenteista, aiemmasta tiedosta ja tavoitteista. Epävirallisten ammatillisten verkostojen kautta ihmiset saavat monenlaista lisäarvoa toiminnalleen ja ammatilliselle osaamiselleen. Verkostojen välityksellä pystytään keskustella oman alan toiminnasta ja muun muassa siinä koetuista vaikeuksista. Epäviralliset verkostot ovat myös erittäin hyvä keino jalostaa uusia ideoita ja kysyä mielipiteitä (Silvennoinen 2008, 16).

Estenomeja on suhteellisen vähän, joten verkostoituminen ja sitä kautta ammattitaidon esille tuominen ja levittäminen on ensisijaisen tärkeää. Pienessäkin ryhmässä on voimaa, kun sen käyttää oikein ja tehokkaasti. Avainasemassa on tiedon jakaminen, joka tällähetkellä ei toimi parhaalla mahdollisella tavalla Estenomit Pro-ryhmässä. Ryhmän ylläpito vaatii paljon päiviä ja suunnitelmallista sisällöntuotantoa, jotta jäsenet jaksavat seurata ryhmää aktiivisesti ja osallistua keskusteluun. Myös ryhmän ylläpitäjien tulisi panostaa ryhmän kehittymiseen, olla läsnä ja kannustaa jäseniä omalla esimerkillään (Salmi 2017). Esimerkkinä hyvin toimivasta ja tukea antavasta ryhmästä voidaan nähdä Parturi-Kamppajat-ryhmä, jossa jäsenet ovat aktiivisia sekä kommentoimaan, että julkaisemaan aineistoa. Ryhmä vaikuttaa hyvin koitoisalta ja turvalliselta, joten vastavalmistuneenkin on varmasti helppo hypätä mukaan ja osallistua ryhmän toimintaan.

Erilaisissa verkostoissa toimiessamme opimme tuntemaan eri aloilla ja erilaisissa tehtävissä toimivia ihmisiä. Saamme tietoa toisten ihmisten pätevyysalueista, heidän vahvuuksistaan ja tavoistaan toimia. Sama koskee myös tietysti päinvastoin omia piirteitämme, osaamisalueitamme ja niin edelleen. Hedelmällisintä aidossa yhteistyössä on omien ideoiden yhdistäminen muiden ideoihin: näin syntyy uusia ratkaisuja (Silvennoinen 2008, 60). Tämä näkyy hyvin esimerkiksi Parturi-Kamppajat -ryhmän toiminnassa. Julkaisut ovat pelottomia ja jäsenet luottavat ryhmän tukea antavaan ilmapiiriin. Samanlainen toiminta pitäisi saada myös estenomitien ryhmään.

Oman ammatti-identiteetin on oltava muodostunut ennen ammatillisen verkkopersonan perustamista. Myös roolimallit ovat tärkeässä roolissa verkkoidentiteetin luomisessa. Jos alalla ei ole tarjolla yhtään esikuvaa, jonka tekemisistä ja viestinnästä voisi ottaa oppia, alalle juuri tulleen on hyvin vaikea ryhtyä luomaan omaa verkkoidentiteettiä. Vaikka nuoret ovat usein sujuvia verkkoviestijöitä, ei saa aliarvioida tarvetta tulla hyväksytyksi vanhempien kollegoiden keskuudessa. Ammattikunnan verkkoviestinnän vastainen kulttuuri voi hyvin estää työn ja ammatin kehittämiseen liittyvät ideat (Aalto & Uusisaari 2010, 50). Väärin ymmärrettyä ja virheellistä tietoa voi syntyä myös siitä, ettei ryhmään kuulumisen ehtoihin ole vedetty selkeää rajaa. Esimerkiksi Estenomit Pro -ryhmän osalta ei ole tietoa, onko kaikki jäsenet estenomitopiskelijoita tai valmistuneita. Tämä vaikeuttaa ryhmän ylläpitoa ja hallintaa sekä vie pohjaa ammatilliselta keskustelulta ja tietotaidolta (Von Boehm 2017).

### 5.1 Epäviralliset verkostot ja niiden luonne ja ulottuvuudet

Epävirallisilla verkostoilla on monenlaisia tarkoituksia. Toiset antavat mahdollisuuden rentoutumiseen ja muuhun mielihyvään, toiset taas toimivat tehokkaina viestintäkanavina. Monet epävirallisistakin verkostoista perustuvat asiantuntemukseen ja osaamisen vaihtamiseen sekä muihin yhteisen yhteisiin etuihin. Epäviralliset verkostot kuitenkin eroavat virallisista siinä,

että ne toimivat epämuodollisesti esimerkiksi Facebookin kautta. Epävirallisiin verkostoihin sitoutuminen on vapaaehtoista ja jokaisella jäsenellä on mahdollisuus osallistua. Osaaminen on tittleitä tärkeämpää, jäsenillä on käytettävissään laajasti tietoa ja asioiden luova kokeilu ja testaaminen on helppoa. Epävirallisten verkostojen luomat suhteet auttavat rikastuttamaan yhteisön jäsenen elämää synnyttämällä ja jakamalla ideoita ja antamalla virikkeitä monenlaiseen toimintaan. Tällaiset verkostot voivat olla idea- ja innovaatiohautomoita ja ne voivat joskus toimia myös kanavana esimerkiksi uusiin työtehtäviin (Silvennoinen 2008, 11-12).

Epävirallisten verkostojen jäsenet ovat vaihtelevasti ja monin eri tavoin yhteyksissä toisiinsa. Koska verkostojen toiminta on inhimillistä toimintaa, ilmenee niissä monenlaisia vaikuttamiskeinoja. Verkoston jäsenet voivat esimerkiksi pyytää tai tarjota apua, jakaa tietoa ja asiantuntemusta, hauskuuttaa ja houkuttaa, tarjota yhteistyötä sekä hankkia arviointia. Epävirallisilla verkostoilla on myös monenlaisia tarkoituksia. Jotkut verkostot perustuvat asiantuntemuksen vaihtamiseen ja tiedon kasvattamiseen, toiset taas mahdollistavat esimerkiksi toisten ihmisten palvelemisen. Kaikenkaikkiaan epävirallisten verkostojen toiminnan idea on, että sen jäsenet saavat jotakin lisäarvoa verkoston jäsenyydestä. Tällainen lisäarvo voi olla esimerkiksi mahdollisuus saada tietoa, vihjeitä, tukea, hyvää seuraa, oppimiskokemuksia tai luotettavaa kumppanuutta (Silvennoinen 2008, 18). Tämänlaiset Facebook-ryhmät ovat hyviä kanavia oman tietotaidon esilletuomiseen sekä oman osaamisen kartoittamiseen ja lisäämiseen. Ryhmien henki on kuitenkin kevyt ja yhteisöllinen, jolloin pelko epäonnistumisesta on alhainen. Ei voi tarpeeksi korostaa, kuinka tärkeää opiskelijoiden kannalta on tieto alalla työskentelevien tietotaidoista sekä hyvä tunne oman uran onnistumisesta (Salmi 2017).

Epäviralliset verkostot ovat usein näkymättömiä, mutta niiden toimintaa leimaa läpinäkyvyys. Ihmiset luovat virtuaaliverkostoissa profiileja, jotka ovat kaikkien muiden ryhmäläisten nähtävissä. Verkostojen jäsenyys on usein henkilökohtaista ja voidaankin sanoa, että jokainen luo ja ylläpitää itse verkostojensa omien resurssien ja tietojensa puitteissa. Nykyinen viestintäteknologia mahdollistaa sen, että henkilöt voivat olla tekemisissä toistensa kanssa ajasta ja paikasta riippumatta (Silvennoinen 2008, 31-32).

## 5.2 Asiantuntija- ja viestintäverkostot

Verkostojen jäsenyys perustuu asiantuntemuksen vaihtamiseen ja tiedon lisäämiseen asioissa, jotka ovat jäsenille tärkeitä esimerkiksi heidän oman kehityksensä kannalta. Asiantuntemusta voi olla yhdeltä alalta tai jäsenet voivat edustaa laajasti eri alojen asiantuntemusta. Jos jäseniä on useilta aloilta, avautuu ryhmässä tilaisuus yhdistellä useiden alojen tietotaitoa ja kenties kehittää jotain ihan uutta. Asiantuntija verkoston olemassaolo on lähes välttämätöntä, jotta ihmiset pysyvät mukana oman ammattialansa kehityksessä (Silvennoinen 2008, 22).

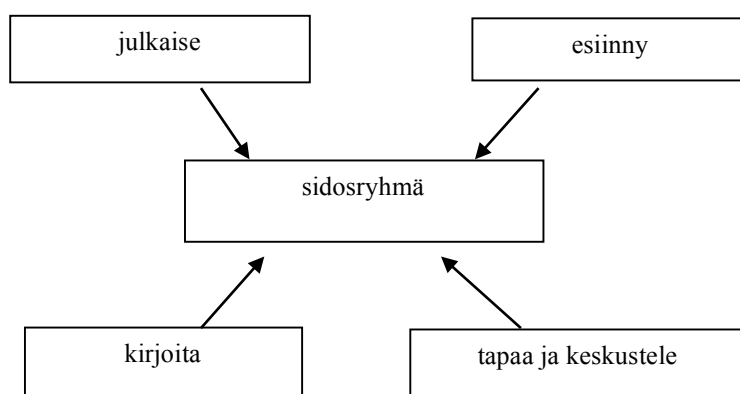
Ammatillisten ryhmien toiminta perustuu pitkälti verkostoitumisen ja kommunikoinnin tarpeeseen. Haastattelujen ja oman havainnoinnin perusteella ammatillisten ryhmien jäseniä motivoi nimenomaan ajanhermolla pysyminen sekä tietous oman alan nykytilasta. Kilpailun koventuessa työelämämarkkinoilla on ensiarvoisen tärkeää olla tietoinen, mitä alalla tapahtuu ja miten siihen pitää reagoida. Ammatillisia verkostoja ajatellaan usein työnhakijan tai jo alalla työskentelevän näkökulmasta, mutta ryhmät ovat myös työnantajille oivallinen kanava uusien työntekijöiden löytämiseen.

Viestintäverkostojen kautta ihmiset vaihtavat keskenään tietoa muun muassa ajankohtaisista asioista, kannustusta, arvioita sekä tunnemaailman asioita. Erilaisten viestintäverkostojen kautta henkilöt saavat käyttöönsä tarvitsemaansa tietoa nopeasti ja tehokkaasti. Tieto saadaan sellaisessa muodossa, jossa sen sisäistäminen ja käyttäminen on helppoa (Silvennoinen 2008, 24).

Sosiaalisen median avulla keskustelua voidaan käydä erikokoisten yhteisöjen sisällä ilman sen suurempaa sensuuria ja kontrollointia. Sopiva puheenaihe ja siitä kiinnostuneet toimijoiden kommentit keräävät paikalle lisää keskustelijoita, joiden osallistuminen vaihtelee hiljaisesta seuraamisesta aktiiviseen kommentointiin (Juslén 2011, 202).

### 5.3 Sidosryhmien tavoittaminen

Oikeiden ja haluttujen sidosryhmien tavoittamiseksi täytyy valita oikeat työkalut, toimenpiteet ja mediat. Pitää selvittää, missä kohteemme ovat, mitä he lukevat ja mistä hankkivat tietoa, millaisissa tapahtumissa he käyvät ja miten he käyttäytyvät. Näiden vastausten perusteella voidaan tehdä suunnitelma erilaisille toimenpiteille. Oman alan päättäjien käyttäytymistä kannattaa tutkia -tärkeää on tietää, miten he etsivät tietoa ja millaista tiedon pitää olla. Alla oleva kuva kertoo, millä tavoin sidosryhmiä tulisi lähestyä ja miten heille pitäisi viestiä, jotta haluttu sanoma vastaanotettaisiin oikein.



Kuvio3: Sidosryhmien tavoittaminen (Aapola, 90)

Sisällöntuotanto on aihealue, joka on noussut esiin etenkin verkkomarkkinoinnin kehittyessä. Verkko tarjoaa paljon erilaisia tapoja julkaista asiantuntija-aineistoa, jonka takia sisällöntuotanto on olennainen osa hyvää viestintää. Tehokkaalla sisällöntuotannolla voidaan markkinoinnin lisäksi välittää helposti ja tehokkaasti tietoa mistä tahansa ajankohtaisesta aiheesta (Aapola S. 2012, 90-91).

Sosiaalinen media on hyvä keino välittää tietoa, mutta ennen kaikkea se vaatii hyvää sisältöä ja ihmistyötä. Aluksi olisi hyvä tehdä inventaario kaikesta materiaalista, jota pystyttäisiin hyödyntämään sisällöntuotannossa. Mitä enemmän on käytettävissä materiaalia, ihmisiä, tietotaitoa ja luovuutta, sitä vahvemmat lähtökohdat sivun tai ryhmän ylläpitämiselle on. Esimerkiksi Facebook-ryhmän pitäminen elävänä ja aktiivisena vaatii työpanosta ja intohimoa. Tämä tarkoittaa käsitystä siitä, kuka tekee, mitä ja millaisella aikataululla (Juslén 2011, 236). Kehitysehdotus-kappaleessa tuodaan esille asioita, joita Estenomit-sivun ja Estenomit Pro -ryhmän tulisi tehdä oman toimintansa tehostamiseksi.

## 6 Verkkoidentiteetin rakentaminen

Monista tuntuu tarpeelliselta erottaa vahvasti työ- ja siviiliminä, mutta selkeän rajan vetäminen muuttuu jatkuvasti haastavammaksi. Verkossa viestiminen on nopeaa ja kätevää, joten miksei verkon kautta hoidettaisi myös työhön liittyviä asioita. Aktiivisesti verkossa toimivalla on kolmen tasoista verkkoelämää: työrooli, ammatillinen rooli ja henkilökohtainen verkkopersoonaa. Täysin työhön liittyvällä verkkoidentiteetillä edustetaan omaa organisaatiota ja työnantajaa, kun taas yksityinen verkkoidentiteetti on jokaisen omaa, henkilökohtaista aluetta. Näiden kahden erilaisen verkkoidentiteetin ympärille voi muodostua ammatillinen julkinen verkkoelämä ja siihen liittyvä henkilöbrändi. (Aalto T. & Uusisaari M. 2010, 18-19)

### 6.1 Ammatillinen henkilöbrändi

Erilaiset verkkoviestintätaidot ja oman alan sosiaaliset verkostot ovat arvokasta pääomaa tämän päivän työmarkkinoilla. Ammatillisen verkkoidentiteetin puitteissa työntekijä voi toimia verkossa ammatin asiantuntijana, mutta samalla omana itsenään. Jos hän tuottaa verkkoon sisältöä, omistaa hän tekijänoikeudet ja pääsee itse päättämään käytettävät viestinnän kanavat ja tavoitteet julkaisulle. Oman ammatillisen verkkoidentiteetin haltijana hän pystyy päättämään mihin aikaansa käyttää ja miksi eli päättämään millaista aihealuetta hän haluaa käsitellä tai kommentoida. Ammatillisen verkkoidentiteetin perustaminen kannattaa muutamastakin syystä: verkostoituminen ja tunnettuuden kasvattaminen alalla, itsensä brändääminen ja osaamisen esilletuominen, uuden työpaikan etsiminen, tulla potentiaalisten työnantajien huomaamaksi, uuden tiedon etsiminen ja oman osaamisen lisääminen (Aalto & Uusisaari 2010, 25, 28-30).

Alansa asiantuntijalla on verkossa hyvä mahdollisuus tuoda omaa ajatteluaan esille juuri niin laajasti ja syvästi, kuin aihe vaatii. Usein oman ajattelun ja toiminnan esille tuominen on hyödyllistä ja palkitsevaa. Myös omien tietojen puutteellisuuden tunnustaminen voi edistää auktoriteettia ja asiantuntijuutta. Esimerkiksi keskeneräisten ajatusten kirjaaminen kiinnostuneiden luettavaksi voi jouduttaa ajatustyötä ja vauhdittaa töiden valmistumista. Lisäksi lopputulos on saattaa olla laadukkaampi, kuin mihin yksin olisi pystynyt (Aalto & Uusisaari 2010, 25, 28-30).

## 6.2 Osaaminen ja tekniset taidot

Verkostoituminen edellyttää sekä sosiaalisia että viestinnällisiä taitoja. On osattava kuvata ja määritellä ongelmia ja ratkaisuja sekä viestiä kirjallisesti tilanteeseen ja kanavaan sopivalla tavalla. On myös tärkeää osata jakaa omaa asiantuntijuutta. Tieto- ja viestintäteknikan hallinnasta on tullut merkittävä perustaito. Sosiaalisen median taidot voidaan jakaa neljään alueeseen 1) luova mediaosaaminen eli toisinsanoen sisällöntuottaminen, 2) kriittinen mediaosaaminen (sisällön tulkinta ja vastaanottaminen), 3) sosiaalinen mediaosaaminen eli vuoro-vaikutus, ja 4) teknis-käytännöllinen osaaminen. Erilaiset viestintäympäristöt avaavat uusia tilaisuuksia esimerkiksi markkinointia ajatellen (Aalto & Uusisaari 2010, 38,40).

Nykyään on vaikea löytää ammattia, jossa ei tarvita jonkinasteista teknologian hallintaa ja tieto- sekä viestintäsovellusten käyttöä. Lähes kaikkeen työhön liittyy tiedonhallinnan taitoja. Samanaikaisesti työelämä on muuttunut yhteistoiminnalliseksi, mikä tarkoittaa, että työntekijältä vaaditaan hyviä yhteistyö- ja kommunikaatiotaitoja niin verbaalisesti kuin kirjoittamalla (Niemi & Multisilta (toim.) 2014, 23-24).

## 7 Kehitysehdotukset

Teoriapohjan, tehtyjen haastattelujen sekä oman analysoinnin ja toisia ammatillisiaryhmiä seuraamalla on syntynyt kehitysehdotukset Facebookin Estenomit Pro -ryhmälle ja Estenomit -sivulle. Kehitysehdotusten avulla ryhmästä ja sivusta tulee yhdenmukaiset ja aktiiviset. Sisällöntuotanto monipuolistuu ja säännöllistyy. Ryhmästä opiskelija tai alalla työskentelevä saa ajankohtaista informaatiota helposti ja nopeasti. Ryhmästä kehittyy hyvän yhteishengen omaava, kannustava julkaisupaikka kaikenlaiselle alaan ja ammattiin liittyvälle tiedolle. Estenomit-sivusta tulee kiinnostava ja helposti seurattava. Se markkinoi Laurea Ammattikorkeakoulun kauneudenhoitoalan koulutusohjelmaa ja vastaa alasta ja opinnoista kiinnostuneiden kysymyksiin. Sivu on hyvää mainosta alalle ja se lisää estenomitien tunnettuutta.

Estenomien tehtävänä on alansa ammattilaisina edistää ammattinimikkeen tunnettuutta, parantaa verkostoitumista ja lisätä alan yhteisöllisyyttä. Sosiaalisen median tehokas hyödyntäminen on yksi helppo ja hyvä keino tähän. Oikeanlaiset muutokset jo olemassa oleviin ryhmiin auttavat sekä yksittäisiä opiskelijoita ja alalla työskenteleviä sekä koko alaa. Tänäpäivänä sosiaalinen media on yksi tärkeimmistä ja helpoimmista välineistä lisätä tunnettuutta ja jakaa tietoa. Se pitää vain tehdä oikein, jotta ihmiset kiinnostuvat ja pysyvät aktiivisina. Tällähetkellä suljettu Estenomit Pro -ryhmä jakaa liian satunnaisesti sisältöä. Lisäksi julkaisut ovat todella samantyyllisiä. Nämä asiat vaikuttavat paljon lukijan mielenkiintoon ja mielikuvaan ryhmästä. Myös Estenomit -sivulla on kehitettävää. Viimeaikaiset julkaisut ovat toki olleet informatiivisia, mutta lähinnä henkilöille, joilla on aiempaa tietoa kosmetiikan raaka-aineista. Sisältö on ollut enemmän Estenomit Pro -ryhmälle sopivaa. Koska kyseessä on kaikille avoin sivu, voisi sisältö olla ainakin välillä hieman kevyempää luettavaa.

### 7.1 Ylläpito

Toiminnallisen osuuden haastattelut osoittivat, että ryhmän ylläpitäjillä ei enää riitä aika panostaa ja kehittää ryhmää. Ylläpitäjien oma aktiivisuus vaikuttaa suuresti koko ryhmän toimintaan. Jatkossa ylläpito tulee siirtää ainakin osittain opiskelijoille tai henkilölle, jonka aika riittää säännölliseen sisällöntuotantoon sekä muuhun aktiiviseen toimintaan ryhmässä. Tärkeintä on löytää sitoutunut ja motivoitunut ylläpitäjä tai ylläpitäjät, jotta ryhmän toiminta ei tulevaisuudessa lopu kokonaan.

Yksi vaihtoehto suljetun ryhmän ylläpitämiselle voisi olla opiskelijan tai opiskelijoiden valitseminen tehtävään esimerkiksi aina lukuvuodeksi kerrallaan. Tehtävän kunnollisesta suorittamisesta saisi opintopisteitä. Näin taattaisiin aktiivinen ylläpito ja säännöllinen sekä laadukas sisällöntuotanto. Samat, tai vaihtoehtoisesti eri henkilöt, voisivat ylläpitää myös avointa Estenomit-sivua.

### 7.2 Sisältö

Sisällöntuotanto tulee olla säännöllistä ja laadukasta. Ilman säännöllisiä julkaisuja ryhmä ei pysy aktiivisena ja jäsenet menettävät kiinnostuksensa. Mitä aktiivisempi ja spontaanimpi ryhmä on, sitä paremmin se näkyy julkaisujen virrassa. Kun ryhmässä tai sivulla julkaistaan useasti, se ei jää unohduksiin eikä kynnys uuteen postaukseen nouse kohtuuttoman korkeaksi. Estenomit Pro -ryhmän jäseniä ja toisaalta taas avointa Estenomit -sivun seuraajia kiinnostaa todennäköisesti erilaiset asiat. Tämän takia olen miettinyt sisältöaiheita molemmille foorumeille erikseen.

Estenomeiksi opiskelevia sekä alalla työskenteleviä kiinnostaa eniten oman alan ajankohtaiset aiheet sekä työelämään ja työllistymiseen liittyvät julkaisut. Esimerkiksi kosmetiikkalainsäädännön uusimmat muutokset sekä muut alaa koskevat ajankohtaiset ja mielipiteitä herättävät sisällöt. Ryhmä on ollut hyvä ja tärkeä kanava työpaikkojen ilmoittamiseen ja työnhakuun. Jotta ilmoitukset eivät hukkuisi, voisi ryhmässä olla niille tarkoitettu kiinnitetty julkaisu, johon voisi linkeillä ilmoittaa avoimista paikoista normaalin julkaisun lisäksi. Näin sellaisetkin jäsenet, jotka eivät aktiivisesti seuraa ryhmää pystyisivät helposti tarkastamaan tilanteen avointen paikkojen suhteen. Myös ilmoitukset alaa koskevista luennoista, messuista, tapahtumista, kurseista ja lisäkouluttautumismahdollisuuksista toisivat varmasti lisäarvoa ryhmään kuulumiselle.

Lisäksi ryhmää voisi aktivoida erilaisilla kysymys ja vastaus -julkaisuilla. Kiinnostavia aiheita voisi miettiä työelämän haasteista, työnhausta kosmetiikka-alalla ja niin edelleen. Ryhmässä voisi julkaista myös erilaisia henkilöhaastatteluja sekä esimerkiksi linkejä mielenkiintoisiin sivustoihin, blogeihin ja Instagram-tileihin. Tämä lisäisi yhteisöllisyyttä, yhteenkuuluvuuden tunnetta sekä verkostoitumista.

Estenomit -sivu on avoin sivu, jota voi seurata kuka vain. Sisältöjen tuottamisessa täytyy siis ottaa huomioon, ettei lukija välttämättä ole opiskellut alaa, vaan hän voi olla kiinnostunut ja esimerkiksi miettiä alalle siirtymistä ja estenomiopintoja. Jotta sivusto palvelisi kaikkia, tulisi sisältöjen olla helppoa lukea ja ymmärtää myös ilman tutkintoa ja kokemusta alalta. Viimeaikaiset julkaisut ovat olleet hyvää informaatiota, mutta myös erittäin vaikealukuista materiaalia ja ne sopisivatkin paremmin suljettuun Estenomit Pro -ryhmään.

Alunperin sivu perustettiin markkinoimaan estenomiopintoja Laureassa. Sisällöksi sopisi hyvin esimerkiksi opintojen ja kurssien esittelyt, tarinat työharjoittelusta, tieto hakemisesta ja pääsykokeisiin valmistautumisesta, opiskelijoiden ja lehtorien haastattelut sekä julkaisut ajankohtaisista asioista alalla. Mielenkiintoista olisi myös julkaisut, joissa ulkopuoliset tai muiden alojen opiskelijat kertoisivat omat näkemyksensä estenomeista, jonka jälkeen estenomiopiskelija voisi oikaista väärin menneet uskomukset. Tämä toisi hauskesti esille estenomiopintoja, selittäisi estenomia ammattinimikkeenä sekä selventäisi väärää stereotyyppiä kauneudenalan ammattilaisista. Elävyyttä ja lisämielenkiintoa toisi kuvat ja kuvitukset tekstien lisäksi. Tämä myös auttaisi julkaisua erottumaan kaikista muista sadoista julkaisuista.

## 8 Yhteenveto ja johtopäätökset

Tämä opinnäytetyö käsitteli sosiaalisen median hyödyntämistä estenomiopinnoissa sekä sen antamia mahdollisuuksia verkostoitumiseen ja yhteisöllisyyden luomiseen. Työssä sivuttiin myös Facebookin käyttämistä kauneudenhoitoalan opintojen ja estenomi-ammattinimikkeen tunnettuuden kasvattamisessa. Työn tarkoituksena oli selvittää, miten sosiaalista mediaa ja

etenkin jo olemassa olevia Facebook-ryhmiä pystyttäisiin hyödyntämään entistä paremmin ja miten ryhmästä ja sivusta saisi vieläkin toimivammat. Aihe oli erittäin ajankohtainen ja tärkeä sekä estenomiopiskelijoille, alalla työskenteleville että Laurea Ammattikorkeakoululle.

Teoriaosuuden aineisto käsitteli sosiaalista mediaa ja sisällöntuottamista. Teoriassa käsiteltiin nykyajan oppimista, työelämän vaatimuksia sekä erilaisia keinoja toimia verkossa. Teoria-pohja loi hyvän ja kattavan pohjan toiminnallisen osuuden tutkielmalle siitä, miten jo olemassa olevia, estenomeille suunnattuja Facebookryhmiä tulisi kehittää, jotta ne palvelisivat entistä paremmin lukijoitaan. Työstä saatava hyöty on merkittävä, koska konkreettisten kehitysehdotusten jälkeen informaatio määrä alan keskuudessa kasvaa ja yhteisöllisyys sekä alan tunnettuus paranee. Tällähetkellä sekä suljettu Estenomit Pro -ryhmä että avoin Estenomit -sivu ei toimi niin kuin olisi tarkoitus eivätkä ne ole saavuttaneet niille asetettuja tavoitteita.

Työ oli mielenkiintoinen, opettavainen ja siitä on ollut hyötyä työelämässä. Teoriaosuuden käsittelemät asiat saivat miettimään omaa opiskelutyyliä sekä omia vahvuuksia työelämässä. Työtä tehdessä kävi selväksi, että hyvän sisällöntuottamisen osaaminen sekä medialukutaito ovat kokoajan tärkeämmässä asemassa ajatellen työllistymistä ja tulevaa uraa kauneudenhoitoalalla. Työ sai myös ymmärtämään yhteisöllisyyden tärkeyden. Oman alan ammattilaisten ja kollegojen tuki on iso voimavara, jota tulee hyödyntää itsensä ja koko alan tulevaisuuden takia. Oman osaamisen jakaminen ja muiden tietotaidon hyödyntäminen edistää kaikkien alalla työskentelevien mahdollisuuksia työelämässä. Suomen kauneudenhoitoala on verrattain pieni, joten mikään mahdoton tehtävä ei olisi saada siitä yhtenäinen, läpinäkyvä ja hyvän yhteishengen omaava. Tällaisena taloudellisena aikana kaikki osaaminen ja yhteishenki tarvitaan pitämään kosmetiikka ja kauneudenhoitoala hyvinvoivana ja toimivana alana.

Toiminnallinen osuus toteutui suunnitelmien mukaan. Oman analysoinnin tueksi sain hyvää ja arvokasta tietoa haastatteluiden kautta. Mielestäni työ onnistui hyvin ja saavutti sille asetetut tavoitteet. Työ selvitti suljetun Estenomit Pro -ryhmän ja avoimen Estenomit -sivun ongelmat, joihin työssä kehitettiin ratkaisut. Kehitysehdotukset ovat konkreettiset ja toteutettavissa. Kokonaisuudessaan työ oli opettavainen ja sitä oli mielenkiintoinen tehdä.

## Lähteet

### Painetut lähteet

Aalto, T. & Uusisaari, M. 2010. Löydy -Brändää itsesi verkossa. Helsinki BTJ Kustannus.

Aapola, S. 2012. Thought Leadership myynnin ja markkinoinnin perustana. Jyväskylä: Docendo.

Alasilta, A. 2009. Blogi tulee töihin. Keuruu: Otava Kirjapaino.

Haasio, A. 2009. Facebook-opas. Helsinki: BTJ Kustannus.

Haasio, A. 2013. Sosiaalinen media ja kirjastot. Helsinki: BTJ Finland.

Ihanainen, P., Kalli P. & Kiviniemi, K. 2011. Sosiaalinen media ja verkostoituminen. 2. painos. Helsinki: Okka, 25, 32, 34.

Isokangas, A. & Vassinen, R. 2010. Digitaalinen jalanjälki. Hämeenlinna: Kariston Kirjapaino.

Juslèn, J. 2011. Nettimarkkinoinnin karttakirja. Helsinki: Tietosykli.

Kalliala, E. & Toikkanen, T. 2012. Sosiaalinen media opetuksessa. 2. painos. Helsinki: Finn Lectura.

Keränen, V, Lamberg, N & Penttinen, J. 2005. Digitaalinen media. Jyväskylä: Docendo Finland.

Korpi, T. 2010. Älä keskeytä mua! Markkinointi sosiaalisessa mediassa. Tampere: Werkkommerz.

Merilampi, R. 2014. Mediakasvatuksen perusteet. Helsinki: BTJ Finland.

Meriranta, M. 2010. Mediakasvatuksen käsikirja. Helsinki: UNIPress ja kirjoittajat.

Niemi, H. & Multisilta, J. (toim.) 2014. Rajaton luokkahuone. Jyväskylä: PS-kustannus.

Niemi, H. & Sarras, R. (toim.) 2012. Tykkää tästä! Opettajan ammattietiikka sosiaalisen median ajassa. Jyväskylä: PS-kustannus.

Silvennoinen, M. 2008. Löydä aarteesi -verkostoidu! Helsinki: Tammi.

Tarkoma, E. & Vuosijärvi, A. 2010. Ammattisuomen käsikirja. Helsinki: WSOYpro.

Torppa, T. 2014. Työssään kirjoittavan opas. Viro: Talentum.

### Sähköiset lähteet

Laurea Ammattikorkeakoulu 2017. Kauneudenhoitoalan koulutus. (viitattu 08.04.2017) Saatavissa: <https://www.laurea.fi/opiskelu-ja-hakeminen/amk-tutkinnot/kauneudenhoito-estonomi>

Yle Taloustutkimus 2015. Suomalaiset vahvasti Facebook kansaa -WhatsApp toiseksi suosituin. (viitattu 21.11.2016) Saatavissa: <http://yle.fi/uutiset/3-7707216>

#### Julkaisemattomat lähteet

Salmi, S. 2017. Pro -ryhmän ja Estenomit -sivun perustajan haastattelu 17.1.2017. Community Specialist Bette Box Oy. Helsinki.

Poutanen, M. 2017. Kauneudenhoitolan lehtorin haastattelu. Laurea ammattikorkeakoulu. Vantaa.

Von Boehm, E. 2017. Pro -ryhmän ja Estenomit -sivun perustajan haastattelu 28.02.2017. Kauneus&Terveys -lehden toimittaja. Helsinki.

## Kuviot

Kuvio 1: Medialukutaito.....	11
Kuvio 2: Sosiaalisen median osatekijät.....	12
Kuvio3: Sidosryhmien tavoittaminen.....	22

## Liitteet

### Liite 1:

Sähköpostitse lähetetyt haastattelukysymykset ja niiden vastaukset.

Haastattelu sähköpostitse 17.1.2017

Sofia Salmi: Estenomi, Estenomit Pro -ryhmän ja Estenomit -sivun perustaja, Community Specialist Bette Box Oy

Kysymykset Estenomit Pro -ryhmästä (suljettu ryhmä):

K: Miten Estenomit Pro Facebook-ryhmä on mielestäsi kehittynyt? / Onko ryhmä mielestäsi onnistunut siinä, miksi se perustettiin (avoin keskustelu alan tapahtumista, työpaikoista, kosmetiikkalainsäädännön muutoksista yms.)?

V: Keskustelua syntyy kaikista aiheista, mutta toivoisin sen olevan aktiivisempaa. Tietoa ei jaeta puolin ja toisin siinä määrin mitä aluksi oletin. Ryhmän aktivointi vaatii aktiivista sisällön jakoa ja keskustelun herättämistä myös ylläpitäjien puolesta. Harmiksemme, meiltä ei ryhmälle enää paljoa aikaa riitä.

K: Onko ryhmään kuulumisen hyödyttänyt sinua?

V: On ehdottomasti! Ryhmästä on saanut kivasti syventävää tietoa eri aiheista, kuullut uusista treندهistä, innovaatioista ja työpaikoista. Ryhmästä on myös helppo löytää osaavaa ammatitapua.

K: Millaiseksi koet ryhmän tänäpäivänä? / Ketä ryhmä palvelee parhaiten?

V: Kaikki voivat löytää ryhmästä jotakin itselleen, mutta luulisin ryhmän tarjoavan parhaiten tukea valmistuneille.

K: Onko ryhmä saavuttanut sille asetetut tavoitteet?

V: On ja ei. Yhteisöllisyys ei ole kasvanut niin suureksi, kuin suunnittelimme, mutta ymmärrän myös syyt tähän. Ryhmän ylläpito vaatii paljon päivityksiä, jotta porukan saa seuraamaan aktiivisesti ja osallistumaan.

K: Koetko, että tavoitteet ryhmälle on edelleen samat kuin perustettaessa?

V: Estenomit tarvitsevat mielestäni toisiaan, jotta saadaan meidän ammattitaito tiedoksi ja leviämään. Jos emme tue toisiamme, kuka sitten? Toivon edelleen, että saisimme tiivistettyä joukkojamme myös opintojen jälkeen.

K: Millaista aineistoa haluaisit sivuilla julkaistavan?

V: Artikkeleita - myös kevyempää sisältöä, innovaatioita, lainsäädäntöä, koulutustilaisuuksia, työpaikkoja, harjoittelupaikkoja ja muita mahdollisuuksia.

K: Millaisen aineiston kuvittelet kiinnostavan alalla työskenteleviä tai alan opiskelijoita?

V: Sisällön tulee tarjota tietoa oman osaamisen tueksi ja kehittämiseksi. Opiskelijoita varmasti kiinnostaa, mitä osaamista tarvitaan tulevassa työelämässä ja miten kannattaisi esim. valita harjoittelupaikka. Työelämässä olevia taas varmasti kiinnostaa lainsäädännön uusimmat kuulumiset, joita ei välttämättä ole aikaa seurata.

K: Millainen aineisto hyödyttäisi alalla työskenteleviä tai alan opiskelijoita?

V: Riippuu tietysti hieman mielenkiinnon kohteista. Kaikkia kiinnostaa kuitenkin aina yksi asia: toisten osaaminen. Meillä olisi niin paljon opittavaa toisiltamme olimme sitten koulussa tai työelämässä.

K: Millaiseksi haluaisit ryhmän kehittyvän?

V: Toivoisin julkaisemisen ja keskustelun aloittamisen aidan madaltuvan.

K: Kehitysideoita?

V: Tahtoisin edelleen somen ylläpidon osaksi jotakin opintokokonaisuutta, sillä on kuitenkin hieman eri pyörittää omaa yksityistiliä versus julkista ryhmää. Aika harva valmistuvista tulee työskentelemään yrityksessä, jossa some ei olisi osa markkinointia.

Kysymykset Estenomit -ryhmästä (avoin ryhmä):

K: Julkaistaanko ryhmässä mielestäsi oikeanlaista, lukijaa hyödyttävää, tietoa?

V: Sivu on ollut aika passiivinen, mutta olin riemuissani, kun sinne on alettu postaamaan opintomatkoilta yms mielenkiintoista sisältöä! Suunta on nyt oikea!

K: Käytetäänkö ryhmää mahdollisimman hyvin hyödyksi?

V: Toivottavasti sivu ymmärretään Laurean näkökulmasta myös hyvänä tutkinnon markkinointina, johon kannattaa varata aikaa ja varoja. Nyt sivua on alettu hyödyntämään oikealla tavalla.

K: Onko ryhmä mielestäsi saavuttanut tavoitteensa (blogi markkinointi, tunnettuuden lisääminen)?

V: Blogin kehitys jäi nolliin ja ei taidettu koskaan postata yhtään juttua. Tunnettuuden lisäämiseen sivu on mitä mainioin. Tällä hetkellä sen kohdeyleisö on pääasiallisesti tulevat opiskelijat ja siihen se toimii. Jotta saadaan lisättyä ammattitaidon ymmärrystä myös yritysten suuntaan, sisältöjä pitää olla enemmän, mutta suunta on oikea!

K: Koetko, että tavoitteet ryhmälle on edelleen samat kuin perustettaessa?

V: Koen, että tärkeämpää on nyt hyödyntää sivua tutkinnon tunnettuuden parantamiseen.

K: Kehitysideoita?

V: Somea on helppo kehittää yhdellä keinolla: laadukasta sisältöä.

Haastattelu sähköpostitse 27.1.2017

Marjo Poutanen, Lehtori, Laurea ammattikorkeakoulu

K: Miten sosiaalinen media näyttäytyy opetuksessa / mikä on sen rooli nykyään?

V: Vastaan nyt tämän hetkisen ja oman opetukseni näkökulmasta. Sosiaalisen median kautta opetukseen tulee ajankohtaisia aiheita, joista sitten keskustellaan ja joihin perehdytään tarvittaessa tarkemmin. Sosiaalisen median kautta välitämme myös tietoa opiskelusta, bloggaamme opintomatkoilta jne.

K: Miten uskot sosiaalisen median käytön muuttuvan / kehittyvän opetuksessa tulevaisuudessa?

V: Opetuksen osana se varmasti säilyy, opetuksen aiheiden ideoita sieltä varmasti saa. Se kuinka tiiviisti some tulee olemaan osa opetusta, niin riippuu sekä opettajasta että opiskelijoista. Pienenä koulutusohjelmalla tiedonjako on meille tärkeää, siksi toivoisin sen olevan entistä tiiviimpi osa opetusta ja oppimista. Itsetarkoitus se ei kuitenkaan ole.

K: Miten toivoisit Estenomit Pro -Facebook-ryhmän ja Estenomit -sivun kehittyvän tulevaisuudessa?

V: Aktiivisempaa ylläpitoa, vaikka projektiluonteisesti opintojaksoihin sitoen. Ne voisivat olla hyvä alusta oppimisellekin.

K: Millaisesta sisällöstä luulisit opiskelevien estenomitien ja jo valmistuneiden eniten hyötyvän?

V: Ammattiin liittyvästä lisätiedosta, koulutustilaisuuksista, uusista innovaatioista, myös ammatillisesta vartaiskeskustelusta.

Haastattelu sähköpostitse 28.2.2017

Emine Von Boehm: Estenomi, Estenomi Pro -ryhmän ja Estenomit -sivun perustaja, toimittaja Kauneus&Terveys-lehti

Kysymykset Estenomit Pro -ryhmästä (suljettu):

K: Miten Estenomit Pro Facebook-ryhmä on mielestäsi kehittynyt? / Onko ryhmä mielestäsi onnistunut siinä, miksi se perustettiin (avoin keskustelu alan tapahtumista, työpaikoista, kosmetiikkalainsäädännön muutoksista yms.)?

V: On hienoa, että ryhmä on olemassa. Sieltä saa tarvittaessa tukea, tietoja sekä vinkkauksia mielenkiintoisista alan asioista. Ryhmän toisena perustajajäsenenä koen, että ryhmä ei kuitenkaan hyödynnä kaikkea sitä potentiaalia, jota siitä voisi saada irti. Joten ei, ei ole kehittynyt, jos pitäisi vastata yhdellä sanalla.

K: Onko ryhmään kuulumisen hyödyttänyt sinua?

V: Omalta osaltani olen saanut paljon tukea ja vinkkejä, ainakin itse esittämiini kysymyksiin. Olen pystynyt laajentamaan verkostoani ryhmän kautta.

K: Millaiseksi koet ryhmän tänäpäivänä? / Ketä ryhmä palvelee parhaiten?

V: Ryhmän aktiivisuus on hyvin ajoittaista. Toivoisin, että ryhmää hyödynnettäisiin etenkin verkostoitumiseen ja tiedonjakoon enemmän.

Luulen, että ryhmästä hyötyvät eniten tällä hetkellä valmistuneet estenomit, jotka etsivät töitä. Työilmoituksia tuntuu tulevan eniten, vaikka kaikki eivät estenomien taitoja vaadikaan

K: Onko ryhmä saavuttanut sille asetetut tavoitteet?

V: Osittain kyllä, mutta jotenkin vaisummin kuin oli ehkä toive. Olemme tyytyneet vähemmän kuin olimme alunperin ajatelleet. Toki oli arvattavissa, että työelämään hyppääminen vaikuttaa ryhmän ylläpitäjien motivaatioon olla aktiivisia.

K: Koetko, että tavoitteet ryhmälle on edelleen samat kuin perustettaessa?

V: Kyllä. Myönnän, että ylläpidolta ei tällä hetkellä löydy paukkuja panostaa enempää. Toisaalta, itse olisin valmis panostamaan enemmän, jos rinnalle saataisiin innokkaita avustajia tai muita ylläpitäjiä. Yhtenä tavoiteena oli, että ryhmässä olisi vain estenomeja tai sellaiseksi opiskelevia. Emme ole varmoja, onko tämä toteutunut täysin, sillä on ollut hankalaa todentaa kuka opiskelee tai on valmistunut. Tuntuu, että osa ryhmäläisistä on joskus opiskellut alaa, mutt jättänyt opinnot kesken. Ryhmän hallintaan jäsenien puolesta olisi mukavaa saada parempi tolkkua. Ei sillä, että ryhmässä mitään salaista olisi.

K: Millaista aineistoa haluaisit sivuilla julkaistavan?

V: Samankaltaista kuin tähänkin mennessä, mutta enemmän. Toivoisin, että voisimme myös keskustella/komentoida avoimemmin esimerkiksi mediassa kohutuista ilmiöistä, mutta olen huomannut, että me estenomitkin jaksamme aika voimakkaasti mielipiteissämme, joten uskon että monia (itseni mukaan lukien) jännittää kritisoida julkisesti, sillä olemme kuitenkin toistemme potentiaalisia kollegoita.

K: Millaisen aineiston kuvittelisit kiinnostavan alalla työskenteleviä tai alan opiskelijoita?

V: Henkilökohtaisesti minua kiinnostaa lukea selkeitä ja faktapohjaisia artikkeleja esim. kosmetiikan lainsäädäntöä ajatellen. Ajankohtaiset trendit, myös erikoisemmat voisivat kiinnostaa. Mediakohut kosmetiikasta, tosin harva uskaltaa kommentoida niitä kovin voimakkaasti. Mielenkiintoisia alan sivustoja voisi linkata.

K: Millainen aineisto hyödyttäisi alalla työskenteleviä tai alan opiskelijoita?

V: Ajankohtaiset asiat lainsäädännöstä ja kauneustrendeistä. Työpaikkailmoitukset. Erilaiset alan tapahtumat.

K: Millaiseksi haluaisit ryhmän kehittyvän?

V: Toivoisin, että ryhmäläiset julkaisisivat rohkeammin mitä tahansa alaamme liittyvää. (Nordic Style & Beauty -ryhmä on sittenkin eria asia tyyliltään.) Ryhmän jäseniä voisi aktivoida jotenkin enemmän. Nyt vain murto-osa kommentoi ja julkaisee.

K: Kehitysideoita?

V: Aktiivisempi toiminta, niin meidän ylläpitäjien ja ryhmäläisten puolesta olisi toivottua, mutta ryhmän ei myöskään ole tarkoitus toimia taakkana kenellekään. Olisi kiva kuulla estenomien työpaikoista. Missä ovat töissä, mitä tykkäävät, vastaako omaa osaamista. Aktivointia voisi yrittää myös erilaisten kyselyiden kautta. Kaupallisuuden haluaisin pitää poissa, ettei mene ihan mainostamiseksi. Toisaalta, olisi kiva kuulla uusista firmoista alalla.

Kysymykset Estenomit -ryhmästä (avoin):

K: Julkaistaanko ryhmässä mielestäsi oikeanlaista, lukijaa hyödyttävää, tietoa?

V: Ryhmän oli alunperin tarkoitus toimia sisäänheittäjänä Laurean-sivuille (sekä silloin suunnitteilla olleeseen "estenomit-blogiin") ja toimia jonkinlaisena tiedotuskanava. Kun itse hain opiskelemaan, estenomeista ei juuri löytynyt tietoa. Osa tiedosta on ihan relevanttia, mutta lisäksi tarvitaan rentoa ja helppoa luettavaa.

K: Käytetäänkö ryhmää mahdollisimman hyvin hyödyksi?

V: Ei tällä hetkellä. Jos ryhmän halutaan tukevan potentiaalisia opiskelijoita, tulisi Laurean opinnoista tiedottaa enemmän. Tähän tehtävään tarvittaisiin mieluiten opettaja tai opiskelija, joka tuntee nykyisen opetussuunnitelman paremmin. Koska FB-toimii tiedotuskanavana, eikä itse sisällöntuotantopohjana, estenomien työstä/opinnoista tiedottaminen pitäisi tapahtua eri sivustojen kautta. esim. blogit ja muut nettijulkaisut esim. Laurean sivuilta.

K: Onko ryhmä mielestäsi saavuttanut tavoitteensa (blogi markkinointi, tunnettuuden lisääminen)?

V: Ei. Tietoja pitäisi päivittää ja julkaista aktiivisemmin. Tähän tarvittaisiin esim. opiskelija tai muu innokas ylläpitäjä, joka tuntee tämän hetken opsin.

K: Koetko, että tavoitteet ryhmälle on edelleen samat kuin perustettaessa?

V: Ei, koska blogia ei julkistettu. Ryhmä voisi jatkossa toimia hyvänä kanavana opinnoista tiedottamisessa.

K: Kehitysideoita?

V: Innokkaiden ylläpitäjien määrää voisi lisätä, jotta saadaan sivulle ajankohtaista sisältöä.