

Opiskelijat ja sosiaalinen media

Janne Tainio
Opinnäytetyö
Syksy 2010
Tietojenkäsittelyn koulutusohjelma
Oulun seudun ammattikorkeakoulu

TIIVISTELMÄ

Oulun seudun ammattikorkeakoulu
Koulutusohjelma: Tietojenkäsittely

Tekijä: Janne Tainio
Opinnäytetyön nimi: Opiskelijat ja sosiaalinen media
Työn ohjaaja: Anu Niva
Työn valmistumislukukausi ja -vuosi: syksy 2010
Sivumäärä: 52

TIIVISTELMÄ

Opinnäytetyössä kartoitettiin, kuinka paljon opiskelijat käyttävät sosiaalista mediaa ja sen eri työkaluja. Opinnäytteen tavoitteena oli selvittää opiskelijoiden suhtautumista sosiaaliseen mediaan ja tuoda esiin ideoita, miten toimeksiantajalla Oulun ammattikorkeakoulun liiketalouden yksikössä voitaisiin hyödyntää sosiaalista mediaa enemmän. Teoriaosuus käsittelee yleisesti sosiaalista mediaa ja esittelee yleisimpiä ja käytetyimpiä työkaluja.

Tutkimus toteutettiin kyselytutkimuksena sähköisesti, johon kutsuttiin kaikki liiketalouden yksikössä läsnä olevat opiskelijat. Kysely suoritettiin loppukeväältä 2010. Kutsu lähetettiin 969 opiskelijalle, joista 126 vastasi. Vastausprosentiksi saatiin näin 13 %. Kysymysten lisäksi vastaajat saivat antaa vapaata palautetta aihetta koskien.

Tutkimuksesta kävi ilmi, että sosiaalinen media on suosittua ja suurin osa opiskelijoista olisi kiinnostuneita kokeilemaan kursseja, joissa sosiaalista mediaa käytetään osaksi tai kokonaan kurssin suorittamiseksi. Tällä hetkellä sosiaalista mediaa käytetään opiske- luissa yllättävän vähän. On selvää, että eriasteiset muutokset tapahtuvat hitaasti, mutta asteittaisella kokeilulla saataisiin käytännön mielipiteitä sosiaalisen median työkaluista opiskelijoilta sekä opettajilta.

Asiasanat: sosiaalinen media, Web 2.0, sosiaalisen median työkalut, verkkoyhteisöt

ABSTRACT

Oulu University of Applied Sciences
Degree Programme: Business Information Systems

Author: Janne Tainio
Title of thesis: Students and social media
Supervisor: Anu Niva
Term and year when the thesis was submitted: autumn 2010
Number of pages: 52

ABSTRACT

In this thesis the task was to research the amount of time students use on social media and different applications of it. The objective was to determine students attitudes towards social media and bring out ideas how the commissioner, Oulu University of Applied Sciences, could utilize social media more. The theoretical study that comprises of common knowledge of social media and introduces only the most common and frequently used applications is the base for this thesis.

The empirical research was conducted as an electronic questionnaire in late spring of 2010. The target group was the entire student body of the school of business and information technology which consisted of 969 students present at the time. 126 replies were received which brings the reply percentage to 13%. In addition to the questionnaire students had the opportunity to freely give feedback concerning the subject.

The study showed that social media is popular among students and most of the students would be interested in participating in courses conducted either partially or completely via social media. At the moment the usage of social media in studying is surprisingly marginal, knowing its popularity. It is clear that change happens slowly but gradual experiments would provide opinions from both students and teachers on best practicalities.

Keywords: social media, Web 2.0, implements of social media, web societies

SISÄLLYS

1 JOHDANTO	5
2 SOSIAALINEN MEDIA	6
3 WEB 2.0	7
4 SOSIAALISEN MEDIAN TYÖVÄLINEET	9
4.1 Yhteisöt	9
4.1.1 Facebook	9
4.1.2 MySpace	10
4.2 Mediapalvelut	11
4.2.1 Youtube	11
4.2.2 Flickr	12
4.3 Blogit	12
4.4 Wikit	13
4.5 Googlen työvälineet	14
4.5.1 Gmail	14
4.5.2 Google Calendar	15
4.5.3 Google Docs	15
4.6 Virtuaalimaailmat	15
5 SOSIAALINEN MEDIA OPETUKSESSA	17
6 TUTKIMUSMENETELMÄT	19
7 TUTKIMUSTULOKSET	20
8 JOHTOPÄÄTÖKSET	26
9 POHDINTA	28
LÄHTEET	30
LIITTEET	

1 JOHDANTO

Opinnäytetyöprosessi käynnistyi alkuvuonna 2010, jolloin suoritin kurssin täysin sosiaalista mediaa hyödyntäen. Siitä nousi mieleeni idea, miksei sosiaalista käytetä enemmän myös Oulun seudun ammattikorkeakoulun liiketalouden yksikössä. Verkko-opinnot ovat aina olleet vaihtoehtona, mutta sosiaalisen median eri työkalut mahdollistavat paljon enemmän. Sosiaalinen media on myös viime aikoina puhututtanut ja on aiheeltaan erittäin ajankohtainen myös opiskeluissa.

Tutkimuksessa tarkasteltiin opiskelijoiden suhtautumista sosiaaliseen mediaan. Tutkimus suoritettiin lähettämällä kaikille koulussa läsnä oleville opiskelijoille kutsu sähköpostitse vastata sähköiseen kysymyslomakkeeseen. Kysely suoritettiin loppu kevästä 2010 Zef-ohjelmistolla, jolla pystyttiin nopeasti kokoamaan vastaukset ja taulukot. Lomake lähetettiin, kun teoriaperusta oli saatu koottua. Tiedon hakemiseen ja keräämiseen käytin myös apuna sosiaalista mediaa ja avoimia tietosanakirjoja.

Tutkimuksessa selvitettiin, kuinka paljon opiskelijat käyttävät sosiaalista mediaa, mihin yhteisöihin he kuuluvat, mitä työkaluja he käyttävät ja miksi. Opiskelijoilta kysyttiin, olisiko heillä kiinnostusta yhdistää enemmän sosiaalista mediaa ja opiskelua. Näin tutkimus tuotti arvokasta tietoa, jota voitaisiin hyödyntää tulevaisuudessa uusien opetusmenetelmien ja kurssien suunnittelussa liiketalouden yksikössä. Lisäksi tämän hetkisiin verkko-opintoihin olisi helppo lisätä uusia sosiaalisen median toimintatapoja, joita nykyään käytetään jo monissa yrityksissä.

2 SOSIAALINEN MEDIA

Sosiaalisen media käsitteen määrittelemine on haastava tehtävä. Sosiaalisen median ilmenemismuotoihin viitattiin 1980- ja 1990-luvulla muun muassa uuden median, digitaalisen median ja verkkomedian käsitteillä. Itsenäisenä käsitteenä sosiaalista mediaa käsiteltiin ensimmäistä kertaa vasta Web 2.0 -retoriikan yhteydessä vuonna 2005 (Erkkola 2008, 10). Kalliala ja Toikkanen (2009, 18) määrittelevät sosiaalisen median näin: ”Sosiaalinen media on prosessi, jossa yksilöt ja ryhmät rakentavat yhteisiä merkityksiä sisältöjen, yhteisöjen ja verkkoteknologioiden avulla.” Tirronen (2008, 9) ilmaisee sen näin: ”Sosiaalinen media tarkoittaa tietoverkoissa toimivaa yhteisöllisesti tuotettua tai vähintäänkin jaettua mediasisältöä. Sen piirissä käyttäjät jakavat keskenään ajatuksia, mielipiteitä, kokemuksia ja näkemyksiä. Kaikki tapahtuu yleensä nopeasti ilman ulkopuolista valvontaa.” Sosiaalinen media sisältää suuria ihmismassoja, joilla on halua ja kiinnostusta ilmaista itseään ja julkaista asioita käyttäen apunaan erilaisia verkosta löytyviä työkaluja.

Sosiaalista mediaa voidaan tutkia monesta eri näkökulmasta. Internetin tutkimus on 1980-luvun lopulta saakka keskittynyt lähinnä verkko- ja virtuaaliyhteisöjen ja yhteisöllisyyden teemoihin teknologisten ja taloudellisten tutkimuslähtökohtien lisäksi. Yhteisö ja identiteetti ovat olleet keskeisimpiä tutkimuskäsitteitä, jotka ovat hahmottaneet Internetin käyttöä ja käyttäjiä. Tiedon valtatie ja kyberavaruuden tutkimusteemat ovat keskittyneet verkon tutkimiseen välineenä (Paasonen 2006, 23). Sosiaalisesta mediasta on kasvanut 2000-luvulla ilmiö, minkä takia se on vaatinut spesifin nimen, joka erottaa sen aikaisemmista Internetin ja median kehitysvaiheista (Erkkola 2008, 10.)

3 WEB 2.0

Sosiaalisen median yhteydessä puhutaan myös World Wide Webin (www) uudesta ulottuvuudesta Web 2.0:sta, mikä on alun perin Tim O'Reillyn vuonna 2004 lanseeraama käsite. Monet uudet teknologiat ovat yhdistetty Web 2.0 ilmiöön, kuten esimerkiksi podcastit, blogit, Wikipedia ja www-pohjaiset rajapinnat. Tirrosen (2008, 19) mukaan Web 2.0 ajatuksen perusta on, että aikaisempi kankea verkko on muuttumassa dynaamiseksi ja joustavaksi kokonaisuudeksi. Verkon toimintamalli rakentui yksisuuntaisen kommunikaation ympärille. Nykyään verkossa ja verkon käyttäjillä on yhä enemmän mahdollisuuksia antaa omaa vuorovaikutusta ja informaatiota verkossa tapahtuviin ja kirjoitettaviin asioihin.

Kohu ja innostus Web 2.0 -termin ympärillä perustuvat myös siihen, että monet Web 2.0:aan liitetyt ansaintamallit, tekniikat ja muut piirteet ovat osoittaneet toimivuutensa käytännössä, toisin kuin Internetin yleistymisen aikaan. Amazon, Yahoo ja Google syntyivät kaikki kypsille markkinoille, mutta tekivät jotain asioita toisin kuin kilpailijansa ja ovat nykyään kiistattomia markkinajohtajia, esimerkiksi Amazonin pitkä häntä -liiketoimintamallin myötä. Onnistumista kuvaa myös, että Unmediated.orgin mukaan YouTube ohitti suosiossaan BBC:n www-palvelun toukokuussa 2006, vain reilun yhden toimintavuoden jälkeen. (Hintikka 2007, 9-10.)

Toisenlaista muutosta edustaa taas esimerkiksi tietokoneohjelmien muutossuunta www-alustaisiksi ja laiteriippumattomiksi palveluiksi. Verkon näkeminen alustana erilaisille ohjelmille on ollut keskeisimpinä ajatuksina Tim O'Reillylla ja ensimmäisissä Web 2.0 –seminaareissa. Toistaiseksi ne ovat olleet tavalliselle käyttäjälle sosiaalistuvaa verkkoa näkymättömämpiä, vaikkakin hyvin keskeisenä ja tärkeänä taustavaikuttajana. Verkon näkeminen alustana tarkoittaa lyhyesti sitä, että aikaisemmin käyttäjän omalle koneelle asentamat ohjelmat toimivat verkossa pelkän selaimen tavoitettavissa (Tirronen 2008, 21–22). Aikaisemmin paketteihin käärittyjen cd- ja dvd-levyjen kuljettamisesta ympäri maailmaa on osin siirrytty jatkuvaan testausversiossa (beta) olevaan www-pohjaiseen tuotantomalliin esimerkiksi tekstin-, taulukko- tai videonkäsittelyohjelmissä.

Niihin lisätään uusia ominaisuuksia jatkuvasti ja näin logistiikkaan ja versiointiin liittyvät valtavat kulut poistuvat, voidaan keskittyä itse palvelun kehittämiseen. (Hintikka 2007, 9-10.)

Hintikan (2007, 9-10) mielestä Web 2.0 on uusi ajattelutapa niin Internet -palvelujen suunnittelussa, ohjelmoinnissa, markkinoinnissa, tuotannossa kuin strategiassakin. Web 2.0-konsultit väittävät jo, että uudet www-mahdollisuudet muuttaisivat myös itse organisaatioidenkin tapoja toimia. Web 2.0:n löyhyys on hedelmällistä soveltajan kannalta. Organisaation ei tarvitse heti yrittää tarkentaa koko strategiaansa osittain tai kokonaan Web 2.0 – yhteensopivaksi. Monista vaihtoehtoista voi poimia yksittäisiä piirteitä, jotka soveltuvat omaan toimintaan. Yksi Web 2.0 – ajattelun suosion syistä onkin helppo omaksuttavuus. Kaikkea ei tarvitse heti tehdä vaan haluttuja piirteitä voidaan nivouttaa normaalin sovellus- ja palvelukehityksen osaksi omaan tahtiin. Nopeimmin käyttöön otettavia tekniikoita on otsikkosyötteen lisääminen omaan www-palveluun. Kuluttajat, toimijat ja sijoittajat arvostavat sitä, että näkevät heti www-selaimestaan, onko www-palvelun sisältöä päivitetty, ilman että itse palvelussa tarvitsee käydä jatkuvasti.

Sosiaalistuminen ja verkon muuttuminen ympäristöstä alustaksi ovat suuri haaste yrityksille ja perinteisille palveluille. Web 2.0 tarjoaa enemmän sovellusmahdollisuuksia kuin tavallinen käyttäjä pystyy edes kuvittelemaan, mutta tavalliset toimintamallit ovat hyvin erilaisia aikaisempaan markkinointiin ja yritystoimintaan nähden. Muutoksia voi nähdä hyvin pienissäkin asioissa, kuten mainosten sijoittelusta web-sivustolle. Mainonnasta on tullut tehokkaampaa erilaisten työkalujen avulla, jotka mukautuvat esimerkiksi käyttäjän mielenkiinnon kohteisiin. (Tirronen 2008, 22.)

Web 2.0 on kooste uusia ideoita, vanhoja tekniikoita, ilmaantuneita ominaisuuksia ja havaittuja piirteitä, joilla ei välttämättä ole edes mitään tekemistä toistensa kanssa. Osa tekniikoista ja piirteistä keksittiin jo vuosikymmen sitten, mutta niitä on päästy hyödyntämään mielekkäästi vasta nyt laajakaistayhteyksien ja riittävän www-tallennustilan myötä, jotka ovat konseptin reunaehdot. (Hintikka 2007, 8.)

4 SOSIAALISEN MEDIAN TYÖVÄLINEET

Sosiaalinen media tarjoaa useita eri työvälineitä. Suuren suosion ovat saaneet erilaiset yhteisöpalvelut, mediapalvelut sekä blogit.

4.1 Yhteisöt

“Osallistuminen on kivaa” on kenties yksinkertaisin selite sosiaalisen median kohdalla. Yhteisöt nimensä mukaan yhdistävät ihmisiä eripuolilta maapalloa. Jokainen meistä tietää, että itse tuotettu video, kirjoitus tai valokuva on mukava jakaa myös muiden kanssa ja saada siitä mielipiteitä muilta saman kiinnostuksen omaavilta. Sosiaalinen media tarjoaa sekä mahdollisuuden löytää uutta kiinnostavaa sisältöä, että samankaltaisista asioista kiinnostuneita ihmisiä, joiden kanssa voi myöhemmin ajautua vaikka kahville – tai naimisiin (Tirronen 2008, 36).

Suomessa IRC-galleria -yhteisö tavoittaa 74 prosenttia 15–24 vuotiaista, jotka käyttävät palvelua joka viikko (IRC-galleria, hakupäivä 7.4.2010). IRC-galleria on suomalainen yhteisöpalvelu, ja se on yksi Pohjoismaiden käytetyimmistä WWW-palveluista. (Wikipedia, hakupäivä 15.4.2010.)

4.1.1 Facebook

Facebook on vuonna 2004 aloitettu yhteisöpalvelu. Facebookiin on liittynyt maailmanlaajuisesti yli 400 miljoonaa ihmistä. Jäsenyys on kaikille avoin, vaikka alun perin Facebook on suunniteltu Harvardin opiskelijoille ja myöhemmin muillekin yhdysvaltalaisille yliopisto-opiskelijoille. (Wikipedia, hakupäivä 8.4.2010.)

Facebookissa ihmiset esiintyvät lähtökohtaisesti oikealla nimellään. Käyttö alkaa rekisteröitymällä palveluun. Omaan profiiliin voidaan lähettää vapaaehtoinen kuva itsestä ja ajan myötä kerätä lista kavereista. Kuvaa ei ole pakko lisätä. Jokaisen kaverin täytyy hyväksyä lähetetty kaveripyyntö, minkä jälkeen molemmat osapuolet ilmestyvät toisensa listalle. Henkilö voi hallita julkaisemiensa kuvien tai tietojen näkyvyyttä. Eri osa-

alueita voi rajoittaa näkymään vain kavereille, kavereiden kavereille tai kaikille. (Facebook, hakupäivä 8.4.2010.)

Sivusto tarjoaa useita tapoja kertoa kuulumisistaan ja kokemuksistaan. Jokaisella on oma seinä, johon kaverit voivat kirjoittaa viestejä ja jossa voi kertoa omia tapahtumia statuspäivityksissä. Facebookin etusivu näyttää uutisvirran, joka toimii yhteenvetona uusimmista tapahtumista. Käytössä on myös yksinkertainen chat, jossa voi keskustella reaaliaikaisesti. Facebookissa on mahdollista perustaa erilaisia ryhmiä liittyen harrastuksiin tai mihin tahansa muuhun yhdistävään tekijään. Ryhmissä voi keskustella ja saada kätevästi tietoa tulevista tapahtumista. (Wikipedia, hakupäivä 8.4.2010.)

Sivustolla on erilaisia sovelluksia, jotka tarjoavat hyötyä ja huvia. Niiden avulla voi esimerkiksi nähdä статистиikkaa kavereistaan, lähettää syntymäpäiväkortteja tai pelata pelejä. Sovellukset hyödyntävät usein tietoa käyttäjän profiilista, joten yksityisyysystiä niiden käyttö varmistetaan erikseen. Uusia sovelluksia voi tehdä kuka tahansa, kunhan ne noudattavat Facebookin ehtoja. (Wikipedia, hakupäivä 8.4.2010.)

Facebookin tietoturva on herättänyt paljon keskustelua. Käyttäjä voi parantaa tietoturvaansa Facebookissa rajoittamalla profiilinsa näkyvyyttä ja näin piiloutua tuntemattomilta ihmisiltä. Ystäväkutsut voi jättää vahvistamatta, eikä profiilissa tarvitse pitää huomattavaa osaa yhteyksistään. Facebook voi säilyttää ja hyödyntää näyttämättömätkin yhteystiedot noudattamansa Yhdysvaltain lainsäädännön mukaisesti. Näin ollen käyttäjillä ei välttämättä ole tietoa siitä, miten heidän aikaisemmin antamia tietoja säilytetään, välitetään toisille ja hyödynnetään. Vuonna 2009 Facebookin ylläpito antoi ilmoituksen, jonka mukaan se peruu käyttäjäehdon, jonka mukaan Facebook omistaa kaikkien rekisteröityjen käyttäjien tallentamat tiedot ikuisesti. (Facebook, Wikipedia, hakupäivä 8.4.2010.)

4.1.2 MySpace

MySpace on Facebookin kanssa suurimpia yhteisöpalveluja. MySpace on perustettu vuonna 2003, jonka jälkeen siitä tuli Yhdysvaltain suosituin sosiaalisen median sivusto vuonna 2006. Facebook ohitti käyttäjämäärältään MySpacen vuonna 2008. (Wikipedia, hakupäivä 21.4.2010.)

Toiminta yhteisössä aloitetaan luomalla oma profiili sivustolle. Profiilin ulkoasua voi muokata haluamukseen monia erilaisia teemoja vaihtamalla tai tekemällä niitä itse. MySpace -yhteisö on vahvasti painottunut multimedian jakamiseen. Käyttäjäkunta onkin pitkälti musiikista kiinnostuneita nuoria. Yhteisöstä löytyy hurja määrä tuttujen ja tuntemattomien artistien ja yhtyeiden profiileja. Käytännössä kaikki pienet yhtyeet kautta maailman perustavat itselleen MySpace -profiilin saadakseen kuuntelijoita musiikilleen. (Kalliala & Toikkanen 2009, 142.)

MySpace on paljon muutakin kuin musiikkia. Käyttäjät voivat itsestään lisätä musiikin lisäksi kuvia, liittyä ryhmiin, ladata erilaisia sovelluksia, pelata pelejä ja kirjoittaa omaa blogia. (MySpace, hakupäivä 21.4.2010.)

4.2 Mediapalvelut

Flickr ja Youtube ovat markkinajohtajia mediapalveluissa. Youtube toimii videoiden hakupalveluna, ja Flickr on markkinajohtaja valokuvien jakopalvelu.

4.2.1 Youtube

Youtube on Internetin suosituin videopalvelu (digitoday.fi, hakupäivä 1.6.2010). Youtube on palvelu, johon voi tallentaa tuotoksia yleisimmillä videonpakkausmuodoilla. Ääniraidat ovat mp3 – muotoisia. Youtube suosittelee, että videot pakataan nykyään yleistyneen High Definition (HD) laatuina, joko MPEG-2 tai MPEG-4 formaattiin. (Youtube, hakupäivä 24.5.2010.)

Youtuben perusti vuonna 2005 kolme PayPalin työntekijää, minkä Google osti vuonna 2006 1,31 miljardilla eurolla, mikä maksettiin Googlen osakkeilla. (Helsingin Sanomat, hakupäivä 25.5.2010.) Tappiollinen Youtube on yritetty saada tuottamaan Googlen avulla lisäämällä siihen palveluita sekä mainoksia. Maaliskuussa 2010 Google ilmoitti lisäävänsä tekstityksen kaikkiin kymmeneen miljooniin englanninkielisiin videoihin puheentunnistusteknologian avulla. Tämä uudistus lisäisi kuurojen mahdollisuutta seurata videoita. Myös mainontaa pyritään täten kohdentamaan tarkemmin videon sisällön perusteella. (Uusi Suomi, hakupäivä 25.5.2010.)

Tietoviikko (tietoviikko.fi, hakupäivä 25.5.2010) kirjoittaa, että Youtube kieltää tekijänoikeudellisesti suojattujen videoiden tuomisen palveluun ilman tekijänoikeuksien haltijan lupaa. Tekijänoikeudellisesti suojatun materiaalin valvonta ja poisto palvelusta on kuitenkin osoittautunut hyvin vaikeaksi tehtäväksi. Youtubella on sopimukset materiaalin jakelusta levy-yhtiöiden, kuten Universalin, SonyBMG:n, Warner Music:n ja EMI:n kanssa. Youtube käyttää tekniikka, joka tunnistaa videossa soivan kappaleen ja tämän perusteella maksaa tekijänoikeuskorvaukset oikealle taholle.

4.2.2 Flickr

Flickr oli Internetin ensimmäinen ilmainen valokuvien säilytys- ja jakopalvelu ja on edelleenkin markkinajohtaja. Flickrin perustanut yritys yritti alun perin rakentaa yhteisöllistä web-pohjaista pelimaailmaa, mutta epäonnistui ja rahoituksen loppuessa lähti viime hetkellä kokeilemaan valokuvajakopalvelua, josta tulikin todella suosittu (Kalliala & Toikkanen, 2009, 135). Flickrissä on tällä hetkellä yli 4 miljardia valokuvaa, joita päivittäin tulee lisää (Flickr, hakupäivä 29.7.2010).

Flickrin käyttö on ilmaista, mutta tällöin voit lisätä kaksi videota ja 100 MB kuvia joka kuukausi, mutta maksimi on 200 kuvaa. Noin 25 dollaria vuodessa maksavalla Pro-tunnuksella rajoitukset poistuvat ja uusia tallennusmuotoja tulee lisää. Muut voivat kommentoida valokuviasi, joten keskustelua voi niiden ympärille syntyä. Palvelussa voit merkitä muita kavereiksi, jolloin näet helposti heidän uudet kuvat ja videot. Näin Flickristä muodostuu yhteisö valokuvien ja videoiden ympärille (Flickr, hakupäivä 29.7.2010).

4.3 Blogit

Blogilla tarkoitetaan sivustoa, jolle kirjoittaja tai kirjoittajat tuottavat ajankohtaista sisältöä. Sisältö voi olla muun muassa tekstiä, videota, ääntä tai kuvaa. Ne mielletään usein perinteisten päiväkirjojen kaltaisiksi verkkopäiväkirjoiksi, mutta blogit ovat laajalaisempia. Niin sanottu bloggaaminen on yleensä päivämäärällä varustettujen merkintöjen tuottamista, mutta aihealueet ovat perinteistä päiväkirjaa huomattavasti laajemmalla alueella. Blogit ovat yhteisöllisiä, usein vapaasti kommentoitavia ja nopeastikin

päivittyviä tietolähteitä esimerkiksi maailman tapahtumista, uusista trendeistä ja kirjoittajien henkilökohtaisesta elämästä. (Tirronen 2008, 21.)

Ensimmäiset blogit olivat yksittäisten ihmisten verkossa julkaisemia päiväkirjoja, joista osa oli henkilökohtaisia, osa ammatillisia. Blogit alkoivat yleistyä vuonna 2002, vaikka blogi sana keksittiin jo 1997. Vuonna 2008 blogeja oli jo yli kaksisataa miljoonaa, joista melkein puolet kiinankielisiä. Toisaalta vain noin viisi prosenttia blogeista on aktiivisia. (Kalliala & Toikkanen 2009, 41.)

Blogityyppejä on useita erilaisia, kuten esimerkiksi videoblogit, uutisblogit ja ehkä tu-
tuin mikroblogi. Mikroblogit ovat lyhyitä, tavallisesti enintään 140 merkin mittaisia. Niitä käytetään yleensä tilannetietojen ilmoittamiseen; käyttäjä voi kertoa lyhyesti mitä tekee tai ajattelee. Sivustoille tunnusomaista on myös mahdollisuus seurata omalta sivultaan haluamiensa käyttäjien päivityksiä. Mikroblogit on yleensä suunniteltu niin, että niitä voidaan päivittää erityisillä asiakasohjelmilla, pikaviestiohjelmilla, sähköpostitse ja tekstiviestien kautta, jolloin käyttäjä voi päivittää tilannetietoja missä vain. Twitter on kansainvälisesti käyttäjämäärältään selvästi suurin mikroblogipalvelu, jonka pääkilpailijoita ovat Plurkin ja Googlen omistama Jaiku. (Wikipedia, hakupäivä 8.4.2010.)

4.4 Wikit

Wiki on verkkosivusto, jonka sisältöä käyttäjät voivat itse muokata usein ilman sivustolle kirjautumista. Vuorovaikutteisuus ja muutosten tekemisen yksinkertaisuus tekevät wikistä tehokkaan yhteisöllisen kirjoittamisen työkalun. Termillä wiki voidaan myös viitata yhteistyöohjelmistoihin, jotka helpottavat wiki-verkkosivustojen käyttöä. Sivujen sisällön luomisen ja muuttamisen nopeus ja välikäsi puuttuminen ovatkin wikitekniikan tärkeimmät ominaisuudet. Sisällön toimitustyö tapahtuu wikissä vasta muutosten julkaisemisen jälkeen. (Wikipedia, hakupäivä 15.4.2010.)

Käyttötarkoitukseltaan wikejä on monenlaisia. Osa niistä on yritysten sisäisiä sisällönhallintajärjestelmiä, eräänlaisia työryhmäohjelmistoja korvaavia tietokokonaisuuksia, joita käytetään sisäiseen viestintään ja projektinhallintaan. Kolmannella sektorilla niitä käytetään harrastustoimintaan ja tiedon välittämiseen pienryhmissä ja niiden välillä kiinnostuksen aiheista. (Wikipedia, hakupäivä 15.4.2010.)

Wikejä voi luoda useilla eri ohjelmistoilla, osa ohjelmista on tietokoneen käyttöjärjestelmästä riippumattomia, Java-ohjelmointikieleen perustuvia. Yleensä perustaksi tarvitaan tietokanta, useassa tapauksessa MySQL, ja www-palvelin, useassa tapauksessa Apache, joka voi poimia halutun sivun suurestakin määrästä sivuja katseltaviksi melko nopeasti. Kaikkein yksinkertaisemmat wikiohjelmistot eivät tarvitse tietokantaa, joten niiden asentaminen on helppoa, mikäli käytössä on CGI:tä tukevaa tekniikkaa. Common Gateway Interface (CGI) on tärkeä Web-ympäristön tekniikka, jonka avulla selain voi välittää dataa palvelimella suoritettavalle ohjelmalle. CGI määrittää standardin tähän datan välitykseen. (Wikipedia, hakupäivä 15.4.2010.)

Useimmat wikiohjelmistot ovat vapaita ohjelmistoja, sekä mahdollistavat yksinkertaisten lisäominaisuuksien liittämisen. Yleisesti tunnettuihin wikityyppisiin sisällönhallintaohjelmiin kehitetään lisäominaisuuksia erillisinä projekteina. Nämä ohjelmaprojektit voivat vaihdella kehittäjä määrältään yhdestä sataan henkilöä. (Wikipedia, hakupäivä 15.4.2010.)

4.5 Googlen työvälineet

Google on laajentanut valikoimaansa sekä kehittämällä uutta että ostamalla pääomallaan pienempiä Internet-palveluiden tarjoajia. Yksi varhaisimmista hankinnoista oli Pyra Labs, Blogger-blogipalvelun kehittäjä. Oston myötä Blogger-palvelusta tuli ilmainen. Vuonna 2004 Google hankki Keyhole Inc.:n, joka kehitti Earth Vieweria, josta tuli Google Earth. Alkuvuodesta 2006 Google osti Writelyä, verkossa toimivaa tekstinkäsittelyohjelmaa kehittävän Upstartlen, jonka tekniikalla luotiin Google Docs & Spreadsheets. (Wikipedia, hakupäivä 26.4.2010.)

4.5.1 Gmail

Gmail on Googlen maksuton webmail -pohjainen sähköpostipalvelu, joka julkistettiin 31.3.2004. Aluksi sähköpostia pääsi käyttämään toisten käyttäjien kutsuilla, mutta vuonna 2007 se tuli kaikille avoimeksi. (Wikipedia, hakupäivä 8.4.2010.) Googlen Gmail on helppokäyttöinen, mutta todella monipuolinen sähköpostipalvelu. Googlen sähköpostitunnuksilla pääsee hyödyntämään myös muita Googlen työkaluja.

4.5.2 Google Calendar

Google Calendar on todella monipuolisesti toteutettu ilmainen jaettu kalenteripalvelu. Omalle tunnukselle voi perustaa useita kalentereita esimerkiksi työasiat, opiskelu ja vapaa-aika, jotka ovat lähtökohtaisesti yksityisiä. (Kalliala & Toikkanen 2009, 136.) Varsinainen kalenterisivu voidaan esittää päiväkalenterin, viikkokalenterin, kuukausikalenterin tai neljän päivän kalenterin muodossa tai tapahtumakalenterina, jossa on allekkain listattuna kalenteriin merkityt tapahtuma päiväjärjestyksessä. Kalenterin voi tulostaa myös ohjelmasta paperille. (Wikipedia, hakupäivä 21.4.2010.) Kalenterit voi synkronoida oman päätelaitteen kalenterin kanssa, jolloin kalenteri näkyy tietokoneella, kännykässä ja Internetissä. Kalentereita voi jakaa muille haluamallaan tavalla, valiten kuka saa nähdä kalenterin ja kuka saa tietoja muokata. (Kalliala & Toikkanen 2009, 136.)

4.5.3 Google Docs

Google Docs on Googlen vastaisku Microsoftin toimistosovellusten monopolille. Ilmaisen OpenOfficen voi myös tietokoneelle hakea, mutta Googlen toimistosovellus toimii selaimella ilman mitään ohjelmistoasennuksia. Palvelun erityisvahvuus on yhteistyön helppous. Dokumentit ovat lähtökohtaisesti yksityisiä, mutta katselu- ja muokkausoikeuksia voi jakaa myös halutessaan muille. Yhteistyötä on helpottamassa useita ominaisuuksia. Jokaisessa työkalussa näkee aina, ketkä muut ovat muokkaamassa dokumenttia samanaikaisesti omalla selaimellaan. Historianäkymästä pääsee katsomaan aikaisempia versioita, jos vaikka halutaan palauttaa poistettua tekstiä takaisin. Docsissa voi tehdä tekstinkäsittelyä, taulukkolaskentaa ja esityksiä. Valmiin dokumentin voi myös julkaista, jolloin se näkyy julkisesti kaikille. Kaikki dokumentit voi tallentaa omalle tietokoneelle yleisimmissä dokumenttimuodoissa. (Kalliala & Toikkanen 2009, 136.)

4.6 Virtuaalimaailmat

Virtuaalimaailma on tulevaisuudessa arkipäivää, ja ihmiset käyttävät sitä, niin viihdekuin hyötytarkoituksiinkin. Aluksi kirjaututaan palveluun ja luodaan oma virtuaalihahmo eli avatar, jonka jälkeen ovet avautuvat virtuaalimaailmojen tutkimiseen. Virtuaali-

maailmoja on useita ja niitä on suunnattu useaan eri tarkoitukseen. Suosituimpiin kuuluu Second Life.

Second Life on yksityisesti omistettu, Internetissä toimiva virtuaalimaailma. Second Lifen julkaisi vuonna 2003 Linden Lab ja sen perustaja on Philip Rosedale. Muutamassa vuodessa käyttäjämäärä on kasvanut huimasti ja tällä hetkellä käyttäjiä on yli neljätoista miljoonaa. Second Life on ilmainen, mutta virtuaalimaailmaan voi myös ostaa Premium-tunnuksen. Tunnuksella saa ostettua muun muassa maata, jolle taas voi rakentaa oman talon. Jos serverit ovat täynnä, pääsevät Premium-käyttäjät kirjautumaan sisään ennen normaaleja käyttäjiä. (Secondlife.com.)

Useat suuryhtiöt, kuten Nokia, IBM, Reuters ja British Petroleum ovat luoneet Second Lifeen omia liiketilojaan ja oman edustuksensa. He pitävät siellä virtuaalikokouksia sekä erilaisia yleisö- ja luentotilaisuuksia. Niin ikään monilla arvostetuimmilla yliopistoilla on Second Lifessä omat kampusalueensa. Myös eri mailla on omat lähetystönsä Second Lifessä. Virtuaalimaailma soveltuu hyvin myös uusien kielten opiskeluun ja vieraan kielen puhumisen harjoitteluun. Esimerkiksi virtuaalisessa Goethe -instituutissa voi opiskella saksan kielen alkeita. (Wikipedia, hakupäivä 26.4.2010.)

Suomen eOppimiskeskus osti oman saarensa Second Lifesta keväällä 2008. Keinome-ressä kelluva EduFinland mahdollistaa sen, että myös yksityiset suomalaiset koulut pääsevät Second Lifeen. EduFinland jälleenvuokraa maata opetukseen ja tutkimukseen 15–90 eurolla kuussa. Helsingin Yliopisto vuokraa nyt kahta tonttia EduFinlandilta. Toista hallinnoi Opetusteknologiakeskus. Toinen on tietojenkäsittelytieteen ja maantieteen laitosten aluetta. (Kaisu Koskela, Helsingin Sanomat 2.2.2009, hakupäivä 3.5.2010.)

5 SOSIAALINEN MEDIA OPETUKSESSA

Tietotekniikka kehittyi vauhtia. Vielä parikymmentä vuotta sitten muutaman viikon uutistauko ei vielä pudottanut alan ammattilaista ajan hermolta, mutta nykyään uusia teknologioita ja niiden sovelluksia ilmaantuu päivittäin. Liian herkästi ammattilainen joutuu tunnustamaan, ettei hän millään ehdi seurata ja omaksua kaikkea. (Kalliala & Toikkanen 2009, 19.)

Kallialan ja Toikkasen (2009, 19) mukaan perinteinen opetus on pitkään ollut murroksessa. Opetusta tutkitaan jatkuvasti yhä enemmän ja tutkimustuloksia sovelletaan erilaisissa kokeiluryhmissä ympäri maailman. Näistä on kehittynyt uudenlaisia pedagogisia ideoita, jotka auttavat oppijoita kasvamaan jatkuvasti muuttuvassa globalisoituvassa ja verkostoituvassa työelämässä ja yhteiskunnassa. Niinpä myös opetuksen täytyy kehittyä ja uusien ideoiden seuraaminen on osa opettajan työtä ja ammattitaitoa.

Sosiaalisen median työvälineet ja lukuisat verkkopalvelut vetävät aloittelijan huomion teknisiin kysymyksiin. Internetin monimuotoisuuden lisäksi myös sosiaalisen median avaamat tilat ja toimintaulottuvuudet voivat olla aluksi vaikeita.

Rongaksen (edu.fi, hakupäivä 20.4.2010) mielestä sosiaalista mediaa ei voi hallita kuten perinteistä oppimisen tilaa ja aikaa. Sitä on kuitenkin mahdollista jäsentää pedagogisesti mielekkäällä tavalla. Perinteisen luokkaopetuksen mallin siirtäminen verkkoon on ongelmallista. Opettajajohtoisuus on lisääntynyt verkkotyöskentelyn myötä. Osittain tämä johtuu hyvin luonnollisesta syystä: ilman selkeitä kehyksiä opiskelija eksyy avoimeen verkkoon ja oppimisprosessi hajoaa. Nykyiset suljetut verkko-oppimisympäristöt ovat poikkeuksetta opettajajohtoisia: vain opettaja voi säädellä tilaa ja tapahtumien kulua. Yhdistämällä avointa suljettuun eli upottamalla sosiaalisen median palveluita oppimisympäristöön on mahdollista luoda joustoa.

Avoimen verkkotyötilan voi avata ryhmän muokattavaksi. Jos vetäjän taidot ovat puutteelliset, verkkoryhmistä löytyy yleensä osaamista ja auttajia. Sosiaalinen media kiehtoo ihmisiä vapaan vuorovaikutuksen, luovan tuottamisen ja itseilmaisun paikkana. Nämä toiminnot ovat periaatteessa hyödyllisiä oppimisen edistämiseksi. Ellei verkkotila ole elävä, organisesti syntynyt ja omaehtoinen, vaan valmiiksi järjestetty, se voi ahdistaa

opiskelijoita. Luovuus voi kuihtua. Toisen suunnittelema verkkotila ei myöskään välttämättä hahmotu kaikille. (Rongas, edu.fi, hakupäivä 20.4.2010.) Sosiaalisen median hyödyntämisessä on haasteita, mutta pienillä, asteittaisilla askelilla voidaan uusia ideoita tuoda käytäntöön. Tällöin saadaan myös opiskelijoiden käytännön mielipiteitä aiheesta.

6 TUTKIMUSMENETELMÄT

Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää, kuinka paljon opiskelijat käyttävät sosiaalista mediaa. Kysymyksiä tietoisesti kohdennettiin, jotta saatiin selville, mitä palveluja he käyttävät, kuinka paljon ja miksi he niitä käyttävät. Tarkoitukseni oli tutkia kuinka yleistä sosiaalisen median käyttö on koko Oulun ammattikorkeakoulun liiketalouden yksikössä. Uusia sosiaalisen median työkaluja ja sivustoja syntyy koko ajan, joten vastausvaihtoehdoissa käytettiin yleisimpiä ja tunnetuimpia työkaluja ja palveluita. Saatujen tutkimustulosten pohjalta voidaan kartoittaa, mitä sosiaalisen median työkaluja voidaan hyödyntää enemmän opettamisessa ja opiskelussa. Myös opiskelijat pystyivät antamaan kyselyyn mielipiteitään asiasta ja kehittämideoita. Työkalut, jotka kyselyyn valitsin ovat yleisimpiä ja käytetyimpiä sosiaalisen mediassa.

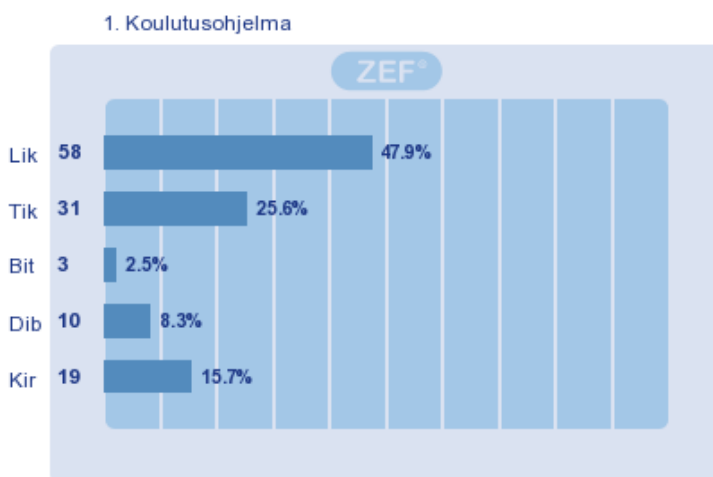
Kysely tehtiin Zef arviointikoneella. Ohjelman avulla kysely saatiin sähköiseen muotoon ja sen avulla vastauksia voitiin analysoida ja jäsentää tehokkaasti. Käyttäen sähköistä kyselylomaketta saatiin lomakkeesta visuaalisesti helppolukuinen ja helposti ymmärrettävä.

Kyselylomake tehtiin opinnäytetyön teoriapohjan jälkeen, joka helpotti kysymysten jäsentelyä. Samalla varmistettiin, että kysymykset pohjautuivat teoriaosuuteen. Lomake testattiin opiskelijoilla ja viimeiseksi opettajalla. Testauksella varmistettiin kysymysten oikeinasettelu ja riittävää pituutta. Lopullisessa versiossa oli 26 kysymystä ja yksi avoin kysymys. Kysely lähetettiin sähköpostilla opiskelijoille, joka suoritettiin 10.5.2010 - 6.6.2010 välisenä aikana.

7 TUTKIMUSTULOKSET

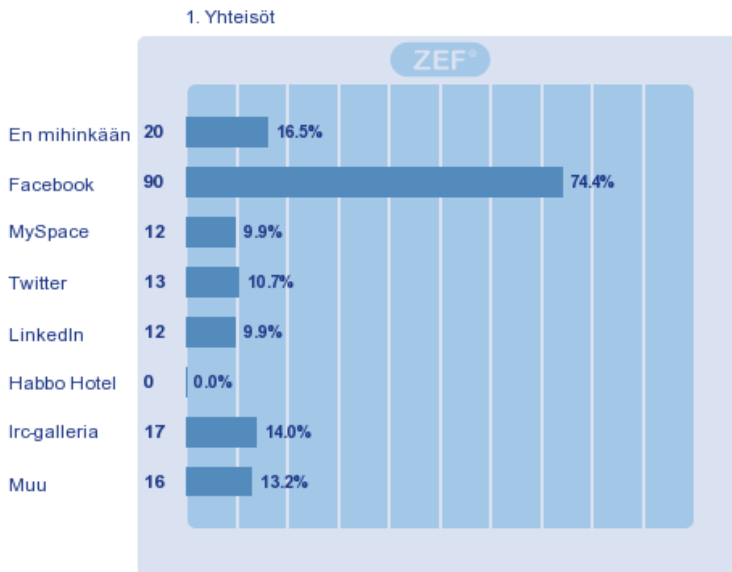
Kyselyyn kutsuttiin kaikki Oulun seudun ammattikorkeakoulun, liiketalouden yksikön opiskelijat, koska sosiaalinen media on kaikille ajankohtainen. Kyselyn analysointia ja suurta massaa oli helppo käsitellä Zef-ohjelmistoa apuna käyttäen. Kysely suoritettiin lukuvuoden viimeisillä viikoilla. Kyselyyn kutsuttiin kaikki läsnä olevat oppilaat yhteensä 969 opiskelijaa, joista kyselyyn vastasi 126 oppilasta. Lopulliseksi vastausprosentiksi saatiin 13 prosenttia.

Vastanneista suurin osa oli 23 – 27 vuotiaita (52 %). 18 – 22 vuotiaita oli 27 % vastanneista, 28-vuotiaita ja sitä vanhempia oli 21 %. Naisia oli 65 %. Liiketalouden opiskelijoita vastanneista oli 48 %, tietojenkäsittelijöitä 25 %, mutta vastanneita saatiin myös pienemmistä ryhmistä (KUVIO 1.).



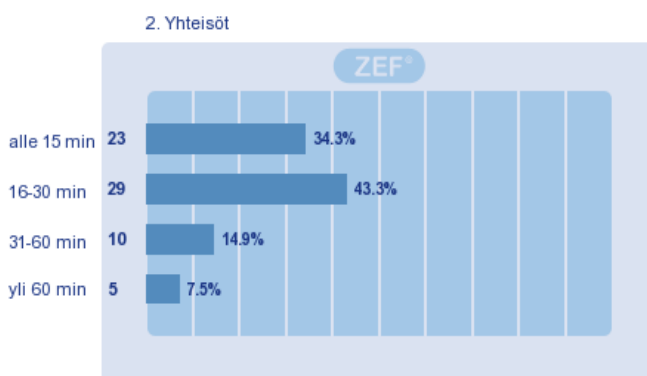
KUVIO 1. Vastanneiden opiskelijoiden koulutusohjelmajakauma (n=121)

Suurin osa vastanneista kuului yhteen tai useampaan yhteisöön (KUVIO 2.). Eroa miesten ja naisten välillä ei huomattu yhteisöihin kuuluvuudessa. Vastanneista 74 % kuuluu Facebookiin, joka on selvästi suosituin yhteisö opiskelijoiden keskuudessa. Toiseksi suosituin on IRC-galleria 14 %. Muihin yhteisöihin vastanneista kuului 13 %, joita olivat muun muassa Last.fm, Tumblr ja DevianArt. Vastanneista 16 % ei kuulu mihinkään yhteisöön.

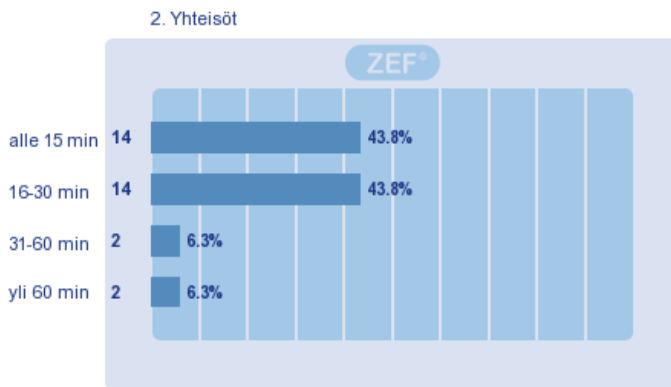


KUVIO 2. Yhteisöt, joihin opiskelija kuuluu (n=121)

Yli 90 % vastanneista opiskelijoista käyttää yhteisöä yhteyden pitoon ja 41 % valokuvien jakamiseen. Myös erilaiseen viihdekäyttöön osa käyttää yhteisöään. 39 % vastanneista vierailee yhteisössään useasti päivässä, saman verran vierailee päivittäin omassa yhteisössään. Opiskelijoista 43 % käyttää keskimäärin vieraillessaan yhteisössä 16 - 30 minuuttia, alle 15 minuuttia 38 %, 31 – 60 minuuttia 12 % ja yli tunnin 7 % vastaajista. 16 minuuttia päivässä yhteisössä vierailut viettää vuodessa noin 4 vuorokautta. Naiset vierailevat yhteisössä useammin kuin miehet ja viettävät siellä keskimäärin enemmän aikaa (KUVIO 3. ja KUVIO 4.).

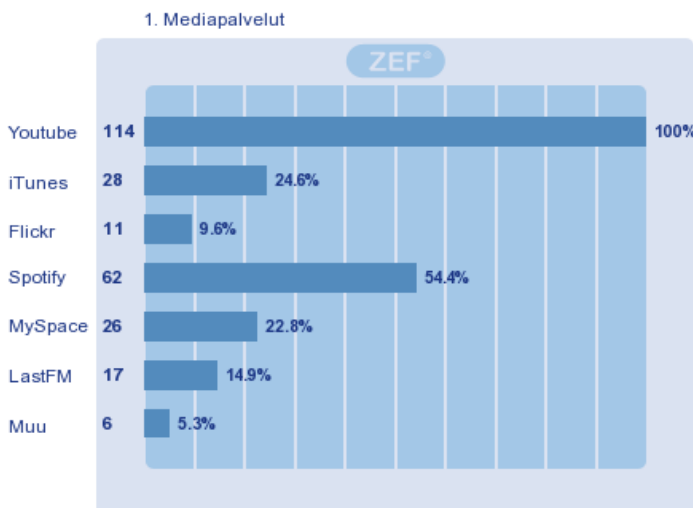


KUVIO 3. Keskimääräinen yhteisöissä vierailuaika: Naiset (n=67)



KUVIO 4. Keskimääräinen yhteisöissä vierailuaika: Miehet (n=32)

Mediapalveluista ylivoimaisesti käytetyin opiskelijoiden keskuudessa on Youtube (100 %). Spotify on toiseksi suosituin 54 %, iTunes 24 % ja MySpace 22 %, jotka pääsääntöisesti ovat musiikin kuuntelemiseen tarkoitettuja sivustoja tai ohjelmistoja (KUVIO 5.).



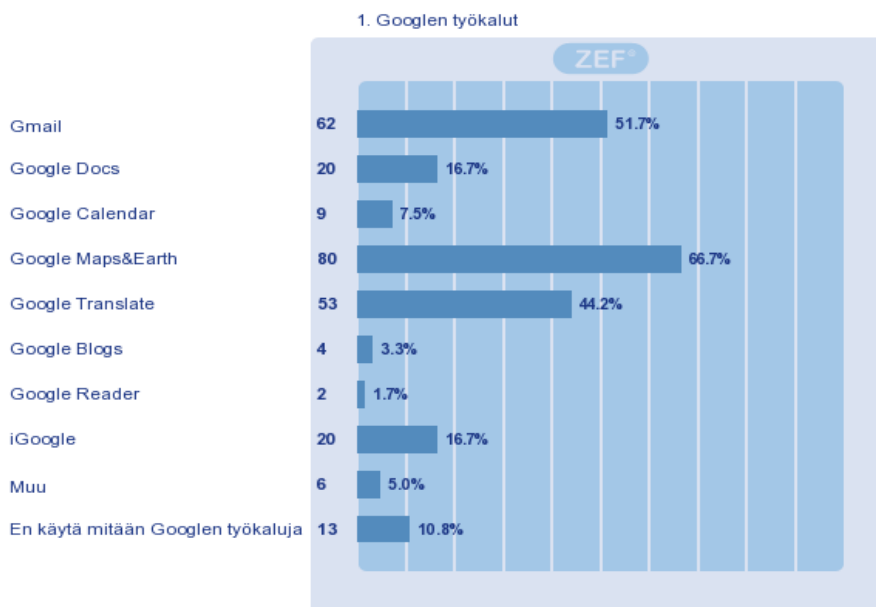
KUVIO 5. Opiskelijoiden käyttämät mediapalvelut (n=114)

Mediapalveluita opiskelijat käyttävät eniten musiikin kuuntelemiseen 93 %, viihdekäyttöön 66 % ja elokuvat/TV 36 %. Suuri osa vastanneista käyttää mediapalveluita, joko päivittäin 35 %, 2-3 kertaa viikossa 21 % tai viikoittain 18 %. Mediapalveluiden käytössä ei naisten ja miesten välillä huomattu eroavaisuuksia.

Blogit ovat opiskelijoille tuttuja, sillä kuukauden aikana vastanneista yli 40 % lukee blogeja, joista päivittäin 10 % ja useasti päivässä 5 % vastanneista. Naiset lukevat hie-

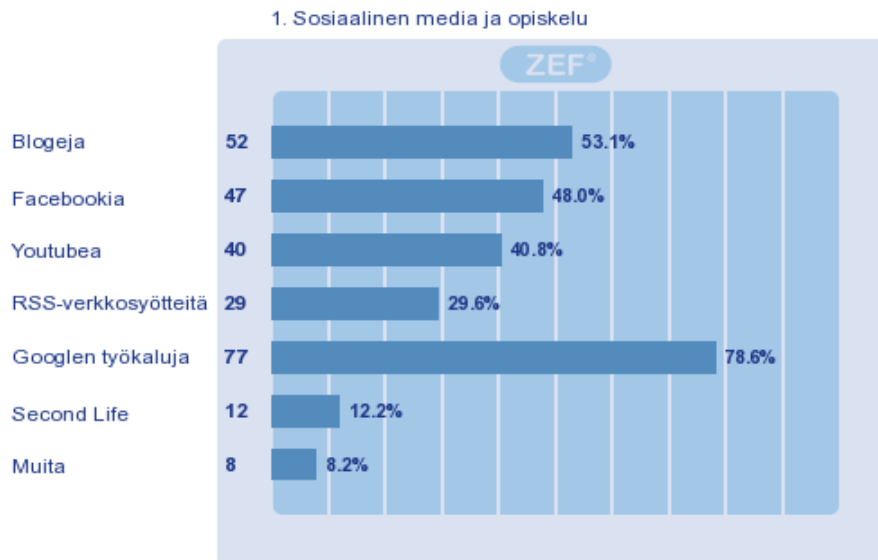
man enemmän blogeja kuin miehet, mutta molemmat kirjoittavat niitä yhtä vähän. Noin 10 % vastanneista kirjoittaa omaa blogia kuukauden aikana ja 78 % ei ole koskaan kirjoittanut omaa blogia.

Googlen työkaluja pidetään opiskelijoiden keskuudessa hyödyllisinä ja tärkeinä työvälineinä. Googlen monet työkalut ovat tuttuja opiskelijoille. Käytetyin Googlen työkalu on sen karttapalvelut 66 %. Vastanneista 51 % käyttää Googlen sähköpostia eli Gmailia ja Googlen kääntäjää 44 % opiskelijoista. 16 % vastanneista opiskelijoista käyttää Google Docs työkalua, jota miehet käyttävät hieman naisia useammin. Muita käytettyjä Googlen työkaluja ovat Google Analytics, Google Talk ja Google Scholar. Ainoastaan 10 % vastanneista ei käytä mitään Googlen työkaluista (KUVIO 6.).



KUVIO 6. Opiskelijoiden käyttämät Googlen työkalut (n=120)

Googlen työkalut ovat suosituimpia 78 %, blogit, Facebook ja Youtube ovat tasaisempina (KUVIO 7.). Muita työkaluja olivat Office Liveä, Wiki-alustaa ja IRC:tä. Miehet suosivat enemmän Facebookia ja Youtubea, naiset puolestaan näkivät blogit mielekkäämpinä kuin miehet.



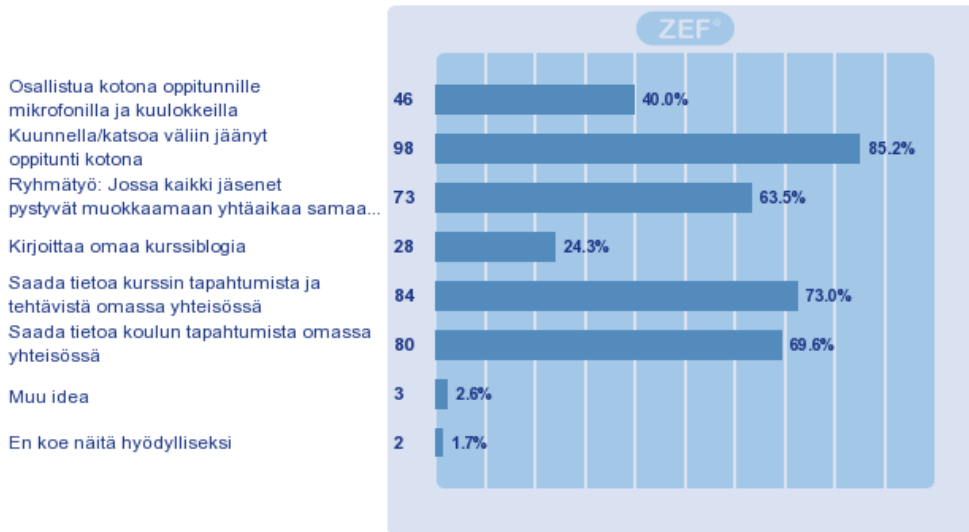
KUVIO 7. Sosiaalisen median työkaluja, joita voitaisiin hyödyntää opiskeluissa (n=116)

Virtuaalimaailmat ovat vielä oudompi käsite opiskelijoille. 75 % opiskelijoista ei koskaan ole vierailut virtuaalisissa maailmoissa. Habbo Hotellissa on vierailut 17 % ja Second Lifessä 10 % opiskelijoista. He, jotka ovat vierailleet virtuaalimaailmoissa, käyttävät sitä pääsääntöisesti viihdekäyttöön ja ajanviettoon. 16 % vastanneista käyttää niitä oppimiseen. Vastanneista 88 % vieraillee maailmoissa harvemmin kuin kuukausittain.

Sosiaalisen median opetukseen tuomia hyötyjä tuotiin esiin opiskelijoille hypoteettisilla kysymyksillä, joista väliin jääneen oppitunnin kuunteleminen jälkikäteen oli suosituin (85 %). Opiskelijan mielestä myös tiedon saanti omassa yhteisössä kurssien tapahtumista ja tehtävistä nähtiin hyödylliseksi (73 %). Yhteisöihin haluttiin myös saada tietoa koulun tapahtumista (69 %). Muita ideoita olivat, että kouluun tehtäisiin oma Wikipedia, josta kaikki koulun yleinen informaatio ja kurssitiedot löytyisivät helposti ja nopeasti. Lisäksi saada tietoa työ- ja harjoittelupaikoista omassa yhteisössä, jossa samalla voisi vaihtaa kommentteja asiasta yhdellä foorumilla. (KUVIO 8.).

Selvästi yli puolet vastaajista oli sitä mieltä, että heitä kiinnostaisi kokeilla osallistua kurssiin sosiaalista mediaa käyttäen. Myös hieman yli puolet vastaajista haluaisi kokeilla kurssiin osallistumista virtuaalimaailmaa käyttäen.

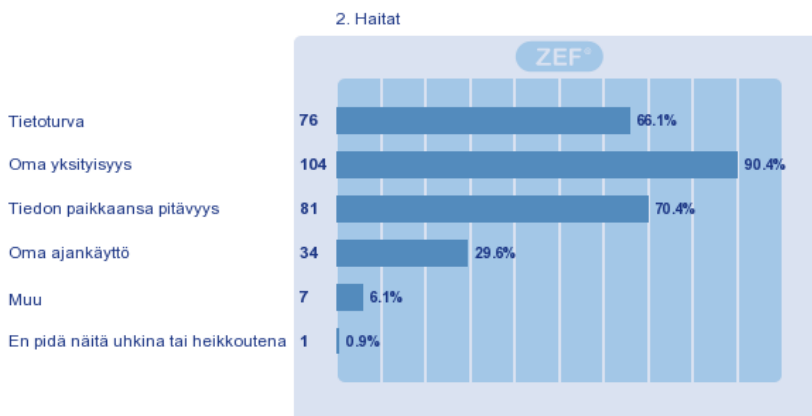
2. Sosiaalinen media ja opiskelu



KUVIO 8. Sosiaalisen median ominaisuuksia, joita haluttaisiin hyödyntää opiskeluissa (n=117)

Tärkeimpänä sosiaalisessa mediassa pidettiin nopeaa tiedonsaantia esimerkiksi Wikipedian kaltaisilla tietosanakirjoilla (85 %). Opiskelijat käyttävät Wikipediaa tiedonhaussa ja pitävät myös avoimia tietosanakirjoja hyödyllisinä. Helppoa yhteydenpitoa (78 %) ja viihdettä, kuten musiikkia ja valokuvia (63 %) pidettiin myös hyötyinä sosiaalisessa mediassa. Työelämän kontaktit (22 %) on myös huomattavaa opiskelijoilla.

Suurimmaksi uhkaksi ja heikkoudeksi sosiaalisessa mediassa opiskelijoiden mielestä nousi oma yksityisyys (90 %), myös tietoturva (66 %) ja tiedon paikkaansa pitävyys nähtiin uhkina (70 %) (KUVIO 9.). Sosiaalisen median tietoturva oli hieman suurempi uhka tai heikkous naisille kuin miehille.



KUVIO 9. Uhat ja heikkoudet sosiaalisessa mediassa (n=116)

8 JOHTOPÄÄTÖKSET

Kyselyyn vastanneilla opiskelijoilla on käsitys sosiaalisesta mediasta ja monista eri työkaluista ja ohjelmistoista. Suuri osa vastanneista käyttää jotakin yhteisöä, mutta osalle yhteisöt ovat vielä uutta. On myös opiskelijoita, jotka eivät halua liittyä yhteisöihin. Facebook on ylivoimaisesti tämän hetken suosituin yhteisö ja moni kuuluukin muihin eri yhteisöihin. Opiskelijat käyttävät keskimäärin paljon aikaa yhteisöissä. Liiketalouden yksikössä voitaisiin ajatella, että käynnissä olevista kurseistaan tai koulun tapahtumista saisi samalla tietoa eri yhteisöissä. Monet opiskelijat pitäisivät tiedon saantia koulusta ja kurseista omassa yhteisössään tärkeänä. Opettajat voisivat tehdä kurssille sivun esimerkiksi Facebookiin, johon opiskelija voi halutessaan liittyä tai opettaja voi lähettää kutsun. Sieltä kurssin opettaja voi jakaa lisätietoa kurssista näin halutessaan.

Mediapalvelut ovat suosittuja vastanneiden keskuudessa. Kaikki vastanneet käyttävät Youtubea, palvelua jossa on jaossa ilmaista kuvaa ja ääntä. Tuleekin mieleen voitaisiin-ko tutkimuksessa suurta kannatusta saanut ajatus ”kuunnella, tai nähdä väliin jäänyt oppitunti myöhemmin” hyödyntää. 85 % opiskelijoista edellä mainittu ajatus kuulostaa hyvältä. Erilaisia kokeiluja voitaisiin järjestää asiaan liittyen. Kuvan ja äänen voi lähettää vain omalle ryhmälleen esimerkiksi Facebookia apuna käyttäen. Näin kaikki saisivat mahdollisuuden kuulla tunnilla käsitellyt asiat. Yhä useampi opiskelija tekee töitä opiskeluiden ohella, joten tämä auttaisi ainakin osaa heistä tai sairaana olevia.

Googlen työkalut mahdollistavat paljon. Ilman erillisiä asennuksia voit käsitellä dokumentteja millä tahansa Internet yhteyden omaavalla tietokoneella. Ryhmätyöt helpottuivat ja olemassa oleviin verkko-opintoihin saadaan vielä lisää mahdollisuuksia kun yhdistetään blogit oppipäiväkirjoiksi tai alustoiksi mihin palautetaan töitä. Mahdollisuuksia on useita, mitä ilmaisilla Googlen työkaluilla saadaan aikaiseksi. Googlen työkalut ovat myös tulleet opiskelijoille tutuiksi. 78 % opiskelijoista haluaisi hyödyntää niitä enemmän.

Minulle yllättävä tulos oli virtuaalimaailmojen vähäinen kokeileminen. 75 % opiskelijoista ei ollut koskaan vierailut virtuaalisissa maailmoissa. Virtuaalimaailmojen, varsinkin Second Lifen suosio on kasvanut huomasti eri-ikäisillä ihmisillä. Mielenkiintoista

oli myös nähdä, että tutkimukseen osallistuneilla opiskelijoilla olisi kiinnostusta kokeilla virtuaaliympäristöä jonkin opetettavan kurssin yhteydessä. Tätäkin voitaisiin kokeilla ja liittää jo käynnissä oleviin verkkokursseihin. Tämä luonnollisesti vaatii rekisteröitymistä palveluun ja opettajalta hieman asiaan paneutumista. Tällöin opiskelija voi osallistua oppitunnille kotoa esimerkiksi mikrofonilla ja kuulokkeilla. Vaihtoehtoja tähän on muitakin kuin virtuaalioppitunti ihmeellisessä maailmassa.

Uhkia ja heikkouksia sosiaalisessa mediassa luonnollisesti on. Opiskelijat näkevät näistä suurimpana oman yksityisyyden rikkomisen. Lisääntyneet avoimet tietosanakirjat, kuten Wikipedia ovat myös tiedon paikkaansa pitävyyden takia valittu uhkiin tai heikkouksiin. Silti suurin osa vastanneista pitää Wikipedian tyyllisiä tietosanakirjoja hyödyllisinä, ja itsekkin käyttävät tiedon hakuun niitä. Nopea tiedonsaanti onkin tärkeimpänä asiana opiskelijoilla sosiaalisessa mediassa, helpon yhteydenpidon lisäksi. Tietoturva puhuttaa aina, ja esimerkiksi Facebook ja Youtube onkin ollut viime aikoina hyökkäyksien kohteena. Vastaajista 29 % pitää omaa ajankäyttöään huolestuttavana heikkoutena tai uhkana sosiaalisessa maailmassa. Yritykset ovat asian jo huomanneet ja estäneet työntekijöiltään selaimilla pääsyn sosiaalisen median sivustoille. Vastanneet viettävät keskimäärin aikaa yhteisössä 16 - 30 minuuttia kerralla, ja useimmat vierailevat siellä joko päivittäin, tai useasti päivässä. Yleisimmin käyttö on niin sanottua viihdekäyttöä. Vuositasolla se vie huomattavan osan työ- tai opiskeluaikaa, joten esimerkiksi yhteisöissä vietettyä aikaa kannattaisi jollain tavalla hyödyntää niin opiskeluissa kuin työelämässäkin.

Vastanneilla opiskelijanaisilla ja -miehillä ei suuria eroavaisuuksia voitu havaita sosiaalista mediaa kohtaan. Sosiaalinen media on valtaamassa jokaista alaa, joten muutoksia myös opiskelumenetelmiin täytyisi tehdä.

9 POHDINTA

Sosiaalinen media on viime aikoina ollut erittäin puhuttu ja kirjoitettu aihe. Myös itse koin tutkimusta tehdessä mielenkiintoa aihetta kohtaan. Kiinnostus kasvoi kun kävin kurssin, joka käytiin täysin sosiaalista mediaa käyttäen. En tavannut opettajaa ja opiskelukavereita kuin Facebookissa ja virtuaalimaailmassa. Kurssi jätti positiivisen kuvan sosiaalisesta mediasta ja sen tuomista hyödyistä opiskelijan näkökulmasta. Uskon, että sosiaalinen media tulee yleistymään entisestään niin liike-elämässä kuin opiskeluissaakin. Tutkimukseni tavoitteena oli selvittää, kuinka paljon opiskelijat käyttävät sosiaalista mediaa, mitä palveluita he käyttävät ja onko opiskelijoilla kiinnostusta suorittaa kursseja sosiaalista mediaa apuna käyttäen. Tutkimuksen tarkoituksena on myös herättää ajatuksia opettajien mielissä. Olisiko opettajilla joitain ideoita tuoda enemmän sosiaalista mediaa opintojaksoille?

Aloitin opinnäytetyöni tekemisen tammikuussa 2010 ja aloitusseminaarin pidin helmikuussa 2010. Etsin tietoa erilaisista kanavista ja kirjallisuuslähteistä. Halusin myös hyödyntää sosiaalista mediaa tiedon haussa. En halunnut, että keskityn liikaa erilaisiin ilmiöihin tai työkaluihin vaan kerron lyhyesti, mitä sosiaalinen media on ja mitä yleisimpiä työkaluja ihmiset tällä hetkellä käyttävät. Ennen kyselylomakkeen tekoa ja sen lähettämistä kirjoitin melkein teoriaosuuden valmiiksi. Teorian tuntemisesta oli hyötyä kyselylomaketta tehdessä. Kyselylomake valmistui hieman kiireessä, koska lukuvuosi oli lähestymässä loppua. Kyselylomake lähetettiin Zef-ohjelmistolla sähköisenä opiskelijoille. Kyselyyn vastasi 126 oppilasta ja lomakkeessa oli 26 kysymystä, sekä vapaan kommentoinnin aiheeseen. Lomake testattiin muutamalla opiskelijalla ja viimeiseksi opettajalla ennen sen lähettämistä. Vastaajat saivat vastata kysymyksiin nimettömänä ja luottamuksellisesti. Lomake onnistui mielestäni kohtalaisen hyvin. Kyselyn ollessa jo liikkeellä, huomasin pieniä korjauksia kysymysten asettelussa. Olisin toivonut, että kyselyyn olisi vastannut enemmän opiskelijoita. Syynä tähän pitäisin lähettämisaikajankoa, joka oli toukokuussa.

Tutkimuksesta käy ilmi, että sosiaalinen media on yleistä opiskelijoiden keskuudessa. Suuri osa opiskelijoista kuuluu yhteen tai useampaan yhteisöön. Kaikki vastanneet ovat käyttäneet Youtubea. Suurin osa käyttää ja pitää Wikipediaa hyödyllisenä. Mikä tär-

keintä myös suurin osa opiskelijoista olisi kiinnostunut käymään opintojaksoja, mitkä suoritetaan joko osaksi tai kokonaan sosiaalista mediaa apuna käyttäen. Lisäksi he toivoivat informaatiota kursseista ja koulusta omissa yhteisöissään. Tällä hetkellä sosiaalista mediaa ja sen tarjoamia palveluita ei hyödynnetä juuri ollenkaan opiskeluissa. Yritykset avaavat ovia sosiaaliselle medialle, myös koulujen olisi syytä ryhtyä edes kokeilemaan sosiaalisen median mahdollisuuksia.

Minulle opinnäytetyön tekeminen oli välillä vaikea prosessi, koska työn ja opiskelun yhdistäminen on välillä hieman haastavaa. Opinnäytteen teoriaosuus syntyi suhteellisen kivuttomasti. Käytin työssäni paljon erilaisia verkkolähteitä ja myös Wikipediaa, kuten se opinnäytteen aiheeseen viitaten kuuluu. Nuoret aikuiset käyttävät sosiaalista mediaa ja ovat avoimia kaikille uudelle. Virtuaalimaailmojen tuntemattomuus hieman yllätti, mutta uskon, että nekin yleistyvät vuosien saatossa.

Suunnitellusta aikataulusta jäin hieman, koska tavoitteeni oli saada työ valmiiksi kesään mennessä. Tämä työ mahdollistaa jatkotutkimuksien tekemisen samasta aiheesta, johon kyselyn vastauksia voidaan hyödyntää. Tutkimuksen tulokset madaltaa kynnystä ryhtyä opettajia kokeilemaan uusia toimintatapoja ja sosiaalisen median työkaluja omassa työssään.

LÄHTEET

Painetut lähteet:

Kalliala Eija & Toikkanen Tarmo 2009: Sosiaalinen media opetuksessa, Oy Finn Lectura Ab 2009

Paasonen Susanna 2006: Mikä maa, mikä media? Verkkoviestinnän tutkimus ja mediaymmärrys, Verkkoviestintäkirja. Helsinki 2006

Tirronen Mikko 2008: Web 2.0 Verkon numerologia, BTJ Finland 2008

Painamattomat lähteet:

Digitoday.fi:

<http://www.digitoday.fi/viihde/2007/06/29/ei-ihme-etta-youtube-arsyttaa-kilpailijoita/200716082/66>

Hakupäivä 25.5.2010

Erkkola, Jussi-Pekka: Sosiaalisen median käsitteestä, Taideteollinen korkeakoulu, loppuyö 2008

Edu.fi: Rongas Anne, mikä ihmeen sosiaalinen media?

http://www.edu.fi/materiaaleja_ja_tyotapoja/tvt_opetuksessa/mika_ihmeen_sosiaalinen_media/pedagogisia_lahtokohtia

Hakupäivä 20.4.2010

Facebook:

www.facebook.com

Hakupäivä 15.1.2010

Flickr:

www.flickr.com

Hakupäivä 29.7.2010

Helsingin Sanomat:

Koskela Kaisu, Second Life on jo usean oppilaitoksen kurssipaikka 2.2.2009

<http://www.hs.fi/kotimaa/artikkeli/Second+Life+on+jo+usean+oppilaitoksen+kurssipaikka/1135243226376>

Hakupäivä 3.5.2010.

Helsingin Sanomat:

<http://www.hs.fi/talous/artikkeli/Google+ostaa+YouTuben/1135222189684/>

Hakupäivä 25.5.2010

Hintikka Kari A: Web 2.0 – johdatus Internetin uusiin liiketoimintamahdollisuuksiin.

Tieke Tietoyhteiskunnan kehittämiskeskus Ry:n julkaisusarja 28.

Verkkoaineiston osoite:

http://www.tieke.fi/mp/db/file_library/x/IMG/20815/file/julkaisu_28.pdf

IRC-galleria:

www.irc-galleria.fi

Hakupäivä 15.1.2010

Tietoviikko.fi:

Junkaala Jouni, YouTube ohensi tekijän oikeuksia, 11.4.2008

http://www.tietoviikko.fi/taustat/kaikki_jutut/article132158.ece

Hakupäivä 25.5.2010

Uusisuomi.fi:

<http://www.uusisuomi.fi/viihde/86770-youtube-videoihin-tekstitys>

Hakupäivä 25.5.2010

Wikipedia:

www.wikipedia.fi

Hakupäivä 15.1.2010

Hakusanat, wiki, facebook, myspace, web 2.0, sosiaalinen media, google, google docs, google calendar, youtube, flickr

Youtube:

help.youtube.com

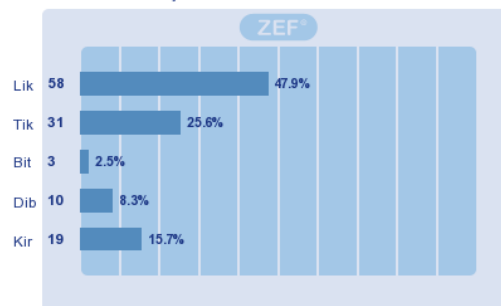
Hakupäivä 24.5.2010

LIITTEET**ZEF Raportti - Luotu 15.06.2010**

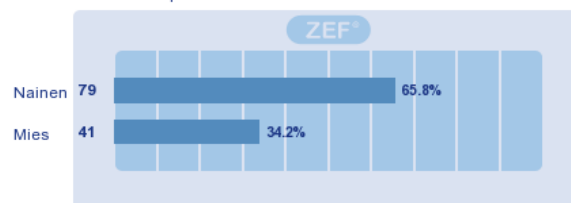
Nimi	Määrä
Liiketalouden yksikkö	126
Miehet	41
Naiset	79
Yhteensä	126

A. Taustatiedot

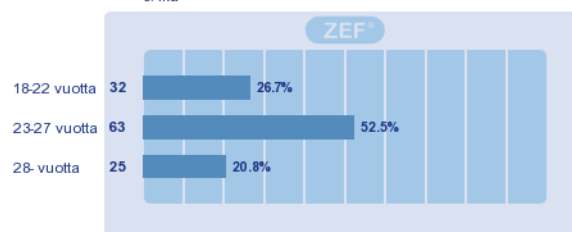
1. Koulutusohjelma



2. Sukupuoli

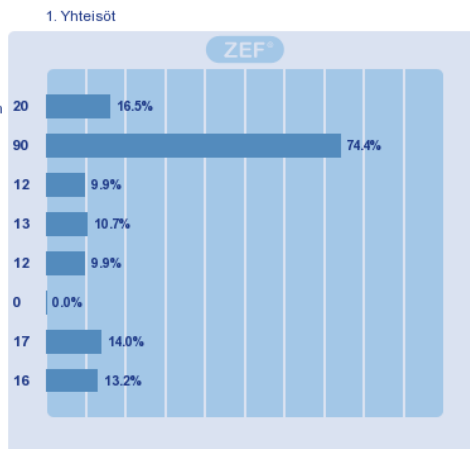


3. Ikä

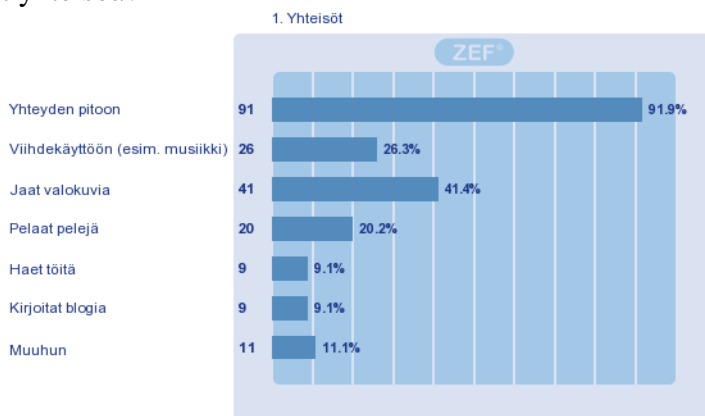


B. Yhteisöt

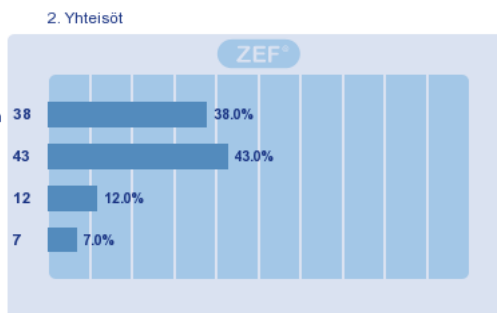
4. Mihin yhteisöön kuulut?



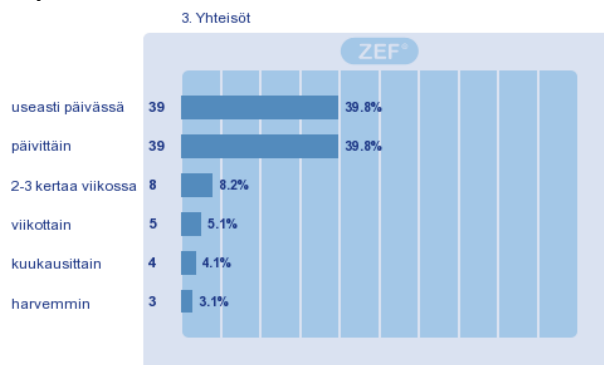
5. Mihin käytät yhteisöä?



6. Kuinka kauan vietät keskimäärin aikaa kun vierailt yhteisössä?



7. Kuinka usein vierailt yhteisössä?



Monivalintojen kommentit

4. Mihin yhteisöön kuulut?

Jokin muu, mikä?

- youtube, kuvaboksi, kuvablogi, mapmyrun, keho.net, koirat.com, deviant art - DeviantArt.com, RedBubble.com, Vastavalo.fi
- Formspring.me, Suomi24.fi,
- Kuuluin Facebookiin, mutta hermostuin siihen ja poistin profiilini.
- Last.fm
- LastFM
- LibraryThing
- Scribd
- Tumblr
- Tumblr
- XihaLife
- aNobii, identi.ca, Libre.fm
- deviantart, kvaak.fi
- ravelry, youtube
- skype
- slideshare,wordpress

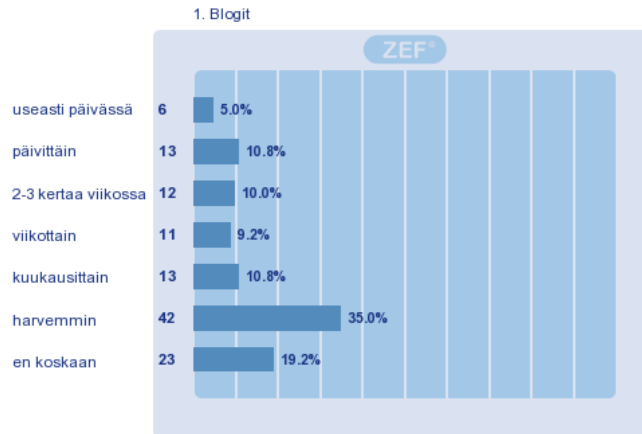
5. Mihin käytät yhteisöä?

Muuhun, mihin?

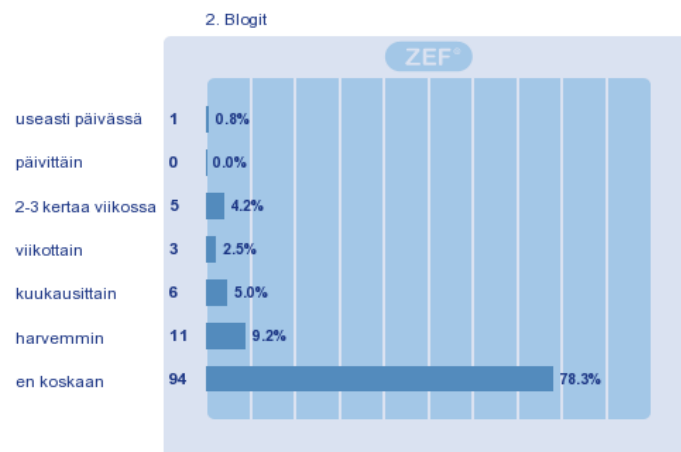
- "urkkiminen"/mitäköhän tuo tänään on tehny
- Seuraan ihmisten tekemisiä
- Tutuakseni kuinka kaikki oikein toimii
- etsin tietoa, luen/kirjoitan keskustelupalstoille
- julkaisuun, keskusteluun
- seuran muitten päivityksiä
- seurailen julkisuuden henkilöitä twitterissä
- stalkkaus
- verkostoitumiseen
- verkostojen luomiseen

C. Blogit

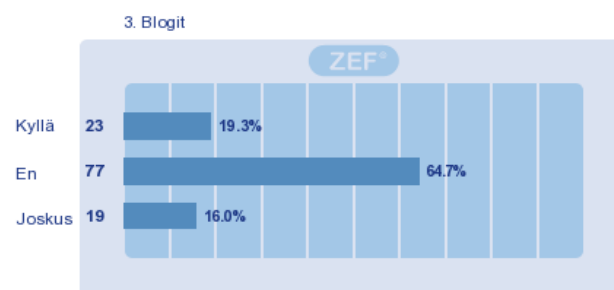
8. Luetko blogeja?



9. Kirjoitatko omaa blogia? (myös yhteisöt)

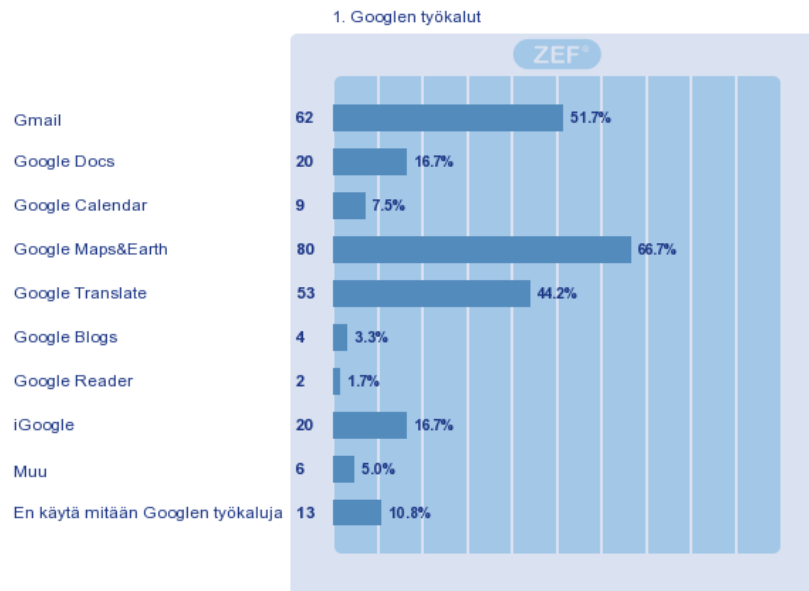


10. Oletko tilannut RSS-verkkosyötteitä (esim. uutisia, blogeja, podcasteja)?

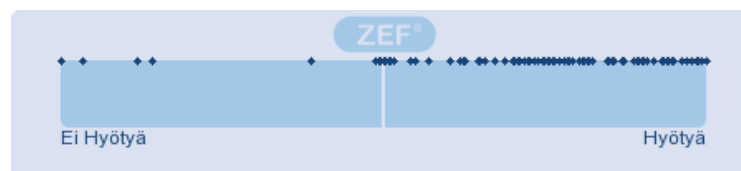


D. Googlen työkalut

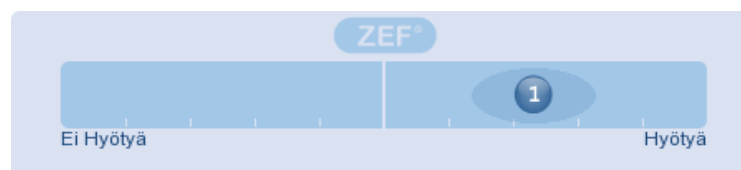
11. Käytätkö jotain seuraavista Googlen työkaluista?



12. Kuinka hyödyllisinä pidät Googlen työvälineitä?



Keskiarvo yllä olevasta kuvasta:



Monivalintojen kommentit

11. Käytätkö jotain seuraavista Googlen työkaluista?

Muu, mikä?

- Google Analytics
- Google Talk
- Google analytics, Google places
- GoogleScholar
- GoogleSivustot
- WaveFron

12. Kuinka hyödyllisenä pidät Googlen työvälineitä?

Vapaa kommentointi:

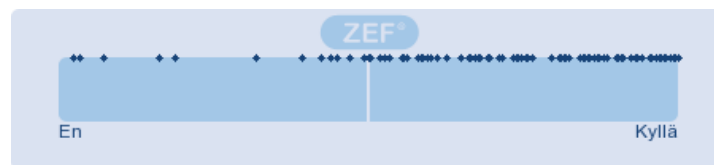
- Ainakin hupia niistä riittää. Gmail sopii hyvin ns. kakkossähköpostiksi.
- Analytics-ohjelmalla seurailen blogini kävijöitä; millä asiasanoilla he löytävät blogiin, kävijämääriä yms. Pidän siis analytics-ohjelmaa aika käteväenä työvälineenä.
- Erittäin hyödyllisiä.
- Erityisesti karttaohjelma on hyvä
- Esim. Gmail on toimivampi kuin moni muu sähköposti ja GoogleScholarilla löytää usein hyviä tieteellisempiä julkaisuja, joita tavalliset hakukoneet eivät löydä.
- Esimerkiksi GoogleDocs on todella hyvä ja hyödyllinen
- Gmail on loistava.
- Gmail on paras ilmainen sähköpostiohjelma ja kartta/reittihaku tarpeellinen usein.
- Gmailissa on paljon tilaa ja se on ilmainen. Docs on näppärä, kun ei kaikilla koneilla ole MS Officea. Google Earth on ihan hauska lelu ja Maps taas on nykyään aika monessa paikassa osoittamassa yrityksen tai vastaavan sijaintia.
- Google kääntäjä on aika hyödyllinen mutta täytyy olla kriittinen käännöksiin. Se ei toimi kuten haluat.
- Google maps toimii ihan ok, mutta google translate ei tee välttämättä oikeita käännöksiä.
- Ihan toimivia ratkaisuja, käyttö pääosin viihteellistä.
- Kyllähän sitä tulee googletettua kaikkea mitä ei tiedä.
- Olen tyytyväinen käyttämäni työkaluihin.
- Tarkoitukseen oikea työkalu, aina!
- Tässä on hieno kommentti.
- Varmaan ne on ihan hyödyllisiä ja toimivia ei vaan ole tarvetta erityisemmin käyttää.
- Yksi vaihtoehto muiden joukossa. Toimii tarpeisiini ihan riittävästi.
- eos

E. Wikipedia

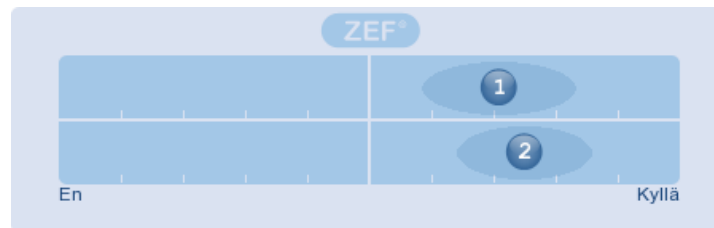
13. Käytätkö Wikipediaa tiedonhaussa (1)?



14. Pidätkö Wikipedian kaltaisia avoimia tietosanakirjoja hyödyllisenä (2)?

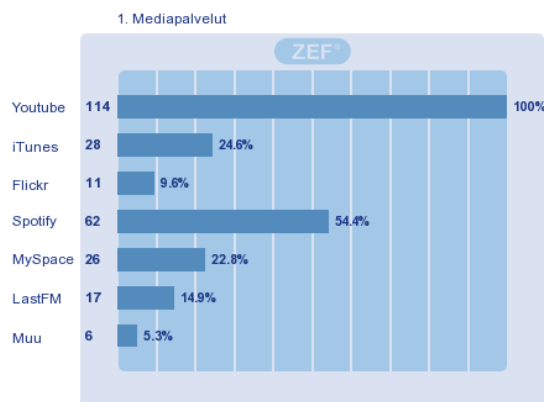


Keskiarvot yllä olevista kuvioista:

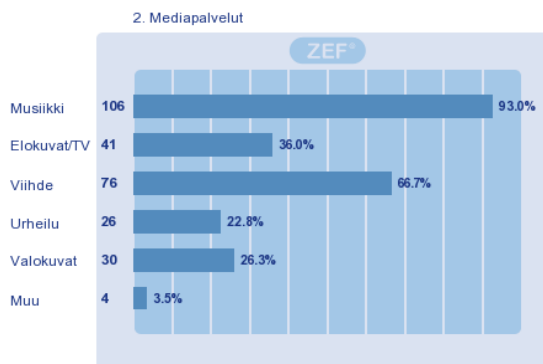


F. Mediapalvelut

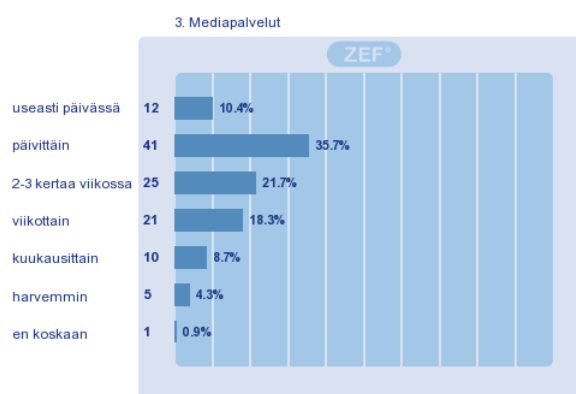
15. Mitä mediapalveluita käytät?



16. Mihin käytät mediapalveluita?



17. Kuinka usein käytät palveluita?



Monivalintojen kommentit

14. Mitä mediapalveluita käytät?

Muu, mitä?

- Picasa, Vimeo
- Voddler
- kuvat.fi...
- picasa, kuvaboksi, ...etc.
- ruutu.fi, yle areena
- slideshare (onko mediapalvelu?)

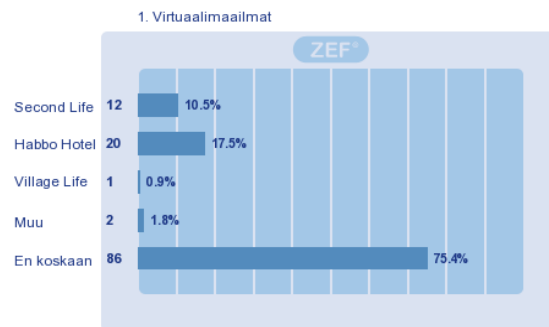
15. Mihin käytät mediapalveluita?

Muuhun, mihin?

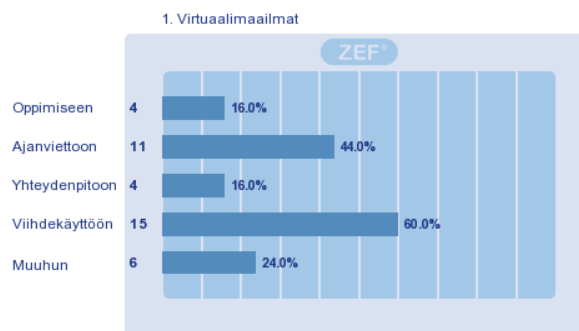
- Dokumentit ym. asiaohjelmat
- Eikö musiikki tai elokuvat ole viihdettä?
- tiedonhaku
- uutiset

G. Virtuaalimaailmat

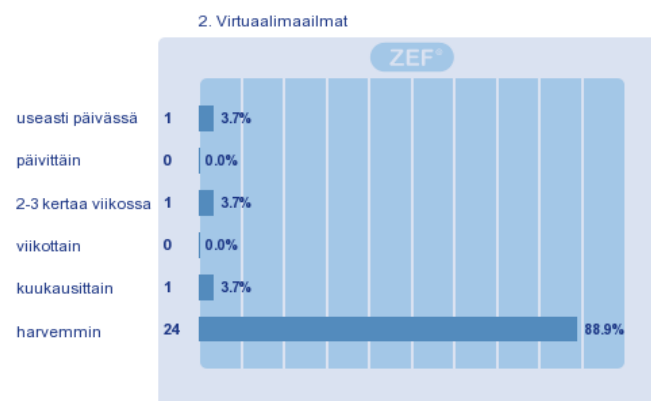
18. Oletko koskaan vieraillut seuraavissa virtuaalimaailmoissa?



19. Mihin käytät virtuaalimaailmaa?



20. Kuinka usein vierailet virtuaalimaailmassa?



Monivalintojen kommentit

18. Oletko koskaan vierailut seuraavissa virtuaalimaailmoissa?

Muu, missä?

- WOW, yhden kerran
- wow (World of Warcraft)

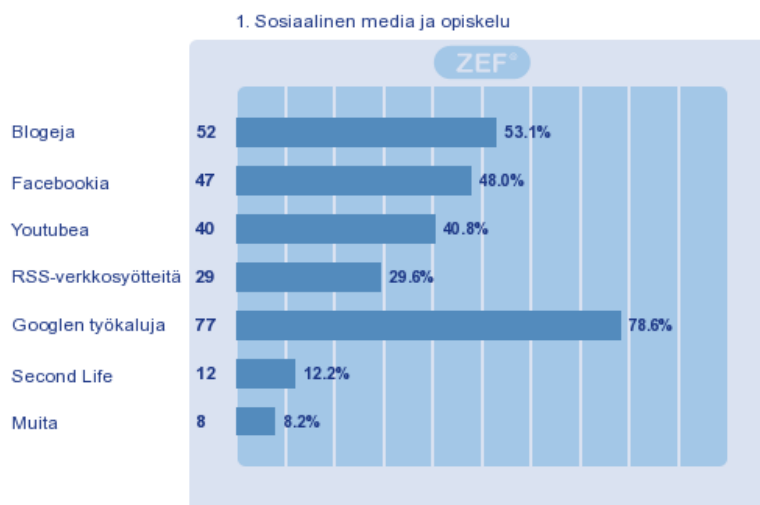
19. Mihin käytät virtuaalimaailmaa?

Muuhun, mihin?

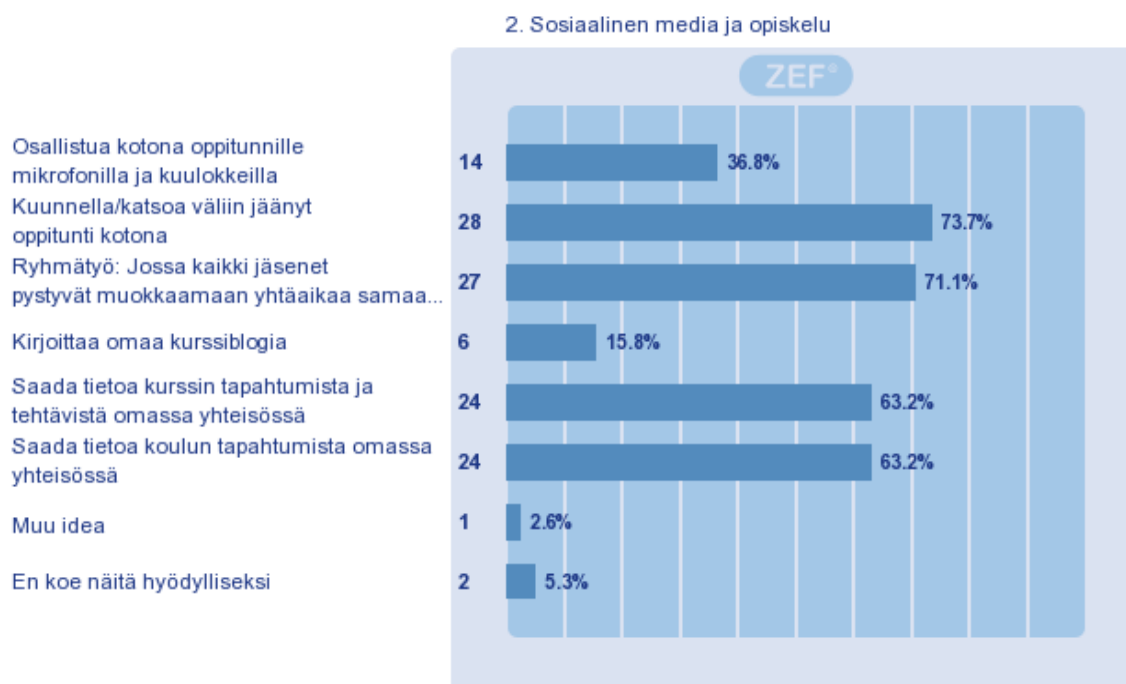
- En mihinkään. testasin
- Kurssityötä varten piti kokeilla Habboa
- Tappaakseni rosvoja silkkitiellä.
- Tietääkseni mihin tytär käyttää virtuaalimaailmaa
- en käytä enää

H. Sosiaalinen media ja opiskelu I

21. Mitä sosiaalisen median työkaluja voitaisiin hyödyntää opiskeluissa?



22. Mitä seuraavista vaihtoehdoista voisi hyödyntää opiskeluissa?



Monivalintojen kommentit

21. Mitä sosiaalisen median työkaluja voitaisiin hyödyntää opiskeluissa?

Muita, mitä?

- Office Live Workspace
- Sosiaalisessa mediassa ei saavuta sen enempää kuin luokkaympäristössä. Yleensä paljon vähemmän.
- Wiki-alusta ja keskustelufoorumit
- irc
- irc, messenger
- kaikkia sosiaalisen median työkaluja voisi hyödyntää
- videoneuvottelut

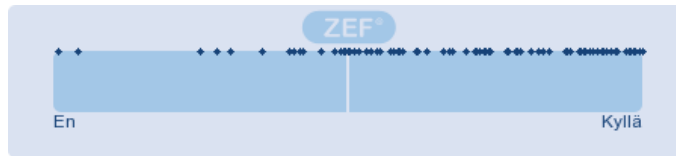
22. Mitä seuraavista vaihtoehtoista voisi hyödyntää opiskeluissa?

Muita idea?

- Kurssitiedot ja muu tarpeellinen yleinen informaatio Wikipedian tapaiseen Wikiin, josta kaikki oleellinen löytyisi nopeasti ja helposti.
- Saada tietoa kesätöistä ym muista työ/harjoittelu mahdollisuuksista omassa yhteisössä. Ihmiset voisivat myös luontevasti vaihtaa kommentteja töistä ja opiskelusta yhdellä forumilla. Myös yhteydenpito ammatillisissa merkeissä olisi luontevampaa sekä kouluun että tovereihin. Koulu voisi voimakkaammin näin myös osallistua sosiaalisen median kautta.
- Tehdä tehtävä, videoida se ja pistää se YouTubeen. GoogleScholaria voi käyttää tieteelliseen tiedonhakuun. Oman blogin pitäminen voisi toimia tosi hyvin oppimispäiväkirjan vastineena. Rajana vain luovuus. Valinnainen verkkokurssi Second Life ympäristössä olisi myös mielenkiintoinen.

I. Sosiaalinen media ja opiskelu II

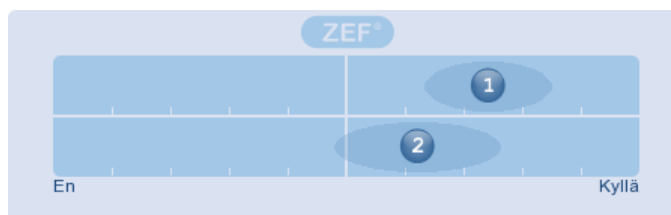
23. Voisitko kuvitella osallistuvasi kurssiin, joka järjestetään sosiaalisen median työkaluja käyttäen (1)?



24. Voisitko kuvitella osallistuvasi kurssiin, jonka oppitunteja käydään virtuaalimaailmassa (2)?



Keskiarvot:



Monivalintojen kommentit

23. Voisitko kuvitella osallistuvasi kurssiin, joka järjestetään sosiaalisen median työkaluja käyttäen?

Vapaa kommentointi:

- Asun kaukana koulusta ja olisin kiinnostunut etätyöskentelyyn.
- Ehdottomasti
- Ehdottomasti. Harmi, kun valmistun jo, niin ei ehdi tällaiseen mukaan, jos kurssi joskus sattuu toteutumaan ^^
- En kuulu itse mihinkään sosiaaliseen mediaan, enkä haluaisi liittyä ihan vain sen takia, että koulun kurssit edellyttää sitä.
- En tiedä kuinka tämä voitaisiin toteuttaa. Voisi olla vaikeuksia, koska en harrasta juurikaan sosiaalista mediaa.
- Joku projektikurssi toimisi hyvin sosiaalisessa mediassa yhdistettynä esimerkiksi ACP-järjestelmällä toteutettuihin videoneuvotteluihin
- Kokeilisin ihan mielenkiinnosta.
- Kurssi pitäisi suunnitella todella hyvin etukäteen. Ryhmätöiden tekeminen ei mielestäni aidosti onnistu sosiaalisen median työkalujen avulla.
- Kurssin pitäisi todella kiinnostaa itseäni, sillä muuten tunnit jäisivät kuuntelematta.
- Kyllä ja ei. En tiedä haluanko rekisteröityä mihinkään sosiaaliseen palveluun. Eikö BlackBoardilla ole vastaavanlaisia mahdollisuuksia tarjolla?
- Lasketaanko Moodle tai Blackboard sosiaalisen median työkaluihin? Onhan noita ollut käytössä jo monta kertaa.
- Mielummin kuitenkin kohtaan ihmisiä liveinä.
- Mikäli se mahdollistaa etäopiskelun, kyllä.
- No comment.
- Olen jo osallistunut vastaavaan vaihto-opiskelun aikana. Kurssilla kirjoitimme yhteistä blogia
- Olisi erityisen hyvä esim sairastuessa.
- Olisi jo korkea aika järjestää sellainen kurssi.
- Olisi todella kiinnostavaa jos oikeasti järjestettäisiin kurssi, jolla hyödynnettäisiin jollain tavalla jotain sosiaalisen median palveluja.
- Onhan meillä BlackBoard.
- Osittain ehkä, mutta kyllä lähiopetustuntejakin tarvitaan.
- Perinteistä lähiopetusta ei voi ruveta korvaamaan nettiopetuksella. Kaikki eivät omista omaa tietokonetta eivätkä välitä istua sen äärellä tuntikausia. Kaikkia asioita ei yksinkertaisesti voi siirtää nettiin.
- Riippuu tietysti toteutuksesta ja yleensä kurssia kohtaan osoittamasta mielenkiinnosta. Vuorovaikutus ja kommentointi saattaisi olla helpompaa tällä tavoin toteutetusta.
- Ryhmän pitäisi olla ennestään tuttu, esim. oma luokka

- Sosiaalinen media voisi monipuolistaa opetusta ja tehdä siitä interaktiivista ja paikasta riippumatonta.
- Tietysti se riippuu paljon siitä, miten tehtävät on toteutettu. Näinkin mainiosta aiheesta saa pahimmillaan aikaan todella tylsän kurssin. Sisältö pitäisi olla mielenkiintoinen ja hauska, että tunneille jaksaisi raahautua (edes virtuaalisesti).
- ehkä
- ihan mielenkiinnosta ainaki, kokeilumielellä :)
- kirjastoilla on jo käytössä erilaisia reaaliaikaisia chat palveluita tiedonhakuja ja kysymyksiä varten. Sitä voisi harjoitella myös opiskeluvaiheessa.
- tämä toteutuu jo osittain blackboardissa (keskustelut jne.)
- yksi käymäni kurssi oli toteutettu Googlen työkalun avulla, oli hyvä tapa toteutukselle

24. Voisitko kuvitella osallistuvasi kurssiin, jonka oppitunteja käydään virtuaalimaailmassa?

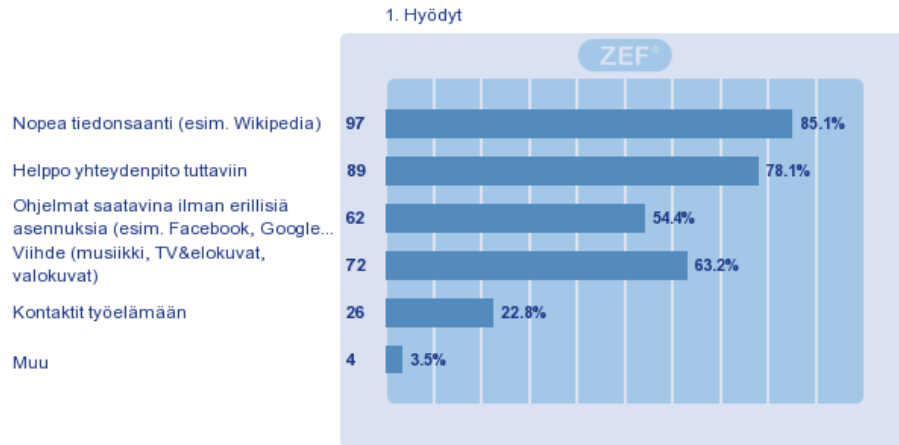
Vapaa kommentointi:

- Edeelleenkin etätyöskentely on vartenotettava vaihtoehto jos asut kaukana koulusta
- Joo, EI!
- Koen kontaktitunnit sen verran tärkeiksi että niitä ei kannattaisi välttämättä kokonaan siirtää virtuaalimaailmaan
- Kunhan ei ole World of Warcraft
- Kyllä
- Mielummin sosiaalista elämää, kuin virtuaalista.
- Miksipä ei? Koulumatkani on pitkä ja jos tämä säästäisi vaivan raahautua koululle ja kuitenkin saisin kaiken irti oppitunnista niin miksipä ei. Olisi myös ympäristöystävällistä omalla tavallaan.
- Normi maailma kiinnostaa itseä enemmän. Tietty tulevaisuudessa tekniikan kehittyessä pitkälle vierailu ym. voisi olla mielenkiintoista.
- Näin pidetyt kurssit vaativat paljon opettajailta ja opiskelijoilta - vuorovaikutuksen onnistuminen tärkeää...
- Ryhmän pitäisi olla ennestään tuttu, esim. oma luokka.
- Saisi olla kevyt virtuaalimaailma, joka ei rasita konetta ja nettiyhteyttä. Esim. secondlife on aivan liian raskas. Jokin tekstipohjainen virtuaaliympäristö sopisi, mutta sitä ei sitten osaisi kukaan käyttää :P
- Se ei oo minun olosta juttua
- Second Lifeen olisi kiva tutustua ja siellä kurssit voisi jotenkin toteuttaaakin. Edelleen jatkan samalla linjalla kuin edellisen vastauksen kanssa: kunhan sisällöt ovat mielenkiintoisia ja monipuolisia, ei kurssiympäristöllä ole väliä. Toisaalta opiskelijaa ei saisi pakottaa tekemään tunnuksia johonkin sosiaaliseen mediaan vain sen takia, että muuten kurssille ei pääse. Seikka pitäisi ottaa huomioon kurssia suunnitellessa.
- Tätäkin voisin ihan mielenkiinnosta kokeilla.

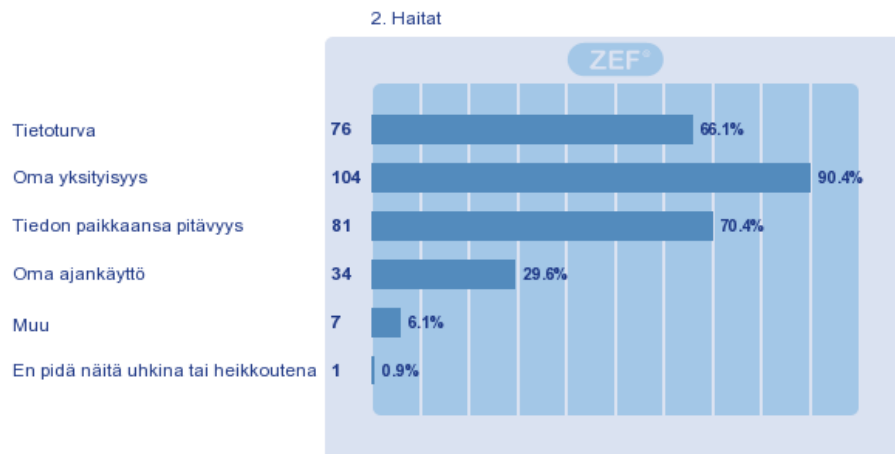
- Uudenlainen, mielenkiintoinen, helppo!
- Virtuaalimaailman käyttö olisi jo liian pitkälle etäopetusta. Netti ei korvaa perinteisiä menetelmiä.
- Virtuaalimaailmat ovat minulle vieraita.
- Voin myös kuvitella paljon muutakin.
- ihan mielenkiinnosta kokeilumielellä tähänki
- samoin, olisi jo korkea aika järjestää sellainen kurssi
- tämä virtuaalimaailma jäi nyt vähän epäselväksi
- vähän vierastan tuota "virtuaalimaailmassa"-käsitettä

J. Hyödyt ja haitat

25. Mitä pidät tärkeimpänä sosiaalisessa mediassa?



26. Mitä pidät uhkana tai heikkoutena sosiaalisessa mediassa?



Monivalintojen kommentit

25. Mitä pidät tärkeimpänä sosiaalisessa mediassa?

Muu, mitä?

- Jos Facebook olisi järkevämpi, se olisi hyvä yhteydenpitoväline ystäviin ja tuttaviiin.
- helppo tiedostojen (esim. valokuvat, videot) jakaminen rajatulle ryhmälle
- voin jakaa omia kuvia ja saada niistä palautetta
- yhteisöjen kollektiivisen älyn hyödyntäminen

26. Mitä pidät uhkana tai heikkoutena sosiaalisessa mediassa?

Muu, mitä?

- Ihminen lähettää jotain, mitä katu myöhemmin
- Tietoturvakysymykset ja oman yksityisyyden suojan heikkeneminen saivat minut lähemmään mm. Facebookista pois. Facebookin yksi suurimmista ongelmista on myös se, että se vie elämästä tunteja pois vapaa-aikaa. Wikipedia ei välttämättä ole aina paras tiedonlähde, koska kuka tahansa voi esiintyä "asiantuntijana" ja muokata tekstiä.
- ihmisen entisestään laiskistuminen
- medianlukutaito korostuu
- sukulaiset
- tulee rekisteröityä niin moneen eri paikkaan että ei edes pysy itse mukana

K. Vapaa kommentointi

Kerro tähän kenttään omia kommentteja tai ehdotuksia aiheesta. Miten sosiaalista mediaa voisi hyödyntää Oulun ammattikorkeakoulussa?

- Ainakin omat käyttökokemukset ryhmätöiden tekemisistä Google docsia apuna käyttäen ovat olleet sen verran positiivisia, että uskaltaisinkin suositella sen lisäämistä. Muitakin kannattaisi kokeilla.
- Ajan tasalla pidetty Wiki ainakin auttaisi kurssitietojen löytämistä. Nyt niitä saa metsästä ympäri OAMK:n sivuja ja mielenkiinto siihen loppuu hyvin nopeasti.
- Blogin pitäminen voisi olla mielenkiintoista yhdistettynä johonkin virtuaalikurssiin. Kurssin sisältö voisi olla mm. nettisivut, blogi, wikin tekeminen yms. YouTubeen voisi tehdä ryhmätöinä videoita tai slaidiesityksiä jostakin opiskeltavasta kokonaisuudesta.
- (Pakko muuten huomauttaa, että ensimmäinen kysymyksesi iästä ei ollut tarpeeksi kattava. Olen itse asiassa vanhempi kuin 28...)
- EOS
- Ehkä jotain ryhmien keskusteluja voisi käydä netissä, jos tietoturva ja yksityisyys eivät ole vaarassa.
- Erilaisista tapahtumista voisi ilmoittaa myös facebookin välityksellä.
- Esim. tähän tapaan: <http://www.athene.fi/wiki/index.php?title=Etusivu>
- Esimerkiksi Googlen työkaluja voi käyttää ja on jo käytetty. Myös Facebookissa on mahdollista luoda oma ryhmä esimerkiksi projektia varten, jossa kaikki voivat tuoda omia ideoitaan esille, eikä ne päädy kaikkien luettaviksi MIKÄLI osaa laittaa ryhmän "suljetuksi".
- Jos ei pääse luennolle, tulisi esim. johonkin yhteisöön ne asiat mitä luennolla on käsitelty tai mitä tehtäviä on tehty.
- Kursseihin voisi integroida enemmän sosiaalisia medioita. Nykyisellään niitä on harvakseltaan, mutta jos niitä on niin ne osataan käyttää hyödyksi.
- Kurssien materiaalit voisi sijoittaa sosiaalisten medioiden keskustelualustoille, pidin kovasti ruotsin kielen kurssista (Affärskommunikation) joka käytiin lähes kokonaan Googlen alustalla (parasta antia oli paritöiden tekeminen omalla ajalla alustalla, jossa sitä pystyi korjaamaan ja muokkaamaan ennen eräpäivää).
- Me ollaan ainaki irc:tä (se oikee, ei galleria :p), facebookia ja meseä hyödynnetty jo opiskelijoiden keskinäisessä yhteydenpidossa. Ehkä joku koulun oma facebook-ryhmä / irc-kanava tjsp. voisi olla ihan kätevä vaikka tiedotukseen yms. Toisaalta miten tarpeellinen lie sitte Ilmarin / uuden intran rinnalla.
- Opettajien kanssaki voisi facebook / irc olla hyviä yhteydenpitokanavia, jos ihmiset opettelisi käyttämään niitä enemmän. Mutta aikamoista jossittelua jo. :)
- Nettikurssit voisi toimia meidän koulussa.
- No jos wikipedia ois vaikka luvallinen lähde.. ois jo hyvä alku
- Olisin erittäin kiinnostunut kokeilemaan esim. blogia oppimisen välineenä sekä etätun-
teja

- Oppilaat, jotka asuvat kaukana koulusta, voitaisiin tarjota heille mahdollisuutta osallistua videoneuvottelun avulla osallistua opetukseen.
 - Osana opetusta ja tiedottamista. Se voisi toimia jopa yhteisöllisyyttä lisäävänä tekijänä.
 - Osasuoritus kurssista voisi olla esim. Google.alustalla.
 - Sosiaalisen median hyödyntämistä pitäisi ylipäänsä opettaa, koska yrityksissä olisi jo tarvetta osaajille.
 - Sosiaalisen median palveluita voi hyödyntää tiedottamisessa...
 - Tiedottamiseen koulun tapahtumista ja ehkä myös kursseista.
- Koulun yleiseen markkinointiin, tutkimus ja kehitystyön markkinointiin
- Tytöt voisivat julkaista kuvia tisseistään. Myös anonyymisti jos siltä tuntuu
 - Yhteisöjen luominen, joissa voisi koulutuksen jälkeen, kartuttaa ammattitaitoa/pitää yllä. Materiaali voisi myös olla jaossa tällaisissa. Yhteydenpito koulutukseen ja töihin liittyen ehkä helpottuisi ja koulukin voisi ilmoitella omista kontakteistaan ja työmahdollisuuksista paremmin. Lisäisi vuorovaikutteisuutta, jos nämä luotaisiin vaikka sv:n mukaan.
 - eipä näin äkkiseltään jaksa miettiä mitään, mutta ehkä jossain aivoriihessä tai muussa voisi tullakin ideoita :)
 - ainakin oamk voisi markkinoida sosiaalisessa mediassa, jos sitä ei vielä tehdä
 - joitain ohjelmointi- tai tietokantakursseja vaikka videoluentoina oamkin palvelimelle että voisi opiskelijat kyäädä joitain perusteita läpi omalla ajallaan
 - kokeilemalla jonkin sortin sosiaalisen median palveluita voitaisiin havaita niiden toimivuus/toimimattomuus. opiskelijoilta ajatuksia opettajille eteenpäin
 - ryhmätyö, kurssin sisäinen keskustelukanava